

Міністерство освіти і науки України  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини  
Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОЇ  
ДИНАМІКИ**

**МАТЕРІАЛИ**

**IV Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції  
молодих учених та студентів**

**30 листопада – 1 грудня 2017 року**

Умань  
ВПЦ «Візаві»  
2017

УДК 330.3(477)(06)  
С91

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту  
економіки та бізнес-освіти  
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини  
(протокол № 4 від 20 листопада 2017 року)*

С91        **Сучасні** проблеми і перспективи економічної динаміки: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (30 листопада – 1 грудня 2017 року, м. Умань) / МОН України, Уманський ДПУ імені Павла Тичини, Навчально-наук. ін.-т економіки та бізнес освіти; [за ред. д. е. н., проф. О. Г. Чирви]. – Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. – 364 с.

Збірник містить наукові тези IV Всеукраїнської науково-практичної Інтернет конференції молодих учених та студентів «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки», яка відбулася 30 листопада – 1 грудня 2017 року на базі Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Матеріали відображають результати досліджень учених, викладачів, аспірантів та студентів з актуальних проблем розвитку національної економіки.

УДК 330.3(477)(06)

Матеріали подано в авторській редакції

©Уманський державний педагогічний  
університет імені Павла Тичини, 2017

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1.

#### МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО - ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....

18

Баштова Ю. О., Колісник С. О.

ПРІОРИТЕТИ В РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ ГІДНОЇ ПРАЦІ  
ДЛЯ УКРАЇНИ.....

18

Зелінська О., Ковальчук М.

СУЧАСНИЙ РИНОК ПРОДУКЦІЇ (ПОСЛУГ) ТА КОНКУРЕНЦІЯ.....

20

Калінчук Н. А.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОПЛАТИ ПРАЦІ  
В УКРАЇНІ.....

22

Калугаряну Ю. М.

ПРОДУКТИВНА ЗАЙНЯТИСТЬ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ  
ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ...

25

Кобзін Б. Г.

РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ В ПОДОЛАННІ  
БЕЗРОБІТТЯ.....

27

Ковальчук М. С.

ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ ТА НАПРЯМИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ В  
УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....

29

Колісник С. О.

ФОНДОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА  
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....

31

Мацола А.В.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ НА  
СВІТОВОМУ ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ.....

34

Мельник В. В., Кучмій О. О.

ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ  
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....

37

Мельник В. В., Рябков Г. А.

ШЛЯХИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ  
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....

39

|                                                                                                                                          |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Подлевська А. А., Подлевська О. М.<br>ПОРІВНЯННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ ТА В<br>РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ.....                          | 40        |
| Стрембіцька Л. Л.<br>АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ.....                                                                 | 42        |
| <b>СЕКЦІЯ 2.<br/>СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ<br/>ЕКОНОМІКОЮ І ФІНАНСАМИ.....</b>                                                         | <b>46</b> |
| Барвінок М. В.<br>ПРОФЕСІОНАЛІЗМ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК<br>КЛЮЧОВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....                               | 46        |
| Лісова Т. А., Миронова Н. В.<br>ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТНИХ<br>ПРОГРАМ .....                                        | 49        |
| Ложенко О. В.<br>ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО<br>САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ<br>ГРОМАД.....              | 51        |
| Маринюк А. Ю.<br>ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА ДОХІДНІСТЬ<br>АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА.....                                                 | 53        |
| Мацьопа Г. В.<br>СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБОВ'ЯЗКОВОГО СТРАХУВАННЯ<br>ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЛАСНИКІВ<br>ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ..... | 56        |
| Моспан С. В.<br>УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ДІЯЛЬНОСТІ<br>ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ.....                                | 57        |
| Сігова Д. О.<br>АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ<br>В УКРАЇНІ.....                                                       | 60        |

|                                                                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>СЕКЦІЯ 3.</b>                                                                                                |           |
| <b>ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....</b>                                         | <b>63</b> |
| Білошкурський М. В., Омельчук В. С.<br>ДО ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ<br>ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ..... | 63        |
| Будна А. В., Степаненко Д. В.<br>ДЕВАЛЬВАЦІЯ ГРИВНІ В УКРАЇНІ .....                                             | 65        |
| Вінницька О. А.<br>РЕТРОСПЕКТИВИ ПОНЯТТЯ ДОХОДИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ...                                            | 67        |
| Глущенко І. М., Люльченко В. В.<br>ДЕПОЗИТНА ПОЛІТИКА БАНКІВ УКРАЇНИ.....                                       | 70        |
| Дударчик В. С.<br>ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ<br>ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....                     | 72        |
| Клочко Є. М., Слатвінський М. А.<br>УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ<br>БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ.....             | 75        |
| Костюк О. В., Слатвінський М. А.<br>ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ<br>ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ.....     | 76        |
| Кутащук В. В.<br>ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....                                               | 78        |
| Кукуруза А. О.<br>РОЛЬ СТРАХУВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ<br>РИЗИКАМИ.....                           | 79        |
| Котик О. В., Лисачок А. В.<br>ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ВЛАДИ: ПЕНСІЙНА РЕФОРМА.....                                      | 81        |
| Маслій І. С.<br>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ<br>РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ.....                                  | 84        |
| Мельничук Я. В.<br>ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В                                            |           |

|                                                                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| УКРАЇНІ.....                                                                                                                                      | 86  |
| Подорянюк С. П.<br>ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ<br>ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....                                                        | 88  |
| Рижій М. Б.<br>ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИВАННЯ В<br>СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ СЕКТОРІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ...                                                | 90  |
| Sas M. P.<br>THE FINANCIAL MECHANISM FOR THE DEVELOPMENT OF<br>UKRAINIAN ECONOMY.....                                                             | 92  |
| Сергеева Т. В., Слатвінський М. А<br>СТРАТЕГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ НА РИНКУ<br>ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....                                                | 94  |
| Станіславчук Н. О., Король М. С.<br>АВТОМАТИЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ЯК<br>ФАКТОР РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....            | 95  |
| Федоренко Д. А.<br>СИСТЕМА ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ.....                                                                                                   | 97  |
| Чвертко Л. А., Сарахан М. І.<br>ОЦІНКА РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ<br>СТРАХОВИКІВ ЯК ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО<br>ПОТЕНЦІАЛУ..... | 99  |
| Шмалюх А. І., Баланюк Т. Е.<br>ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ.....                                                                                  | 103 |
| Шестак В. С., Баланюк Т. Е.<br>ПРОБЛЕМИ БЮДЖЕТНОГО ДЕФІЦИТУ ТА ШЛЯХИ ЇХ<br>ПОДОЛАННЯ.....                                                         | 105 |
| Шлангоф А. Р., Подлевська О. М.<br>ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ<br>ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....                                            | 108 |
| Шпак С. В.<br>СТАН СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ:<br>ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ.....                                     | 111 |

|                                                                                                                                      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Ящук Т. А.<br>ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ВИЩОЇ<br>ШКОЛИ В УКРАЇНІ.....                                                | 113        |
| <b>СЕКЦІЯ 4.<br/>ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО<br/>РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....</b>                             | <b>116</b> |
| Бержанір І. А., Шевчук М. А.<br>ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АУДИТУ<br>В УКРАЇНІ.....                                           | 116        |
| Бровко Н. В.<br>ВИМІРНИКИ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ<br>ОБЛІКУ.....                                                     | 118        |
| Демченко Т. А., Ковальчук М.<br>ЗНАЧЕННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ НА<br>ПІДПРИЄМСТВІ.....                                         | 122        |
| Дем'янишина О. А., Столбова А. С.<br>БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І ЗВІТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ<br>ДІЯЛЬНОСТІ.....                       | 124        |
| Мамедова А. Р.<br>ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У БАНКАХ<br>УКРАЇНИ.....                                                        | 126        |
| Матійко О. О.<br>АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОСТІ<br>АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА<br>ПАТ «ВОРОНІН»..... | 128        |
| Рекечинська Ю. В.<br>ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ<br>БЕЗГОТІВКОВОГО ГРОШОВОГО ОБІГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....                   | 131        |
| Стравінська К. С.<br>РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ У ДІЯЛЬНОСТІ<br>ПІДПРИЄМСТВА.....                                                    | 135        |
| Середа В. П.<br>СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ФОНДОВОГО РИНКУ.....                                                                      | 136        |

|                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Філіпов О. В.<br>ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ<br>ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 139 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                |            |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>СЕКЦІЯ 5.<br/>ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ<br/>БЕЗПЕКИ.....</b> | <b>142</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|

|                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Бажанова Н. В., Малинич Г. М.<br>АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ..... | 142 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Бурдужа І. І.<br>ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ<br>ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА..... | 144 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Верещак Д. П.<br>ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ<br>НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ..... | 147 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Горбонос Р. І., Слатвінський М. А.<br>ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ<br>БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ..... | 149 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Кравченко Я. І.<br>ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ<br>БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ..... | 150 |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Кривенко І. О.<br>НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАПОБІГАННЯ<br>БАНКРУТСТВА У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ<br>ПІДПРИЄМСТВА..... | 152 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Кухарчук Д. В.<br>ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ<br>БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ..... | 153 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Калетник О. В.<br>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ<br>ПІДПРИЄМСТВ АПК..... | 155 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Корженко С. С., Слатвінський М. А.<br>ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК РЕЗУЛЬТАТ<br>ФУНКЦІОНУВАННЯ ЙОГО СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.. | 158 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|



|                                                                                                                                       |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Кухарчук Л. О.<br>ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ<br>ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ.....                                                   | 159        |
| Лебединець М.О., Подлевська О. М.<br>СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ...                                                | 161        |
| Мельник В. В., Орловська Г. В.<br>ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ<br>ПІДПРИЄМСТВА.....                               | 163        |
| Осадченко Б. А.<br>АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ<br>УКРАЇНИ.....                                                    | 165        |
| Підлісний Є. В.<br>СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА...                                                              | 166        |
| Петраківський Д. О.<br>АНАЛІЗ ПРАКТИЧНИХ АСПЕКТІВ РЕЙДЕРСТВА ЯК ЗАГРОЗИ<br>ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВ.....                       | 168        |
| Федчук В. В.<br>СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ТА НАПРЯМИ<br>ЇЇ ЗМІЦНЕННЯ.....                                              | 170        |
| Столбова А. С., Корнієнко Т. О.<br>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ<br>БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....                                    | 172        |
| Ямелинець А. І.<br>ФІНАНСОВІ КРИЗИ В УКРАЇНІ, ЇХ НАСЛІДКИ ТА ШЛЯХИ<br>ПОПЕРЕДЖЕННЯ.....                                               | 174        |
| <b>СЕКЦІЯ 6.</b><br><b>ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ</b><br><b>МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ</b><br><b>ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....</b> | <b>177</b> |
| Болецька В. П.<br>МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО<br>РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....                               | 177        |
| Vovk T. M.<br>INTERNET-MARKETING AS A MEANS OF PROMOTION SERVICES..                                                                   | 179        |

|                                                                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Волощук А. В.<br>ТАРГЕТИНГ ТА РЕТАРГЕТИНГ – ЕФЕКТИВНІ МАРКЕТИНГОВІ<br>ТЕХНОЛОГІЇ.....                                  | 181        |
| Діденко С. В.<br>ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ ФУНКЦІЇ ВИСТАВКИ-ПРОДАЖУ.....                                                 | 183        |
| Діденко Л. В.<br>ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ<br>В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....                                        | 185        |
| Зелінська О. Д., Фак Л. В.<br>ЗАСТОСУВАННЯ ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ<br>ПРОДУКЦІЇ.....                        | 188        |
| Колосовська В. В.<br>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ.....                                               | 191        |
| Маричик А. В.<br>ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ<br>СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....                                         | 193        |
| Мельник В. І.<br>МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО<br>РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМТСТВА.....                           | 195        |
| Nizhenska V. V.<br>MODERN CHALLENGES AND DEVELOPMENT TRENDS OF BANK<br>MARKETING.....                                  | 197        |
| Ткач Я. С., Ситник К. В.<br>ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ<br>ПІДПРИЄМСТВА.....                     | 198        |
| <b>СЕКЦІЯ 7.</b><br><b>УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ</b><br><b>ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....</b> | <b>201</b> |
| Бовкун О. А., Климчук В. Р.<br>УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ<br>ПІДПРИЄМСТВ.....                      | 201        |
| Брагінець Т. О.<br>ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ:<br>ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗРОСТАННЯ.....                                    | 203        |

|                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Булах І. І., Шиманська О. В.<br>ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ ІННОВАЦІЙНОЇ<br>ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....          | 204 |
| Гарник О. А.<br>СТАН І СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ<br>ПРАЦІ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДИНАМІКИ..... | 206 |
| Делікатна К. В.<br>ДЕРЖАВНА ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА<br>РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....        | 209 |
| Ніженська В. В.<br>МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ<br>ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ.....                      | 211 |
| Занібор Я. І.<br>УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ<br>ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....                 | 213 |
| Кірдан О. П.<br>ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ АГРАРНОГО<br>СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....                   | 215 |
| Коваль М. Ю.<br>КОНЦЕПЦІЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ СЛУЖБИ ЯК СКЛАДОВА<br>ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....  | 217 |
| Климчук В. Р.<br>ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБИ<br>В ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСАХ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....                           | 218 |
| Кочедікова Л. О.<br>ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА<br>ОРГАНІЗАЦІЇ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ.....         | 219 |
| Лебедич Т. Р.<br>ТИПОЛОГІЯ І ФУНКЦІЇ ВИНИКНЕННЯ КОНФЛІКТІВ ТА МЕТОДИ<br>ЇХ ВИРІШЕННЯ.....                             | 220 |
| Любчак О. П.<br>УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ<br>ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....                  | 222 |

|                                                                                                                                                                 |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Ляш Д. О.<br>УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ<br>ПІДПРИЄМСТВА.....                                                                                 | 225        |
| Орловська Г. В.<br>ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТА МЕХАНІЗМИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ.....                                                                                           | 227        |
| Побережець Н. Б.<br>ОСНОВНІ НАПРЯМИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ НА<br>ПІДПРИЄМСТВІ.....                                                                        | 229        |
| Постівий Я. О., Брагінець Т. О.<br>ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА ПРІОРИТЕТНІ<br>НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ<br>ПОЛІТИКИ.....               | 231        |
| Резніченко Я. Ю.<br>ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО<br>АБО ГРУПОВОГО ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ З<br>УРАХУВАННЯМ СИТУАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ..... | 233        |
| Савченко А. С.<br>РЕАЛІЗАЦІЯ ЗАРУБІЖНИХ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТУ<br>В УМОВАХ УКРАЇНИ.....                                                                            | 235        |
| Середа О. А.<br>ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....                                                                                                     | 236        |
| Стойка В. О., Стойка С. О.<br>ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО<br>ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ.....                                                            | 239        |
| Шевчук М. А., Кобзін Б. Г.<br>ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ: ПРОБЛЕМИ<br>ТА СПОСОБИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....                                                | 241        |
| <b>СЕКЦІЯ 8.</b><br><b>СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ</b><br><b>ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ...</b>                                     | <b>245</b> |
| Горобченко Н. І.<br>ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРНИХ БІРЖ В УКРАЇНІ.....                                                                                         | 245        |

|                                                                                                                                 |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Кавецька І. І.<br>ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ В<br>УКРАЇНІ.....                                          | 247        |
| Кухар І. І.<br>ХЕДЖУВАННЯ ЦІНОВИХ РИЗИКІВ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ<br>СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....                            | 249        |
| Лебедич Т. Р., Бурдужа І. І.<br>МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ<br>ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....                                | 252        |
| Молодцова О. М.<br>РЕЗЕРВИ РОСТУ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА<br>ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ.....                               | 254        |
| Олійніченко В. С.<br>СУЧАСНИЙ СТАН, ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА<br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В<br>УКРАЇНІ..... | 256        |
| Рудик В. І.<br>ПРОБЛЕМИ РОЗВИТУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ З<br>ДОПОМОГОЮ КЛАСТЕРІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....                    | 258        |
| Стрембіцька Т. О.<br>СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ<br>ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ УКРАЇНИ.....                    | 261        |
| Яремко А. О., Іванченко Г. В.<br>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ТА<br>ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА.....         | 263        |
| <b>СЕКЦІЯ 9.<br/>РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ<br/>В УКРАЇНІ.....</b>                                             | <b>266</b> |
| Банк А. В.<br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В<br>УКРАЇНІ.....                                                | 266        |
| Бойко М. В.<br>ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УМАНІ: СТРАТЕГІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ<br>ДЛЯ УКРАЇНИ.....                                            | 268        |

|                                                                                                     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Вовк Л. П.<br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....                                  | 270 |
| Давід А. Г.<br>ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....                               | 271 |
| Дзюба Ю. А.<br>МОТИВАЦІЯ ПРОГРАМНОГО ТУРИЗМУ.....                                                   | 273 |
| Дяченко С. В.<br>ТУРИЗМ ЯК ФОРМА ЗАЛУЧЕННЯ ДО ТРАДИЦІЙНО ДУХОВНИХ ЦІННОСТЕЙ.....                    | 276 |
| Дяченко П. В., Драчук В. С.<br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....                          | 278 |
| Дяченко П. В.<br>НАПРЯМКИ РОСТУ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ.....              | 280 |
| Капітанчук Л. В.<br>ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....              | 282 |
| Кугач М.В.<br>ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ.....                                    | 284 |
| Кравець Л. О.<br>«ТЕМНИЙ» ТУРИЗМ ЯК НОВИЙ ВИД ТУРИЗМУ.....                                          | 286 |
| Климчук А. Т.<br>ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ..... | 288 |
| Кузьменко О. А.<br>ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....                               | 290 |
| Ломтева С. Р.<br>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ.....                                | 292 |
| Литвин О. В.<br>ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....                         | 294 |

|                                                                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Мельник А. Ю.<br>СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ – ПРІОРИТЕТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ<br>ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....                                          | 296 |
| Москаленко К. С.<br>ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ТУРИСТИЧНОГО<br>БІЗНЕСУ.....                                                | 298 |
| Мурза І. С.<br>СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ТА ДЕТЕРМІНАНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ.....                                                                   | 301 |
| Ніколаєва І. С.<br>АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ТА<br>ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ<br>УКРАЇНИ..... | 303 |
| Пецьков Д.<br>ТУРОПЕРАТОРИ ТА ЇХ РОЛЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....                                                                | 305 |
| Ралець Д. С., Подлевська О. М.<br>РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ                                            | 307 |
| Рябков Г. А., Зайченко Р. С.<br>ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ...                                             | 309 |
| Слатвінська Л. А., Бойко М. В.<br>РОЗВИТОК ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....                                                     | 312 |
| Слюсаренко А. В.<br>ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА...                                                            | 314 |
| Чернець І.А.<br>ТУРИЗМ ЯК ДЖЕРЕЛО ДОХОДІВ.....                                                                                     | 316 |
| Цуркань Д. М.<br>ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ<br>В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.....                                                 | 318 |
| Юмагулова А. М.<br>ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В<br>УКРАЇНІ.....                                                     | 320 |
| Юхновська Ю. О., Васильєва Ю. В.<br>УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ РЕКРЕАЦІЙНО-<br>ОЗОРОВЧОЇ ГАЛУЗІ.....                        | 323 |

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Ящук А. Р.<br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В<br>УКРАЇНІ..... | 325 |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                             |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>СЕКЦІЯ 10.<br/>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ<br/>В УКРАЇНІ .....</b> | <b>327</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Антонюк В. В.<br>ІННОВАЦІЙНІ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ<br>КУРОРТНИХ ГОТЕЛІВ..... | 327 |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Григоренко М. С.<br>КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА<br>УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛІВ..... | 328 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Дмитрієв С. М.<br>ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-<br>РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА ТУРИЗМУ..... | 330 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| Женовчук Т. С.<br>АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ В МАЛИХ МІСТАХ... | 333 |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Жульковська Д. Ю.<br>СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО<br>БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ..... | 334 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Маціборчук Ю. В.<br>ІННОВАЦІЙНІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА<br>ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА... | 336 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Ковальова А. В.<br>ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ: ПРОБЛЕМА<br>ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВИРІШЕННЯ..... | 339 |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| Кирилюк І. М.<br>МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ..... | 341 |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Клодницька В. І.<br>ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-<br>РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР<br>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ..... | 343 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|



|                                                                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Кравченко Л. В.<br>РОЛЬ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ<br>ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ<br>СПРАВИ..... | 345 |
| Наумець Я. В.<br>СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО<br>ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....                                      | 348 |
| Поворознюк І. М.<br>КОУЧИНГ ЯК ОДИН ІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ<br>ПЕРСОНАЛУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....                             | 350 |
| Поліщук А. Ю.<br>ОСОБЛИВОСТІ БРОНЮВАННЯ МІСЦЬ І НОМЕРІВ У ГОТЕЛІ.....                                                                 | 351 |
| Робейко І. В.<br>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ.....                                                              | 353 |
| Ряба А. Ю.<br>ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ<br>ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ<br>УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....  | 355 |
| Сингаєвська А. О., Шиманська В. В.<br>СУЧАСНІ EVENT-ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....                                            | 358 |
| Цимбалюк Ю. А.<br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ В УКРАЇНІ.....                                                                      | 360 |
| Чирва О. Г.<br>ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ<br>ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....                                       | 362 |

## СЕКЦІЯ 1

### МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

---

#### ПРІОРИТЕТИ В РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ ГІДНОЇ ПРАЦІ ДЛЯ УКРАЇНИ

**Баштова Ю. О., студентка**

**Колісник С. О., студент**

*Науковий керівник: старший викладач Стрембіцька Л. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Перехід на інноваційну модель розвитку економіки України неможливий без створення умов для безпечної, якісної, ефективної праці з гідною оплатою в різних секторах економіки, що сприяє реалізації людського потенціалу. Комплексним механізмом вирішення накопичених проблем в соціально-трудовій сфері країни є реалізація Концепції гідної праці на всіх рівнях економічної системи.

Поняття «гідної праці» визначено Міжнародною організацією праці (МОП) як: «можливість для чоловіків та жінок, одержати гідну, і продуктивну роботу, адекватну професійним знанням в умовах свободи, рівності, соціальної захищеності і людської гідності».

Концепція охоплює такі складові елементи [2, с. 318-319]:

- можливість одержати роботу, тобто реальна можливість знайти роботу та реалізувати економічну активність для всіх бажаючих працездатних осіб;
- праця в умовах свободи – означає вільний вибір форми зайнятості, стабільність і добровільність зайнятості;
- продуктивна зайнятість – дозволяє працівникам заробляти прийнятні кошти для існування їх самих та їх сімей;
- рівність у праці – відображає потреби трудящих у справедливих і рівних можливостях на виробництві, відсутність дискримінації на робочому місці;
- безпека на виробництві – означає безпечні умови праці, наявність пенсійного забезпечення та можливість отримувати допомогу у разі погіршення стану здоров'я, втрати роботи;
- гідність у праці – вимагає уважного ставлення до трудящих та їхніх проблем, можливість участі і представництва працівників в професійних організаціях.

Міжнародна організація праці є центральним органом, що сприяє можливості отримання жінками й чоловіками гідної та продуктивної роботи в умовах свободи, справедливості, безпеки та людської гідності на міжнародному рівні. Основні завдання МОП в реалізації Концепції гідної праці полягають у просуванні прав у сфері праці, створенні можливостей для гідної зайнятості,

посиленні соціального захисту і зміцненні соціального діалогу на національних рівнях. Програми гідної праці на національних рівнях є системою середньострокового планування, що спрямовують роботу МОП у країнах відповідно до пріоритетів і завдань, погоджених із тристоронніми партнерами та включають чотири ключових елементи: зайнятість, права, захист та діалог.

Упродовж усіх років незалежності України програма співробітництва з МОП у реалізації Концепції гідної праці впроваджувалася у рамках масштабного портфелю проєктів із технічного співробітництва, які охоплюють майже всі сфери, передбачені мандатом МОП.

У квітні 2016 року Україна за погодженням з МОП схвалила Програму гідної праці на період 2016-2019 роки, яка є вже четвертою за останні десять років [3]. Зазначена Програма Гідної праці (Програма), включно з її пріоритетами й результатами, погоджена за підсумками масштабного процесу тристоронніх консультацій з партнерами МОП в Україні.

У рамках усеосяжної теми «Гідна праця для всіх» МОП зосереджує свою роботу в Україні в період із 2016 до 2019 року на трьох пріоритетах [1]:

1. Перший пріоритет – це розвиток зайнятості заради стабільності та зростання. Тут мова іде про створення сприятливих умов для сталого розвитку підприємств та забезпечення гідної зайнятості, розвиток навичок і компетенцій для потреб ринку праці, прогнозування ринку праці тощо.

2. Другий пріоритет – це ефективний соціальний діалог в умовах сучасного розвитку України. Серед напрямів роботи – приведення трудового законодавства у відповідність до Конвенцій МОП та Директив ЄС, забезпечення інституційної спроможності соціальних партнерів та органів соціального діалогу, удосконалення системи вирішення колективних переговорів та трудових спорів.

3. Третій пріоритет – це соціальний захист та умови праці; тут зосереджено питання реформування системи соціального страхування, оплати праці, скорочення масштабів неформальної зайнятості тощо.

Програма Гідної праці є відкритим документом, що потребує проведення регулярного моніторингу і коригування плану залежно від наявності ресурсів, спроможності партнерів щодо реагування та розвитку соціально-економічної ситуації в країні. Управління цією програмою здійснюється через мережу, до якої входять група з питань технічної підтримки Гідної праці та Бюро МОП для країн Центральної та Східної Європи у Будапешті, Національний координатор МОП у Києві, Регіональне бюро МОП для країн Європи та Центральної Азії та технічні підрозділи штаб-квартири МОП у Женеві.

Досягнення визначених стратегічних пріоритетів і результатів, заплановане на період 2016-2019 рр., сприятиме ефективній реалізації соціальних прав та підвищенню рівня і якості життя українців.

#### **Список використаних джерел:**

1. Визначено пріоритети нової Програми Гідної праці в Україні на 2016-2019 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://pon.org.ua/novyny/4263-viznacheno-prioriteti-novoyi-programi-gidnoyi.html>.

2. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / [А. М. Колот, О. О. Герасименко та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук А. М. Колота – К. : КНЕУ, 2009. – 711 с.

3. Україна і МОП підписали Меморандум про взаєморозуміння щодо реалізації Програми гідної праці для України на період 2016-2019 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=248947884&cat\\_id=244276429](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248947884&cat_id=244276429).

## СУЧАСНИЙ РИНОК ПРОДУКЦІЇ (ПОСЛУГ) ТА КОНКУРЕНЦІЯ

**Зелінська О., студентка**

**Ковальчук М., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Гарник О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах сучасної конкуренції зберегти завойовані ринкові позиції надзвичайно складно. Визначення свого місця в конкурентному середовищі і успішне функціонування в ньому є першим і одним з найважливіших кроків в управлінні конкурентоспроможністю потенціалу підприємства [1].

Вчені стверджують, що конкуренція – це суперництво між учасниками ринку за найвигідніші умови виробництва, а також за привласнення найбільших прибутків. Такий вид економічних відносин існує тоді, коли виробники товарів виступають як самостійні, ні від кого не залежні суб'єкти, а їхня залежність пов'язана тільки з кон'юнктурою ринку, бажанням виграти у конкурентів позиції у виробництві та реалізації своєї продукції.

В Україні формування конкурентного підприємницького сектору відбувається в умовах економічної нестабільності, нерозвиненості інфраструктури, тиску зі сторони сильніших конкурентів, у тому числі іноземних. Ускладнення процедури реєстрації та ліцензування, кризи неплатежів та недобросовісної поведінки підприємств - споживачів, відсутності внутрішніх стимулів для довгострокових інвестицій та розвитку технологій в умовах інфляційних процесів, обмеження попиту, недостатності управлінських навичок та криміналізації економіки, усе це негативно впливає на утворення відповідних конкурентоспроможних ринкових структур. За таких умов ефективний розвиток підприємництва можливий лише при наявності відповідної державної підтримки [2].

Теоретичні та практичні аспекти визначення конкурентоспроможності підприємства відображені у роботах таких учених, як А. Е. Воронкова, І. М. Злидень, І. В. Крючкова та ін. А. Е. Воронкова визначає конкурентоспроможність підприємства як «сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей підприємства, які забезпечують йому конкурентні переваги на ринку» [3]. І. В. Крючкова стверджує, що

конкурентоспроможність підприємства – це «сукупність таких можливостей підприємства, які забезпечують йому стійкі позиції на ринку» [4]; а І. М. Злидень розуміє її як «систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, що забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус» [5].

Ключовим поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є поняття конкуренції (competition). Конкуренція – це центр ваги всієї системи ринкового господарства, тип взаємовідносин між виробниками з приводу встановлення цін і обсягів пропозиції товарів на ринку. Аналогічно визначається конкуренція між споживачами як взаємовідносини з приводу формування цін і обсягу попиту на ринку. Стимулом, що спонукає людину до конкурентної боротьби, є прагнення перевершити інших. У суперництві на ринках мова йде про укладання угод і про частки участі в ринковій сфері. Конкурентна боротьба – це динамічний процес, що прискорює розвиток. Він служить кращому забезпеченню ринку товарами. У кожній ринковій економіці існує небезпека того, що учасники конкурентної боротьби спробують ухилитися від обов'язкових норм і ризику, пов'язаних із вільною конкуренцією, прибігаючи, наприклад, до змови про ціни або імітацію товарних знаків. Тому державу повинно видавати нормативні документи, що регламентують правила конкурентної боротьби і гарантують:

- якість конкуренції;
- саме існування конкуренції;
- ціни і якість виробів повинні бути в центрі уваги конкуренції;
- запропонована послуга повинна відповідати ціні й іншим договірним умовам;
- захищені правовими нормами товарні знаки і марки допомагають покупцю розрізняти товари по їхньому походженню і своєрідності, а також судити про деякі їхні якості;
- обмежена за часом патентний захист і зареєстровані промислові зразки, а також зразки промислової естетики.

У залежності від співвідношення між кількістю виробників і кількістю споживачів розрізняють такі види конкурентних структур:

Велика кількість самостійних виробників деякого однорідного товару і маса відособлених споживачів даного товару.

Величезне число відособлених споживачів і мала кількість виробників, кожний із яких може задовольнити значну частку загального попиту. Єдиний споживач товару і множина самостійних виробників.

Дана структура породжує особливий тип недосконалої конкуренції, називаний монопсонією (монополія попиту).

Отже, з метою сприяння розвитку конкуренції на товарних ринках та підтримки підприємництва доцільно:

- сприяти підприємницькій активності фізичних та юридичних осіб, особливо на монополізованих товарних ринках шляхом надання пільг при створенні та діяльності підприємств малого та середнього бізнесу та при умові контролю за їх цільовим використанням, особливо на монополізованих ринках. Пріоритетність товарного ринку повинна визначитися у відповідності із критеріями спеціалізації регіону, соціальної значимості та необхідності розвитку конкуренції;
- активізувати залучення коштів місцевих бюджетів, асоціацій, громадських об'єднань, добровільних організацій і підприємств на фінансування місцевих пріоритетних проектів;
- запровадити загальнодержавну систему довідково-консультативних послуг для малих підприємств.

### **Список використаних джерел:**

1. Адамик В. А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В. А. Адамик // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2012. – № 1. – С. 69-78.
2. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції / Р. Грецький // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 2. – С. 35-38.
3. Економічна діагностика : навчальний посібник. / І. В. Кривов'язюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/16677-1-teoretichn-pdhodi-u-viznachen-zmstu-konkurentospromojnost.html>
4. Крючкова І. В. Структурні чинники розвитку економіки України / І. В. Крючкова. – К. : Наукова думка, 2004. – 316 с.
5. Злидень І. М. Концептуальні засади системного управління конкурентним потенціалом / І. М. Злидень // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна: 36. наук. праць. – Економічна серія. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. – С. 63-67

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ**

**Калінчук Н. А., студентка**

*Науковий керівник: старший викладач Стрембіцька Л. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

За весь час існування економічної системи одним з головних інструментів соціально-економічної політики держави незалежно від типу економічної системи, планової або ринкової, залишається організація заробітної плати, яка у свою чергу відображає складний спектр взаємодії елементів ринкового, державного, колективно-договірного регулювання що в кінцевому рахунку передбачає розробку відповідного механізму безпосередньо на рівні

підприємства. Тобто оплатою праці виступає грошовий вираз вартості і ціни робочої сили у формі будь-якого заробітку, виплаченого власником підприємства працівникові за виконану роботу.

Прийняття Законів України «Про оплату праці», «Про колективні договори і угоди» та інших законодавчих актів дозволило створити необхідну нормативно-правову базу та організаційно-методичну основу для організації заробітної плати в умовах ринкової економіки відповідно до міжнародних трудових норм. Зокрема, здійснено перехід від централізованої системи організації оплати праці, за якою держава регулювала розміри заробітної плати практично на кожному робочому місці, до колективно-договірних принципів її регулювання та встановлення державних гарантій в оплаті праці. Тобто відбулось чітке розмежування сфери державного та договірного регулювання оплати праці в країні.

Проте, нині в Україні заробітна плата не відображає реальної вартості робочої сили, а перетворилась на мінімальну соціальну гарантію, що не здатна забезпечити повноцінне та якісне відтворення робочої сили. На жаль, в українській економіці значно занижена частка заробітної плати у витратах виробництва. Окремими науковцями це розглядається як джерело конкурентних переваг, проте конкурентні переваги на основі дешевої робочої сили є ознакою країн з низьким економічним розвитком, що не здатне забезпечити соціально-економічного прогресу на довгострокову перспективу. Крім того, нині через зменшення реальних доходів спостерігається зниження купівельної спроможності населення, що призводить до затовареності споживчої сфери товарами, які є недоступні споживачам, та спричиняє поглиблення кризи виробництва.

За даними Державної служби статистики України, середньомісячна номінальна заробітна плата в Україні збільшилась в 2015-2016 рр. з 4195 грн до 5183 грн; проте індекс реальної заробітної плати у 2015 р. склав 79,8 %, а в 2016 році – 109,0 %, що фактично не відображає її зростання. Зростання заробітної плати спостерігається певною мірою з початку 2017 р., що пов'язане зі зростанням номінальної заробітної плати до рівня 3200 грн. Так, середньомісячна заробітна плата в 2017 р. в Україні збільшилася з 6008 грн у січні до 7351 грн у вересні, або на 22 %; реальні ж розміри збільшення заробітної плати в цьому періоді є незначними, оскільки інфляція в цьому періоді зросла понад 10,0 % [1].

Неоднозначними є результати розподілу середньомісячної заробітної плати працівників залежно від організаційно-правових форм господарювання. Так, досить низькі заробітки в Україні в 2016 р. склались на приватних підприємствах 3169 грн, при тому що показник середньомісячної заробітної плати цього ж року становив 5183 грн. На нашу думку, це є ознакою отримання так званих «заробітків у конвертах» [2, с. 114-115].

Нині в Україні досить значною є територіальна диференціація заробітної плати. Найвища заробітна плата в Україні станом на вересень 2017 року встановилась в м. Київ, серед областей лідерами є Донецька обл. (7456 грн.), Київська обл. (6948 грн.), Дніпропетровська обл. (6696 грн.). Найнижчі рівні

заробітної плати зафіксовано в Тернопільській обл. (5338 грн.), Чернівецькій обл. (5373 грн.) та Чернігівській обл. (5468 грн.). Така диференціація заробітної плати провокує вивільнення робочої сили з регіонів та їх міграцію у столицю нашої країни і закордон, а в подальшому провокуватиме значний дисбаланс робочої сили.

Проблему в організації заробітної плати на державному рівні вбачаємо в надмірній її диференціації залежно від видів економічної діяльності. Привабливими з точки зору рівня оплати праці на сьогодні є такі види діяльності як авіаційний транспорт, інформація та телекомунікація, фінансова та страхова діяльність; значно покращилась оплата праці в професійній, науковій та технічній діяльності. Катастрофічною є ситуація в сфері охорони здоров'я та соціальної допомоги, оскільки при розмірі середньомісячної заробітної плати 7351 грн. в цілому в Україні станом на вересень 2017 р. розмір заробітної плати в сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги становив лише 4870 грн.

Негативною тенденцією в системі оплати праці в Україні є зростання суми її заборгованості. Так, станом на початок 2016 р. величина заборгованості із виплат заробітної плати становила 1791,0 млн. грн., а станом на жовтень 2017 р. вона зросла до 2467,8 млн. грн. (+ 37,8 %).

Серед видів діяльності найвагоміше збільшення суми невиплаченої заробітної плати спостерігалось у добуванні кам'яного та бурого вугілля (на 71,9 млн. грн), виробництві автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів (на 64,8 млн. грн), виробництві машин і устаткування (на 21,8 млн. грн), а також виробництві меблів, іншої продукції, ремонті та монтажі машин і устаткування (на 17,3 млн. грн).

Зростання суми боргу перед працівниками економічно активних підприємств спостерігалось у 12 регіонах країни, при цьому найвагоміше – у Донецькій (на 59,6 млн. грн), Миколаївській (на 27,8 млн. грн) та Харківській (на 16,3 млн. грн) областях.

У підсумку необхідно відмітити, що низька заробітна плата та значні суми заборгованості з неї є результатом несформованого ринку праці, недосконалої структури виробництва, монополізму роботодавців в системі соціально-трудових відносин, що вимагає розбудови елементів ефективного ринкового та державно-договірного її регулювання відповідно до механізму, що сформувався у розвинутих країн світу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Оплата праці та соціально-трудові відносини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/)
2. Праця України у 2016 році. Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/)



## **ПРОДУКТИВНА ЗАЙНЯТІСТЬ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

**Калугаряну Ю. М., магістрантка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Смолій Л. В.  
Уманський національний університет садівництва*

Ефективність використання робочої сили нерозривно пов'язана із забезпеченням продуктивної зайнятості. У такому разі під зайнятістю розуміється спосіб отримання коштів існування, а не лише оплачувана робота. Щодо створення можливостей для соціально-економічного розвитку важлива саме повна, продуктивна зайнятість, а не зайнятість узагалі, яка часто не передбачає максимальну реалізацію потенціалу і гідний рівень доходів зайнятого.

Соціальне та економічне значення продуктивної зайнятості як чинника підвищення ефективності використання трудового потенціалу проявляється, перш за все, у тому, що вона сприяє поліпшенню його якісних характеристик, а саме досвідченості, професіоналізму та творчої активності працівників, що є чинником підвищення продуктивності праці. Це, у свою чергу, сприяє зростанню обсягів виробництва, рівня зайнятості, зменшенню собівартості продукції та підвищенню її якості. У результаті відбувається збільшення прибутків підприємств і заробітної плати найманих працівників, що розширює базу оподаткування і можливості держави та самих підприємств виконувати соціальні програми. На цій стадії коло замикається: зростання реальних доходів зайнятих і прибутків підприємств забезпечує фінансово-економічну базу подальшого розвитку трудового потенціалу: підвищення освітнього рівня (у тому числі нових поколінь працівників), поліпшення параметрів здоров'я і збільшення тривалості життя населення.

Забезпечення продуктивної зайнятості полягає в наступному [1]:

- досягненні раціонального регіонально-галузевого розподілу ресурсів праці, що забезпечує найбільш ефективний розвиток усіх ланок економіки і найвищу віддачу кожного працівника;
- задоволенні потреби економічно активного населення у суспільно-корисній діяльності;
- досягненні оптимального розподілу суспільної праці та максимально можливого рівня продуктивності та ефективності суспільної праці;
- усвідомленні економічної доцільності кожної структурної одиниці економіки та робочого місця;
- задоволенні матеріальних, соціальних і духовних потреб населення;
- отриманні працівником економічно обґрунтованих доходів;
- створенні таких умов зайнятості, що забезпечують не тільки відтворення робочої сили працівника, а й його гармонійний розвиток;

– узгодженні професійно-кваліфікаційної структури робочої сили системі робочих місць, тобто досягнення кількісної та якісної відповідності пропозиції робочої сили попиту на неї.

Можна виділити кілька обставин, які сьогодні суттєво впливають на продуктивну зайнятість населення:

1) продуктивна зайнятість населення багато в чому залежить від раціональної роботи органів виконавчої влади всіх рівнів при розробці та вдосконаленні активної політики держави, яка передбачає реалізацію програм зайнятості, що здатні вирішувати проблеми бідності шляхом забезпечення високопродуктивних робочих місць, збільшення доходів громадян від трудової діяльності, підвищення рівня соціального захисту населення тощо.

2) продуктивна зайнятість населення залежить від ефективної роботи служб зайнятості, що полягає у працевлаштуванні безробітних, заохоченні підприємницької активності, проведення професійного навчання громадян під конкретне замовлення роботодавців.

3) продуктивна зайнятість населення залежить від соціальної відповідальності роботодавців. Будь-який роботодавець, повинен вести активну внутрішню і зовнішню політику соціального захисту своїх працівників та їх сімей, надавати соціальні пакети, забезпечувати працівників легальною заробітною платою, гідними умовами праці.

4) продуктивна зайнятість населення залежить і від самих працівників та їх трудової діяльності, їхнього бажання і прагнення виконувати роботу якісно, в повному обсязі та у зазначені терміни, а також спрямованості на постійне самовдосконалення та професійний розвиток [2].

Загалом, продуктивна зайнятість визначає такий її рівень і структуру, які одночасно відповідають потребам виробництва кількості та якості робочої сили, а також потребам економічно активного населення у кількості робочих місць з необхідними якісними параметрами. Тобто, продуктивна зайнятість сприяє досягненню збалансованості між потребою населення у робочих місцях та їх наявністю не тільки в цілому, але і за професіями, кваліфікацією, умовами і режимами праці та інших якісних характеристик, що зумовлені як запитами людей, так і вимогами виробництва. Крім того, продуктивна зайнятість як найважливіша складова системи соціального захисту населення сприяє зростанню добробуту громадян, запобіганню масового безробіття.

#### **Список використаних джерел:**

1. Проблеми трансформації зайнятості і розвитку ринку праці України (методологія, аналіз, шляхи вдосконалення) / В. І. Герасимчук; НАН України. Рада по вивч. продукт. сил України. – К. : ТОВ «ПРИНТ ЕКСПРЕС», 2010. – 503 с.
2. Онікієнко В.В. Розвиток ринку праці України: тенденції та перспективи / Онікієнко В. В., Ткаченко Л. Г., Ємельяненко Л. М.; ред. В. В. Онікієнко ; НАН України, Рада по вивч. продукт. сил України. – К. : РВПС України НАН України, 2015. – 286 с.

## **РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ В ПОДОЛАННІ БЕЗРОБІТТЯ**

**Кобзін Б. Г., студент**

*Науковий керівник: старший викладач Стрембіцька Л. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Державна служба зайнятості є державним органом, який забезпечує додержання наданих державою громадянам гарантій зайнятості та соціального захисту від безробіття. Діяльність Державної служби зайнятості контролюється Міністерством соціальної політики України та місцевими органами державної виконавчої влади; послуги, пов'язані із забезпеченням зайнятості населення, надаються державною службою безкоштовно. Основними функціями Державної служби зайнятості є [1]:

- аналіз і прогнозування попиту та пропозиції на робочу силу, інформування населення й державних органів управління про стан ринку праці;
- консультування громадян, власників підприємств, установ і організацій або уповноважених ними органів, які звертаються до служби зайнятості, про можливість одержання роботи і забезпечення робочою силою;
- облік вільних робочих місць громадян, які звертаються з питань працевлаштування;
- надання допомоги громадянам у виборі роботи, власникам підприємств, установ, організацій або уповноваженим ними органам у підборі необхідних працівників;
- організація при потребі професійної підготовки та перепідготовки громадян у системі служби зайнятості або направлення їх до інших навчальних закладів, що здійснюють підготовку та перепідготовку працівників, сприяння підприємствам у розвиткові та визначенні змісту курсів навчання й перепідготовки;
- надання послуг з працевлаштування та професійної орієнтації працівникам, які бажають змінити професію або місце роботи (у зв'язку з пошуками високооплачуваної роботи, зміною умов режиму праці тощо), звільненим працівникам, незайнятому населенню;
- реєстрація безробітних і надання їм у межах своєї компетенції допомоги, в т. ч. і грошової, участь у підготовці перспективних і поточних державних і територіальних програмах зайнятості та заходів щодо соціальної захищеності різних груп населення від безробіття.

На сьогодні Державна служба зайнятості уособлює інноваційну модель розвитку соціальної політики в Україні та розглядає соціальний захист населення від безробіття не лише як послуги з профорієнтації, підвищення конкурентоспроможності пошуковців роботи на ринку праці шляхом професійного навчання, виплати допомоги по безробіттю та підбору роботи, а в першу чергу спрямовує зусилля на реалізацію принципів гідних умов праці й заробітної плати, легалізацію зайнятості, що забезпечує громадянам України найважливіші соціальної гарантії.

Нині вже важко уявити, як працювала служба зайнятості без Єдиної технології обслуговування незайнятого населення (ЄТОНН) та без Єдиної інформаційно-аналітичної системи (ЄІАС). Саме завдяки тому, що служба зайнятості використовує у своїй роботі сучасні технології, її діяльність є актуальною за будь-яких умов розвитку ринку праці. Сьогодні суспільство особливо потребує оперативних, актуальних та достовірних даних щодо сфери зайнятості.

За даними Державної служби зайнятості [2], у січні-вересні 2017 року статус зареєстрованих безробітних мали 332,7 тис. осіб, які потребували додаткових гарантій у сприянні працевлаштуванню; профорієнтаційними послугами було охоплено 319 тис. безробітних; за направленням служби зайнятості проходили професійне навчання 48,2 тис. безробітних, що на 7 % більше, ніж у січні-вересні 2016 року; до участі у громадських та інших роботах тимчасового характеру було залучено 71,5 тис. осіб.

Серед зареєстрованих безробітних за професійними групами переважають робітники з обслуговування, експлуатації устаткування та машин; законодавці, державні службовці, керівники; працівники сфери торгівлі та послуг. Станом на 1 жовтня 2017 року допомогу по безробіттю отримували 238 тис. осіб, що на 12 % (на 32 тис.) менше, ніж на відповідну дату 2016 року.

У січні-вересні 2017 року, у порівнянні з відповідним періодом 2016 року, досягнуто позитивної динаміки по основних напрямках діяльності Державної служби зайнятості. Кількість осіб, працевлаштованих за сприяння Державної служби зайнятості, зросла на 37 тис. або 7 % та становила 609 тисяч. При цьому, 45 % з них були працевлаштовані оперативно до надання статусу безробітного. Кожен третій з числа безробітних знайшов роботу у сільському, лісовому та рибному господарстві, кожний п'ятий – у переробній та добувній промисловості, 17 % – в оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті.

Завдяки підвищенню результативності роботи щодо сприяння працевлаштуванню громадян кількість безробітних станом на 1 жовтня 2017 року у порівнянні з відповідною датою 2016 року скоротилася на 11 %, або на 39 тис. та становила 303 тис. осіб. Середній розмір допомоги по безробіттю у вересні 2017 року становив 2 033 гривень (на 240 грн. більше, ніж у вересні 2016 року).

Станом на 1 жовтня 2017 року кількість вакансій, заявлених роботодавцями до Державної служби зайнятості, у порівнянні з відповідною датою минулого року, зросла на 29 % та становила 73 тис. одиниць. Крім того, у базі даних служби зайнятості містилася інформація про 45 тисяч пропозицій роботи, отриманих з інших джерел.

У січні-вересні 2017 року послуги Державної служби зайнятості отримували 34,7 тис. безробітних осіб з інвалідністю. Кількість осіб з інвалідністю, які були працевлаштовані за сприянням Державної служби зайнятості, зросла на 2 % та становила 9,3 тис. осіб, зокрема, 8,1 тис. мали статус безробітного.

За сприянням Державної служби зайнятості у січні-вересні 2017 року знайшли роботу 238,6 тис. молодих громадян, зокрема, кожен другий з них був працевлаштований оперативно до набуття статусу безробітного.

Отже, в умовах економічної та політичної нестабільності Державна служба зайнятості намагається сприяти зменшенню частки безробітних в країні, реалізуючи функцію соціального захисту та залучаючи безробітних до процесу суспільного виробництва. В підсумку варто відмітити, що в останній період спостерігається підвищення показників ефективності діяльності Державної служби зайнятості, що підтверджується зменшенням рівня безробіття та збільшенням рівня працевлаштування незайнятих громадян.

#### **Список використаних джерел:**

1. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносини [Текст] : підручник : затв. МОН України. – К. : Знання, 2006. – 559 с.
2. Статистична інформація Державної служби зайнятості [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list/category?cat\\_id=30543](http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list/category?cat_id=30543)

### **ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ ТА НАПРЯМИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

**Ковальчук М. С., студентка**

*Науковий керівник: старший викладач Стрембіцька Л. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Дослідження проблеми безробіття в Україні є досить актуальним на сьогоднішній день, оскільки воно створює низку проблем як в соціальному, так і в економічному плані, а саме: скорочення купівельної спроможності населення, утрату платників податків для бюджету і персоналу для підприємств.

Безробіття – це таке соціально-економічне явище, коли частина економічно активного населення не може знайти застосування своїй робочій силі й стає «зайвою». На сьогодні, за даними ООН, близько 800 млн осіб, тобто кожен третій працездатний у світі не має роботи взагалі або має сезонний чи випадковий заробіток. Чим нижчий рівень соціально-економічного розвитку країни, тим вищий рівень безробіття, і навпаки [3, с. 60].

Безробіття – це не лише гостра економічна проблема, це також величезна соціальна, психологічна та моральна проблема, вплив якої відчувається через зростання злочинності, збільшення бідних та зневірених у собі людей. З одного боку, безробіття вважається важливим стимулятором активності працюючого населення, а з іншого – великою суспільною проблемою.

Специфіка українського безробіття визначається тим, що на відміну від країн із розвинутою економікою, з їх перевиробництвом товарів і обмеженістю ринку, в Україні немає непереборних перешкод для створення нових робочих

місць для безробітних, адже ємність українського ринку для виробництва товарів і послуг далека від вичерпання [4, с. 12].

Причиною такого розповсюдженого явища як безробіття є неефективність використання робочої сили в минулому і відсутність економічних умов, які б дали змогу людям застосовувати свої навички у продуктивній роботі за пристойну плату. Особливої уваги потребують питання щодо дотримання принципів гідної праці, гарантування соціального захисту, дотримання загальних прав людини в соціально-трудовій сфері, упорядкування міжнародних міграційних потоків [1, с. 22].

За даними Державної служби статистики [2], рівень безробіття за методологією МОП в Україні період 2015-2016 рр. збільшився з 9,1 % до 9,3 %. Серед регіонів найвищий рівень безробіття зафіксований у Луганській (16,0 %) та Донецькій (14,1 %) областях. Найменший рівень безробіття спостерігається в м. Київ (6,7 %) та Київській і Одеських областях (6,8 %). Проте рівень зареєстрованого безробіття у цей же період не перевищує 2,0 %, що свідчить про значне зменшення реальних проблем безробіття. Крім того, зареєстроване безробіття в Україні станом на вересень 2017 року становило лише 1,2 %, а загальна чисельність зареєстрованих безробітних не перевищувала 303 тис, з яких 237,8 тис отримували допомогу по безробіттю (78,5 % від їх загальної чисельності зареєстрованих безробітних).

В період 2015-2016 рр. середня тривалість пошуку роботи в Україні становила 7 місяців, а майже чверть безробітних шукала роботу понад рік. Також варто відмітити, щодо вікового складу, то 35 % безробітних – це молодь у віці 15-29 років; при цьому більша частка безробітних пропадає на чоловічу стать.

Також особливістю безробіття в Україні є переважання безробіття в сільській місцевості над безробіттям у міських поселеннях.

Досить тривожні сигнали на ринку праці України вбачаються в статистичних показниках, що відображають конкуренцію на посади в держструктурах, оскільки на кожне робоче місце в державних установах у 2016 році претендувало понад 20 осіб.

Стан ринку праці та масштаби безробіття свідчать про потребу прийняття термінових заходів, необхідних для вирішення проблеми зайнятості та створення робочих місць.

На сьогоднішній день проблема безробіття вимагає розробки та реалізації соціальних гарантій як від держави, так і від регіональних органів влади. Проблема безробіття – це проблема, яка потребує негайного вирішення і глибокого наукового аналізу та вироблення на цій основі практичних рекомендацій, які можуть використовуватися для розробки і реалізації ефективної соціально-економічної політики, направленої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно активного населення країни, зменшення рівня безробіття до мінімального соціально допустимого рівня.

На нашу думку, основними напрямками вирішення проблеми безробіття в нашій країні можуть бути:

- збільшення державного фінансування програм професійного навчання;

- збільшення фінансування заходів щодо надання ефективної підтримки пошуку робочих місць безробітним;
- преміювання підприємств, які сплачували страхові внески протягом більше двох років без звільнень робітників;
- стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу;
- надання податкових кредитів підприємствам за кожне нове створене робоче місце;
- забезпечення відповідності держзамовлення на підготовку спеціалістів у відповідності з реальним станом попиту на робочу силу;
- надання підприємцям субсидій, премій та податкових пільг для найму додаткової робочої сили або переведення частини працівників на скорочений робочий день у випадку можливого повного звільнення.

Отже, запровадження вище запропонованих заходів сприятиме зменшенню напруги на ринку праці та покращенню як економічного, так і соціального рівня розвитку суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бондарук І. С. Соціальне забезпечення в системі соціального захисту / І. С. Бондарук // Економічні науки. – Серія «Облік і фінанси». – Випуск 8(29). – Ч. 2. – 2011. – С. 22–26.
2. Економічна активність населення України 2016: Статистичний збірник / Державна служба статистики. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Майсюра О. М. Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни / О. М. Майсюра // Економіка та держава. – 2010. – № 8. – С. 60–61.
4. Транченко Л. В. Безробіття як соціальна проблема ринкового суспільства / Л. В. Транченко // Економіка та держава. – 2012. – № 4. – С. 12–13

## **ФОНДОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Колісник С. О., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Гарник О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сьогодні фондовий ринок став невід’ємною складовою економік розвинутих країн. Розвиток цивілізованого інвестиційного процесу в економіці України та подальше проведення ринкових реформ перш за все неможливо без створення ефективно працюючого фондового ринку, який у свою чергу має забезпечувати реалізацію національних інтересів України та сприяти зміцненню її економічної незалежності. Становлення ефективного та дієвого фондового ринку є важливим етапом завершення трансформації вітчизняної економіки.

Сучасний стан розвитку фондового ринку України є досить важливим питанням, оскільки ефективно функціонуючий фондовий ринок міг би стати фундаментом для забезпечення економічної стабільності та проведення структурних реформ в Україні, що є досить актуально у такий складний час для України. Це один з найбільш ефективних механізмів регулювання фінансових ресурсів. Фондовий ринок одночасно виступає сегментом грошового ринку і ринку капіталів. Крім того, він сприяє акумулюванню капіталу для інвестицій у всі сфери суспільного життя, структурній перебудові економіки, а також підвищенню добробуту кожної людини шляхом володіння і вільного розпорядження цінними паперами.

Загальний обсяг випусків емісійних цінних паперів зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку у січні-лютому 2016 року становив 14,85 млрд. грн., що на 1,02 млрд. грн. більше у порівнянні з відповідним періодом за 2015 рік (13,83 млрд. грн.) [2].

Протягом січня-лютого 2016 року Комісією зареєстровано 16 випусків акцій на суму 10,63 млрд. грн. Порівняно з аналогічним періодом 2015 року обсяг зареєстрованих випусків акцій збільшився на 375,69 млн. грн.

Найбільший обсяг торгів за фінансовими інструментами на організаторах торгівлі протягом періоду зафіксовано з:

- державними облігаціями України – 19,55 млрд. грн. (66,34% від загального обсягу біржових контрактів на організаторах торгівлі у січні-лютому поточного року);
- депозитними сертифікатами Національного банку України – 8,47 млрд. грн. (28,74% від загального обсягу біржових контрактів на організаторах торгівлі у січні-лютому поточного року) [2].

На сучасному стані функціонування фондового ринку України серед нагальних проблем його розвитку можна виділити наступні:

- надмірна кількість фондових бірж (окремі біржі здійснюють операції нерегулярно і в незначних обсягах);
- відсутність досконалого механізму взаємодії бірж з депозитарною системою та єдиних стандартів проведення розрахунків і клірингу;
- фондовий ринок не приносить прибутку торговцям, що нівелює їх зацікавленість та знижує ліквідність ринку;
- обмежена кількість ліквідних та інвестиційно-привабливих фінансових інструментів, відсутність ліквідних цінних паперів публічних акціонерних компаній ;
- низький рівень гарантії повернення інвестицій для іноземних інвесторів через недосконалість валютного регулювання;
- недостовірність інформації щодо загального обсягу торгів на біржовому ринку, що не сприяє прозорості й відкритості ринку, а отже знижує довіру до вітчизняних цінних паперів.

Подальший розвиток фондового ринку залежить від конкретних заходів держави у сфері розбудови фінансової системи. Для покращення ситуації на фондовому ринку необхідно вжити низку заходів. По-перше, для виконання



зазначеної мети має функціонувати розвинена інфраструктура фондового ринку, має бути запропоновано широкий спектр інструментів та ефективні механізми взаємодії учасників ринку. По-друге, невід'ємною складовою розвитку фондового ринку має стати його інтеграція у світові фінансові ринки.

Разом з тим, розвиток фондового ринку України має бути тісно пов'язаним з розвитком інших сегментів фінансового ринку (банківського, страхового, сектору пенсійного забезпечення тощо). По-третє, основною функцією, яку має виконувати ринок цінних паперів, є забезпечення грошовим капіталом потреб економіки країни шляхом створення механізму акумулювання, розподілу та перерозподілу фондів коштів від особи, яка володіє вільними інвестиційними ресурсами, до особи, якій необхідні такі ресурси для розвитку [3, с.107].

Крім вищезазначених заходів, у Програмі розвитку фондового ринку України на 2015-2017 роки «Європейський вибір – нові можливості для прогресу та зростання» (далі – Програма) наведено перелік основних завдань фондового ринку на період до 2017 року:

1. Розвиток корпоративної реформи, підвищення ефективності регулювання емітентів, розширення інструментарію на фондовому ринку.
2. Стимулювання притоку інвестицій на фондовий ринок; забезпечення надійного і ефективного функціонування ринкової інфраструктури.
3. Забезпечення функціонування єдиної державної політики.
4. Стимулювання покращення інвестиційного клімату [1].

Метою Програми є стимулювання притоку інвестицій в економіку України через інтеграцію фондового ринку у світові ринки капіталу та запровадження кращих світових стандартів і практик. Реалізація цієї Програми має бути спрямована на: забезпечення функціонування справедливого, ефективного та прозорого ринку; захист інвесторів; зниження системних ризиків; інтеграцію України в міжнародні фондові ринки; стимулювання економіки країни; збільшення надходження інвестицій [1].

Слід зазначити, що за результатами реалізації попередньої Програми розвитку фондового ринку України на 2012-2014 роки було досягнуто таких результатів:

- залучення в середньому щорічно не менш як 100 млрд. грн. у цінні папери, у тому числі як інвестиції не менше як 75 млрд. грн. (досягнуто – у 2013 році було залучено 142,03 млрд. грн., у тому числі як інвестиції – 141,77 млрд. грн.);
- підвищення співвідношення капіталізації біржового ринку до валового внутрішнього продукту до 40 відсотків (не досягнуто, оскільки станом на 2013 рік був 21,43%);
- збільшення до 20 відсотків частки біржового ринку (досягнуто – в 2013 році становило 27,69%);
- збільшення до 50 млрд. грн. загальної номінальної вартості облігацій підприємств, що перебувають в обігу на фондовому ринку (майже досягнуто – в 2013 році – 42,47 млрд. грн.);

Таким чином, фондовий ринок – це потужний потенціал розвитку фінансової системи України, який безперервно змінюється і розвивається, попри невеликий рівень капіталізації. Нагальні проблеми, що існують на фондовому

ринку України, заважають його подальшому розвитку. Тому наразі виникає об'єктивна необхідність запровадження комплексу заходів з реформування, які будуть спрямовані на подолання існуючих проблем розвитку вітчизняного фондового ринку та забезпечать його ефективне функціонування. А формування в Україні ефективного фондового ринку в свою чергу має спричинити завершення процесу ринкової трансформації національної економіки, забезпечити інституційну збалансованість останньої, спричинити зміцнення національної конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Програма розвитку фондового ринку України на 2015-2017 роки «Європейський вибір – нові можливості для прогресу та зростання» від 14.09.2014 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/NT1039.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT1039.html).
2. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua>.
3. Яковенко Г. С. Фондовий ринок: сучасний стан та перспективи розвитку / Г. С. Яковенко // Магістеріум. Економічні студії. – 2016. – Вип. 56. – С. 105-108. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Magisterium\\_ek\\_2014\\_56\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Magisterium_ek_2014_56_30).
4. Яцюк Г. В. Модернізація торгівельної інфраструктури ринку цінних паперів / Г. В. Яцюк // Фінансова інфраструктура України: проблеми та напрямки розвитку: зб. тез Всеукр. наук.- практ. конф. – К. : Криниця, 2015 – С. 170 – 172.

### **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ НА СВІТОВОМУ ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ**

**Мацола А. В., студент**

*Науковий керівник: професор Соловійов В. М.*

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

В умовах глобалізації та трансформації світових ринків питання функціонування світового продовольчого ринку заслуговує на особливу увагу, оскільки він відіграє стратегічну роль в функціонуванні кожної країни, як джерело забезпечення населення продовольством та є важливою складовою національної безпеки країни.

Метою дослідження є визначення сутності поняття «продовольчий ринок» та його складових, а також виявлення основних тенденцій, що сформувалися на цьому ринку.

Об'єктом роботи виступає продовольчий ринок як економічна категорія, що являє собою сферу відносин між суб'єктами підприємницької діяльності, що складаються з приводу купівлі-продажу продовольства.

Оскільки питання дослідження продовольчого ринку є досить актуальним, тому існує безліч підходів до трактування цього терміну (табл. 1).

**Основні підходи до визначення сутності продовольчого ринку**

| Вчений            | Означення                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Карпенко Н.В.     | сукупність відносин між суб'єктами підприємницької діяльності, що складаються з приводу купівлі-продажу продовольства; місце, де формується попит, пропозиція та ціна на той чи інший продовольчий товар.                                                                                                                                      |
| Поліщук О. А      | самоорганізована відкрита система, де економічні відносини між покупцями, продавцями й іншими учасниками ринку формуються вільно і самостійно, визначаються потреби держави та суспільства в цих послугах, виділена сфера ринкового і географічного простору продажу продукції та послуг, де вплив держави обмежений її регулюючою діяльністю. |
| Страшинська Л. В. | складна організаційна систему, що включає такі взаємодіючі елементи як виробники і постачальники сировини, виробники харчової продукції, торговельно-збутові організації, покупці та відповідну інфраструктуру.                                                                                                                                |
| Ільїна З.М.       | економічна система, що об'єднує вільно взаємодіючих виробників і споживачів продовольчих товарів, які обмінюються між собою на основі повної й достовірної інформації, що призводить до вирівнювання і зниження витрат.                                                                                                                        |
| Саблук П.Т.       | сфера взаємодії суб'єктів ринку із забезпечення виробництва й вільного руху сільськогосподарської продукції, продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва і послуг для агропромислового комплексу.                                                                                                                                    |

*Складено автором на основі джерел [1-4].*

Всі вище подані підходи доповнюють один одного і утворюють одне ціле, на основі чого було сформовано наше бачення продовольчого ринку як складної економічної системи, в якій забезпечується виробництво сировини, вільний рух готової продукції, технологій і включає в себе всі необхідні зв'язки та товарно-грошові відносини між учасниками ринку.

У зарубіжній та вітчизняній літературі існують різні класифікації продовольчих ринків [6, с. 77].

На нашу думку найбільшої уваги приділяють класифікаціям за масштабами поширення: регіональний, внутрішньо-державний, міждержавний продовольчі ринки та за видами продуктів: ринок овочів, фруктів, баштанних тощо; ринок м'яса і м'ясопродуктів; ринок молока і молокопродуктів; ринок дикорослої продукції; ринок жирів; ринок риби, рибопродуктів і продуктів моря; ринок цукру; ринок зернових і зернобобових продуктів; ринок кондитерських виробів; ринок хлібобулочних виробів тощо.

Найбільші світові тенденції функціонування світового продовольчого ринку полягають в:

1) Попит на продовольство зростає, а моделі харчування змінюються у бік споживання більшої кількості продуктів тваринництва, рослинних олій і цукру у все більшій мірі двигуном зростання світового попиту на продовольство стають

населення, економічне зростання та урбанізація, особливо в країнах, що розвиваються.

2) Значна нестабільність цін.

3) Зміна аграрних структур, агроіндустріалізація і глобалізація виробництва продовольства тощо [7].

Згідно, підготовлених ФАО останніх оцінок ринку, світове виробництво зернових в 2017 році вийде новий рекордний рівень. В результаті глобальне пропозиція зернових в 2017/18 році перевищить прогнозований рівень і призведе до збільшення запасів зернових до закінчення сезону в 2018 році до історичного максимуму. Прогноз ФАО щодо світового обсягу споживання зернових знижено на 2,3 млн т до 2 589 млн т, що, все ж на 26 млн т (1,0%) вище, ніж в 2016/17 році.

У 2017 році у світі очікується збільшення виробництва м'яса (на 0,3%). При цьому, зростання буде характерним для яловичини, м'яса птиці та баранини, а свинина продемонструє падіння виробництва на 0,8%. Найбільший приріст очікують у США, Бразилії, Індії та Аргентині. Зниження очікується у Китаї. У сезоні 2016/2017 років світове виробництво олійних культур збільшиться на 8,8%, або на 47,0 млн. тонн.

Головним трендом світового аграрного ринку залишається висока волатильність цін на основні види сільськогосподарської продукції, що пов'язано як із динамічною кон'юктурою зміни попиту і пропозиції, так і складними фінансово-економічними процесами в глобальній економіці. Проаналізувавши індекс продовольчих цін, можна сказати, що останнім часом спостерігається зростання цього показника. Незважаючи на те, що зниження значення індексу цін на зернові триває вже другий місяць поспіль, воно все ще на 8% вище показника за той же період минулого року. Середнє значення Індексу цін на молочну продукцію також має тенденцію до зростання і на 27,4% вище рівня того ж періоду минулого року, але все ще на 18,6% нижче його пікового значення, якого він досяг у лютому 2014 року.

За прогнозами ОЕСР, на найближчі 20 років у найбільш розвинених країнах відбудуться зміни в структурі споживання та якості продуктів харчування. За даними «Продовольства та сільського господарства» Організація Об'єднаних Націй (ФАО), попит для сільськогосподарської продукції зросте на 50 відсотків між 2030 роком і на 70 відсотків до 2050 року[8].

На перше місце у світовому експорті вийдуть США, Австралія і Нова Зеландія, потіснивши країни ЄС. Щодо продовольчого ринку України та його місця на світовій арені, то упродовж останніх п'яти років Україна зміцнила свої позиції на міжнародному аграрному ринку та впевнено перебуває в світовій десятці виробників зерна. До того ж є лідером з виробництва насіння соняшнику та експорту соняшникової олії, ввійшла до трійки лідерів з експорту зерна, поступаючись лише США та Європейському Союзу Україна є одним з найбільших світових виробників та експортерів сільськогосподарської продукції, вирощуючи понад 60 млн. т зернових та більше 10 млн. т насіння соняшника на рік.

Таким чином, з одного боку, продовольчий ринок є невід'ємною частиною соціально-економічної системи, а з іншого – самостійний економічний механізм зі своїми особливостями та закономірностями.

### **Список використаних джерел:**

1. Антошкіна Л. І. Інфраструктура товарного ринку: [навч.-метод. посібник для самостійного вивчення та підготовки бакалаврів зі спеціальності Маркетинг] / Л. І. Антошкіна, І. О.Тарлопов, Л. П.Коленченко. – Донецьк, 2009. –184 с.
2. Поліщук О. А. Стратегія розвитку споживчого ринку регіону / О. А. Поліщук // Матеріали «круглого столу»: Стратегія розвитку Полтавської області: інформаційні засади реалізації, 14 травня 2009 р. – Полтава: ПНТУ ім. Ю. Кондратюка, 2009. – С. 59-60.
3. Белявцев М. І. Інфраструктура товарного ринку / М. І. Белявцев, Л. В. Шестопалова. — К. : Центр навч. літ., 2005. – 416 с.
4. Ильина З. М. Рынки сельскохозяйственного сырья и продовольствия: [учеб. пособ.] / З. М. Ильина, И. В. Мирочицкая. – Минск : БГЭУ, 2001. – 226 с.
5. Саблук П. Т. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції : [практ. посіб.] / за ред. П. Т. Саблука. – К: ІАЕ УААН, 2000. – 558 с.
6. Березін О. В. Продовольчий ринок України: теоретико – методологічні засади формування і розвитку: Монографія / О. В. Березін. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
7. FAO / Bioenergy and Food Security. The BEFS Analytical Framework. 2010. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.fao.org/docrep/013/i/1968e/i/1968e00.htm>
8. Kroner K., Kneafsey D., Classens S. (1993): Forecasting Volatility in Commodity Markets. Policy Research Working Paper 1226, The World Bank, Washington.

## **ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

**Мельник В. В., к. е. н., доцент**

**Кучмій О. О., студент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Розвиток країни та її регіонів залежить від усіх елементів ринку і в першу чергу визначається конкурентоспроможністю господарюючих суб'єктів та вироблених ними товарів і послуг. Водночас усі господарюючі суб'єкти функціонують в економічному середовищі конкретного регіону і їх успіх багато в чому зумовлений виключно регіональними факторами (наявністю місцевих ресурсів, об'єктів інфраструктури, робочої сили, взаєминами з місцевою владою тощо). Саме тісними зв'язками з місцевими умовами створюються й

утримуються конкурентні переваги господарюючих суб'єктів у регіоні, в тому числі промислових підприємств, що є залежними від природних ресурсів. Аналіз науково-прикладних розробок із проблем предметної сфери дослідження дозволяє зробити висновок про те, що досягнення сталого розвитку регіонів природно-ресурсної спеціалізації об'єктивно передбачає ефективне використання їх природних (географічних) конкурентних переваг, оскільки регіональна економіка більшою мірою пов'язана з природно-географічними факторами – наявністю корисних копалин, інших видів природних ресурсів, джерел енергії, сприятливих умов географічного середовища. Це обумовлює більшу залежність рівня економічного розвитку регіону від сукупності природних факторів і стану навколишнього середовища [1].

Зауважимо, що, як відомо, інтелектуальний потенціал, котрий є базою нарощення інформаційного потенціалу національного промислового виробництва, можна розглядати в різних аспектах, наприклад: по-перше, як сукупність ресурсів, резервів, можливостей і здатностей українського соціуму до самоідентифікації та самореалізації; по-друге, як першооснову розвитку не лише окремих складових економічної безпеки, а й фундамент капіталізації всієї економічної системи держави; по-третє, як синергетичний ефект у контексті інтенсифікації процесів всебічного нагромадження стратегічного потенціалу національної промисловості, що виникає внаслідок консолідації потенціалів системно-універсального функціонування РПК [2].

Стосовно інноваційної сфери розбудови виробництва інформаційного типу, то її умовно можна поділити на дві частини – докризову і кризову. Так, наприклад, обсяг реалізованої продукції промисловості та кількість інноваційно - активних підприємств до кризи зростали щорічно майже на 23,0 %. Однак кризові явища в національній економіці вже стали очевидними, починаючи з 2008 року. Так, спочатку відбулося зменшення інноваційних витрат підприємств у межах окремих регіональних промислових комплексів внаслідок скорочення вільних коштів [3].

Отже, першочерговим завданням держави повинно стати зменшення темпів падіння обсягів виробництва промислової продукції і стимулювання інноваційно активних підприємств, що в перспективі, сприятиме розвитку інноваційної і сильної України.

### **Список використаних джерел:**

1. Потенціал національної промисловості: цілі та механізми ефективного розвитку : [монографія] / [Ю. В. Кіндзерский, В. В. Микитенко, М. М. Якубовський та ін.]; за ред. Ю. В. Кінзерского; НАН України, Інститут економіки та прогнозування НАН України. – К. : Нічлава, 2009. – 928 с.

2. Економічний енциклопедичний словник: у 2-х т. / [С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устенко, С. І. Юрій]; за ред. С. В. Мочерного. – Л. : Світ, 2006. – Т. 2. – 574 с.

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

## ШЛЯХИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Мельник В. В., к. е. н., доцент

Рябков Г. А., студент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Термін «розвиток» часто вживається в таких поєднаннях: економічний розвиток, соціально-економічний розвиток, розвиток економіки України (або іншої країни), розвиток регіону, міста. У кожному випадку, під розвитком зазвичай мається на увазі будь-яка прогресивна зміна перш за все в економічній сфері. Якщо зміна кількісна, говорять про економічне зростання. При якісній зміні, мова може йти про структурні зміни, або про зміну змісту розвитку, або про придбання економічною системою нових характеристик [2].

Разом із суто економічними характеристиками нерідко розглядають соціальні параметри розвитку. Більше того, соціальні характеристики давно вже стали повноправними показниками, що оцінюють ступінь розвитку будь-якого регіону [3].

Відповідно цілям розвитку регіонів будується система критеріїв (характеристик розвитку) і показників, які вимірюють ці критерії. Попри деякі відмінності між країнами і регіонами в ієрархії цінностей і в цілях розвитку міжнародні організації оцінюють ступінь розвитку країн і регіонів за деякими універсальними інтегральними показниками. Одним з таких показників є індекс розвитку людини, розроблений у рамках Програми розвитку ООН. Даний показник ранжирує країни по висхідній від 0 до 1. При цьому, для розрахунку використовуються три показники економічного розвитку:

- очікувана тривалість життя при народженні;
- інтелектуальний потенціал;
- величина доходу з урахуванням купівельної спроможності валюти і зниження граничної корисності доходу [2].

Основними напрямками трансформації відносин між центральними та регіональними органами влади у сфері управління соціально-економічним розвитком слід визнати: – забезпечення доступу місцевої влади до фінансових ринків, кредитних ресурсів; – встановлення нових критеріїв адміністративної відповідальності керівників органів місцевого самоврядування та розпорядників бюджетних коштів; – запровадження нових принципів та механізмів відносин «влада – громадськість» щодо формування програм, механізмів підзвітності та громадського контролю; – зміна грошового забезпечення регіональних програм відповідно до змін функцій щодо забезпечення належного розвитку соціальної сфери регіонів і надання населенню соціальних послуг належної якості [1].

Таким чином, в умовах швидкої зміни основних виробництв головним чинником стійкого економічного розвитку стає ступінь розвиненості всієї регіональної інфраструктури. Це дає підставу по-новому поглянути на роль так званих допоміжних виробництв, оцінити їх як первинний чинник економічного розвитку і його процвітання в майбутньому.

### **Список використаних джерел:**

1. Державне управління регіональним розвитком України : монографія / [за ред. В.Є. Вороніна, Я.А. Жаліла]. – К. : НІСД, 2010. – 288 с.
2. Лексин В. Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития / В. Н. Лексин, А. Н. Швецов. – изд. стереотип. – М. : Эдиториал УРСС, 2003. – 368 с.
3. Лексин В. Общероссийские реформы и территориальное развитие. Депрессивные территории: прежние проблемы и новые варианты их решения / В. Лексин, А. Швецов // Рос. экон. журнал. – 2001. – № 9. – С. 41-47.

## **ПОРІВНЯННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ ТА В РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ**

**Подлевська А. А., студентка**

**Подлевська О. М., к. е. н., доцент**

*Національний університет водного господарства та природокористування*

Останніми роками зростаючого значення набуває концепція логістики наряду з концепцією маркетингу як засіб забезпечення стійких економічних позицій вітчизняних підприємств та досягнення успіху в загостреній конкурентній боротьбі на ринку. Аналіз тенденцій розвитку логістики у розвинутих країнах і створення різноманітних форм логістичних інтеграцій дозволяють визнати високу ефективність застосування цієї економічної концепції у практиці господарювання.

Розглянемо стан розвитку логістичної діяльності та логістичного забезпечення в Україні. Вважається, що в Україні концепція логістики отримала розповсюдження починаючи з 1990-х років. В 2006 році в Києві відбувся 1-й Міжнародний форум «Логістика в Україні», на якому виступали логістичні практики з підприємств «Сармат», «Чумак», «УВК», «Київстар», «Крафт фудс Україна», «Тетра Пак», «АВК» та ін. На організацію логістичного процесу на вітчизняних промислових підприємствах щорічно витрачається від 10 млрд. дол. США. За підрахунками Української логістичної асоціації, в Україні на перевезення, зберігання продукції та сировини підприємства витрачають 15 % ВВП (для порівняння, — в ЄС і США логістичні витрати становлять 12-16 %, у Китаї — 26 %, в Японії — 6 %).

У світовій практиці існує чотири підходи до організації логістичної діяльності підприємства (рис. 1).

Західні компанії в основному використовують два останні способи організації логістики.

За даними експертів в Європі та США вже понад 60 % виробників вдаються до послуг спеціалізованих логістичних фірм, працюючи з ними за підходами 3 і 4. Близько 40 % компаній передають лише частину логістичних функцій аутсорсинговим фірмам за підходом 2. Власний логістичний відділ та



використання підходу 1 використовують лише великі компанії [3].



**Рис. 1. Підходи до організації логістичної діяльності підприємства**

Ситуація в Україні відрізняється від західних підприємств. На українському ринку за принципом автономної логістики працює близько 10 % підприємств. В основному це компанії, які володіють власними складами та автопарком. З часом ситуація на українському ринку почала змінюватись, й більшість іноземних підприємств поступово почали передавати частину логістичних функцій на аутсорсинг.

Сьогодні ринок логістики України знаходиться на етапі стабілізації. Він стає більш цивілізованим, відкритим і професійним. Компанії-учасники зацікавлені в розвитку свого бізнесу і бізнесу Клієнта, сміливо йдуть на впровадження інноваційних рішень та ІТ продуктів, шукають нові методи оптимізації витрат на логістику. З'являються нові вузькоспеціалізовані напрями в логістиці. Транспортні оператори не тільки розвивають свої конкурентні переваги, але і кооперуються. Активно працюють галузеві асоціації, об'єднання, ком'юніті. Щоб прискорити розвиток логістики в Україні та вивести її на новий рівень, насамперед, важливо з'ясувати причини, які стримують її практичне застосування.

Отже, на нашу думку, найголовніші причини сповільнення розвитку логістики: по-перше, це відсутність належного державного підходу до проблем логістики, що виявляється як у відсутності відповідної бази, так і у відсутності спеціалістів та центрів їх підготовки, по-друге, загальна економічна криза, незавершеність вирішення питання власності, скорочення обсягів виробництва, інфляція гальмують будь-які новації.

З погляду світового досвіду й сучасних тенденцій розвитку глобального ринку логістичних послуг Україна перебуває на етапі формування й консолідації галузі, суттєво уступаючи західним країнам, як по якості, так і по комплексності послуг національними транспортно-логістичними компаніями.

У той же час в Україні спостерігається висока зацікавленість у поширенні транспортно-логістичних послуг, як з боку споживачів так і з боку логістичних операторів. Підвищення ролі регіонів України як споживачів і одночасно виробників широкого спектра транспортно-логістичних послуг у середньостроковій перспективі буде визначатися збільшенням споживчого попиту й обороту роздрібної торгівлі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Витримки з доповіді директора ДП «Кюне й Нагель» В. Шкурбана на II Міжнародному логістичному конгресі «Логістика – ключ до розвитку» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// ukrlogistica.com.ua](http://ukrlogistica.com.ua).
2. Логістика в Україні довжиною в 20 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/press/2011/08/25/296024/>
3. Основи логістики. Кальченко А. Г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ebk.net.ua/Book/OsnlogKalchenko/6.4.htm>
4. Смирнов І. Г. Світовий ринок логістичних послуг: географічні особливості // Вісник Київського ун-ту. Серія «Географія». Вип. 46. - 2009. – С. 60-65.

### **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ**

**Стрембіцька Л. Л., старший викладач**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Молодь завжди вважається рушійною силою суспільного розвитку, що має високий інтелектуальний та трудовий потенціал, проте молодіжний сегмент ринку праці є вкрай вразливим в структурі сукупного ринку праці. Проблема зайнятості молоді є актуальною для усіх країн світу та стала предметом обговорення 101-ї Міжнародної конференції праці (червень 2012 року), за результатами якої було прийнято резолюцію щодо якнайшвидших дій в п'яти сферах (макроекономічна політика, працевлаштування, політика на ринку праці, молодіжне підприємництво, право) в боротьбі з кризою зайнятості молоді [1].

В Україні проблема безробіття серед молоді залишається достатньо гострою, що підтверджується значним перевищенням рівня безробіття серед молоді в порівнянні з рівнем безробіття в цілому в країні. Так, в той час як рівень безробіття серед усього населення за підсумками 2016 року в Україні склав 9,3 %, рівень безробіття серед молоді у віці 15-24 роки становив 23,0 % , а у віці 25-29 років – 11,7 % [2].

У частку молодіжного безробіття, що має вікові межі 15-24 роки попадає молодь, що або не має освіти, або не може здійснити успішний перехід на ринок праці після навчання. Відсутність професійної підготовки в сучасних умовах часто є наслідком недоступності здобуття освіти, з одного боку, в умовах її подальшої комерціалізації на тлі зниження доходів домогосподарств, а, з іншого боку, зростають вимоги до якості знань через уведення обов'язковості складання

зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО) для здобуття повної загальної освіти. Останнє в результаті призводить до того, що в Україні щорічно позбавляється права вступу в навчальні заклади досить велика кількість осіб, яка не може успішно скласти ЗНО. Тому вирішення проблеми безробіття серед молоді не можна розглядати відірвано від проблем якості вітчизняної середньої освіти. Крім того, ті учні, які не склали успішно ЗНО, проте мають достатні фінансові можливості, є досить привабливими в якості абітурієнтів та майбутніх студентів європейських навчальних закладів, на що вказують як активні маркетингові дії таких закладів на українському ринку освітніх послуг, так і щорічне збільшення обсягів вступу наших випускників у зарубіжні навчальні заклади.

Інша, більш традиційна проблема, що завжди супроводжує молодь – це пошук першого місця роботи, який в більшості випадків утруднюється через певну нестачу професійних знань та вмінь, до того ж окремі роботодавці пред'являють обов'язкову умову при прийомі на роботу – наявність досвіду роботи. Також при пошуку першого робочого місця впливають проблеми невдалої професійної орієнтації та навчання за професією, що не користується суттєвим попитом на ринку праці. Досить значними залишаються обсяги підготовки фахівців, які виявили бажання навчатися за будь-якою спеціальністю за умов можливості здобуття освіти на державній основі, що в кінцевому рахунку призводить до продукування непотрібних дипломів.

В 2016 році в Україні серед безробітного населення, визначеного за методологією МОП, 261,8 тис. осіб були не працевлаштовані після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів, що становить 15,6 % від загальної чисельності безробітного населення та є третьою за важливістю з причин незайнятості населення. Ватро також відмітити, що значно гірші можливості працевлаштування в сучасних умовах мають саме молоді жінки. Статистичні дані свідчать про те, що на причину незайнятості «не працевлаштовані після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів» у жінок припадає 17,7 %, в той час як у чоловіків – 14,3 %; хоча в цілому у складі безробітних значно переважають чоловіки [3, с. 119]. Такі показники підтверджують значно нижчий рівень конкурентоспроможності молодих жінок порівняно з молодими чоловіками, що обумовлюється традиційною соціальною роллю жінок у вихованні дітей та продовженні роду.

Перешкодою щодо працевлаштування молоді часом є її підвищені запити до заробітків та змісту і умов праці; особливо змінюються цільові орієнтири молоді, яка має досвід практичної роботи закордоном. Ці обставини стимулюють молодь до нелегальної трудової міграції та є значною загрозою втрат інтелектуального потенціалу української нації.

За даними Державної служби статистики [4] в сучасних умовах досить поширеною є неформальна зайнятість населення. Так, хоча у 2016 році кількість неформально зайнятого населення в цілому в Україні зменшилася на 342, 1 тис. осіб порівняно з 2015 роком та становила 4,0 млн осіб, зазначається, що однією

з категорій населення, де набула найбільшого розповсюдження неформальна зайнятість, є молодь у віці 15-24 роки.

За результатами обстеження [5, с. 54-56], безробітна молодь має досить високий рівень освіти: 82,6 % безробітних мають або вищу освіту (45,1 %), або професійно-технічну (37,5 %), тоді як лише 17,4 % мають повну середню освіту та нижче. Тривалість пошуку роботи безробітною молоддю є відносно невеликою: 76,5 % безробітних активно шукають роботу менше одного року, а 51,7 % – менше шести місяців; проте частка молоді віком 25-29 років, яка шукає роботу понад два роки, порівняно з молоддю менших вікових характеристик є значно більшою, що на думку дослідників, пояснюється вищими вимогами молоді вказаної вікової категорії до перспективної роботи. Також дані дослідження свідчать, що останнім часом в Україні змінилися пріоритети вибору безробітної молоді щодо бажаного типу роботодавця на користь бажання працювати у державному та бюджетному секторах, а знизилась частка безробітної молоді, готової працювати на себе. Це підтверджує важливість для молоді стабільної зайнятості, легального працевлаштування та гарантованої зарплатні; натомість зменшення інтересу до підприємництва, скоріше за все, відображає невпевненість молоді в ефективній підприємницькій діяльності за умов негативних тенденцій національної економіки.

Процес пошуку роботи молодими людьми також має свої особливості. Так, в нашій країні склалося, що працевлаштування значної мірою залежить від соціальних зв'язків, проте молодь, яка не має досвіду роботи, стикається з проблемою поінформованості щодо наявних вакансій через відсутність налагодженого соціального оточення, і в більшій мірі залежить від соціальних зв'язків своїх батьків. Така практика працевлаштування знижує можливості працевлаштування дійсно талановитої молоді на користь осіб, що мають протекцію. Щоправда, молодь більш вміло та активно використовує сучасні інформаційно-комунікаційні технології як засіб пошуку роботи.

Реалізації професійного потенціалу молоді сприяє її порівняно висока територіальна мобільність, оскільки молодь переважно не прив'язана до певного місця проживання. Однак висока вартість житла в Україні за відсутності доступних кредитів на його придбання звужує територіальну мобільність молоді людини.

Позитивним в системі реформування вищої освіти України є розроблення умов вступу, які сприяють розширенню можливостей здобуття освітнього ступеня «магістр», що дозволяє молоді оперативно реагувати на потреби ринку праці, а також виправити можливі помилки профорієнтації, враховуючи особистий інтерес та свої здібності.

Врахування особливостей молодіжного безробіття дозволить більш чітко ідентифікувати наявні проблеми цього сегменту ринку праці, що сприятиме виробленню конкретних засобів подолання кризи зайнятості серед молоді.

### **Список використаних джерел:**

1. The youth employment crisis: A call for action [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ilo.org/ilc/ILCSessions/101stSession/texts-adopted/WCMS\\_185950/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/ilc/ILCSessions/101stSession/texts-adopted/WCMS_185950/lang--en/index.htm)
2. Рівень безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, віковими групами та місцем проживання у 2016 році [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Економічна активність населення України 2016: Стат. збірник / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Ринок праці у 2016 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Перехід на ринок праці молоді України : результати міжнародного дослідження «School-to-work transition surveys» в Україні у 2013 та 2015 роках [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://www.idss.org.ua/monografii/2016\\_Zvit\\_rynok\\_pratsi.pdf](http://www.idss.org.ua/monografii/2016_Zvit_rynok_pratsi.pdf)

**СЕКЦІЯ 2**  
**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ**  
**УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ І ФІНАНСАМИ**

---

**ПРОФЕСІОНАЛІЗМ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ**  
**ЯК КЛЮЧОВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Барвінок М. В.,** *старший викладач*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Кадри є головним чинником конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності підприємства, галузі і регіону в цілому, тому використання персоналу є одним з найважливіших чинників в діяльності підприємства, у міру розвитку конкурентних переваг багато в чому визначається роллю працівника, його здібностями, знаннями і кваліфікацій. Питання використання кадрів є одними з найважливіших в діяльності підприємства, оскільки розвиток конкурентних переваг багато в чому визначається роллю працівника, його здібностями, рівнем знань і кваліфікації.

Управлінський персонал як один з факторів істотних конкурентних переваг є найважливішим фактором сталого розвитку підприємства. Наявність певної структури і якісного складу управлінського персоналу гарантує стабільність функціонування підприємства. Професійні знання, досвід, творчі та підприємницькі здібності управлінців забезпечують отримання економічних вигод підприємства у поточний момент і на майбутню перспективу. Система забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства складається з перегляду традиційного погляду на персонал, його нової класифікації враховуючи мінливість зовнішнього середовища. Конкурентоспроможність персоналу ми розглядаємо як сукупність джерел конкурентних переваг і самих переваг у персоналу підприємства та здатність персоналу реалізувати власні конкурентні переваги, що задовольняє одночасно потреби суспільства, підприємства і працівника.

Конкурентна перевага працівника передбачає наявність професійно-кваліфікаційних характеристик, особистісних, психофізіологічних, що забезпечують йому перевагу над іншими конкурентами на цільовому ринку праці. Це означає, що управлінський персонал підприємства, який володіє відмінними споживчими і вартісними характеристиками формує особливу властивість їх носія витримувати конкуренцію на зовнішньому і внутрішньому ринку праці, відповідати вимогам навколишнього середовища, а сам носій стає володарем властивості конкурентоспроможності.

Прояв конкурентних переваг визначається зовнішніми і внутрішніми умовами. Фахівець, який працює в конкурентному середовищі, буде і сам прагнути бути конкурентоспроможними. Однак, в якій мірі він буде

конкурентоспроможним у відповідному середовищі визначається цінностями самого фахівця.

Дедалі більше значення професійного розвитку для підприємства та розширення потреб у ньому в останні роки призвели до того, що для провідних компаній організація розвитку своїх співробітників стала однією з основних функцій управління персоналом, а його бюджет – найбільшої (після заробітної плати) статтею багатьох компаній.

Система управління розвитком управлінського персоналу підприємства являє величезну цінність, тому що є якісним станом його управлінського персоналу, оскільки для поточної стадії розвитку підприємства визначає досягнення цілей підприємства. Управлінський персонал є активною частиною системи управління підприємства, рушійною силою його розвитку і вдосконаленням. Він виступає у ролях суб'єкта та об'єкта управління, і суб'єкта саморозвитку. Система управління розвитком управлінського персоналу досить складна, складається з безлічі ланок і елементів.

Розвиток керівника вищої ланки для кожного підприємства є важливим напрямком інвестицій. Пріоритетність інвестицій в розвиток керівництва визначається необхідністю підвищення ділової активності кожного працівника з метою подальшого успішного розвитку підприємства, упровадження нових технологій, зростання продуктивності праці тощо. Тому важливим засобом професійного розвитку керівників вищої ланки є професійне навчання — процес безпосереднього засвоєння нових професійних навичок або знань працівником підприємства спрямованих на підвищення рівня кваліфікації, необхідного для призначення на певну посаду. На підприємствах необхідно розробляти плани підвищення кваліфікації співробітників, з можливістю відвідування професійних тренінгів та обміну досвідом з урахуванням вимог, що ставляться до функцій управління.

Кожна посада має свій унікальний перелік особистісних якостей. Посада визначається переліком завдань, функцій, операцій, яку виконує співробітник. Можна побачити, що всі посади керівників мають певний і однаковий набір якостей, що відрізняється від набору посад рівня фахівців. Такий набір якостей для керівників називають лідерськими компетенціями.

Компетенція – коло проблем, сфера діяльності, в якій дана людина має знання та досвід; сукупність повноважень, прав і обов'язків посадової особи.

Особливе місце займають і особистісні якості керівника, які представляють собою індивідуальні особливості мислення, характеру, темпераменту, особливі характеристики мотиваційної сфери особистості, її ціннісних уявлень і практично-ціннісних орієнтацій.

Потреба в розвитку керівника визначається через порівняння знань і вмінь його з майбутніми завданнями і вимогами. При цьому повинен враховувати інтереси і побажання працівників, а також його потенціал. Керівник зацікавлений в пристосуванні своєї кваліфікації до вимог робочого місця, в гарантіях кар'єрного зростання: підвищення особистої мобільності на ринку робочої сили; забезпечення умов самореалізації на робочому місці.

У сучасних умовах необхідний управлінський персонал нового типу. Звідси впливає важливе значення професійної підготовки у вузах, а також у спеціалізованих навчальних закладах з підготовки управлінських кадрів. За оцінкою Р. Г. Фолсона, старіння знань у зв'язку з технічним прогресом складає близько 5% річних. Це значить, що якщо керівник, займаючись своєю діяльністю, не проходить курсів підвищення кваліфікації, то через 10 років він матиме тільки половину тих знань, що необхідні.

Керівники в наш час стають все більш компетентними в тій сфері діяльності, в якій їм доводиться працювати. Однак високий професіоналізм керівників — це не тільки питання засвоєння відповідних знань, це в певній мірі і підготовка до ролі керівника, що вимагає високої відповідальності до справи.

Це найчастіше досить успішні керівники, які мають чималий життєвий і професійний досвід, тому завдання, що стоїть перед викладачем, складається не в тому, щоб довести недостатню ефективність звичних методів роботи або їх невідповідність новим умовам і завданням розвитку виробництва, а знайти додаткові можливості поліпшення роботи, підвищення її ефективності за рахунок виявлення невикористаних резервів. Розвиваючи управлінський персонал, необхідно враховувати принципи навчання дорослих людей, для того, щоб найбільш ефективно впливати на дану групу і досягти високих результатів.

Процес розвитку управлінського персоналу є складним, оскільки система цінностей і пріоритетів створюється у людини в процесі всього його життя, і перебудувати її тільки за допомогою лекцій, тренінгів, курсів практично неможливо.

Отже, розвиток управлінського персоналу сприяє набуттю його конкурентних переваг, а також підвищенню конкурентоспроможності підприємства, що є умовою його життєздатності та успішності на ринку.

Розвиток управлінського персоналу має здійснюватися з урахуванням їх вікових, соціально психологічних, національних та інших особливостей. Причому розвиток, навчання має бути безперервним і адаптивним.

Нові вимоги до управлінського персоналу, і збільшення їх кількості свідчить про те, що останнім часом виникає потреба в професіоналах-управлінців, які мають високий рівень розвитку професійних і особистісних якостей.

### **Список використаних джерел:**

1. Греф Г. Топ-модель управління: матеріали конференції «Зміни в провідних російських компаніях як адаптація до конкуренції в глобальній економіці» / Г. Греф // Прямі інвестиції, 2012. — № 1. — С. 43.

2. Дроздов О. П. Про особливості навчання керівних працівників і фахівців в системі підвищення кваліфікації / О. П. Дроздова, С. В. Кутузов // Актуальные проблемы совершенствования высшей школы: науч. метод. сб. — СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2002. — С. 79–83.

3. Егоршин А. П. Управление персоналом: учебник для вузов / А. П. Егоршин. — 7-е изд., доп. и перераб. — Н. Новгород: НИМБ, 2010. — 110 с.



4. Папонова Н.Є. Значення компетенцій персоналу в сучасних умовах // Кадри підприємства. – 2005. – № 11. – С.31–35.

## **ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ**

**Лісова Т. А., аспірантка**  
**Миронова Н. В., студентка**  
*Університет державної фіскальної служби України*

В умовах розвитку ринкових відносин в Україні виникла потреба в посиленні регулюючого впливу держави на процеси, що відбуваються при реалізації пріоритетів соціально-економічної політики. Одним із найдієвіших способів впливу на ці процеси є розроблення ефективних бюджетних програм, що дають змогу інституціям, відповідальним за прийняття державних рішень, чітко визначити пріоритети, цілі й напрями соціально-економічного розвитку на коротко-, середньо- і довготривалу перспективи, а також конкретні заходи, котрі забезпечують їх досягнення, з визначенням необхідних для цього фінансових, матеріально-технічних, інформаційних та трудових ресурсів.

Проте на сьогоднішній день залишаються нерозв'язаними проблеми формування та впровадження бюджетних програм при реалізації пріоритетів соціально-економічного розвитку держави. Дані проблеми зумовлені відсутністю стратегічної політики у більшості сферах суспільного життя. Це призводить до складності вирішення соціальних завдань і обумовлене високим рівнем нестабільності та невизначеності динаміки розвитку держави. Крім того, через існуючі недоліки у нормативно-правових актах, проблемним залишається питання організації та проведення аудиту ефективності виконання бюджетних програм. Тому питання активізації наукових зусиль, спрямованих на дослідження теоретичних основ використання бюджетних програм та методів контролю за їх виконанням є досить актуальними.

У Бюджетному кодексі України зазначено, що бюджетна програма – це систематизований перелік заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети та завдань, виконання яких пропонує та здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій. При програмному бюджетуванні показники спожитих ресурсів, обсягів виконаних робіт, отриманого продукту і результату (ефекту) використовують для управління та контролю за діяльністю. Крім того, програмне бюджетування створює основу для застосування аналітичних методів, таких як аналіз альтернатив із погляду витрат та результатів.

Із запровадженням програмно-цільового методу складання бюджетів помітно змінюється характер обговорення державної політики. Акцент переноситься з контролю за виконанням зобов'язань на забезпечення ефективності: замість того, щоб ставити питання, чи правильно витрачаються

кошти при виконанні бюджетного плану, порушуються питання про те, наскільки ефективно використовуються кошти при досягненні цілей державної політики.

Завдяки тому, що програмно-цільовий метод складання бюджетів зосереджує увагу на результатах та досягненнях діяльності уряду і його структур, він дозволяє підсилити дієвість та ефективність державного сектору. В аналітичному плані він запроваджує в бюджетний процес важливі елементи аналізу з погляду зіставлення витрат і здобутків. Цей аналіз є інструментом оцінки проектів, який забезпечує реалізацію лише тих, ефективність від яких перевищуватиме витрати.

Крім прямих переваг, програмно-цільовий метод складання бюджету дає й деякі опосередковані вигоди державному сектору, забезпечуючи відповідальність керівництва бюджетного сектора за наслідки своєї роботи. При програмно-цільовому методі складання бюджету існують потужні стимули для керівників бюджетного сектора, які спонукають їх до застосування ефективніших методів керівництва [3]. Завдяки тому, що програмно-цільовий метод складання бюджету формує систему звітування й оцінки роботи, він забезпечує вищий рівень прозорості ухвалення рішень у державному секторі.

При складанні та реалізації бюджетних програм важливе місце займає розрахунок показників ефективності, що є основою для проведення аудиту їх виконання. У Методичних рекомендаціях щодо проведення органами державної контрольно-ревізійної служби аудиту ефективності виконання бюджетної програми результативні показники поділено на чотири групи:

- показники витрат (оцінюють бюджетні ресурси, спрямовані на програму, і критерієм ефективності в цьому разі є традиційні показники виконання бюджетного плану);
- показники продукту (оцінюють досягнення поставлених цілей: товари та послуги, що надаються кінцевим споживачам (суспільству);
- показники ефективності (дають змогу оцінити результати програми в світлі їх впливу на суспільний добробут);
- показники якості товарів, робіт, послуг [2].

Разом із тим, у Методичних рекомендаціях лише перелічені групи показників без акцентування уваги на методах їх визначення. Не здійснюється розрахунок таких показників і в самих бюджетних програмах.

Відсутність прогностичних показників ефективності породжує нові проблеми, зокрема: можливість спрямування бюджетних коштів на реалізацію тих програм, у виконанні яких зацікавлене обмежене коло осіб; необґрунтованість витрачання фінансових ресурсів розпорядниками бюджетних коштів, що дає змогу завищити показники витрат, які необхідні для виконання розпорядником покладених на нього функцій. При цьому практично неможливо здійснити контроль за виконанням бюджетної програми, оскільки відсутніми будуть базові показники з якими повинні порівнюватись фактичні результати виконання завдань і заходів, що передбачені відповідною бюджетною програмою.

Як бачимо, існує багато проблем у запровадженні програмно-цільового методу виконання бюджету. Більшість теоретичних положень щодо методики та принципів реалізації бюджетних програм не знаходять свого застосування на практиці. У першу, чергу це пов'язано із недоліками нормативно-правових актів, що регулюють охарактеризовані процеси, відсутністю в країні досвіду використання такого підходу до виконання бюджетів.

Тому необхідною є розробка методичних рекомендацій щодо оцінки ефективності бюджетних програм та розрахунку основних результативних показників, які дають змогу обґрунтувати цільове та раціональне використання бюджетних коштів, а також врахування досвіду зарубіжних країн, які мають велику практику використання програмно-цільового методу виконання бюджетів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бюджетний кодекс України : закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
2. Методичні рекомендації щодо проведення аудиту ефективності виконання бюджетної програми : наказ Голови КРУ України 15.12.2009 № 444 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.24667>.
3. Полозенко Д. В. Впровадження програмно-цільового методу формування бюджетів / Д. В. Полозенко // Фінанси України. – 2012. – № 5. – С. 9-14.

### **ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

**Ложенко О. В., студент**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У сучасних умовах прийняття управлінських рішень не можливе без урахування інтересів територіальних громад, адже в країнах завжди є території, які мають різні можливості для розвитку або які мають значні соціо-ментальні відмінності від решти територій. Завдання держави – забезпечити своїх громадян рівними можливостями, гарантованим рівнем публічних послуг та зберегти єдність державного простору при регіональних відмінностях. Зменшення дисбалансів у економічному розвитку територій, створення умов для міжрегіональної солідарності та взаєморозуміння є умовою єдності державного простору та стійкості держави. Крім того, у країнах, які достатньо великі, є території, на яких проживає населення, що належить до національних меншин

чи має певні мовні, релігійні чи інші відмінності від основної частини населення країни. Така ситуація призводить до того, що в країні відбувається зростання певного напруження між регіонами, або між якимись із регіонів та державою загалом. Тому виникає потреба у реорганізації форми управління місцевого самоврядування на основі їх тісної взаємодії з громадськими об'єднаннями як представниками інтересів місцевих мешканців.

Розвиток місцевого самоврядування на основі територіальних громад практично реалізує процес децентралізації влади, відображаючи вибір Україною європейської моделі державотворення та пріоритету демократичних цінностей розвитку суспільства.

Варто відмітити, що в Україні досягнуті значні позитивні результати в реалізації реформи децентралізації, також реформа децентралізації отримала доволі широку підтримку громадськості.

Практична реалізація процесу об'єднання територіальних громад розпочалась в середині 2015 року, таким чином, наразі можемо проаналізувати результати дворічної роботи. У 2015 році було утворено 159 об'єднаних територіальних громад, що об'єднали 793 територіальні громади. 25 жовтня 2015 року в цих громадах було обрано нові органи місцевого самоврядування, з 1 січня 2016 року вони перейшли на прямі бюджетні розрахунки з Державним казначейством і за результатами 2016 року показали помітну позитивну динаміку свого розвитку. Ці громади отримали розширені повноваження і додаткові ресурси, що дозволило їм реалізовувати проекти розвитку інфраструктури: ремонтувати і навіть будувати школи, дитсадки, водогони, дороги, системи вуличного освітлення, закуповувати комунальну техніку, створювати комунальні підприємства, дбати про благоустрій території тощо. У 2016 році відбувся суттєвий прогрес у формуванні об'єднаних територіальних громад – їхня кількість зросла у 2,3 рази. Таким чином, станом на початок 2017 року в Україні налічувалось 366 об'єднаних територіальних громад, які об'єднали 1740 місцевих рад та в яких проведено перші місцеві вибори. Ці громади у 2017 році перейшли на прямі міжбюджетні відносини з Державним бюджетом України. Найбільша кількість об'єднаних територіальних громад створена в Тернопільській, Дніпропетровській, Житомирській, Хмельницькій, Львівській, Вінницькій і Запорізькій областях; водночас окремі регіони суттєво відстають в цих процесах [2].

З метою розширення кращого досвіду практик місцевого самоврядування, починаючи з 2014 року, в Україні проводиться конкурс в цій сфері за сприяння Ради Європи, яка надає досить активну підтримку реформам децентралізації влади в нашій країні. Нині допомога Україні з боку Ради Європи здійснюється в рамках Плану дій Ради Європи для України на 2015-2017 роки та реалізується, зокрема, через Програму Ради Європи «Децентралізація і територіальна консолідація в Україні». Стратегічною метою згаданої Програми є сприяння розвитку сталої системи місцевого самоврядування відповідно до Європейських стандартів, зокрема, Європейської хартії місцевого самоврядування [1].

Поглиблення демократичних перетворень, вивільнення держави від цілого комплексу управлінських послуг на місцях безпосередньо залежить від якості механізмів взаємодії органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань. Але ця якість партнерства й співпраці останніх має забезпечуватися не тільки їх бажаннями та намірами, а передусім професійними вміннями активно використовувати творчий потенціал усього громадянського суспільства і, насамперед, узгоджувати інтереси всіх верств суспільства та організацій, які ці інтереси акумулюють, презентують і відстоюють.

Також продовження запровадження політики децентралізації управління має стати дієвим фактором стабілізації соціально-економічної ситуації, подолання суперечностей між різними рівнями влади, сприяти підвищенню ефективності використання бюджетних коштів на всіх рівнях управління. Головні завдання децентралізації на середньострокову перспективу полягають у завершенні формування спроможних територіальних громад на всій території країни, посиленні інституційної та ресурсної спроможності громад, запровадженні стратегічного планування розвитку об'єднаних територіальних громад, розбудові інфраструктури громад, підвищенні якості надання всього спектру публічних послуг населенню. Подальша успішна реалізація реформи територіальної організації влади та місцевого самоврядування на засадах децентралізації вимагає продовження роботи щодо удосконалення законодавчо-нормативного забезпечення реформи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Збірка практик – переможців конкурсу «Краща практика місцевого самоврядування» 2016 року / [І. С. Абрам'юк, М. М. Юрченко, Н. П. Яровенко]; М-во регіон. розвитку, буд-ва та житл.-комун. госп-ва України, Рада Європи. –К.: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с.
2. Формування об'єднаних територіальних громад: стан, проблемні питання та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/terutor\\_gromad-86ead.pdf](http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/terutor_gromad-86ead.pdf)

## **ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА ДОХІДНІСТЬ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА**

**Маринюк А. Ю., викладач-стажист**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На даному етапі агроекономічних досліджень загальновизнаним можна вважати той факт, що економічна ефективність сільськогосподарського виробництва і соціальна ситуація в аграрному секторі визначальною мірою залежать від характеру економічних відносин між складовими АПК. Проте важливо не лише усвідомлювати вплив характеру економічних відносин на соціально-економічний стан АПК, але й намагатись поглибити розуміння

причинного зв'язку у напрямі з'ясування джерел і передумов формування їх дохідності [1, с. 48-50].

Особливості формування доходів сільськогосподарських товаровиробників обумовлені у значній мірі високим ступенем демонополізації сільського господарства, нееластичністю зв'язку між попитом і цінами на аграрну продукцію.

Сільське господарство являється основною ланкою АПК, одиниця валової продукції якого створює умови для виробництва більше десяти її одиниць в інших галузях економіки країни, забезпечує зайнятість більше 4 млн. чол. сільського населення, забезпечує робочими місцями пов'язані з нею сфери виробництва, сприяє розвитку сільських територій.

Як свідчить практика, постійні коливання доходів аграрних товаровиробників спричинені дією багатьох чинників, а саме: постійними коливаннями обсягів виробництва, цін на продукцію та ресурси, інфляцією, ставками відсотків за кредити та обмінного курсу валют, рівня оподаткування, умов зовнішньої торгівлі, змінами в державній політиці тощо [2, с. 18-20].

Варто відмітити той факт, що за останні роки при обрахунку собівартості продукції зменшилася частка коштів на придбання мінеральних добрив у рослинництві (з 32,6% у 2012 р. до 21,5% у 2016 р.), що може негативно відбитися на урожайності сільськогосподарських культур і зменшенні врожаю у майбутніх роках. Також відмічається тенденція до суттєвого зменшення частки витрат на оплату праці з 9,7% у 2012 р. до 5,7% у 2016 р. у рослинництві, а у тваринництві відповідно з 15,0% до 9,03%. Цей факт може свідчити про те, що заробітна плата має низькі темпи зростання або про підвищення рівня механізації виробничих процесів. При цьому в структурі витрат на виробництво сільськогосподарської продукції зросли такі статті як: насіння і посадковий матеріал у рослинництві, оплата послуг і робіт, виконаних сторонніми організаціями. Цей факт пояснюється тим, що збільшується кількість нових виробничих потужностей, які будуються у великих сільськогосподарських підприємствах та нестачею власних основних засобів для забезпечення виробничого процесу при збиранні врожаю сільськогосподарських культур.

Як зазначає В. Я. Месель-Веселяк, що крім економічного ефекту, дохідність сільськогосподарського виробництва характеризується і визначається також соціальним ефектом. Тому низький рівень стану соціальних умов життя на селі при обмеженості їх поліпшення може компенсуватись, насамперед, вищою дохідністю. Така обмеженість в цій сфері робить безперспективною дану діяльність. Зважаючи на це, брак відповідних стимулів для працівників аграрної галузі змушує змінювати сферу зайнятості, що призводить до зниження трудового потенціалу на селі [3, с. 12-18].

В сучасних умовах господарювання сукупність виробничих зв'язків між суб'єктами підприємництва реалізуються в системі комплексного господарського механізму, який враховує вимоги об'єктивних економічних законів. Як зазначає А. М. Стельмахук, підвищення економічної ефективності агропромислового виробництва повинно відбуватись на основі кардинальної

реформи економічного механізму. Він включає: 1) процес збалансованого розвитку агропромислового виробництва; 2) механізм розвитку і удосконалення товарно-грошових відносин всередині сільськогосподарського підприємства та між господарствами і державою; 3) механізм гармонійного поєднання економічних інтересів на основі вирівнювання умов господарювання сільськогосподарського виробництва та забезпечення населення продуктами харчування [4, с. 3].

Узагальнюючи наведені вище дані можна стверджувати, що дана проблема поки що залишається не вирішеною у практичній діяльності підприємств. Тому дохідність сільськогосподарського виробництва – це не лише показник ефективного або неефективного напрямку підприємницької діяльності, а елемент взаємозв'язку всієї сфери економічних взаємовідносин, які стоять вище, ніж просте забезпечення більшої прибутковості для окремого індивіда, підприємства чи галузі. Тому до цієї проблеми необхідно підходити не стільки з позицій підприємництва, скільки з позицій державотворення.

Для щоб розвивати прогресивні напрямки реформування аграрних відносин взагалі і гідно стимулювати селянина-трудівника окремо, необхідно спочатку позбутись або зважено переглянути застарілі концепції і стереотипи, які їх обмежують. Загалом від того, яким чином будуть проводитися реформи у найближчий час та чи вдасться в їх ході знайти відповідні сучасному стану продуктивних сил суспільні форми власності і господарювання, оптимальне сполучення інтересів безпосередніх товаровиробників на селі та працівників інших сфер, залежить сучасна і майбутня соціальна стабільність суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гапусенко Ю.Я., Поточна кон'юнктура і прогноз ринків сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні / Інститут аграрної економіки УААН / О.М. Шпичак (ред.). – К., 2009. – 128с.
2. Дем'яненко М. Я. Фінансові чинники формування доходів у сільському господарстві / М. Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С. 18-20.
3. Месель-Веселяк В. Я. Дохідність і розширене відтворення в агропромисловому виробництві / В. Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С. 12-18.
4. Стельмащук А. М. Економічний механізм прискорення інтенсифікації виробництва в АПК / А. М. Стельмащук. – К. : Урожай, 1990. – 155 с.

# СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБОВ'ЯЗКОВОГО СТРАХУВАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЛАСНИКІВ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

**Мацьопа Г. В., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Карпишин Н. І.  
Тернопільський національний економічний університет*

Обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів (ОСЦПВ або автоцивілка) є одним із державних інструментів соціального захисту, призначення якого страхувати цивільно-правову відповідальність власників наземного транспорту. За період функціонування цього виду страхування в Україні в цій сфері виникли наступні проблеми:

- затягування із виплатою відшкодувань щодо настання страхового випадку. За середньорічними даними в Україні виплати проводяться за 104 дні після настання страхового випадку. В Польщі, такий період страхових відшкодувань становить до 30 днів та до 90 днів при судовому процесі [1].

- сума страхового відшкодування є низькою порівняно із іншими європейськими країнами. В Законі України «Про страхування» прописані такі норми відшкодування: за причинену шкоду майну третіх осіб 100 тис. грн., а життю та здоров'ю 200 тис. грн. [2]. Тоді як у Великобританії шкода майну третіх осіб відшкодовується до 250 тис. фунтів, а шкоду життю і здоров'ю людини взагалі не лімітують.

- невеликий страховий тариф ОСЦПВ, який становить від 400 до 900 грн. в залежності від характеристик авто та особи, що ним керує. В Італії такий поліс коштує від 700 до 1200 євро, в Німеччині від 1200 до 1500 євро, що є досить значним [1]. Невеликий страховий тариф і є причиною того, що діяльність страховиків у цій галузі є неприбутковою, що змушує страховиків до затягування виплат, а то й ухилення від виплат.

- основним доходом страховиків від ОСЦПВ є страхові премії, що означає пряму залежність страхових компаній від населення, тоді як іноземний досвід передбачає доходи страховиків не від операційної діяльності, а від використання тимчасово вільних коштів. Натомість 90% страхових премій виплачується як страхове відшкодування [1].

- недовіра населення до ризикового страхування.

Отже, ОСЦПВ дозволяє захистити майно і життя третіх осіб, а також відшкодувати кошти, які власник авто не в змозі сплатити в якості відшкодування. Тому ОСЦПВ є гарантією платоспроможності власника транспортного засобу при настанні страхового випадку. Однак при виборі страхової компанії власники транспортних засобів повинні керуватися наступними порадами:



– зважати на репутацію страхової компанії. Прослідкувати рейтинг страхових компаній можна в щорічному рейтингу страхових компаній Forbes (Україна);

– перш ніж підписувати договір страхування обов'язково потрібно прочитати його, перевірити правильність написання своїх даних (номер авто, шасі) і уважно перевіряти все що написано дрібним шрифтом;

Щоб власники транспортних засобів, не попадали у не вигідну ситуацію з полісом ОСЦПВ, потрібно підвищувати фінансову грамотність та інформованість населення про страхування у цій сфер. Встановити чітке законодавство, що захищало б права населення і тим же самим стало гарантом для підвищення довіри населення до страхування.

#### **Список використаних джерел:**

1. ОСАГО: чем Европа отличается от России URL: <https://www.inguru.ru>  
(Дата звернення: 20.10.17)

2. Закон України «Про страхування» URL: <http://zakon5.rada.gov.ua>

3. Закон України «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» від 01.07.2004 р. № 1961-IV URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1961-15>

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

**Моспан С. В., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О.А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В сучасних умовах Євроінтеграції України досить гостро постає питання оптимізації роботи місцевих органів виконавчої влади та місцевого самоврядування.

Питанню вдосконалення механізмів управління присвячені праці вчених-економістів, таких як О. Амоша, В. Геєць, Г. Губерна, М. Єрмошенко, В. Дорофієнко, С. Поважний та інших.

Одним із важливих напрямків адміністративно-територіальної реформи в Україні є формування на регіональному і місцевому рівнях демократичної, гнучкої та ефективної організації державного управління.

Відповідно із визначенням, яке розкриває Конституція України: «місцеве самоврядування є правом територіальної громади – жителів села чи добровільного об'єднання у спільну громаду жителів кількох сіл, селищ та міста – самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України» [1].

Метою реформування місцевих органів виконавчої влади може бути наступне:

- підвищення ефективності здійснення державної політики уряду на територіальному рівні;
- спрямування цієї діяльності на забезпечення реалізації прав і свобод громадян;
- розширення видів державних послуг та підвищення їхньої якості;
- гармонійний взаємозв'язок загальнодержавних та місцевих інтересів з урахуванням особливостей територіального розвитку;
- сприяння становленню та розвитку місцевого самоврядування на основі його чіткого функціонального розмежування з повноваженнями виконавчої влади [2].

Однак потрібно розуміти, що адміністративна реформа не може зводитися лише до утвердження оптимальної структури органів місцевого самоврядування, зміни їх субординації та скорочення управлінського апарату, а як формування нової системи управління як інструменту подолання кризи в Україні.

Багаторівневість фінансування розвитку сільських територій обумовлена структурою адміністративно-територіальної та, відповідно, бюджетної системи країни, що цілком закономірно і властиво усім країнам світу [3].

В Україні система самоврядування була деформована надмірною централізацією влади і фінансів, внаслідок чого позбавлена можливості виконання своїх конституційно-статусних повноважень та функцій. Сучасна система реформування місцевого самоврядування та територіальної влади [4] спрямована на збалансований розвиток національного господарства, гармонізацію суспільних відносин шляхом поєднання державних інтересів з інтересами суб'єктів господарювання (включаючи регіони та їхні територіальні громади) через упорядкування повноважень, відповідальності різних рівнів влади, удосконалення фінансового механізму системи оподаткування, субвенцій, інвестицій та стимулювання експорту. Це має сприяти досягненню консенсусу в площині взаємовідносин держави та інститутів громадянського суспільства України.

Формування та реалізація державної регіональної політики передбачає вагоме підвищення ролі та відповідальності місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування, територіальних громад за розвиток регіонів.

Організаційна структура – це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що забезпечує функціонування і розвиток організації як єдиного цілого.

Проведення заходів, спрямованих на стійкий розвиток адміністративних районів, потребує вдосконалення діяльності органів місцевого самоврядування на регіональному рівні шляхом формування нових поглядів на удосконалення управління та розробку дієвого інструментарію як необхідної умови вдосконалення механізму управління місцевого самоврядування.

Узагальнення різних підходів щодо визначення економічної сутності місцевого самоврядування дало змогу відзначити, що автори трактують його як діяльність місцевих виборних органів щодо покращення добробуту населення на певній території без втручання з боку держави, акцентують увагу на його

основах, виділяють його фінансові ресурси, як основу функціонування останнього [1-4]. Пропонуємо уточнити поняття «місцеве самоврядування», виходячи з його призначення. Таким чином під місцевим самоврядуванням слід розуміти процес реалізації локальною громадою власних інтересів, що здійснюється в умовах існування держави, основою якого є наявність власних спільних інтересів, незалежних від центру, для реалізації яких створені самоврядні інститути.

Децентралізація завжди супроводжується посиленням спроможності органів місцевого самоврядування через укрупнення адміністративно-територіальних одиниць або через створення міжмуніципальних об'єднань.

Важливо зазначити, що майбутні норми про місцеве самоврядування в Конституції України мають бути сформовані так, щоб не стримувати його розвиток, тобто слід визначати лише основні засади здійснення місцевого самоврядування та гарантії його державної підтримки, а детальна регламентація має здійснюватися через відповідні закони. Формування інноваційної системи місцевого самоврядування в Україні має забезпечити стабільність на місцях, залучення громадян до прийняття управлінських рішень, врахування інтересів громад, регіонів та держави в майбутньому сталому розвитку України та Європи [2].

Реформа органів місцевого самоврядування передбачає об'єднання (укрупнення) територіальних громад. створюються виконавчі органи районних і обласних рад. Їм буде належати реальна влада в регіонах. Це посилює місцеве самоврядування, робить систему влади в регіонах справді демократичною – управляти регіонами будуть суб'єкти, обрані в ході місцевих виборів.

Удосконалення організаційної структури діяльності органу місцевого самоврядування дасть можливість:

- створити належні матеріальні, фінансові та організаційні умови для забезпечення здійснення органами місцевого самоврядування власних (самоврядних) і делегованих повноважень; - підвищити зацікавленість органів місцевого самоврядування у нарощуванні обсягів доходів місцевих бюджетів шляхом розширення повноважень щодо здійснення місцевими органами влади запозичень, їхніх обсягів і форм з метою фінансування місцевих бюджетів;

- здійснити розмежування повноважень в системі органів місцевого самоврядування та в системі органів виконавчої влади на місцях на різних рівнях адміністративно-територіального устрою за принципом субсидіарності;

- створити умови для залучення інвестиційних ресурсів на умовах державно-приватного партнерства та співпраці з міжнародними фінансовими установами;

- встановити механізми державного контролю за законністю рішень органів місцевого самоврядування та якістю надання населенню бюджетних послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Конституція України. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996,

№ 30. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр

2. Ткачук А.Ф. Місцеве самоврядування та децентралізація. Законодавство (навчальний модуль) / А.Ф. Ткачук. – К. : ІКЦ «Легальний статус», 2016. – 80 с.

3. Дем'янишина О. А. Шляхи фінансування розвитку та підвищення конкурентоспроможності сільських територіальних громад / О.А. Дем'янишина // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Полтава: ПДАА, 2011. – Вип. 2, Т. 3. Економічні науки. – С. 67–70

4. Тарасович Л.В. Парадигмальний концепт сільської економіки / Л.В. Тарасович // Вісник ЖНАЕУ. – 2015. - № 1 (48), т. 2. – С. 3 – 10.

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ**

**Сігова Д. О., студентка**

*Науковий керівник: старший викладач Стрембіцька Л. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Поняття «людський капітал» означає усвідомлення вирішальної ролі людини в економічній системі суспільства, а також визнання необхідності інвестування в людину, оскільки капітал набувається та збільшується шляхом інвестування (за рахунок обмеження поточного споживання) і дає тривалий економічний ефект, тому дослідження проблем інвестування людського капіталу в Україні та пошук шляхів підвищення його якості в сучасних умовах є досить актуальним.

Інвестиції в людський капітал мають ряд особливостей, що відрізняють їх від інших видів інвестицій [2]:

1. Віддача від інвестицій в людський капітал безпосередньо залежить від терміну життя його носія тобто, від тривалості працездатного періоду. Чим раніше робляться вкладення в людину, тим швидше вони починають давати результат.

2. Людський капітал не тільки схильний фізичному і моральному зносу, але і здатний збільшуватися, накопичуватися і множитися.

3. В міру накопичення людського капіталу, його прибутковість підвищується до певної межі, обмеженого верхньою межею активної трудової діяльності (активного працездатного віку), а потім різко зменшується.

4. Види вкладень в людину зумовлені історичними, національними, культурними особливостями і традиціями.

В процесі аналізу проблем інвестування в людський капітал варто розмежовувати його формування на трьох рівнях: особистісному, мікроекономічному та макроекономічному.

На особистісному рівні людським капіталом називають знання та навички, які людина здобула шляхом освіти, навчання, професійної підготовки та практичного досвіду і завдяки яким вона може надавати цінні виробничі послуги.

В цьому аспекті варто відмітити, що досить значними є сукупні витрати як індивідів, так і держави, які здійснені на здобуття професійної освіти, а потім не знайшли віддачі на ринку праці у зв'язку з небажанням та неможливістю працювати за обраним фахом. Також зростання частки навчання на платній основі знижує її доступність для значної кількості молодих людей. Крім того відомо, що професійні знання в сучасних умовах швидко застарівають, що вимагає від людини усвідомлення необхідності так званої освіти протягом усього життя, оскільки формальна освіта вже давно не єдиний і достатній метод підготовки людини навіть до трудової діяльності, не кажучи вже про весь комплекс людської життєдіяльності. Отримання диплома і початок трудової діяльності не повинні завершати процес освіти, а навпаки, стати початком більш спеціалізованого тривалого процесу набуття професійної кваліфікації, компетентності, загальнолюдської мудрості.

На мікроекономічному рівні інвестуючи у своїх працівників, підприємства активізують їхню трудову віддачу та діяльність, підвищують продуктивність праці в установах, скорочують витрати робочого часу, зміцнюють свою конкурентоспроможність на ринку. Кошти вкладаються в організацію професійної підготовки та підвищення кваліфікації, у профілактичні заходи для зміцнення здоров'я працівників, в загальному – в підвищення якості трудового життя. Проте, в сучасних умовах підприємства не готові інвестувати достатнього коштів у розвиток свого персоналу, за виключенням досить крупних та успішних компаній, які володіють цінними працівниками та таким чином намагаються їх втримати. Переважна кількість фірм в Україні в сучасних умовах не має достатньо фінансових ресурсів для інвестицій у свій персонал, а також на ринку праці досить висока конкуренція за робочі місця, що автоматично перекладає витрати на підвищення якості робочої сили на індивіда.

Сьогодні в Україні спостерігається значні проблеми в сфері організації та оплати праці, тому для підвищення ефективності функціонування людського капіталу держава повинна сприяти ліквідації заборгованості та підвищенню заробітної плати як основного джерела відтворення та нагромадження людського капіталу в усіх сферах докладання праці, оскільки низька заробітна плата та недотримання термінів її виплати суперечить якісному відтворенню як робочої сили, що нині функціонує на ринку праці, так і тієї, що прийде їй на зміну в майбутньому.

На макроекономічному рівні людський капітал включає вкладення в такі галузі, як освіта, медицина, професійна підготовка та перепідготовка, оздоровлення та інше. На сьогоднішній день роль держави в галузі інвестування в людський капітал дуже велика. Держава прибігає й до стимулюючих, і до примусових заходів, які спрямовані на збільшення людського капіталу суспільства. До примусових належать обов'язкова для всіх шкільна освіта в установленому обсязі, обов'язкові медичні профілактичні заходи (наприклад, щеплення, медичний огляд). В останні роки спостерігалось збільшення бюджетних асигнувань в сферу освіти та зменшення притоку коштів від індивідуальних інвесторів. У 2017 році з Державного бюджету України на сферу

освіти передбачено 93 101 041,6 тис. гривень, що становить 3,6 % ВВП, з яких кошти головних розпорядників коштів становлять 40 248 473,6 тис. гривень (за загальним фондом 27 437 963,8 тис. гривень) та обсяг освітньої субвенції місцевим бюджетам – 52 852 568,0 тис. гривень. У 2016 році ці показники склали 75 053 963,5 тис. гривень, що становило 3,31 % ВВП, з яких кошти головних розпорядників коштів становили 30 269 986,3 тис. гривень (за загальним фондом 19 378 469,7 тис. гривень), а обсяг освітньої субвенції місцевим бюджетам – 44 783 977,2 тис. гривень. Нині держава інвестує у вищу освіту наближено 50 % від обсягу підготовки [1].

Значно гірша ситуація спостерігається у галузі охорони здоров'я, яка в сучасних умовах зазнає реформування. Катастрофічними є видатки в цю сферу, що призвело фактично до її руйнації. Як результат, українці мають досить низькі показники середньої тривалості життя. Тому питання піднесення сфери медицини на якісно вищий рівень має розглядатись як пріоритетний в системі формування людського капіталу.

Отже, саме люди, їх знання, уміння, здібності є інтелектуальним запасом, який накопичується, збільшується і стає джерелом майбутніх доходів. Формування людського капіталу можливе тільки за умови цілеспрямованих вкладень в його розвиток з боку держави, організації і самої людини. Необхідно стимулювати та підтримувати бажання персоналу здобувати освіту, створювати умови для підвищення його культурного рівня, охорони здоров'я.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інформація щодо фінансування освіти і науки в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zet.in.ua/statistika-2/byudzheth/informaciya-shhodo-finansuvannya-osviti-i-nauki-v-ukraini/>
2. Якуба К. І. Особливості інвестицій у людський капітал: методологічний аспект / К. І. Якуба // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. – 2013. – № 5. – С. 180–185.

### СЕКЦІЯ 3

## ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

---

### ДО ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Білошкурський М. В., к. е. н., доцент**

**Омельчук В. С., магістрантка**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Функціонування підприємств у ринкових умовах вимагає постійного контролю за результатами діяльності, що є запорукою досягнення бажаних фінансових результатів та розробки ефективних управлінських рішень. Для прийняття важливих рішень необхідним є володіння інформацією про якісні та кількісні показники діяльності об'єкта, його можливості та загрози.

Отримання необхідної інформації потребує проведення діагностики діяльності як в цілому, так і за окремими напрямками [4, с. 419]. В умовах фінансової кризи особлива увага приділяється питанню платоспроможності у господарській діяльності, тому що найважливішим показником, що характеризує фінансовий стан підприємства є платоспроможність підприємства [3, с. 332].

Платоспроможність – здатність підприємства своєчасно розраховуватися за своїми фінансовими зобов'язаннями за рахунок достатнього наявності готових засобів платежу (залишку грошових коштів) та інших ліквідних активів. Рівень платоспроможності підприємства оцінюється обширною системою показників [2, с. 441].

Проведемо дослідження платоспроможності промислового підприємства ПАТ «Житомирський маслозавод» (табл. 1).

Для оцінки платоспроможності існує значна кількість показників. Це можна пояснити тим, що платоспроможність є важливою категорією для ефективної роботи підприємства, а її глибокий аналіз – запорука стабільності господарської діяльності. Також слід зазначити, що аналіз платоспроможності підприємства покладено в основу оцінки ефективності господарської діяльності в системі діагностики антикризового управління підприємствами [1, с. 54].

Характеризуючи коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності, слід зазначити, що цей показник у 2016 році, порівняно з 2014 роком, збільшився на 0,26%. Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2016 році збільшився на 0,19%, порівняно з 2014 роком. Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2016 році зменшився на 0,01%, порівняно з 2014 роком. Коефіцієнт маневреності власних оборотних засобів у 2016 році збільшився на 0,57%, порівняно з 2014 роком. Коефіцієнт покриття запасів у 2016 році збільшився на 0,09%, порівняно з 2014 роком. Співвідношення поточної дебіторської та кредиторської заборгованості у 2016 році збільшилося на 0,11%, порівняно з 2014 роком. Частка власних

оборотних коштів в їх загальній сумі у 2016 році зменшилась на 9%, порівняно з 2014 роком. Частка власних оборотних коштів у покритті запасів у 2016 році зменшилась на 14,73%, порівняно з 2014 роком.

Таблиця 1

**Показники платоспроможності  
ПАТ «Житомирський маслозавод» за 2014-2016 рр.**

| Показник                                                                | Норматив | Значення показника за роками |        |       | Зміни (+, -) у 2016 р., порівняно з 2014 р. |
|-------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------|--------|-------|---------------------------------------------|
|                                                                         |          | 2014                         | 2015   | 2016  |                                             |
| 1. Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності                          | 1-2      | 1,82                         | 2,23   | 2,08  | +0,26                                       |
| 2. Коефіцієнт швидкої ліквідності                                       | 0,8-1,2  | 0,95                         | 1,12   | 1,13  | +0,19                                       |
| 3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності                                    | 0,2-0,35 | 0,04                         | 0,09   | 0,03  | -0,01                                       |
| 4. Коефіцієнт маневреності власних оборотних засобів                    | 0-1      | 2,25                         | 1,83   | 2,83  | +0,57                                       |
| 5. Коефіцієнт покриття запасів                                          | 0,6-0,8  | 1,94                         | 1,86   | 2,03  | +0,09                                       |
| 6. Співвідношення поточної дебіторської та кредиторської заборгованості | 1        | 2,72                         | 2,12   | 2,83  | +0,11                                       |
| 7. Частка власних оборотних коштів в їх загальній сумі, %               | >10%     | 44,36                        | 54,50  | 35,37 | -9,00                                       |
| 8. Частка власних оборотних коштів у покритті запасів, %                |          | 92,88                        | 109,48 | 78,15 | -14,73                                      |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними річних фінансових звітів ПАТ «Житомирський маслозавод» [5].

Проведений аналіз платоспроможності ПАТ «Житомирський маслозавод» свідчить, що динаміка вищезазначених показників станом на 2016 рік є задовільною. Отже, стан платоспроможності ПАТ «Житомирський маслозавод» у 2016 році є нормальним.

**Список використаних джерел:**

1. Білошкурський М. В. Методологія оцінки ефективності господарської діяльності в антикризовому управлінні підприємствами : монографія. – Умань : Видавець «Сочінський», 2010. – 180 с.
2. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр: Эльга, 1999. – Т. 2. – 591 с.
3. Соколова Е. Проблеми управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Е. Соколова, Г. Чернявська // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія : Економіка і управління. – 2016. – Випуск 35. – С. 330-338.



4. Олександренко І. В. Діагностика ліквідності та платоспроможності підприємства / І. В. Олександренко // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 6. – С. 419–426. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2014\\_6\\_52](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_6_52).

5. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://smida.gov.ua>

## **ДЕВАЛЬВАЦІЯ ГРИВНІ В УКРАЇНІ**

**Будна А. В.**, студентка

**Степаненко Д. В.**, студентка

*Науковий керівник: викладач Станіславчук Н.О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах світової фінансової кризи особливої актуальності набуває дослідження особливості девальвації національної валюти України та аналізу динаміки офіційного курсу гривні відносно основних іноземних валют з метою вдосконалення валютного ринку як механізму, який формує взаємозв'язок між вітчизняною та світовою фінансовою системою.

Аспекти різного характеру щодо даної проблематики були вивчені та викладені у дослідженнях авторів таких, як О. І. Береславська, О. В. Дзюблюка, Т. В. Запаранюк, В. Ф. Колесніченко та інші. Проте, незважаючи на значну кількість праць, в яких ґрунтовно досліджуються питання необхідності модернізації грошово-кредитної політики, інфляційного таргетування, проблема практичної реалізації даного режиму в Україні залишається недостатньо дослідженою.

Останнім часом можна побачити доволі велику кількість обговорень щодо природи сучасної девальвації: чимало економістів вважають її штучно створеною урядом сумісно з Національним банком України для наповнення державного і місцевих бюджетів через інфляційний ефект.

У «Основних засадах грошово-кредитної політики на 2017 рік та середньострокову перспективу», які підготовлено Радою НБУ зазначається, що «Національний банк під час виконання своєї основної функції забезпечення стабільності національної грошової одиниці має виходити із пріоритетності досягнення та підтримки цінової стабільності в державі» [4].

В умовах економічної кризи і загостреного політичного становища, відсутності припливу інвестицій та недостатніх можливостей запозичувати дешеві ресурси на міжнародних ринках, виникли значні проблеми у процесі формування пропозиції іноземної валюти в Україні. В результаті відбулося знецінення гривні на тлі зростання дефіциту пропорції іноземної валюти, яка вирішальним чинником курсоутворення.

У 2014-2015 рр. Україна стикнулася з новими макроекономічними проблемами: відплив капіталу, криза в банківській системі, девальвація гривні, великий дефіцит бюджету, нестача ліквідності, різке падіння економічної

активності та ВВП. Рівень інфляції у 2014 році складав 24,9%, у 2015 році – 43,2%, і тільки у 2016 році після переходу до інфляційного таргетування рівень інфляції знизився до 12,4%. При цьому, на фоні послаблення інфляційних очікувань за вказаний період НБУ змінював свою облікову ставку п'ять разів з 30% у 2015 році до 14% на початок 2017 року [1].

Визначальними факторами нового витка девальвації надлишок гривневої ліквідності на ринку після активних бюджетних виплат уряду в кінці 2016 року і націоналізація «Приватбанку», а також корупційна складова. Національна валюта продовжує знецінюватися з середини грудня 2016 року. Котирування гривні до долара США на міжбанківському валютному ринку до середини торгів встановилися на рівні 27,7/27,8 гривні/долар, а курси готівкового ринку наближаються до позначки в 30 гривень/долар. Підвищена волатильність обмінного курсу гривні на міжбанківському валютному ринку пояснюється зниженням пропозиції валюти в результаті традиційного для перших місяців року сезонного спаду ділової активності. Історичний мінімум курсу української гривні відносно долара США, зафіксований в лютому 2015 року, становить 30,01 гривень/долар [1].

В Україні відбулася модернізація грошово-кредитної політики на основі переходу до режиму інфляційного таргетування. При цьому, для ефективної реалізації даного режиму необхідно виконати певні умови до яких відносяться: довіра до діяльності НБУ як засіб впливу на очікування економічних агентів; прозорість та інформаційна відкритість НБУ; розвинені фінансова система та фондовий ринок; відсутність бюджетного домінування в країні; низький рівень доларизації економіки; розвинений трансмісійний механізм процентної ставки.

Отже, передумовою девальвації української національної валюти стали негативні економічні, фінансові та політичні тенденції. Стабілізації курсу української валюти можна досягти завдяки відновленню реального сектору економіки. Для швидкого вирішення проблеми девальвації гривні на сучасному етапі НБУ повинен згладжувати надмірне коливання валютного курсу. З метою досягнення позитивного результату на валютному ринку заходи НБУ повинні бути підтримані комерційними банками, населенням та владою України .

#### **Список використаних джерел:**

1. Береславська О. Девальвація гривні та спричинені нею виклики для України / О. Береславська // Вісник Національного банку України. – 2015. – №2 (228). – С.26-33.
2. Гроші і кредит: підручник / О. М. Колодізев, В. Ф. Колесніченко. – К.: Знання, 2010. – 615 с.
3. Дзюблюка О. В. Грошово-кредитна політика як ключовий інструмент подолання фінансової кризи у розвинутих країнах / О. В. Дзюблюка, Т. В. Запаранюк // Банківська справа. – 2013. – № 6. – С. 3–17.
4. Основні засади грошово-кредитної політики на 2017 рік та середньострокову перспективу. – [Електронне видання] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=41556547>

## РЕТРОСПЕКТИВИ ПОНЯТТЯ ДОХОДИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Вінницька О.А., к.е.н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Досліджуючи сутність доходів бюджету, слід розрізняти дефініції «державні доходи» та «доходи бюджету», які є складовими категоріально-понятійного апарату фінансової науки. Державні доходи – це економічна (фінансова) категорія, об'єктивне явище, а доходи бюджету – фінансове поняття, пов'язане з діяльністю держави, суб'єктивними діями людей. Державні доходи – ширша дефініція, ніж доходи бюджету. Вони включають як доходи бюджету, так і чисті доходи державних підприємств [3].

Державні доходи охоплюють ту частину фінансових відносин, яка пов'язана з формуванням фінансових ресурсів у розпорядженні держави і державних підприємств. При цьому акумульовані державою фінансові ресурси належать до централізованих (концентруються в бюджеті держави і фондах цільового призначення), а ті, що залишаються в розпорядженні державних підприємств, є децентралізованими [4; 12].

У цілому, доходи бюджету трактуються як сукупність надходжень до місцевих бюджетів на безповоротній основі, справляння яких передбачено законодавством України.

Отже, поняття доходів бюджету є вужчим від поняття державних доходів. Слід також враховувати, що певна частина грошових ресурсів надходить у розпорядження держави поза бюджетом, за допомогою інших фінансових інститутів, наприклад, державного кредиту, державного страхування тощо [11]. Таким чином, доходи бюджетів визначаються як грошові надходження до основного загальнодержавного фонду, необхідного для планомірного розвитку всіх секторів економіки, підвищення матеріального добробуту й культурного рівня народу, оборони країни, утримання державних органів та органів місцевого самоврядування.

Досліджуючи ретроспективу поняття доходи місцевих бюджетів зауважимо, що до 19 ст. термін доходи місцевих бюджетів не використовувався, а доходи місцевої влади разом із доходами центральної влади трактувались як державні або публічні.

У своїй фундаментальній праці «Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй» (1776 р.) А. Сміт перший висловив доцільність розмежування державних та місцевих бюджетів і, відповідно, їх доходів [10]. Він наголошував, що крім державного фінансового господарства існує ще й місцеве фінансове господарство, виділяючи такі види доходів, як неподаткові (доходи від капіталів, підприємств, майна держави) і податки.

Найбільшого розвитку питання сутності та формування доходів місцевих бюджетів у фінансовій науці набули в часи незалежності України. Розвиток концептуальних засад доходів місцевих бюджетів в цей час тісно пов'язаний із визнанням місцевого самоврядування та розширенням фінансової незалежності

місцевих органів влади. Водночас, багато дослідників не виокремлюють поняття доходів місцевих бюджетів, подаючи визначення доходів бюджету в цілому, як на загальнодержавному, так і на місцевому рівні.

Під доходами бюджетів автори «Бюджетної системи України» С. І. Юрій і Й. М. Бескид розуміють частину централізованих ресурсів держави, які необхідні для виконання нею відповідних функцій, тобто основних напрямів діяльності держави, обумовлених цілями і завданнями, що характеризують її сутність [2]. Такі доходи виражають економічні відносини, що виникають у процесі формування фондів грошових коштів і надходять у розпорядження органів державної влади та управління [9]. В даному визначенні розкрито вартісний, розподільчий характер поняття, проте не зазначено специфіки доходів місцевих бюджетів.

В. В. Асаул, А. В. Дементьев трактують доходи бюджетів як грошові кошти, що надходять відповідно до законодавства у розпорядження органів влади відповідного рівня [1]. Доходи бюджетів поділяються на податкові і неподаткові джерела, а також безоплатні перерахування. У доходи бюджету поточного року зараховується також залишок коштів, що сформований на кінець попереднього року.

Водночас такі вчені як В. Д. Базилевич, О. Д. Василик, О. П. Кириленко, Ю. В. Пасічник, В. В. Письменний, С. І. Юрій розмежовують поняття доходів державного та місцевих бюджетів.

В. В. Письменний визначає доходи місцевих бюджетів як частину фінансових ресурсів місцевих органів влади, за допомогою яких створюється фінансова база для задоволення суспільних потреб. Формою прояву відносин, які виникають в процесі формування доходів місцевих бюджетів, виступають різного роду надходження, а матеріально-речовим втіленням – грошові кошти, що мобілізуються у бюджетний фонд та використовуються за цільовим призначенням [8].

Професор Ю. В. Пасічник акцентує увагу на визначенні економічної сутності доходів місцевих бюджетів, що розглядаються як окрема економічна категорія, що виражають сферу економічних відносин суспільства, яка пов'язана з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів регіонального рівня і використовується місцевими органами влади для забезпечення поточних і перспективних завдань розвитку регіону [7].

Професор О. П. Кириленко розглядає доходи місцевих бюджетів як доходи, що складаються із власних і закріплених надходжень, перелік яких визначений на тривалу перспективу, що повинно створити необхідні передумови для здійснення перспективного планування. Науковець підкреслює, що надходження власних доходів не враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів місцевим бюджетам. В результаті чого, такий порядок забезпечує безпосередню зацікавленість органів місцевого самоврядування у нарощуванні дохідної частини [5].

Професор С. І. Юрій поділяє доходи місцевих бюджетів на закріплені та регулюючі. З позиції науковця, закріпленими вважаються такі доходи, які в

законодавчому порядку повністю закріплюються за певним бюджетом і не підлягають передачі у бюджети нижчого рівня, або частково закріплюються за бюджетами вищого рівня і в певному обсязі підлягають передачі у бюджети нижчого рівня. Однак дохідна частина бюджету опирається не лише на закріплені дохідні джерела. Окремим адміністративно-територіальним одиницям закріплених дохідних джерел може не вистачати для покриття видатків, передбачених програмою економічного й соціального розвитку. В таких випадках застосовуються регулюючі доходи. Названі доходи характеризуються тим, що передаються у вигляді відрахувань від загальнодержавних податків і зборів з бюджету вищого рівня у бюджети нижчого рівня для їх збалансування [13].

Таким чином, дослідження наукових робіт з проблематики формування доходів місцевих бюджетів дало підстави сформулювати власне визначення поняття «доходи місцевих бюджетів» – це сукупність грошово-економічних відносин суспільства, що забезпечують формування, розподіл, використання фінансових ресурсів на регіональному рівні та оптимальний, ефективний розвиток регіонів шляхом децентралізованого управління в особі місцевих органів влади.

Тобто, доходи місцевих бюджетів – це фінансові ресурси органів місцевої влади, що використовуються для забезпечення розвитку певного регіону та які повинні відповідати обсягам повноважень, встановленим законодавством.

#### **Список використаних джерел:**

1. Асаул В. В. Финансы, денежное обращение и кредит: учеб. пособие / В. В. Асаул, А. В. Дементьев, Д. К. Молчанов; под ред. В. В. Асаул; СПбГАСУ. – СПб., 2010. – 322 с.
2. Бюджетна система України: Навч. посіб. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / С. І. Юрій [та ін.]; ред. С. І. Юрій, Й. М. Бескид. – К.: НІОС, 2000. – 400 с.
3. Бюджетна система: Підручник / За наук. ред. В. М. Федосова, С. І. Юрія // Публікація: К. – Тернопіль: ЦУЛ-Економічна думка, 2012. – 871 с.
4. Венгер В. В. Финансы: навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Венгер. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 432 с.
5. Кириленко О. П. Місцеві фінанси: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2004. – 140 с.
6. Легкоступ І. І. Особливості формування місцевих бюджетів України та шляхи зміцнення їх доходної бази / І. І. Легкоступ // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 3. – С. 165-170.
7. Пасічник, Ю. В. Бюджетна система України: навчальний посібник / Ю. В. Пасічник – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 670 с.
8. Письменний В. В. Місцеві фінанси: навч. посіб. / В. В. Письменний. – Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2012. – 200 с.

9. Савчук С. В. Теоретико-концептуальні засади визначення доходів бюджетів як об'єкту бюджетного планування // Наука й економіка. – №1(25). – 2012 р. – С.81-89.
10. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. (1776 р.) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/13>
11. Тріпак М. М. Доходи місцевих бюджетів України: прагматика та фінскальне регулювання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.tneu.edu.ua/index.php/nmkd/64-resursy-biblioteky/pratsi-vykladachiv-tneu/t/94-2011-09-05-09-52-41>
12. Фінанси: Навч.-метод. посіб. для самоств. вивч. дисципліни. – 2-ге вид., перероб. і доп. / О. Р. Романенко, С. Я. Огородник, М. С. Зязюн, А. А. Славкова. – К.: КНЕУ, 2003. – 387 с.
13. Юрій, С. І. Економічні та соціальні аспекти розвитку господарського комплексу України: монографія / С. І. Юрій, Р. А. Іванух, С. Л. Дусановський. – Тернопіль: Збруч, 2003. – 468 с.

## **ДЕПОЗИТНА ПОЛІТИКА БАНКІВ УКРАЇНИ**

**Глущенко І. М., студент**

**Люльченко В. В., студент**

*Науковий керівник: викладач Станіславчук Н.О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Особливої актуальності питання формування депозитної політики набувають в умовах сучасної фінансової кризи, адже одним із головних завдань банків є формування ресурсної бази, яка формується за рахунок вкладів населення та забезпечує фінансову стійкість і стабільність банківської установи.

Депозитна політика банку – система заходів банку із формування портфеля депозитних послуг, різноманітних форм і методів здійснення цих заходів, визначення його конкурентних позицій на даному сегменті ринку та забезпечення стійкості і надійності ресурсної бази [1].

Депозитна політика банківської установи ґрунтується на дослідженні досягнутого рівня розвитку депозитних відносин банку з клієнтами і націлена на їх удосконалення та розвиток. Комерційному банку важливо розробляти депозитну політику насамперед тому, що це дає можливість регулювати, управляти, раціонально організовувати взаємини між банком і його клієнтами щодо зворотного руху коштів [2].

В Україні особливого значення набуває підвищення ефективності функціонування ринкової інфраструктури, що вимагає кардинальних якісних перетворень у банківській сфері, а відповідно, реалізації адекватної політики комерційними банками. Перехід від адміністративно-командних методів управління банківською системою до економічних посилює роль конкуренції та

зумовлює необхідність врахування потреб клієнтів грошово-кредитного ринку, розробки і реалізації ефективної депозитної і кредитної політики.

Таблиця 1.

**Динаміка обсягів депозитів за 2010-2016 рр. (млн. грн.) \***

| №   | Назва банку            | 2010  | 2011  | 2012  | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
|-----|------------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 1.  | Приватбанк             | 49835 | 75183 | 91842 | 106342 | 133551 | 141338 | 178121 |
| 2.  | Ощадбанк               | 24524 | 24421 | 38585 | 39399  | 46341  | 55368  | 93438  |
| 3.  | Укрексімбанк           | 19425 | 27332 | 31682 | 44841  | 42970  | 60126  | 77679  |
| 4.  | Райффайзен банк аваль  | 27668 | 28342 | 27635 | 27804  | 26419  | 28800  | 39214  |
| 5.  | Укрсиббанк             | 14149 | 17867 | 20701 | 17313  | 16632  | 17424  | 33300  |
| 6.  | Пумб                   | 5765  | 8003  | 20094 | 17465  | 20444  | 24516  | 27585  |
| 7.  | Укргазбанк             | 4040  | 5235  | 5615  | 7024   | 8699   | 12368  | 27510  |
| 8.  | Unicredit (Укрсоцбанк) | 12340 | 15337 | 17708 | 18370  | 21611  | 22501  | 26780  |
| 9.  | Альфа-банк             | 7421  | 9653  | 12174 | 14376  | 15831  | 18061  | 25244  |
| 10. | Креді Агріколь банк    | 2083  | 2916  | 3610  | 9778   | 10832  | 17625  | 18814  |
| 11. | Отп банк               | 7118  | 7786  | 8700  | 8966   | 9537   | 14003  | 18325  |
| 12. | Сбербанк Росії         | 1774  | 4280  | 7592  | 13280  | 18910  | 14935  | 17785  |
| 13. | Промінвестбанк         | 14593 | 19482 | 16507 | 13986  | 13898  | 13683  | 16822  |
| 14. | Сітібанк (Україна)     | 3064  | 4201  | 4196  | 3997   | 4359   | 7223   | 12916  |
| 15. | Південний              | 5681  | 7318  | 7061  | 6244   | 6131   | 7190   | 10250  |
| 16. | ВТБ Банк               | 5170  | 8085  | 11936 | 12120  | 11148  | 7900   | 9540   |
| 17. | Хрещатик               | 3338  | 4557  | 4851  | 5769   | 6316   | 6704   | 7661   |
| 18. | Прокредит Банк         | 1200  | 1407  | 1531  | 1571   | 1865   | 3437   | 6545   |
| 19. | Банк Кредит Дніпро     | 2414  | 3636  | 5585  | 6209   | 4904   | 5771   | 6211   |
| 20. | Платинум Банк          | 68    | 574   | 2841  | 2968   | 4824   | 5665   | 6078   |

\*Джерело: [3]

Для оцінки стану депозитних операцій вітчизняних банків проаналізуємо їх динаміку та структуру. За даними Національного банку України, загальний обсяг депозитів в Україні в 2016 р. становив 760295 млн. грн. [3]. Обсяг депозитів в найбільших банках України збільшився порівняно з попередніми роками, що є позитивною тенденцією. Динаміку депозитних вкладень в основних комерційних банках України представлено в табл. 1.

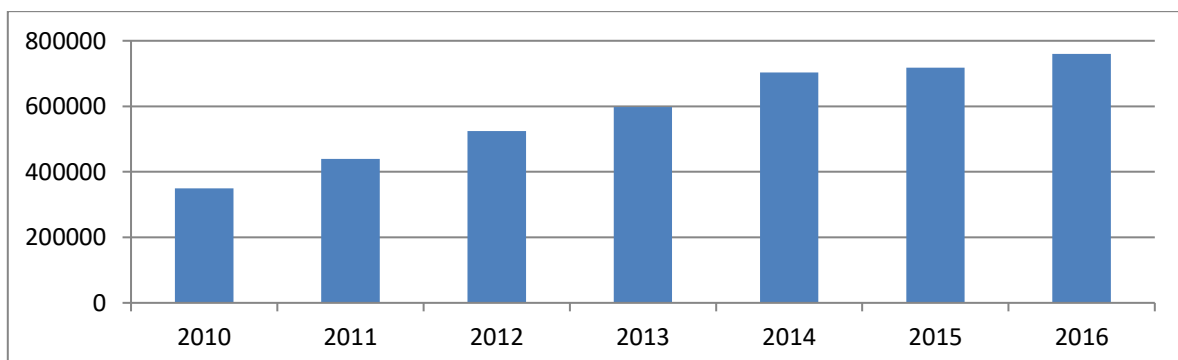


**Рис 1. Депозитні вклади населення в банках за 2010-2016 роки (млн. грн.).** Джерело: [3].

Як видно з рис. 1. загальні розміри депозитних вкладів населення в банках зросли, що свідчить про поступове відновлення довіри населення до банківської системи.

Отже, ефективна реалізація депозитної політики сприяє вдосконаленню банківської діяльності в процесі залучення грошових коштів та збереженню їх конкурентних переваг. З метою вдосконалення банківської депозитної політики необхідно покращити економічну й політичну ситуацію в країні, підсилити стимулювання довгострокового стабільного зберігання заощаджень, а також банківським установам важливо підвищувати якість обслуговування клієнтів та виходити на ринок із більш гнучкими депозитними продуктами.

### **Список використаних джерел:**

1. Еш С.М. Депозитна політика комерційного банку та напрями її вдосконалення в умовах економічної кризи / С.М. Еш, К.О. Тюті // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті : програма і матеріали 79-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, (15–16 квітня 2013 р.). – К.: НУХТ, 2013. – Ч. 4. – С. 212–213.
2. Дребот Н.П. Стратегія банківської установи на ринку депозитних послуг / Н.П. Дребот, О.Р. Галько // Регіональна економіка. – 2008. – № 4. – С. 125–132.
3. Депозити банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bankografo.com/analiz-bankiv/bankivska-statystyka/pokazniki-diyalnosti-bankiv-absolyutni/depoziti-bankiv-ukrayini/>.

## **ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Дударчик В. С.,** студентка

*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Клімова І. О.*

*Житомирський державний університет імені Івана Франка*

Державні суб'єкти господарювання реалізують свою фінансову політику за допомогою фінансового механізму, склад і структура якого визначаються рівнем розвитку економіки, відносинами власності, історичними та національними особливостями країни. Забезпечення розвитку промислових підприємств значною мірою залежить від ефективності його фінансового механізму. Невизначеність загальноекономічної ситуації та зміни законодавчої системи негативно впливають на розвиток промислових підприємств, що призводить до зменшення їх кількості. В цих умовах важливим завданням для промислових підприємств є адаптація до нестабільного ринкового середовища та постійних змін ринкової кон'юнктури. Це вимагає формування фінансового механізму забезпечення розвитку промислових підприємств відповідно до умов



невизначеності та нестабільності вітчизняної економіки. Незважаючи на те, що в економічній літературі поняття фінансового механізму використовується досить широко, єдиної думки щодо визначення сутності та його складових немає.

Дослідження теоретичних і практичних аспектів функціонування фінансового механізму на макро - та мікрорівні відображені в працях вітчизняних і зарубіжних вчених: М. Александрової, А. Балабанової, І. Балабанова, І. Благун, В. Буряковського, О. Василика, В. Венгера, О. Волкова, Н. Заяць, О. Кириленко, Г. Кірейцева, О. Ковалюк, Н. Колчина, С. Маслової, В. Москаленко, П. Нікольського, О. Опаріна, К. Павлюк, А. Поддєрьогіна, Б. Райзберга, Р Сайфуліна, В. Суторміної, А. Шеремети, В. Федосова, С. Юрія та ін.

Однією з основних характеристик стабільного стану підприємства на ринку є його фінансова стійкість. У процесі господарювання промислових підприємств фінанси здійснюють свої функції переважно через фінансовий механізм, під яким розуміється оформлена законодавчими та нормативними актами взаємозалежна система заходів, спрямованих на використання об'єктивно існуючих грошових відносин для досягнення цілей підприємства.

Якщо фінанси – це об'єктивна економічна категорія, що відображає об'єктивно існуючі грошові відносини, то фінансовий механізм – це система управління фінансами, або спосіб впливу на фінансові відносини через фінансові важелі за допомогою фінансових методів [3].

Одним зі складових елементів фінансового механізму є фінансове забезпечення. В. І. Оспіщев розглядає фінансове забезпечення як основний метод фінансового впливу на соціально-економічний розвиток, вказуючи, що «фінансове забезпечення регулюється на основі відповідної системи функціонування, яке може здійснюватися у трьох формах: самофінансування, кредитування, зовнішнє фінансування» [1].

Фінансовий механізм має дві взаємопов'язані сторони: суб'єктивну та об'єктивну. Об'єктивна сторона фінансового механізму виявляється в тому, що він будується відповідно до вимог об'єктивних економічних законів. З іншого боку, фінансовий механізм носить суб'єктивний характер, тому що встановлюється вищим менеджментом підприємства для вирішення завдань, що стоять перед ним на тому або іншому етапі розвитку[5].

Фінансовий механізм містить такі основні елементи як: фінансові методи; фінансові важелі; фінансові інструменти; нормативно-правове, інформаційне та організаційне забезпечення. Ефективність фінансового механізму досягається за рахунок злагодженої дії усіх його складових елементів відповідно до потреб та інтересів суспільства за умови напрацювання належної законодавчої та нормативної бази. З метою досягнення більш раціональної та ефективної роботи на підприємстві в сфері економічних та фінансових питань доцільно створити єдину функціональну систему, а саме – фінансово-економічний механізм. З такою пропозицією погоджується і В. П. Москаленко, який наполягає на органічному взаємозв'язку економічного та фінансового механізмів [4].

Фінансові методи є способом впливу фінансових відносин на діяльність та розвиток промислових підприємств, тому до фінансових методів належать фінансове планування, аналіз, самофінансування, контроль, кредитування, інвестування, ціноутворення, страхування, франчайзинг, венчурне фінансування. Потрібно виділити, що самофінансування – це забезпечення потреб простого і розширеного відтворення виробництва за рахунок власних коштів регіональної економіки. Воно є вихідною формою фінансового забезпечення, оскільки без наявності певного власного капіталу неможливо як розпочати будь-яку справу, так і надати певні гарантії розвитку й відтворення регіональної економіки. Самофінансування як форма фінансового забезпечення призначені для покриття затрат на мінімально допустимому рівні.

Фінансові важелі, які безпосередньо пов'язані із залученням і розміщенням фінансових ресурсів, охоплюють: дохід, прибуток, податки, витрати, дивіденди і кредити.

Нормативно-правове забезпечення реалізації фінансової політики через фінансовий механізм полягає у розвитку фінансової підтримки стратегічно важливих галузей промисловості, розвитку інфраструктури підтримки підприємницької діяльності, участі в державних закупівлях.

Ефективність функціонування фінансового механізму промислових підприємств залежить також від якості інформаційного забезпечення, яке включає методичне та аналітичне забезпечення, навчання та перепідготовку кадрів [3].

Таким чином, фінансовий механізм забезпечення розвитку промислових підприємств можна визначити як спосіб впливу підсистеми, яка включає нормативно-правове, адміністративно-організаційне й інформаційне забезпечення та форми фінансової підтримки промислових підприємств, фінансові методи, фінансові важелі та інструменти, для забезпечення сприятливих умов ведення бізнесу та розвитку підприємств в Україні.

Для більш ефективнішої організації фінансового механізму стимулювання розвитку підприємництва доцільно дотримуватися таких принципів:

- відповідність і адаптивність функціонуючого фінансового механізму стимулювання розвитку підприємництва, інструментів, методів і видів стимулювання підприємств, що сприяє досягненню економічної стабільності.
- узгодженість механізму з економічними інтересами підприємств, що сприяє задоволенню їх потреб у фінансових ресурсах і досягненню їх розвитку.
- взаємозв'язок і взаємодія структурних елементів фінансового механізму стимулювання розвитку підприємництва, що визначають його стійку й ефективну реалізацію на практиці.

#### **Список використаних джерел:**

1. Близнюк О. П. Фінанси : навч. посібн. / О. П. Близнюк, Л. І. Лачкова, В. І. Оспіщев та ін., за ред. І. В. Оспіщева. – К. : Знання, 2006. – 415 с.
2. Квасниця О. В. Фінансовий механізм забезпечення розвитку підприємств в Україні / О. В. Квасниця. – К.: Світ фінасів, 2014. – 10 с.

3. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 560 с.

4. Москаленко В. П., Шипунова О. В. Фінансово-економічний механізм промислового підприємства: навч. посіб. / В. П. Москаленко. – Суми: Довкілля, 2003. – 176 с.

5. Тарасова Е. В. Фінансовий механізм сталого розвитку підприємства / Е. В. Тарасова. – Одеса.: Одеська національна академія харчових технологій, 2016. – 5 с.

## **УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ**

**Ключко Є. М., студент**

**Слатвінський М. А., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Інвестиційна діяльність банків має визначальне значення для розвитку національної економіки. Під нею можна розуміти придбання банком довгострокових активів з метою максимізації їх справедливої вартості і в результаті одержання очікуваного доходу.

Інвестиційна діяльність банків в Україні характеризується значним рівнем стратегічного ризику, управлінню яким керівництвом банківських установ приділяється недостатня увага. За відсутності внутрішньобанківського стратегічного плану, інвестиційна стратегія банків визначається, таким чином, на основі поточних економічних умов. В свою чергу, управління інвестиційною діяльністю банків на фондовому ринку України визначається регуляторними положеннями нормативно-правових актів, що можна пояснити низьким рівнем розвиненості ринку цінних паперів.

Банківські установи при формуванні інвестиційного портфеля цінних паперів, основним чином, вкладають кошти у придбання облігацій внутрішньої державної позики та облігацій підприємств. Пріоритетність облігацій як об'єктів інвестування обумовлюється їх здатністю забезпечити високий рівень дохідності (близько 15 % річних) при відносно низьких рівнях ризику ліквідності ринку і кредитного ризику концентрації, які в середньому становлять 2 %. Одночасно, придбання акцій з метою включення їх до інвестиційного портфелю банку не відповідає критеріям оптимального співвідношення показників ризику і дохідності (за волатильності у 74 % дохідність не перевищує 10 % річних).

Удосконалення управління інвестиційною діяльністю банківських установ передбачає необхідність урахування вимог міжнародних стандартів банківського нагляду з одночасною їх адаптацією до національних нормативних положень в процесі розробки прикладних методів оцінки та мінімізації відповідних ризиків.

Підвищити ефективність управління інвестиційною діяльністю банку можливо на основі комплексного підходу до формування банківського інвестиційного портфелю цінних паперів, який базується на оцінці і управлінні балансовим ризиком ліквідності, який притаманний інвестиційній діяльності банку. Управління балансовим ризиком ліквідності в процесі здійснення банком інвестиційної діяльності повинно включати чотири етапи:

- 1) розрахунок розміру ресурсної бази банку, яка може бути спрямована на здійснення ним інвестиційної діяльності;
- 2) визначення оптимальної з точки зору ризику і дохідності структури банківського інвестиційного портфелю цінних паперів;
- 3) розрахунок максимально допустимого приросту обсягів інвестування;
- 4) визначення оптимальних строків до погашення банківського інвестиційного портфелю на основі аналізу гепу ліквідності банку.

Активізації інвестиційної діяльності банків може посприяти модернізація концепції функціонування фондового ринку України, яка передбачає створення сприятливого макроекономічного та фіскального середовища з одночасним забезпеченням узгодженості інституційної, законодавчої та регуляторної інфраструктури.

Використання викладених вище теоретичних і практичних напрацювань, як передбачається, дозволить вдосконалити підходи та підвищити ефективність процесу управління інвестиційною діяльністю банків.

## **ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ**

**Костюк О. В., студент**

**Слатвінський М. А., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Виробництво продукції, яка є конкурентоспроможною на ринку, перебуває в залежності від забезпеченості підприємств сучасними основними засобами. Їх відтворення потребує значних фінансових ресурсів, тоді як для більшості підприємств України це є проблемним, що проявляється в дефіциті власних коштів, особливо у малих та середніх підприємств.

Заниження вартості основних засобів, як бази нарахування амортизації, зменшує її значення у відтворенні основних засобів. При цьому наявне неповне та нецільове використання амортизаційних відрахувань.

Фінансове забезпечення відтворення основних засобів підприємств – це система фінансових відносин щодо залучення, формування та систематичного вкладання фінансових ресурсів у відтворення, кількісне збільшення та якісне покращення основних засобів.

Вартість основних засобів підприємств постійно зростає на фоні низького рівня забезпеченості ними, що не відповідає нормативній потребі, та високого

рівня зносу (у 2010-2016 рр. – близько 40%). Обсяги амортизаційних відрахувань та чистого прибутку в цілому всіх підприємств України є недостатніми для відтворення основних засобів. Спостерігається при цьому неповне і нецільове використання амортизаційних відрахувань.

Для виправлення наведеної вище ситуації доцільно обов'язково щорічно переоцінювати вартість активної частини основних засобів підприємств, що збільшить суму амортизаційних відрахувань та посилить контроль за їх цільовим використанням.

На фінансове забезпечення відтворення основних засобів за рахунок кредитів негативно впливають: недостатнє довгострокове кредитування підприємств; зростання відсоткових ставок за кредитами; високі вимоги банків при кредитуванні підприємств до заставного майна та його недостатність.

Проблеми забезпечення необхідними основними засобами за відсутності достатнього обсягу коштів для придбання нових підприємства вирішують купівлею їх на вторинному ринку, використанням їх на умовах лізингу, їх операційною орендою. Фінансовий лізинг в Україні недостатньо розвинутий. Фінансова підтримка зі сторони держави щодо компенсації лізингових платежів знизилась за останні п'ять років у чотири рази. У 2010-2016 рр. вартість основних засобів, які були взяті підприємствами в операційну оренду, збільшилась на 13% і, як наслідок, в 1,2 разу перевищувала первісну вартість власних основних засобів.

І.О. Бланк відзначав, що варіант фінансування оновлення основних засобів по підприємству загалом обирається з урахуванням наступних основних чинників: достатності власних фінансових ресурсів для забезпечення економічного розвитку підприємства в майбутньому періоді; вартості довгострокового фінансового кредиту порівняно з рівнем прибутку; досягнутого співвідношення використання власного та позикового капіталу; доступності довгострокового фінансового кредиту для підприємства [1, с. 274].

Ці чинники мають стати і основою формування етапів виконання стратегії фінансового забезпечення відтворення основних засобів.

Стратегія фінансового забезпечення відтворення основних засобів підприємств на макрорівні повинна відповідати загальній національній стратегії розвитку окремих галузей економіки. Ця стратегія визначає роль держави у відтворенні основних засобів підприємств (створення спеціальних програм, пільгових кредитів, залучення іноземних інвестицій, особливості оподаткування).

### **Список використаних джерел:**

1. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / І.О. Бланк. – К.: Ельга, 2008. – 724 с.

## ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

**Кутащук В. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., ст. викладач Стойка С.О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Однією із важливих проблем формування місцевих бюджетів є забезпечення збалансованого соціально-економічного розвитку регіонів та формування міжбюджетних відносин, з метою підвищення рівня фінансової самодостатності шляхом посилення бюджетної децентралізації.

Метою бюджетної децентралізації не може бути збільшення частки доходів місцевих бюджетів у зведеному бюджеті або утримання наявної мережі бюджетних установ. Лише підвищення якості конкретного переліку послуг для конкретного громадянина може забезпечити правильний напрям перетворень. Інші цілі для бюджетної децентралізації можуть призвести до неефективного використання державних коштів і погіршення ситуації [1].

Децентралізація бюджетних фінансових ресурсів передбачає: зміну системи оподаткування, при якій змінюються питомі надходження на користь місцевих бюджетів; зміну трансфертної політики, яка не зможе будуватись на радянському принципі «від кожного по можливостям – кожному по необхідності»; надання органами місцевого самоврядування більших повноважень в напрямку розробки та реалізації різноманітних програм соціально-економічного розвитку [1]. Проведення бюджетної децентралізації в Україні у формі збільшення повноважень та фінансової бази органів місцевого самоврядування триває вже довгий час та фактично відбувається процес підвищення рівня бюджетної централізації [2].

Для оцінки ступеня бюджетно-фінансової децентралізації використовують показник частки регіональних (місцевих) рівнів управління у доходах і видатках консолідованого бюджету. Протягом 2015-2016 рр. рівень бюджетної централізації зменшився з 78,3 % до 76,2 %, і відповідно рівень децентралізації бюджетних ресурсів збільшується з 21,7 до 22,2 %. У 2016 році відбулося незначне збільшення частки у доходах зведеного бюджету – 77,8 %, при цьому відбулося зменшення частки місцевих бюджетів у доходах зведеного бюджету – 22,2 % [1].

Комплексне реформування місцевого самоврядування та удосконалення регіональної бюджетної політики неможливе без усвідомлення досвіду європейських країн, (бюджетні відносини яких є інструментом фінансового вирівнювання та подолання вертикальних і горизонтальних дисбалансів), без вивчення їх рекомендацій та фінансової підтримки як окремих заходів, так і конкретних проектів [3].

Бюджетна децентралізація є пріоритетним напрямом підтримки з боку міжнародних фінансових організацій, зокрема Програми розвитку ООН. На сучасному етапі становлення економіки зроблено значний крок вперед в проведенні реформи міжбюджетних відносин, прийняті відповідні зміни до законодавства, змінено механізми бюджетного фінансування та вирівнювання.

### **Список використаних джерел:**

1. Набатова Ю. О. Формування місцевих бюджетів в умовах децентралізації фінансових ресурсів / Ю. О. Набатова, Т. В. Ус. // Ефективна економіка. – 2015. – № 5. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2015\\_5\\_68](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_5_68).
2. Євтушенко Н. М. Формування місцевих бюджетів в контексті децентралізації [Електронний ресурс] / Н. М. Євтушенко // Фінанси, грошовий обіг, кредит. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/formuvannya-mistsevih-byudzhativ-v-konteksti-byudzhetnoyi-detsentralizatsiyi>.
3. Петленко Ю. В., Рожко О.Д. Місцеві фінанси : Опорний конспект лекцій / Ю. В. Петленко, О. Д. Рожко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/99556-3-mjbyudjetn-vdnosini-v-zarubjnih-kranah.html>.

## **РОЛЬ СТРАХУВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ РИЗИКАМИ**

**Кукуруза А. О., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доц. Чвертко Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Комерційні банки, як і будь-які фінансові установи, користуються послугами страхових організацій. Це зумовлено об'єктивністю ризику, незалежно від виду підприємницької діяльності. З урахуванням значущості банківського сектора економіки, особливостей банківської діяльності та постійного розширення сфери діяльності комерційних банків, сформувалася і розвивається система банківського страхування.

Необхідність банківського страхування залежить від діяльності банку, якому властивий ризик. Перш за все, страхують ризик на який банк не може вплинути самостійно.

Управління банківськими ризиками – це процес, за допомогою якого банк виявляє (ідентифікує) ризики, проводить оцінку їх величини, здійснює моніторинг і контролює свої ризикові позиції, а також враховує взаємозв'язки між різними категоріями ризиків.

Процес управління банківськими ризиками являє собою обмеження або мінімізацію ризикових позицій банку, оскільки повністю уникнути ризиків неможливо.

Система управління банківськими ризиками – це сукупність прийомів, застосовуваних персоналом банку для забезпечення позитивного фінансового результату (за наявності невизначеності умов діяльності) і для прогнозування ризикових подій з метою вжиття заходів, спрямованих на запобігання або зниження негативних наслідків цих ризикових подій.

Сучасні обставини розвитку фінансової системи країни дають змогу дійти до висновку, що функції управління ризиками в банках не приділено достатньої

уваги, що й ставить під загрозу ефективність функціонування всієї банківської сфери.

Банківському бізнесу притаманна велика концентрація грошових ресурсів, комп'ютерних технологій, він є джерелом корисної інформації. Все це приваблює і різні кримінальні структури. Спостерігається нездоровий інтерес до системи банківських розрахунків серед представників тіньової економіки. Рівень кваліфікації шахраїв зростає. Вони нерідко вдало використовують і розроблені проти них нові, більш вдосконалені технології. Обсяг збитків неухильно зростає і внаслідок злочинів, довершених висококваліфікованими шахраями в банківській сфері. З огляду на це банківське страхування є одним зі способів забезпечення надійного функціонування банку. В разі завдання банку шкоди страхові виплати сприяють відновленню нормального фінансового стану банку [1].

Варто урахувати, що страхування банківських ризиків – це не приватна справа банку, оскільки кредитна установа ризикує, перш за все, не своїми коштами, а вкладами своїх клієнтів. Страхування капіталу банку в повному обсязі є неможливим. Тому вибірково страхуються особливо важливі для конкретного банку вклади.

В багатьох країнах широко застосовуються поліси BBB (Bankers Blanket Bond) – поліси комплексного страхування банків від злочинів, які завдають збитків банкам внаслідок неправомірних або помилкових дій персоналу і третіх осіб та ряду інших операційних ризиків. BBB надає страховий захист від збитків у результаті операцій, здійснених банком на підставі підроблених письмових документів та інструкцій. Також відшкодуванню підлягає збиток від операцій з підробленими цінними паперами й фальшивою валютою. Покриття охоплює такі злочини, як пограбування банку, цінного майна з його приміщень, пограбування у процесі інкасації [2].

В Україні банки та страхові компанії є партнерами, і це є позитивною практикою. Страхові компанії та банки розробляють та впроваджують нові, зручні для продажу продукти, високотехнологічні програми та програми з використанням банком страхових резервів. Водночас як банківська, так і страхова система України не готові до введення обов'язкового страхування BBB через деякі суб'єктивні та об'єктивні причини. Однією з суб'єктивних причин є те, що для впровадження BBB необхідним є наявність економічно обґрунтованих підходів щодо ефективності для банку такого захисту. Страховик прагне збільшити тариф, щоб сформувати більші страхові резерви, а банкір не хоче переплачувати. І поки не будуть розроблені взаємовигідні схеми покриття банківських ризиків де, можливо, повинні бути компромісно узгоджені ліміти страхування, франшизи та технології супроводження таких ризиків, введення BBB – страхування є передчасним.

Отже, страхування, перебуваючи на рівні з системами фізичної, технічної, інформаційної безпеки, є важливим елементом у системі захисту діяльності банку від збитків, внаслідок впливу ризиків. Нові технології, складності управління банком, комп'ютерні злочини, зловживання працівників банку,



непередбачуване регулювання з боку держави та багато інших факторів спонукають фінансові установи придбати страхові поліси. Збитки такого роду можуть бути компенсовані тільки внаслідок страхування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Левчук О. В. Проблеми та перспективи розвитку банківського страхування в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Левчук, С. А. Ліщук. – Режим доступу : <http://libfor.com/engine/print.php?newsid=1110>.
2. Сергієнкова О. В. Проблеми та перспективи розвитку страхування в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Сергієнкова, О. В. Мелентьєва. – Режим доступу : <http://конференция.com.ua/pages/view/508>.

### **ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ВЛАДИ: ПЕНСІЙНА РЕФОРМА**

**Котик О. В., асистент**  
**Лисачок А. В., студентка**

*Національний університет водного господарства та природокористування*

Процес децентралізації в Україні розпочався у 2014 році саме цього року було ухвалено базові нормативні документи, окреслено певне бачення реформи територіально-адміністративного устрою та місцевого самоврядування, що й створило передумови для реальних кроків децентралізації. 1 квітня 2014 року Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням ухвалив Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [1]. Процес децентралізації простежується в усіх системах: освіти, охорони здоров'я, судової системи, силових структур. На сьогодні важливим є визначення впливу децентралізації на пенсійну реформу, оскільки саме пенсіонери є однією з незахищених верств населення. Чисельність пенсіонерів згідно з даними Пенсійного фонду України станом на 01.07.2017 року в Україні складає 11722,656 тис. осіб [2]. За останні кілька років кількість пенсіонерів значно скоротилася, це пов'язано з анексією Криму Росією та тимчасовою втратою контролю над окремими регіонами Донецької і Луганської областей. Щоправда, разом з пенсіонерами на окупованих територіях залишилися і працездатні українці, велика частина яких перестала платити єдиний соціальний внесок (ЄСВ).

На сьогодні в Україні не всі пенсіонери старше 55 років. За вислугою років на "заслужений відпочинок" виходять вчителі, деякі медики, шахтарі, військові, правоохоронці і т. д., таких в Україні – 693 тис. осіб. Соціальні пенсії у розмірі 946 гривень отримували 94,7 тис. осіб – це ті, хто більшу частину життя працював неофіційно (або взагалі не працював), але найчисленнішою є категорія – пенсіонери за віком, їх більше 9,1 млн. осіб [3].

Для забезпечення всіх цих осіб в Україні була проведена пенсійна реформа. Відповідно до неї основні пункти виглядають так: до стажу зарахують навчання

у вищих навчальних закладах за денною формою навчання на умовах державного замовлення, а також навчання в аспірантурі й докторантурі з 1 січня 2004 року по 31 грудня 2017 року включно. На наш погляд це не є правильним, тобто якщо людина закінчила університет до даного року, то вона не має права сподіватись на запис до трудової книжки, щодо її навчання. Логічно було б, знайти компроміс, залишити той факт, що до стажу зараховують навчання на бюджеті, але й до 2004 року. Також не варто залишати без уваги і тих людей, які навчались на контрактній формі навчання.

— жінкам, декретна відпустка яких припала до 2003 року, стаж не зарахується. Не бачимо логічного зв'язку між даними подіями, декрет був декретом і ним залишиться. Варто переглянути дану позицію в Законі. Але за словами представника пенсійного фонду, що на зарахування страхового стажу можуть розраховувати мами, які народили в 90-і роки. Якщо в цей час жінка мала дитину до 3 років і не працювала, то період з дня народження дитини до досягнення нею 3-річного віку буде врахований до її страхового стажу на підставі свідоцтва про народження дитини. Що стосується періоду відпустки по догляду за дитиною від 3 до 6 років (згідно медичного висновку), то при призначенні пенсій з 1 січня 2018 року такі періоди до страхового стажу будуть зараховуватися. Цей стаж дає право на пенсію, але при визначенні її розміру враховуватися не буде.

— нараховуватимуть стаж, якщо ви займалися бізнесом починаючи з 1988 року. Позитивно оцінюємо, оскільки людина працювала, отже сплачувала податки і має повноцінне право на стаж.

— зараховується до стажу строкова служба. Цей пункт мотивує йти служити на строкову службу, тобто відслужив в армії і отримав запис в трудову книжку.

— мінімальний розмір пенсії зростає - від 1312 грн. до 1452 грн. (для тих, у кого є повний стаж). Якщо проаналізувати дане підвищення, то треба задуматись над тим де взяти дані кошти. Уряд проаналізував, що на підвищення пенсій потрібно виділити 12 млрд. грн. Вирішити дану проблему на їхній погляд, допоможе перевиконання бюджету, тобто перерозподілити його профіцит, коли дохід перевищує витрати. Коли залишаються вільні кошти, то їх розподіляють по різних сферах: освіту, науку тощо. Уряд має намір використати вільні кошти для підвищення пенсій, але це двояке бачення даної ситуації, тому що тоді будь-яка із сфер залишиться без можливості додаткового дотримання коштів.

— скасовується 15% зниження пенсій для пенсіонерів, що працюють. Якщо людина працює, то вона має повне право на отримання повної пенсії. До виходу на пенсію людина котра працювала, так само сплачувала податки в Пенсійний фонд, а наразі не може в повному обсязі отримати кошти. Вона й надалі працює і так само платить податки та збори.

— змінюється страховий стаж для виходу на пенсію за віком. У 2017 році він становить 15 років, а в 2018- буде вже 25 років, після 2028-го року - 35 років. Відразу за цим Уряд пропонує так званий "гнучкий" коридор згідно з яким у 2018 році ви зможете отримувати пенсію, якщо ваш офіційний робочий стаж

становитиме не менше зазначених років страхового стажу. Варто зазначити, що якщо ж вам виповнилося 60 років і ви маєте необхідний стаж, але продовжуєте працювати, то отримаєте від держави бонус:

- щомісяця плюс 0,5% від пенсії за кожен додатковий місяць стажу (або 6% за рік) за перші 5 років та щомісяця плюс 0,75% від пенсії за кожен місяць стажу (або 9% за рік), якщо продовжите працювати більше 5 років. На наш погляд варто було б залишити поняття трудового стажу, оскільки якщо взяти до уваги розрахунок страхового стажу для молоді, то якщо тобі зараз 22 роки і ти закінчив університет, то тобі потрібно буде 35 років стажу, тобто на пенсію зможуть вийти люди в 57 років, якщо матимуть безперервний страховий стаж.

- реформа дає можливість купити два додаткових роки страхового стажу. Рік стажу вартуватиме приблизно 16,8 тис. грн., два роки – 25,3 тис. грн. Але для того, щоб докупити страховий стаж потрібні гроші, навіть якщо почати їх заощаджувати сьогодні, то не має впевненості, що сума не підвищиться в зв'язку з інфляцією чи іншими чинниками. Також необхідно врахувати і те, що більша частина українців, на даний час отримують мінімальну заробітну плату.

- від 1 жовтня 2017 року, деяким пенсіонерам осучаснили пенсії, тобто додали 600-1000 грн., а від 1 січня 2018 року в Україні будуть скасовані спеціальні пенсії для депутатів, держслужбовців, прокурорів, працівників дипломатичної служби, наукових працівників. Пенсії додали, а зарплата залишилась на тому ж місці. Виникає дисонанс як зможе людина сплачувати ЄСВ наприклад з зарплати в розмірі 5 тис. грн., тоді на скільки підніметься пенсія. Вона не зміниться, тому що ЄСВ надходитиме в одному і тому ж розмірі. Потрібно підвищувати заробітну плату.

- надання гарантій для інвалідів із дитинства, дітей-інвалідів, пенсіонерів, які не мають повного стажу, і осіб, які не мають права на пенсію, розмір пенсії для них збільшиться на 45% і становитиме 1373 грн. У цьому пункті варто було б, зробити поправку, особи які не мають повного стажу не повинні отримувати підвищення на 45%. Оскільки тоді можна взагалі не робити і вийти на пенсію за віком [5, 6].

До 2019 року Уряд планує розробити накопичувальну пенсійну програму для тих, кому менше ніж 35 років. Навіть створення певного накопичувального фонду не вирішить даної проблеми, оскільки більша частина населення України з недовірою ставиться до Уряду. Не має гарантії того, що зі зміною Уряду не зникне даний фонд. Спираючись на це людина краще вдома або в банку зберігатиме заощадження собі на старість, аніж віддасть їх в якийсь сумнівний фонд. І навіть банки не є гарантом заощаджень.

Отже, в майбутньому Україна ймовірно перейде до накопичувальної системи, однак для цього перш за все необхідно здолати дефіцит Пенсійного фонду та “розігнати” економічне зростання до 5-6% за рік. Прийняття даної реформи зробить краще для пенсіонерів, які вже отримують пенсії, а "майбутнім" пенсіонерам варто замислитись над своєю пенсією вже сьогодні. Адже для українців старість стала розкішшю, яку дозволити собі може не кожен. Українці просто приречені ще кількадесят років бути активними та молодими.

### **Список використаних джерел:**

1. Сас О. Що таке децентралізація і навіщо вона всім нам? [Електронний ресурс] / О. Сас // Гаряча агрополітика. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://agropolit.com/blog/48-scho-take-detsentralizatsiya-i-navischo-vona-vsime-nam>.
2. Офіційний сайт Пенсійного фонду України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.pfu.gov.ua/pfu/control/uk/index>.
3. Литвин О. Скільки в Україні пенсіонерів: чому так мало чоловіків доживають до пенсії [Електронний ресурс] / О. Литвин // Газета "Сьогодні". – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://ukr.segodnya.ua/ukraine/skolko-v-ukraine-pensionerov-pochemu-tak-malo-muzhchin-dozhivayut-do-pensii--1005749.html>.
4. Пенсія для жінок – що потрібно знати! [Електронний ресурс] // інтернет-газета «UkrMedia». – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://ukr.media/ukrain/328480/>.
5. Головне про пенсійну реформу. Чого чекати нинішнім та майбутнім пенсіонерам [Електронний ресурс] // ТСН. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/groshi/golovne-pro-pensiynu-reformu-chogo-chekati-ninishnim-ta-maybutnim-pensioneram-1006730.html>.
6. Відповіді на всі питання про нові пенсії в Україні. Навіщо взагалі щось змінювати [Електронний ресурс] // Еспресо. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [https://espreso.tv/article/2017/07/18/gayd\\_po\\_pensiyi\\_vse\\_scho\\_potribno\\_znaty\\_pro\\_reformu](https://espreso.tv/article/2017/07/18/gayd_po_pensiyi_vse_scho_potribno_znaty_pro_reformu).

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ**

**Маслій І. С., магістрантка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Білошкурський М. В.  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Одержання бажаного розміру прибутку від реалізації продукції, який є основним джерелом власних фінансових ресурсів, залежить від трьох складових – витрат на виробництво і реалізацію продукції, ціни одиниці кожного виду продукції й обсягу реалізації продукції. Взаємозв'язок цих складових визначають у процесі операційного аналізу, що його називають аналіз «витрати – обсяг – прибуток» («Costs – Volume – Profit»), розкриваючи тим самим його сутність – дослідження залежності між витратами, обсягом реалізації, ціною і прибутком підприємства, а також пошук можливостей максимізації прибутку вибором найвигідніших поєднань змінних витрат на одиницю продукції, умовно-постійних витрат, ціни й обсягу реалізації.

Підприємство починає отримувати прибуток, коли фактичний виторг перевищить «пороговий». Чим більше це перевищення, тим більший «запас фінансової міцності підприємства» і більша сума прибутку. «Запас фінансової міцності» – це різниця між фактичним (чи плановим) виторгом від реалізації і «порогом рентабельності». Чим вище «поріг» рентабельності, тим складніше його перевищити. Досягти його зниження можна різними шляхами – підвищуючи ціну, обсяг реалізації, знижуючи змінні й умовно-постійні витрати. За допомогою операційного аналізу фінансові менеджери знаходять найбільш вигідні поєднання змінних і умовно-постійних витрат, цін та обсягів реалізації. Скажімо, іноді краще знизити ціну і за рахунок цього підвищити кількість реалізованої продукції, іноді доцільно збільшити деякі статті умовно-постійних витрат (як-то, витрати на рекламу) і за рахунок цього збільшити реалізацію [1].

В операційному аналізі використовують розрахунок проміжного фінансового результату діяльності підприємства, це результат від реалізації після відшкодування змінних витрат. Цей показник називають валовою маржею (чи маржинальним доходом), його розраховують як різницю між виторгом і змінними витратами.

Необхідно враховувати так званий ефект операційного важеля, який знову-таки пов'язаний з наявністю умовно-постійних витрат і виявляється в тому, що будь-яка зміна виторгу від реалізації завжди породжує більш сильну зміну прибутку.

Темпи зміни прибутку зі зміною виторгу тим більші, чим вища частка умовно-постійних витрат. Тобто підприємство з більшою часткою умовно-постійних витрат зі збільшенням виторгу одержить більший приріст прибутку, але зі зниженням виторгу спостерігатиметься різке зниження прибутку, яке набагато перевищить темпи зменшення виторгу, – таке підприємство може швидко стати збитковим.

«Сила впливу операційного важеля» ( $P_{o.v.}$ ) показує, на скільки відсотків зміниться прибуток зі зміною виторгу на 1%. Розраховується за формулою [2, с. 288]:

$$P_{o.v.} = \frac{\text{Валова маржа}}{\text{Прибуток}}.$$

Отже, фінансові менеджери підприємства повинні постійно контролювати «запас фінансової міцності», знаходити шляхи зменшення витрат, проводячи гнучку цінову політику, яка сприятиме збільшенню обсягу реалізації продукції і в кінцевому рахунку сприятиме зростанню обсягу власних фінансових ресурсів. Дане правило має стати основоположним у системі планування фінансових ресурсів підприємств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Білошкурський М. В. Управління фінансовою діяльністю підприємств як необхідний елемент менеджменту / М. В. Білошкурський // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». – 2010. – Випуск 26. – Том 2. – С. 126-133.

2. Грідчіна М. В. Управління фінансами акціонерних товариств / М. В. Грідчіна. – К. : А.С.К., 2005. – 384 с.

## **АВТОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ, СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Мельничук Я. В.,** *магістрантка*

*Науковий керівник: Чвертко Л. А., к. е. н., доцент*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Страховання життя є надзвичайно важливим елементом національної економіки. Цей вид фінансових відносин сприяє залученню довготривалих інвестицій в економіку, які мають вирішальне значення для національного господарства.

Страховання життя – це вид особистого страхування, який передбачає обов’язок страховика здійснити страхову виплату згідно з договором страхування у разі смерті застрахованої особи, а також, якщо це передбачено договором страхування, у разі дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування та (або) досягнення застрахованою особою визначеного договором віку [1].

Ринок страхування життя – це сфера економічних відносин, у процесі яких формуються попит і пропозиція на страхові послуги зі страхування життя та здійснюється акт їх купівлі-продажу.

Варто зауважити, що вітчизняний страховий ринок перебуває на шляху поступової інтеграції в світовий. Він забезпечує систему захисту інтересів та майнових прав, фізичних та юридичних осіб, забезпечує економічну безпеку держави, а також є фінансовим інструментом регулювання національної економіки.

Ринок страхування життя в Україні перебуває на стадії становлення і рівень його розвитку є надзвичайно низьким. Його можна класифікувати як ринок країни, що розвивається. А це означає, що страхування життя перебуває на початковій стадії життєвого циклу, для якої характерним є низький рівень розвитку, але високі темпи його зростання.

Водночас у розвинених країнах цей сектор страхового ринку займає провідні позиції. Це пояснюється високим ступенем довіри, стабільністю та сформованою страховою культурою впродовж багатьох століть.

Розвиток діяльності страховиків, які надають послуги зі страхування життя, як відомо, відбувається під впливом багатьох факторів та обставин. Наразі на ринку страхування життя в Україні мають місце негативні явища у вигляді шахрайств, тіньових економічних операцій, недосконалої системи оподаткування тощо. Це гальмує розвиток ринку страхування життя та знижує його ефективність. Зокрема, за підрахунками експертів тільки третина коштів залучених цим ринком працює на українську економіку, а інша частина створює тіньовий капітал. Окрім цього, стан фінансових ресурсів більшості страхових компаній є незадовільним і не забезпечує їх конкурентоспроможність, а також

обмежує інвестиційну діяльність страховиків. Ці проблеми можна вирішити тільки комплексом системних заходів, серед яких головна роль відводиться посиленню нагляду за страховою діяльністю та змінами до законодавства.

На думку дослідників, вирішення проблеми ринку страхування життя в Україні великою мірою залежить від політичної ситуації у країні [2, с. 222].

Незважаючи на всі негативні фактори, експерти вважають, що український ринок страхування життя має великий потенціал і в майбутньому слугуватиме ефективним інструментом соціального захисту населення та інвестиційного поступу держави. Тому сприяти розвитку українського ринку страхування життя повинна насамперед держава.

Серед перспектив розвитку страхування життя в Україні у першу чергу слід назвати соціальні:

- підвищення рівня доходів населення. Адже більшість громадян України не купує страхові поліси тому, що в них немає на це коштів. Водночас, підвищення рівня матеріального стану в країні неможливе без проведення комплексного ряду заходів спрямованих на загальний розвиток економіки;

- популяризація страхування: необхідно підвищити рівень страхової культури, показати населенню переваги та можливості страхування життя, довести його необхідність;

- збільшення кількості страхових договорів з юридичними особами. На сьогоднішній день 94,5% валових страхових премій акумулюються фізичними особами [3], а відсоток страхування життя юридичними особами незначний. Страховикам необхідно запроваджувати страхові продукти, які б могли задовольнити потреби юридичних осіб. Наприклад, створити страхові продукти у такій формі, щоб можна було їх включати до соціального пакету працівників;

- розвиток недержавного пенсійного страхування. Пенсійні реформи в Україні примушують громадян задумуватись про особисте забезпечення своєї старості, а це спричиняє зростання попиту на такий вид страхових послуг. Дуже важливим кроком є прирівнювання недержавних страхових фондів з державними;

- оптимізація податкового законодавства у сфері страхування життя. Фіскальна політика на сучасному етапі відіграє вирішальну роль у сфері страхування, оскільки теперішнє податкове законодавство дає можливість страховикам отримувати податкові пільги нечесним шляхом, або виводи грошові кошти в офшорну зону [2, с. 223];

- обмеження кількості страховиків нерезидентів на ринку страхування життя. Світові компанії диверсифікуються на ринки країн, що розвиваються, оскільки бачать в них перспективи. Для національної економіки це є негативним явищем, оскільки, це спричиняє відтік коштів за кордон.

Отже, незважаючи на наявність проблем на ринку страхування життя в Україні ця галузь фінансової діяльності є перспективною, і з часом буде набувати все більших розмірів. Найбільший вплив на зростання страхування життя має держава, і на неї покладена вирішальна функція розвитку цього виду страхування.

### **Список використаних джерел:**

1. Про страхування : Закон України від 07.03.1996 р. № 85/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр>
2. Радецька О. О. Ринок страхування життя в Україні: проблеми та перспективи розвитку / О. О. Радецька // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – Т. 1. – С. 222-224.
3. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України за I півріччя 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nfp.gov.ua>

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**Подольнюк С. П., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Чвертко Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки неможливо модернізувати ринкову та соціальну інфраструктуру без залучення і ефективного використання інвестицій. Інвестиційна діяльність є одним із ключових факторів суспільного розвитку, оскільки забезпечує весь відтворювальний процес в економіці.

Інвестиційна діяльність забезпечується шляхом реалізації інвестиційних проектів і проведення операцій з корпоративними правами та іншими видами майнових та інтелектуальних цінностей. Ця діяльність передбачає обов'язкову відмову від використання певних ресурсів у певний період заради отримання вигоди у майбутньому. При цьому очікувані вигоди повинні компенсувати інвестору відстрочку задоволення поточних потреб на термін, необхідний для реалізації інвестиційного проекту, а також ризик втрати вкладених ресурсів у випадку, якщо проект виявиться невдалим.

Термін «інвестиційна діяльність» увійшов у вітчизняний науково-практичний обіг з початком розбудови незалежної України, однак до теперішнього часу серед науковців і практиків відсутня єдність щодо тлумачення його сутності.

З точки зору В. Федоренка, інвестиційна діяльність — це «комплекс заходів і дій фізичних та юридичних осіб, які вкладають власні кошти (у матеріальній, фінансовій або іншій майновій формі) з метою отримання прибутку» [5, с. 14].

Досить повним, на нашу думку, є визначення поняття інвестиційної діяльності Є. Стефановичом — як комплексу заходів держави, фізичних і юридичних осіб, спрямованих на ефективне розміщення ресурсів з метою одержання очікуваного результату. Ефектом (результатом) може бути не тільки прибуток, а й розбудова інфраструктури, поліпшення умов життя населення, поліпшення екологічного стану тощо [4, с. 61].

Б. Щукін ототожнює поняття інвестиційна діяльність та інвестиційний процес: «інвестиційна діяльність представляє інвестиційний процес в реальних



умовах, з акцентом на організаційні засади його реалізації та управління цим процесом» [7, с. 19].

О. Озерчук характеризує інвестиційну діяльність як багатовекторний процес, адже йдеться, з одного боку, про різноманітні зовнішні та внутрішні джерела інвестування, а з другого – про численні напрями інвестування [3].

Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18 вересня 1991 року визначає інвестиційну діяльність як «сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій» [1].

Чинним законодавством визначаються об'єкти та суб'єкти інвестиційної діяльності, зокрема, «об'єктами інвестиційної діяльності можуть бути будь-яке майно, в тому числі основні фонди і оборотні кошти в усіх галузях економіки, цінні папери (крім векселів), цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, інші об'єкти власності, а також майнові права; суб'єктами (інвесторами і учасниками) інвестиційної діяльності можуть бути громадяни і юридичні особи України та іноземних держав, а також держави» [1].

Сутність інвестиційної діяльності розкривається, як на мікро-, так і на макрорівні, та визначається ефективністю використання інвестиційних ресурсів. У цьому плані вирішальне значення мають результати господарської діяльності інвестиційних галузей. Їх технічний рівень, організація виробництва, здатність до засвоєння інновацій здійснюють основний вплив на інвестиційний цикл, окупність і віддачу інвестиційних ресурсів [6, с. 16].

Для досягнення високого рівня ефективності інвестиційної діяльності держава має створити умови, які сприяють розвитку цих відносин.

Як показують дослідження, інвестиційний клімат в Україні не може бути охарактеризований як сприятливий через низку проблем. Це, зокрема: нестабільність нормативно-правової бази; постійні коливання курсу національної грошової одиниці; політична нестабільність; недостатній рівень розвитку валютного регулювання; низький рівень забезпечення привабливості об'єктів інвестування, інвестиційної діяльності банків, розвитку та функціонування парабанківської системи; недостатня кількість вільних економічних та офшорних зон та ін. [2, с. 44].

Сучасні умови економічного розвитку вимагають активної політики стимулювання інвестицій. Держава повинна взяти на себе функції створення сприятливого інвестиційного клімату, ефективної системи стимулювання процесу створення і накопичення капіталу.

Отже, проведені дослідження дозволяють виділити основні тлумачення інвестиційної діяльності: як вкладення наявних ресурсів з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту; як сукупність дій, скерованих на перетворення заощаджень в інвестиції; як процес пошуку інвестиційних ресурсів, вибір ефективних об'єктів інвестування; як важливу складову міжнародного руху капіталу та інше.

Аналіз інвестиційної діяльності як економічного явища показав, що вона є складним, системним явищем, яке створює взаємозалежні зв'язки в усіх сферах економічного життя країни.

### Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 № 1560-XII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
2. Лешанич Л. В. Розвиток інвестиційної діяльності в Україні та шляхи подолання інвестиційної кризи / Л. В. Лешанич, С. В. Гунда // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право». – 2015. – Вип. 31. – Т. 2. – С. 43–45.
3. Озерчук О. В. Сутність, роль та напрями державної фінансової політики регулювання інвестиційної діяльності в Україні / О. В. Озерчук // Наукові праці НДФІ. – 2015. – №1 (70). – С.16–24.
4. Стефанович Є. А. Інвестиційна діяльність як економічне явище / Є. А. Стефанович // Економіка та держава. - 2010. - № 11. - С. 60-64.
5. Федоренко В. Г. Інвестознавство : підручник. – 3-тє вид., допов. / В. Г. Федоренко. – К.: МАУП, 2009. – 480 с.
6. Федоренко В. Г. Шляхи підвищення ефективності інвестицій в Україні / В. Г. Федоренко. – К. : Науковий світ, 2003. - 724 с.
7. Щукін Б. М. Інвестування: курс лекцій / Б. М. Щукін. – К.: МАУП, 2008. – 216 с.

## ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТУВАННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ СЕКТОРІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Рижій М. Б.,** *магістрантка*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Смолій Л. В.  
Уманський національний університет садівництва*

Сільськогосподарський сектор економіки на сьогодні є одним із найперспективніших напрямків інвестування, оскільки нарощування обсягів інвестицій в галузі є визначальним напрямом розв'язання продовольчої проблеми та засобом для подолання впливу негативних явищ світової фінансової кризи. Поліпшення економічної ситуації в сільськогосподарському секторі Черкаської області, що намітилося останніми роками, активізувало фактори, що стимулюють інвестування галузі. За рівнем інвестиційної ефективності Черкаська область посідає шосте місце серед регіонів України [1], за кількістю інвестиційних проектів, що в 2016 р. реалізувалися у сфері сільського господарства – третє [2]. На впровадження 43 таких проектів (що на 17 одиниць більше, ніж у 2015 р.), було залучено 2,3 млрд грн.

Аналіз обсягів надходження інвестицій показав, що протягом останніх років сільськогосподарська галузь регіону залучала від 27,4 до 41,3% загального обсягу інвестицій в економіку, що значно вище від середнього значення цього показника за регіонами України (14,1% у 2016 р.). Частка інвестицій в сільське господарство Черкаської області в загальнодержавному обсязі інвестицій в

галузь залишається стабільною впродовж аналізованого періоду – 5-6%. Свого максимуму приріст внутрішніх інвестицій в основний капітал сільського господарства Черкаської області досяг у 2016 році, коли порівняно з попереднім роком їх обсяги зросли у 1,7 разу (рис. 1).

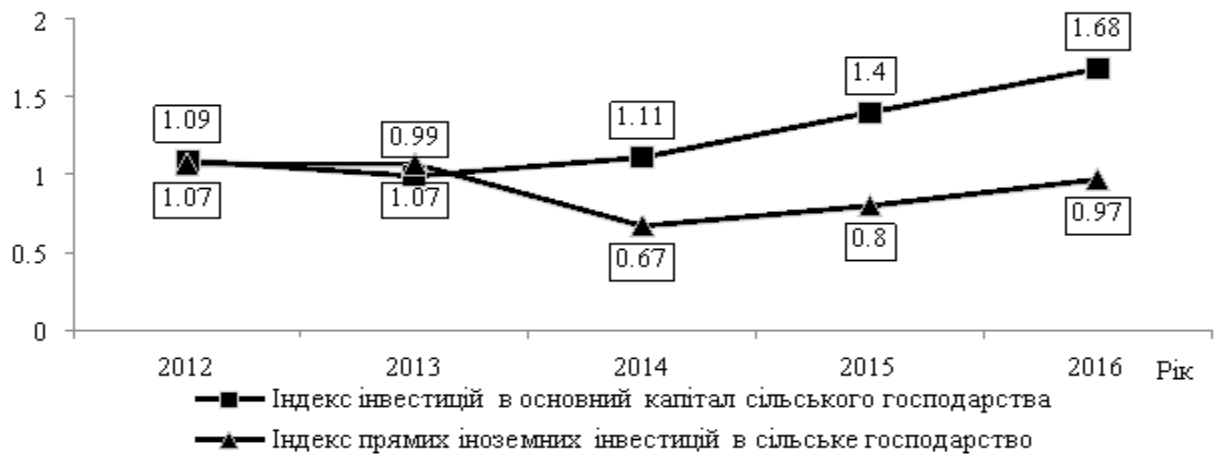


**Рис. 1. Індекси інвестицій в сільське господарство Черкаської області, в порівнянні з попереднім роком**

Незважаючи на позитивні тенденції до збільшення обсягів інвестицій у сільське господарство, забезпеченість ними не відповідає потребі. Крім цього, існує значна диференціація рівня інвестиційної активності (за обсягами інвестицій в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь) в розрізі окремих районів Черкаської області. Порівняльний аналіз рівня інвестиційного забезпечення аграрних підприємств Черкащини в середньому за п'ять років (2012–2016 рр.) дає змогу виявити його вплив на результати їх діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

**Вплив рівня інвестиційної активності на результати діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області**

| Групи районів за обсягами інвестицій на 100 га с.г. угідь, тис. грн | Кількість районів у групі | В середньому по групі, тис. грн на 100 га с.г. угідь |                   |                           | Рівень рентабельності, % |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------|--------------------------|
|                                                                     |                           | інвестицій                                           | валової продукції | чистого прибутку (збитку) |                          |
| До 100,0                                                            | 7                         | 63,9                                                 | 441,7             | 57,9                      | 25,1                     |
| 100,1 – 200,0                                                       | 8                         | 141,5                                                | 451,6             | 152,9                     | 33,5                     |
| 200,1 – 300,0                                                       | 2                         | 229,7                                                | 452,5             | 162,9                     | 26,2                     |
| понад 300,0                                                         | 3                         | 567,6                                                | 453,5             | 142,4                     | 17,5                     |
| У середньому                                                        | 20                        | 187,1                                                | 446,8             | 119,1                     | 27,4                     |

Результати групування районів за рівнем інвестиційної активності дають підстави стверджувати, що простежується прямий зв'язок між нею та показниками валової продукції, тобто підвищення питомого обсягу інвестицій сприяє збільшенню виходу продукції в розрахунку на 100 га с. г. угідь, проте на ефективність господарювання він впливає неоднозначно. Це означає, що вирішальним є не обсяг інвестицій, освоєних в галузі, а ефективність їх

використання. Так, маса чистого прибутку в середньому за п'ять років в розрізі досліджуваних груп істотно коливається, але загальна тенденція полягає у зростанні його величини в міру збільшення обсягу вкладень на одиницю площі. Зміна рівня рентабельності в залежності від забезпеченості інвестиціями має відмінності, за якими не завжди прослідковується закономірність, що значною мірою зумовлено дією цінового чинника, що має в сучасних умовах господарювання важливе значення.

Зазначимо, що на сучасному етапі розвитку сільського господарства перед товаровиробниками стоїть завдання раціонального використання інвестиційних ресурсів, що надходять до галузі. З цієї точки зору пріоритетним стає не величина приросту інвестицій, а підвищення ефективності їх використання, їх якісний склад, покращення структури та напрямів інвестиційного забезпечення, спрямування коштів на застосування новітніх технологій та техніки, що в кінцевому підсумку сприятиме покращенню результатів господарювання аграрних підприємств області та інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Рейтинг інвестиційної ефективності регіонів України у 2015-2016 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://euro-rating.com.ua/regiony/rejting-list/rejting-list-oblastej/>
2. Кучер Л. Упровадження інвестиційно-інноваційних проектів в агробізнесі / Л. Кучер // *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal*. – 2017. – Vol. 3, № 2. – С. 88-108.

## **THE FINANCIAL MECHANISM FOR THE DEVELOPMENT OF UKRAINIAN ECONOMY**

**Sas M. P., student**

*Scientific supervisor: PhD (Economics), associate professor Biloshkurska N. V.  
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University*

In the context of an ambiguous and complex transformation period, Ukraine's economy has been in recent years, an enterprise as an open system functions in an unstable and dynamic external environment, which creates threats to its effective operation and development. That is why the problem of ensuring the financial security of domestic enterprises and the country as a whole is especially urgent in the market economy. Therefore, it is necessary to develop, implement and continuously improve adaptive mechanisms to ensure the financial security of the enterprise, which allows to form a complex of protective reactions of the enterprise, aimed at supporting its sustainable functioning and development.

The financial mechanism is a set of organizational forms of financial relations: the order of formation and use of funds of money resources; methods of financial planning; forms of financial management; financial legislation [1].

With the help of the financial mechanism, guided by the main provisions of the financial policy, distribution and redistribution of gross domestic product is carried out.

Financial support is provided in the following forms:

- budgetary financing, carried out on an irretrievable basis at the expense of state and local budgets;
- lending, which is carried out through the mobilization of temporarily-free funds on the basis of the principles of security, pay ability, repayment, purpose;
- self-financing, based on the use of own resources to ensure the development of business entities.

The effectiveness of a financial mechanism is determined by the interrelated, coherent, integrated functioning of all its elements. The main ways to improve the efficiency of the financial mechanism are:

- 1) the objective validity of the financial mechanism, which should be formed taking into account the objective laws of the development of the country's economy;
- 2) improvement of legal support for the financial mechanism of organization of the Ukrainian economy;
- 3) use of economic and mathematical modeling that will allow to find the optimal values of the financial mechanism both at the micro- and macro levels, to predict the desired result of the financial mechanism's influence on the economic indicators of the state or enterprise, skillfully and timely use the necessary factors, giving them a specific numerical value;
- 4) scientifically based financial planning and forecasting of volumes, centralized and decentralized financial resources, their distribution and use [1].

According to the results of the study, it can be concluded that the financial mechanism is one of the most important aspects of the economic activity of the state. All elements of the financial mechanism are an integral part of the whole and at the same time, operate relatively independently. In this connection, there is a need for constant coordination of their activities.

Thus, the financial mechanism includes a complex interaction of financial instruments with the help of which optimal parameters for the formation of financial resources and the maximum effectiveness of their use to ensure the economic development and social needs of citizens. Compliance with these ways of improving the efficiency of the financial mechanism is a key to its successful implementation in the course of financial management at the centralized and decentralized levels.

### **References:**

1. Londar, S. L. and Tymoshenko, O. V. (2009), *Finansy* [Finance], Nova knyha, Vinnytsia, Ukraine.

# СТРАТЕГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

**Сергєєва Т. В., студентка**  
**Слатвінський М. А., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Банківський сектор України перебуває на стадії відновлення після однієї з найбільших фінансових криз в історії України 2013-2015 рр. Це вимагає перегляду існуючих стратегій розвитку, систем управління та планування діяльності окремих банків. Вразливим до цієї кризи та її наслідків виявився, зокрема, ринок роздрібних фінансових послуг України. Наслідком кризових змін стали різке падіння платоспроможного попиту з боку населення на роздрібні послуги банків, загальне підвищення ризиків та зниження доходності банківського роздрібногo бізнесу, посилення конкуренції. Одночасно ці процеси посилюються глобалізацією банківського бізнесу, стрімким розвитком новітніх технологій тощо.

Водночас аналіз зовнішнього середовища, оцінка діяльності конкурентів, прогнозування умов ведення банківського бізнесу на ринку роздрібних фінансових послуг стають складнішими та малоефективними. Ця ситуація обумовлює необхідність розробки стратегічних сценаріїв та планів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та прибутковості банківських установ на цьому ринку.

Створенню стратегій діяльності банків на ринку роздрібних фінансових послуг перешкоджають такі чинники як недостатнє застосування стратегічного планування у банківському секторі, його обмежений інструментарій.

Стратегічне планування у банківській установі варто розглядати як процес розробки стратегії, спрямованої на підвищення конкурентних переваг банку для досягнення загально корпоративних цілей банку у межах загального стратегічного управління.

Стратегічне планування в сучасних умовах ведення бізнесу доцільно здійснювати на основі структури фінансової відповідальності у банку, що включає центри прибутку, центри витрат та центр загальної відповідальності. Застосування цього підходу забезпечить можливість децентралізації прийняття стратегічних рішень, гнучкішого реагування на зміни у бізнес-середовищі, та слугуватиме платформою для оцінки впровадження стратегії кожним з вказаних рівнів.

З урахуванням особливостей формування стратегії на роздрібному ринку фінансових послуг його схема має складатися з чотирьох укрупнених етапів: виявлення джерел стійких конкурентних переваг банку, визначення його цілей та масштабів діяльності та оцінку ризиків, що супроводжуватимуть реалізацію стратегії. Центральним етапом процесу створення стратегії банку на ринку роздрібних фінансових послуг є ідентифікація джерел конкурентних переваг для досягнення поставлених цілей.

Незважаючи на неухильне зростання значення конкурентних переваг у процесі стратегічного планування, методи визначення їх джерел залишаються невизначеними.

Діагностика стійких джерел конкурентних переваг банку у процесі стратегічного планування діяльності на ринку роздрібних фінансових послуг може здійснюватися на основі методу багатокритеріальної оптимізації із використанням коефіцієнтного аналізу MULTIMOORA. Його доцільно оптимізувати за рахунок включення до алгоритму його застосування двох додаткових етапів:

- 1) оцінки впливу показників, що характеризують той чи інший атрибут, на етапі їх відбору шляхом розрахунку коефіцієнта варіації;
- 2) визначення типу обраних показників – стимулятор або дестимулятор – залежно від їхніх значень.

## **АВТОМАТИЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

**Станіславчук Н. О., викладач**

**Король М. С., студентка**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Банківська система нашої держави переживає бурхливий розвиток. Сьогодні більшість банківських установ роблять ставку на професійність своїх співробітників і новітні технології.

Поняття автоматизації досить широко висвітлене в науковій літературі як процес обробки даних за допомогою програмно-технічних засобів. На наш погляд, автоматизація банківських установ – сукупність апаратного забезпечення, програмних-технічних засобів, інноваційних методів і процедур обробки інформації, яка під управлінням персоналу забезпечує функціонування банку, збільшення їх функцій і можливостей.

У зв'язку з інтеграцією широкого спектру банківських функцій, з метою розширення зони розрахунків, забезпечення розмежування і контролю доступу до інформації і майна банку, підвищення продуктивності праці персоналу є необхідність автоматизації банківської діяльності.

Розвиток інформаційних технологій дозволяє автоматизувати практично всю банківську діяльність. Серед основних можливостей банківських систем, заснованих на використанні сучасних мережевих технологій, є бази даних на основі «клієнт – сервер», засоби віддаленого доступу до мережевих ресурсів системи, відділена робота з мережами банкоматів і багато іншого. Основним завданням, яке стоїть перед службою автоматизації банку, є вибір оптимального рішення і підтримка працездатності вибраної системи.

При формуванні банківської сфери в Україні питанням автоматизації приділялось недостатньо уваги. Більшість банків пішли шляхом створення

власних систем, який має свої переваги і недоліки. До переваг слід віднести: відсутність потреби у великих фінансових вкладах на придбання банківських систем, адаптованість банківської системи до умов експлуатації (до поточних ліній зв'язку), можливість постійної модернізації системи. Недоліки такого підходу очевидні: значні витрати на утримання комп'ютерного штату, несумісність різних систем, відставання від сучасних інноваційних тенденцій розвитку і багато іншого.

На сьогоднішній день банк може придбати для успішної експлуатації дорогу банківську систему. Популярними є змішані рішення, при яких частина модулів банківських систем розробляється комп'ютерним відділом банку, а частина закупається у незалежних виробників. В сучасних банківських системах використовують потужну систему управління базами даних.

Банки все більш стають автоматизованими, створюють нові програми для користування персоналу, враховуючи інтереси та потреби своїх клієнтів.

Наприклад, ПриватБанк є одним з найбільш інноваційних банків світу. Понад десять років назад банк став одним із перших у світі, що почав використовувати одноразові SMS-паролі. До останніх інновацій, які отримали визнання по всьому світі, належать такі продукти, як платіжний міні-термінал, вхід в Інтернет-банкінг через QR-код, онлайн-інкасація, а також десятки різноманітних мобільних додатків. [2]

Автоматизація банківської діяльності, створення інноваційних банківських програм спрощує рутинну роботу з підготовки та оформлення банківської звітності; забезпечує ефективне комплексне вирішення завдань; створює принципово-нові способи і засоби операційно-касового обслуговування клієнтів; забезпечує підвищення якості і доступності контролю за банківськими операціями; безпеку персоналу і клієнтів банку; автоматичне виявлення й ідентифікації банківських загроз.

Підсумовуючи, банківська установа створює чи купує програму, яка автоматизує його діяльність та забезпечує весь банківський облік по прибуткам і видаткам, підготовку балансових звітів відповідно до вимог НБУ, міжнародного банківського та аудиторських секторів, сприяє розвитку банківських послуг та операцій.

Отже, для того щоб банківська система змогла вирішувати величезну кількість різноманітних завдань, базувалась на інтересах клієнтів, була гнучкою, ефективною необхідно використання найсучасніших та інноваційних технологій.

### **Список використаних джерел:**

1. Пономаренко Л.А., Філатов В.О. Електронна комерція. Підручник. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2002. – 443 с.
2. Про банк. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua/about/>
3. Сніщенко Р.Г. Основні аспекти автоматизації банківської діяльності / Р.Г. Сніщенко, В.В. Гладкий, С.А. Ардашов // Вісник КДУ імені Михайла



## СИСТЕМА ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ

**Федоренко Д. А., студент**

*Науковий керівник: викладач Станіславчук Н. О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла тичини*

Актуальність теми дослідження обумовлюється необхідністю всебічного наукового дослідження бюджетного процесу в цілому та фінансових основ його формування зокрема. В контексті даного дослідження найменш розробленими в науковому плані є питання формування ресурсної бази державного бюджету.

Л.П. Стеців та О.І. Копилук визначають, що система державних доходів повинна включати такі елементи (рис. 1).

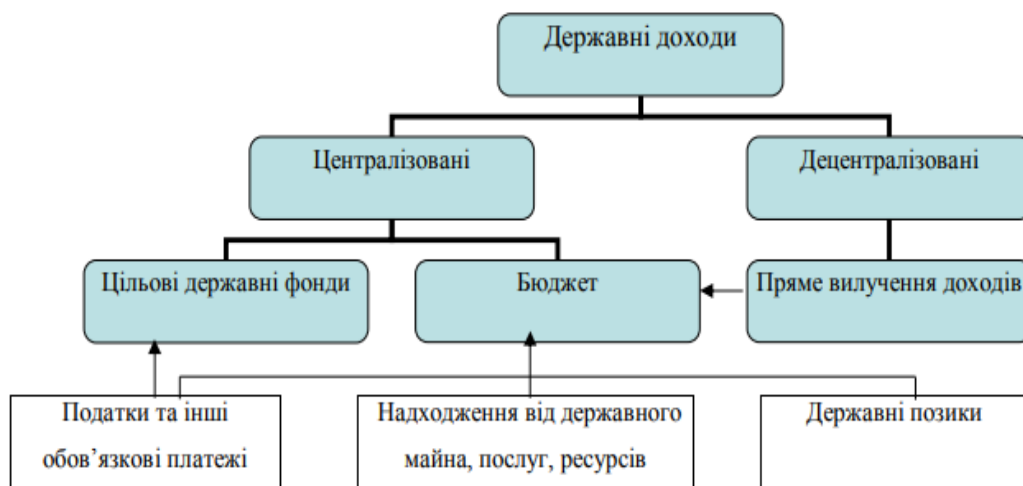


**Рис. 1. Система державних доходів\***

\*Джерело: [1].

Згідно з бюджетним законодавством України, державні позики відносяться до надходжень бюджету, а не до доходів, тому схема на рис. 1 недосконала. Проте об'єктом дослідження є система доходів Державного бюджету України, яка має включати поєднання всіх складових бюджетних доходів, що складаються з податків та інших обов'язкових платежів до бюджету, надходжень від державних ресурсів, підприємств, трансфертів.

Виходячи з цього, система доходів Державного бюджету України повинна мати таку форму, яка відображена на рис. 2. Зазначена система складається з підсистем доходів, згідно з бюджетною класифікацією (податкові надходження, неподаткові надходження, доходи від операцій з капіталом, трансфери). Кожна з них об'єднує свої елементи, які пов'язані джерелами формування, платниками, методами нарахування, функціями. Разом з тим підсистеми взаємодіють між собою, утворюючи систему всіх доходів бюджету, виконуючи в сукупності роль

забезпечення функціонування держави. При зменшенні частки однієї з підсистем, інша або інші підсистеми повинні зрости для досягнення відповідного рівня доходів. Вважаємо це внутрішніми факторами взаємодії підсистем.



**Рис. 2. Схема функціонування системи доходів Державного бюджету України\***

\*Джерело: [2].

На кожен з підсистем діють свої зовнішні чинники, залежно від джерел формування даних доходів і платників. Тому окремо для кожної підсистеми визначаються свої фактори впливу, щоб відобразити більш комплексно основні чинники впливу на систему доходів держбюджету загалом.

Крім факторів впливу на кожен підсистему, виділяють й загальні чинники впливу на всю систему: макропоказники (ВВП, індекс споживчих цін, індекс цін виробників, прибуток підприємств, фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, фонд оплати праці, обмінний курс гривні до долара США, експорт та імпорт товарів і послуг, грошова маса, прямі іноземні інвестиції та ін.) [3] і регулятори системи (органи державної влади).

Система доходів Державного бюджету України – це сукупність елементів-підсистем доходів що, взаємодіючи між собою, утворюють систему всіх доходів бюджету. Доходи бюджету відображають економічні відносини держави з підприємствами, установами, організаціями, фізичними особами, які виникають у процесі стягнення бюджетних платежів. Для удосконалення формування доходів Державного бюджету необхідно врахувати всі економічні дослідження бюджету, його роль в економічних та соціальних процесах розвитку країни та міжнародний досвід.

### **Список використаних джерел:**

1. Стеців Л. П. Фінанси : навчальний посібник / Л. П. Стеців, О. І. Копилук. – К. : Знання, 2007. – 235 с.

2. Хмарук Ю. В. Теоретичні підходи до визначення поняття «Система доходів Державного бюджету України» / Ю. В. Хмарук // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: [зб. наук. праць]. – Івано-Франківськ: В-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2011. – вип. – Т. 2. – С. 434-440.

3. Огонь Ц. Г. Доходи бюджету України: теорія та практика: монографія / Ц. Г. Огонь. // – К.: КНТЕУ, 2003. – 580 с.

## **ОЦІНКА РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ СТРАХОВИКІВ ЯК ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

**Чвертко Л. А., к.е.н., доцент  
Сарахан М. І., магістрантка**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Інвестиційний потенціал будь якого суб'єкта господарювання визначають наявність, обсяги та раціональна структура фінансових ресурсів, які можуть бути використанні для інвестиційної діяльності. Істотним джерелом інвестицій в економіку є ресурси страхових компаній, які через механізми фінансового ринку, мобілізуючи значну частину фінансових ресурсів юридичних і фізичних осіб та спрямовуючи їх у різні види інвестицій, сприяють прискоренню економічного розвитку економіки. В усьому світі страховики вважаються одними з найбільших інвестиційних інститутів, а інвестиційна діяльність страховиків є основним джерелом одержання їхнього прибутку.

Показники діяльності страхових компаній в Україні свідчать про недостатність їхніх інвестиційних можливостей. Незважаючи на позитивну тенденцію до зростання обсягів активів, страхових резервів та обсягу сплаченого статутного капіталу, загальний рівень капіталізації вітчизняних страховиків, порівняно з провідними страховими компаніями світу, залишається низьким, а інвестиційна діяльність окремо взятого страховика обмежується недостатнім обсягом інвестиційних ресурсів.

Як відомо, капітал діючої страхової компанії, незалежно від її спеціалізації, включає такі елементи, як власні кошти у вигляді сплаченого статутного фонду та гарантійний фонду, а також страхові резерви – відносно або тимчасово вільні кошти, що сформовані за рахунок страхових внесків і призначені виключно для майбутніх виплат страхових сум та відшкодувань. При цьому інвестування власних коштів законодавчо не регламентується і здійснюється страховиками на власний розсуд. Виняток становить статутний фонд, мінімальні вимоги до якого чітко прописані у Законі України «Про страхування». Зокрема, визначено, що «мінімальний розмір статутного фонду (гарантійного депозиту) страховика, який займається видами страхування іншими, ніж страхування життя, встановлюється

у сумі, еквівалентній 1 млн євро, а страховика, який займається страхуванням життя, 10 млн євро за валютним обмінним курсом валюти України» [3]. Статутний капітал страхової компанії створює фінансову основу для її подальшого розвитку. Чинне законодавство регламентує якісне наповнення статутного фонду, що відповідно обмежує варіанти інвестування його коштів. Обсяги та структура власного капіталу страхових компаній лежить в основі визначення платоспроможності компанії, яка є ключовим показником фінансового стану. У формуванні ресурсної бази страховиків для здійснення інвестицій особлива роль належить страховим резервам, використання яких жорстко регламентоване нормативно-правовими актами.

Проаналізувавши загальні обсяги сплачених статутних фондів страхових компаній, можна стверджувати, що тривалий період вітчизняні страховики активно їх нарощували. Втім, з огляду на те, що в останні роки в Україні зменшується кількість компаній, які працюють на страховому ринку (у 2016 р. порівняно з 2015 р., кількість страхових компаній зменшилася на 51, порівняно з 2014 р. – на 72 компанії), також мало місце зниження показника обсягу сплачених статутних капіталів з 15232,5 млн грн у 2013 р. до 12661,6 млн грн у 2016 р., або на 16,9%. При цьому середній розмір сплаченого статутного капіталу на одну компанію протягом 2011-2016 рр., не дивлячись на зниження темпів, має чітко виражену тенденцію до зростання. Водночас, досліджуючи показники сплачених статутних фондів, потрібно брати до уваги зміну офіційного курсу гривні до євровалюти. Знецінення національної валюти призвело до різкого зниження платоспроможності страхових компаній. Зокрема, у 2016 р. обсяг сплачених статутних фондів перерахований на середньорічний курс гривні до євро порівняно з 2011 р. зменшився у 2,8 рази. Наразі в багатьох вітчизняних компаніях розмір статутного капіталу, перерахований відповідно до офіційного курсу євро не відповідатиме мінімально встановленим вимогам. Адже, як наголошує В. Є. Балєв, «у вітчизняному законодавстві еквівалентність сумі в євро визначається на момент формування статутного капіталу, та може пізніше не переглядатись, не зважаючи на зміну курсу гривні до євро, що особливо стало актуальним за останні декілька років» [1, с. 229].

Динаміка обсягу активів страховиків у 2011-2016 рр., що представлена на рис. 1, демонструє зменшення обсягів як загальних активів, так і активів, визначених відповідно до статті 31 Закону України «Про страхування». Водночас ризики втрати або зменшення вартості активів страхових компаній в еквіваленті іноземної валюти продовжують зростати.

У кінці 2016 р. обсяг загальних активів страховиків становив 56075,6 млн. грн., що на 7,7 % менше ніж у попередньому році. Величина активів, визначених відповідно до статті 31 Закону України «Про страхування», зменшилась в порівнянні з відповідним показником у 2015 р. на 1346,9 млн. грн., або на 3,7 %, і склала 62,5% загальних активів страховиків. Такі зміни спричинені також втратою активів страховиків пов'язаних з анексією Автономної Республіки Крим та веденням бойових дій на сході України.



**Рис. 1. Динаміка обсягу активів страховиків у 2011-2016 рр., млн. грн.**

*Джерело: розроблено автором за даними [2].*

Згідно з чинним законодавством, однією з умов забезпечення платоспроможності страхових компаній є необхідність створення технічних та математичних резервів (резерви, які формують компанії зі страхування життя) достатніх для майбутніх виплат страхових сум і страхових відшкодувань страхувальникам та застрахованим особам. Кошти таких специфічних фінансових резервів є джерелом формування інвестиційного ресурсу на страховому ринку, а їхня наявність визначає специфіку організації страхового бізнесу. У 2016 р. із загального обсягу активів, дозволених для представлення коштів страхових резервів, який становив 35071,9 млн. грн., для формування страхових резервів використано 20936,7 млн. грн.

Позитивною тенденцією характеризуються резерви, які формують компанії зі страхування життя (рис. 2). Значення показника їхніх обсягів зросло у 2016 р. порівняно з 2011 р. більше як у 2,9 рази. Така ситуація є сприятливою для довгострокових інвестицій та може позитивно вплинути на структуру інвестиційного портфеля. Обсяги технічних резервів впродовж досліджуваного періоду також зростали, однак темпи приросту були нижчими і становили 53,9%.

Активізація інвестиційної діяльності страхових компаній тісно пов'язана зі зростанням попиту на послуги зі страхування життя, оскільки резерви зі страхування життя мають довгострокову основу. Вирішення проблеми залучення цих інвестиційних джерел має здійснюватися шляхом запровадження податкових та інших стимулів, як для фізичних, так і для юридичних осіб. Водночас широкомасштабне залучення в інвестиційний процес грошових коштів населення через укладення договорів довгострокового страхування життя та пенсій стане можливим лише за умови стабілізації стану національної економіки.

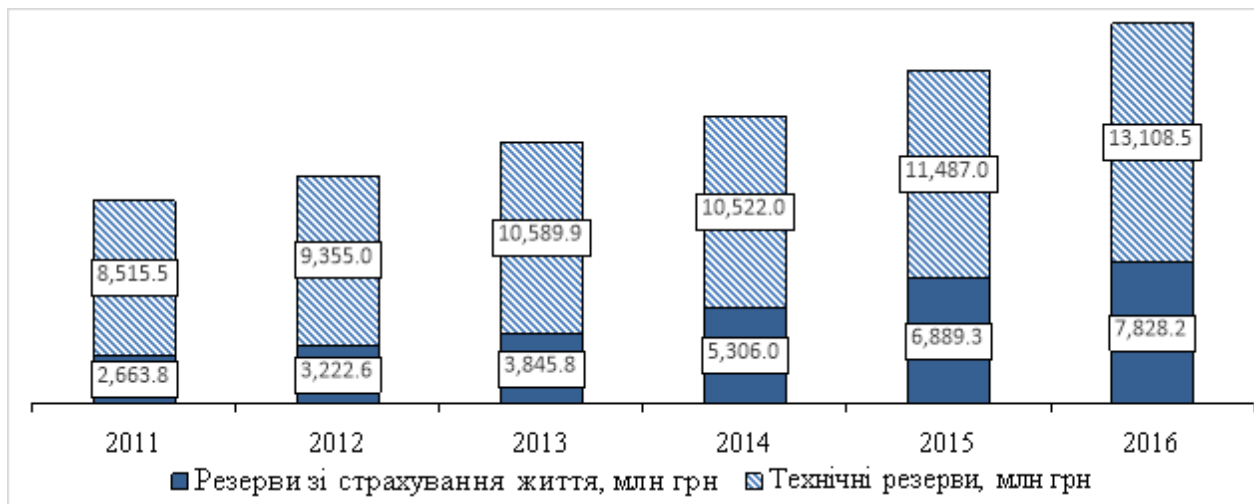


**Рис. 2. Динаміка обсягу сформованих страхових резервів на страховому ринку України у 2011-2016 рр., млн грн**

*Джерело: розроблено автором за даними [2]*

Адже показники розвитку цього сектору страхового ринку визначаються рівнем матеріального забезпечення населення, доступністю якісних страхових продуктів, розвитком альтернативних фінансових інститутів тощо. Необхідним є забезпечення системи гарантування страхових виплат за договорами страхування життя, яка націлена на запобігання втратам заощаджень громадян та позбавленню страхового захисту застрахованих у разі настання неплатоспроможності страховика

Для покращення платоспроможності та забезпечення необхідного рівня достатності капіталу страхових компаній слід звернутися до методологій, розроблених Європейським Союзом, зокрема запропонованих у Директиві Європейського Парламенту та Ради 2009/138/ЄС (Solvency II), і адаптувати їх для українського страхового ринку.

Таким чином, потреба підвищення ефективності інвестиційної діяльності в нашій країні обумовлює необхідність збільшення ресурсної бази страхових компаній як важливого джерела їхнього інвестиційного потенціалу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Балєв В. Є. Структура капіталу страхових компаній: вітчизняні та європейські вимоги / В. Є. Балєв // Финансы, учет, банки. – 2016. – № 1 (21). – С. 225-234.
2. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nfr.gov.ua/content/>
3. Про страхування : Закон України від 7 березня 1996 р. № 85/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon 5. rada.gov.ua](http://zakon5.rada.gov.ua)

## ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ

**Шмалюх А. І., студентка**

**Баланюк Т. Е., студентка**

*Науковий керівник: викладач Станіславчук Н.О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

З переходом до ринкових форм господарювання особливого значення набуває державна політика, реалізація якої спрямована на досягнення стабілізації макроекономічних параметрів економічного зростання. Одним із найважливіших макроекономічних чинників, які, з одного боку, мають надзвичайний вплив на стан економіки будь-якої країни, а з іншого - виступають своєрідним індикатором рівноважного стану економіки, є інфляція. Оскільки інфляція є складним багатофакторним явищем, доцільно досліджувати не тільки рівень та динаміку споживчих цін безпосередньо, а й інфляційні процеси загалом, вияснити причини її появи.

Інфляція являє собою знецінення грошей, падіння їх купівельної спроможності, що викликається підвищенням цін, товарним дефіцитом і зниженням якості товарів і послуг. Цьому явищу передують відповідні процеси. Інфляційні процеси в Україні розглядаються у наступній послідовності: пострадянський період, період відносної стабілізації, сучасний період.

Незалежна Україна мала у розпорядженні планову економіку, яка характеризувалась дефіцитом. Це значно сприяло розвитку інфляції у перші пострадянські роки. Причинами тогочасного розвитку інфляції були відсутність навичок ефективного управління в умовах ринкової економіки; державний монополізм і відсутність конкуренції; спотворена структура виробництва; зношення основних фондів. Значною проблемою була залежність виробництва від постачання паливних та сировинних матеріалів. Ці фактори призвели до рекордного індексу інфляції, або індексу споживчих цін (рис. 1), який характеризує зміни загального рівня цін на товари і послуги, що купуються населенням для невиробничого споживання [2].

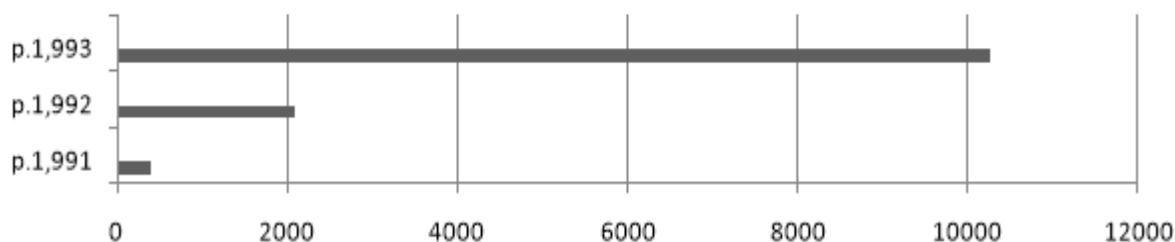


**Рис. 1. Показник індексу інфляції в Україні у 1991-1993 рр., % [3]**

Період відносної стабілізації інфляційних процесів був спричинений політикою Національного банку України, який перейшов від кредитної експансії до жорсткої рестрикційної грошово-кредитної політики. Тоді спостерігається розвиток бартерних відносин, стабілізується курс національної валюти [4]. Ситуація погіршилась під час кризи 2008 року (рис. 2).

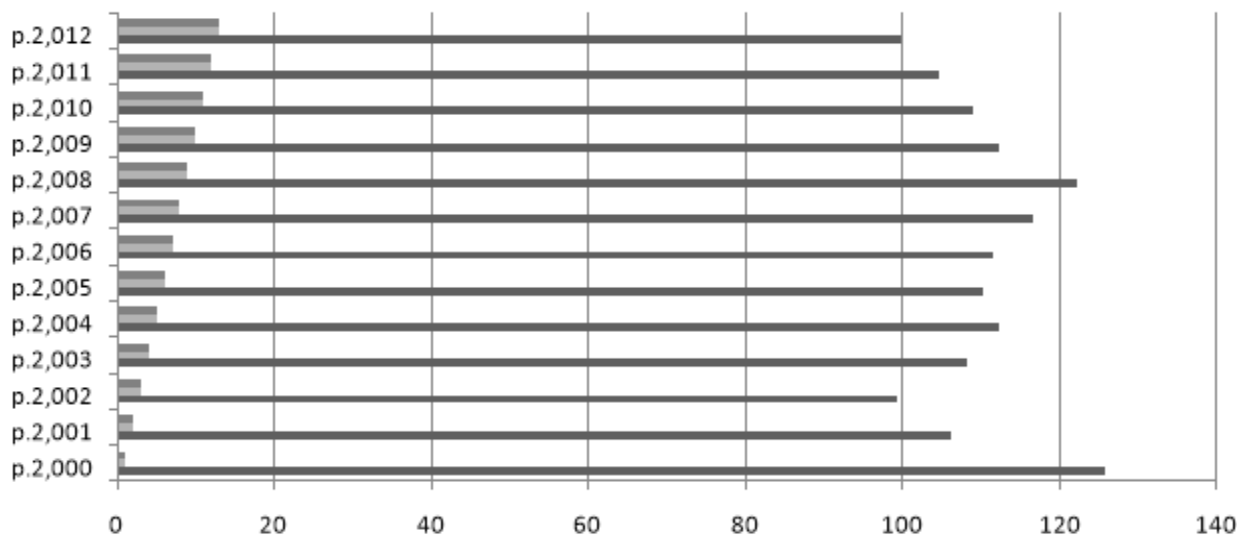


**Рис. 2. Показник індексу інфляції в Україні у 2000-2012 рр., %, [2].**

В першу чергу відбулося зростання заборгованостей за кредитами. Цей фактор значно підвищив рівень соціальної напруги у країні. Відбулося зниження курсу національної валюти, що призвело до збільшення розриву між ціною купівлі та продажу валюти. Інфляційні процеси призвели до падіння обсягів виробництва, як наслідок зниження купівельної спроможності громадян. Потрібно також враховувати незначну дефіцитність економіки, яка все ще сприяла стимулюванню інфляційних процесів.

Новим етапом інфляційних процесів рахують події 2013–2014 років. Розпочався процес знецінення національної валюти. Індекс інфляції за період 2015 року становив 143,3 (рис. 3).

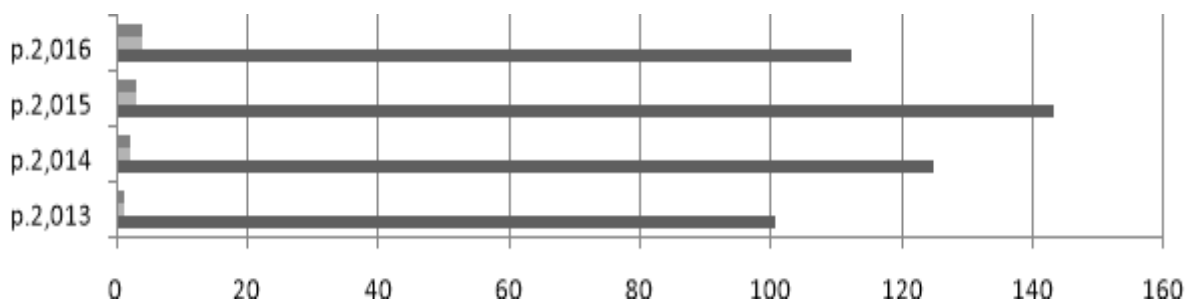


**Рис. 3. Показник індексу інфляції в Україні у 2013-2016 рр., % [1; 2].**

Отже, аналізуючи етапи інфляційних процесів можна побачити статистичну циклічність індексу інфляції. Найбільш стабільними можна вважати 2002 та 2012 роки. На даний момент доцільно вважати, що економіка знаходиться у певному спаді. Знецінення гривні та гривневих заощаджень стало наслідком збільшення грошової маси в обігу. Стрімко розпочалося зростання цін на товари та послуги, розпочалася паніка серед населення. Тим самим, громадяни власноруч посилювали валютні проблеми, чим було викликане зростання валютного курсу та його дефіцит. Оскільки розпочалася фінансова криза у



банківській системі, бюджет не отримав належну кількість коштів, тому держава розпочала емісію.

#### **Список використаних джерел:**

1. Матеріали офіційного сайту Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.bank.gov.ua/](http://www.bank.gov.ua/).
2. Матеріали фінансового порталу Мінфін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>.
3. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/cit.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cit.htm).
4. Нескородєв С. Аналіз цін та інфляції в ході «середнього» циклу національної економіки (1999–2012 pp.) / С. Нескородєв // Вісник НБУ. – 2014. – № 1. – С. 48-54.
5. Петрик О. Інфляція в Україні та її прогнозування в Національному банку / О. Петрик // Вісник НБУ. – 2012. – №5. – С. 6-15.

### **ПРОБЛЕМИ БЮДЖЕТНОГО ДЕФІЦИТУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ**

**Шестак В. С., студентка**

**Баланюк Т. Е., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Вінницька О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Як і в будь-якій країні бюджет являє собою важливий інструмент регулювання соціально-економічних процесів у державі, його показники визначають фінансовий стан держави і значною мірою рівень суспільного добробуту. Характеризуватися стан бюджету може трьома показниками: рівновагою доходів і видатків, перевищенням доходів над видатками (профіцитом) або, навпаки, видатків над його доходами, тобто бюджетним дефіцитом.

На сучасному етапі розвитку економіки України, особливого значення набули проблеми управління бюджетним дефіцитом. Бюджетний дефіцит - перевищення видатків бюджету над його доходами - це фінансове явище, з яким у ті чи інші періоди своєї історії неминуче зіштовхувалися усі держави світу [3]. Безперечно, бюджетний дефіцит є небажаним для держави явище: його стимулювання на основі грошової емісії гарантовано веде до інфляції, за допомогою не емісійних коштів – до зростання державного боргу. Але, не можна однозначно відносити до розряду надзвичайних, катастрофічних подій бюджетний дефіцит, так як різним може бути якість, природа дефіциту. Також, бюджетний дефіцит можна пов'язати з необхідністю здійснення великих державних вкладень у розвиток економіки, і тоді дефіцит не є відображенням кризового перебігу суспільних процесів, а скоріш за все стає наслідком

прагнення держави забезпечити прогресивні зрушення в структурі суспільного відтворення.

Варто також підкреслити, що дефіцит бюджету в Україні має свої особливості, викликані специфікою переходу до ринкових методів господарювання. Однією з найбільш істотних причин є розірвання господарсько-економічних зв'язків країн, що входять у СНД. Як відомо, наслідком розірвання економічного простору явилася структурна деформація економіки України, стійке падіння обсягів виробництва у всіх галузях народного господарства. До однієї з причин дефіциту бюджету варто віднести зростання цін і високі темпи інфляції. Найважливішою причиною дефіциту бюджету в Україні є також розлад фінансово-кредитної системи, викликаний відсутністю стійкої національної грошової одиниці [2].

Беручи до уваги данні зі спостереження, в Україні склалася така ситуація: доходи бюджету зростають разом і з дефіцитом бюджету, який зростає швидше, ніж доходи. Кредити міжнародних організацій лише збільшують дефіцит за рахунок нарощування зовнішнього державного боргу, що не є позитивною тенденцією дохідної частини бюджету.

Якщо зіставити та порівняти між собою данні, щодо тенденцій розвитку державного бюджету в Україні за 2010 – 2016 роки, то можна прийти до таких висновків:

Найбільший прибуток держава отримала у 2016 році – 616274,8 млн. грн., при цьому відсоток ВВП складав 25,86 %; Найбільших витрат держава зазнала також у 2016 році – 684743,4 млн. грн., при цьому відсоток ВВП складав 28,73 %. Найбільшого кредитування держава мала у 2014 році – 4919,3 млн. грн., при цьому ставка ВВП складала 0,31 %; І найбільше сальдо (залишок) на рахунку у державі було в 2014 році – (- 78052 млн. грн.), при цьому відсоток ВВП складав -4,98% [1].

Аналізуючи та беручи до уваги свідчення з минулих років про державний дефіцит, можна висвітлити основні причин виникнення державного дефіциту сьогодення:

- необґрунтоване витрачання державних коштів;
- прояв фінансової кризи;
- невиправдана емісія паперових грошей і зростання державного боргу;
- залучення додаткових доходів зверх наявних у державі та їх використання за фінансування витрат, не забезпечених державними доходами;
- диспропорції у процесі фінансового планування доходів і видатків бюджету (бюджетний дефіцит визначається, з одного боку, законами зростання вартості, а з іншого – інфляції);
- неефективні способи збалансування бюджету;
- війни, стихійні лиха, інші надзвичайні події, кризові явища, неефективність державної політики;
- обсяг ресурсів, який потрібно позичити у національного приватного сектору або ззовні, щоб покрити заплановані видатки [6].

Як нам відомо, наслідками бюджетного дефіциту держави можуть бути як короткострокові (витіснення) та і довгострокові – це накопичення боргу. Щодо самого ефекту «витіснення», то він виникає через підвищення ринкових процентних ставок, що є результатом при фінансуванні дефіциту за допомогою випуску державних цінних паперів на відкритому ринку країни. А при довгостроковому фінансуванні бюджетного дефіциту найбільше зростають ставки процента, коли поєднуються стимулююча фіскальна та антиінфляційна грошово-кредитна політики. Результатом боргового фінансування бюджетного дефіциту, є збільшення попиту на гроші, а у цей же час центральний банк обмежує їх пропозицію [5].

Зростання процентних ставок призводить до зменшення інвестицій у приватному секторі і частково – до зменшення споживчих витрат. Як наслідок - в економіці відбувається падіння доходів. Таким чином, боргове фінансування бюджетного дефіциту може значно послаблювати ефективність стимулюючої фіскальної політики. Але якщо економіка перебуває у стані спаду, то зростання державних витрат буде справляти на неї стимулюючий вплив завдяки ефекту мультиплікатора. Це може покращити очікування щодо прибутків у приватному бізнесі і викликати збільшення інвестиційного попиту. Приріст інвестиційного попиту може частково елімінувати ефект «витіснення» [5].

Вагомим кроком у боротьбі за скорочення дефіциту бюджету в Україні може стати розроблення оптимальної моделі фіскального правила, яка б відповідала певним критеріям, а саме: прозорості, адекватності, сумісності, простоти, гнучкості, обов'язковості виконання, підтримки з боку інших напрямів економічної політики. Якщо, у боротьбі проти дефіциту не буде такої бази правил, то боротьба з дефіцитом є неефективною і безнадійною, а саме має нецільеспрямований і безсистемний характер.

У програму конкретних заходів щодо скорочення бюджетного дефіциту необхідно включити також заходи, які стимулювали б притоку коштів до бюджету країни і сприяли б скороченню державних витрат. До них відносяться:

- змінити напрямки інвестування бюджетних коштів в галузях економіки за для стрімкого підвищення фінансової віддачі від кожної гривни;
- розширити використання фінансових пільг і санкцій, які стимулюють зростання суспільного виробництва;
- швидке скорочення сфери державної економіки і державного фінансування;
- скоротити витрати на військову частину;
- забезпечити фінансування тільки самих важливих соціальних програм, неприйняття нових;
- відмовитись від надання кредитів державним структурам;
- створення інвестиційного клімату для залучення іноземних інвестицій [6].

Отже, за умов сучасної кризової ситуації в економіці України, бюджетний дефіцит повинен бути мінімальним, або принаймні скоротити його, щоб він не мав розвитку. Бюджетна політика повинна спрямовуватися на збільшення

інвестиційних видатків, тому що вони сприятимуть підвищенню внутрішнього попиту та спланованих заощаджень населення, збільшення витрат на підтримку державного сектора економіки та вітчизняного бізнесу, зменшення відпливу депозитів. В свою чергу уряд повинен постійно моніторити розмір та швидкість зростання бюджетного дефіциту, інакше він здійснюватиме дестабілізуючий вплив на соціально-економічний розвиток країни. Необхідно змінювати економічний клімат в середині країни, а саме збільшити доходи держави шляхом подолання безробіття, поліпшення податкової системи, удосконалення приватизації державного житла, поліпшення фінансового стану суб'єктів господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бюджетний моніторинг: аналіз виконання бюджету за 2016 рік [Електронний ресурс] / ІБСЕД. – Режим доступу: [http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/kv\\_iv\\_2016\\_monitoring\\_ukr\\_0.pdf](http://www.ibser.org.ua/sites/default/files/kv_iv_2016_monitoring_ukr_0.pdf)
2. Дослідження причин виникнення державного дефіциту [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/28\\_PRNT\\_2009/Economics/53171.doc.ht](http://www.rusnauka.com/28_PRNT_2009/Economics/53171.doc.ht)
3. Куніцин О.М. Дефіцит державного бюджет України: причини та заходи щодо вирішення проблеми/О.М. Куніцин// Управління розвитком. – №15 (156). – 2013. – С.137
4. Нечаюк І. Б. «Основні проблеми подолання бюджетного дефіциту в Україні» /І. Б. Нечаюк // Економічний форум. – 2013. – №4. – С.2-4.
5. Орловська Н. Дефіцит державного бюджету і джерела його фінансування/ Н. Орловська // Вісник національного банку України. – 2010. – №5. – С. 28-30
6. Шляхи подолання бюджетного дефіциту [ Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ua-referat.com/Шляхи\\_подолання\\_бюджетного\\_дефіциту](http://ua-referat.com/Шляхи_подолання_бюджетного_дефіциту)

### **ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Шлангоф А. Р., студент**

**Подлевська О. М., студентка**

*Національний університет водного господарства та природокористування*

Провідною ідеєю концепції розвитку є забезпечення високого рівня життя, що передбачає гармонійний розвиток екологічної і соціально-економічної сфер. Нераціональна фінансова політика може спричинити розбалансування економічної системи у контексті принципів розвитку, однак фінанси дають змогу збалансувати розвиток кожної сфери на основі перерозподілу валового внутрішнього продукту між окремими регіонами та всередині регіонів – між їх сферами.

Головну роль у фінансуванні розвитку забезпечують внутрішні фінансові нагромадження та прямі іноземні інвестиції. Позитивний ефект у сфері використання внутрішніх фінансових ресурсів пов'язаний із стабілізацією економіки, лібералізацією торгівлі, реформуванням податкової системи. Важливим чинником у зростанні інвестицій є визначення наявної кількості заощаджень, які можна ефективно надалі трансформувати в інвестиції [1].

Потенціал заощаджень – це потенційна, не використана величина наявних заощаджень секторів загального державного управління, домашніх господарств, некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства, фінансових і нефінансових корпорацій, враховуючи заощадження іноземних суб'єктів у національній економіці, яка формується на основі розподілу валового національного доходу.

На формування потенціалу заощаджень мають вплив такі чинники: соціально-економічні (доходи, доходні потоки фінансового ринку, інфляція, податки, споживання та його особливості, соціально-економічна ситуація в країні); політичні чинники (негативна політична ситуація призводить до нестабільності і зниження потенціалу заощаджень); психологічні (підвищення інтелектуального та культурного рівня, чи підвищення рівня довіри).

Розвиток економіки визначається державною фінансовою політикою – це частина соціально-економічної політики держави щодо забезпечення збалансованого зростання фінансових ресурсів у всіх ланках фінансової системи країни, фінансового забезпечення виконання соціально - економічних програм країни і регіонів, спрямованих на зростання рівня і якості життя населення.[2] Основа фінансової політики розвитку – чітке визначення єдиної концепції економічного розвитку, як у довготерміновій, так і короткотерміновій перспективі, вибір фінансових механізмів досягнення поставлених цілей, які забезпечують спрямування суспільного розвитку відповідно до принципів розвитку.

Концепція розвитку з'явилася в результаті об'єднання трьох основних точок зору: економічної, соціальної і екологічної. Економічний підхід заснований на необхідності оптимального використання обмежених ресурсів; використання екологічних природо-, енерго-, і матеріалозберігаючих технологій, мінімізацію, переробку і знищення відходів. Соціальна складова розвитку орієнтована на людину і спрямована на збереження стабільності соціальних і культурних систем, на скорочення числа руйнівних конфліктів між людьми. З екологічного погляду, розвиток повинен забезпечувати цілісність біологічних і фізичних природних систем [3].

Особливе значення має життєздатність, від яких залежить глобальна стабільність всієї біосфери.

Компоненти моделі розвитку, що є механізмами організації та функціонування національної, регіональної та світової економіки – це соціалізація, державне регулювання, суспільна відповідальність, екологічність, безпека, інформатизація, власність, корпоративна система, ринкове регулювання, інтелектуалізація, транснаціоналізація. Проблема розвитку

важлива як для всієї країни, так і для її регіонів. Вплив об'єктів регіональної економіки, їхньої територіальної організації на соціально-економічний стан регіонів обумовлює регіональний аспект розвитку продуктивних сил.

Розвиток продуктивних сил регіону – це прагнення досягти бажаного рівня їхньої розбудови завдяки мобілізації внутрішніх та зовнішніх можливостей регіональної економіки. Важливими показниками є: політичне становище, раціональне використання природно-ресурсного виробничого потенціалу регіону, результати ринкового реформування відносин власності, поліпшення умов та середовища життєдіяльності населення, збереження екологічної безпеки території регіону [4]. Для України є необхідним не тільки досягнення економічного зростання, але й забезпечення його стійкості. Рівноважний стан економіки для довгострокового періоду є результатом стійкого рівня капіталоозброєності, який залежить від норми збереження, вибуття капіталу та його розміру. Коли інвестиції з часом співпадуть із вибуттям капіталу, економіку буде стабілізовано.

Досягнення бажаних результатів розвитку можливо лише тоді, коли інноваційна діяльність не буде обмежена виключно технічними інноваціями. Пріоритетними повинні бути визнані також соціальні (як і екологічні) аспекти інноваційної діяльності. Вкладення капіталу в освіту, науку, охорону здоров'я, оздоровчий спорт, соціальну інфраструктуру, тобто в усе те, що пов'язано з розвитком людського капіталу, рівною мірою з технологічними змінами є взаємопов'язаними і взаємозалежними чинниками економічного зростання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ковалюк О. Фінансовий механізм економіки України / О. Ковалюк // Фінанси України. – 2006. – № 9. – С. 22-28.
2. Круш П. В. Регіональне управління: Навчальний посібник для студ. вищих навч. закладів/ П. В. Круш, О. О. Кожемяченко; Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут". – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 247 с.
3. Олійник В. Фінансовий механізм у системі економічного розвитку / В. Олійник // Фінанси України. – 2007. – № 5. – С. 17-23.
4. Стеців Л. Фінанси: навчальний посібник / Л. Стеців, О. Копилук. – К.: Знання, 2007. – 235 с.

## **СТАН СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ**

**Шпак С. В., студент**

*Науковий керівник: викладач Корнієнко Т.О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Основним елементом національної економіки будь-якої країни є страховий ринок, який займає одне з основних місць в системі господарювання, що базується на забезпеченні надійного страхового захисту від ризиків суб'єктів ринкових відносин, захисту майнових інтересів різних верств населення та потреби економіки в інвестиційних ресурсах.

На сьогоднішній день стан українського страхового ринку не відповідає тенденціям розвитку світового страхового ринку. Створення ефективного страхового ринку потребує підвищення довіри до вітчизняної страхової галузі з боку суспільства, інвесторів, страхувальників, також потрібно досягти розвитку ефективної політики щодо забезпечення страхової діяльності в Україні, створення розвиненої та платоспроможної системи страхування.

Страховий ринок – це особливе соціально-економічне середовище, певна сфера економічних стосунків, де об'єктом купівлі-продажу виступає страховий захист [2].

Хоча страховий ринок України і пройшов стадію формування, але досі знаходиться на етапі свого розвитку. За оцінками експертів, покриття страхового поля в Україні становить 3–5%, тоді як у країнах Західної Європи – понад 90%. Це засвідчує наявність в Україні великих невикористаних можливостей розвитку даного ринку, здійснення яких значною мірою залежить від ефективності функціонування національної економіки [1, с. 31].

У цілому чисельність страхових компаній станом на 30.06.2017 становила 300, у тому числі СК «life» (страхування життя) – 36 компаній, СК «non-life» (інші види страхування) – 264 компанії, (станом на 30.06.2016 – 343 компанії, у тому числі СК «life» – 45 компаній, СК «non-life» – 298 компаній). Частка страхових компаній має тенденцію до зменшення, так станом на 30.06.2017 порівнюючи з відповідною датою 2016 року, кількість компаній зменшилася на 43 СК [5].

Динаміка сум страхових виплат та премій є нестабільною і дуже чутливою до економічної кон'юнктури України. Оскільки переважна частина матеріальних ресурсів страхувальників перебуває на депозитних рахунках у банках, відтак страхова галузь великою мірою залежить від стану банківського сектору країни.

Вагомий вплив на вітчизняний страховий ринок здійснюють країни Євросоюзу. Це дає змогу стверджувати, що взаємодія страхових ринків цих країн повинна слугувати розкриттю потенційних можливостей ефективної участі України у світових господарських фінансових процесах, орієнтованих на його норми та правила, які забезпечуватимуть формування відкритого страхового ринку [4, с. 21–24].

Втілення в життя стратегії розвитку страхового ринку України в 2012-2020 роках створить умови для швидкого зростання страхового ринку України, та надасть можливості набуті конкурентоспроможності в умовах інтеграції у фінансовий простір європейських країн. Основною метою розвитку страхового ринку України є відновлення основної ролі страхування як суспільно-корисної функції захисту населення та їх майна, підприємств та насамперед держави, яка повинна досягти відкритого, платоспроможного страхового ринку який буде оснащений найсучаснішою інфраструктурою та технологіями, з широким вибором якісних та надійних страхових послуг, які гарантуватимуть високий рівень захисту прав споживачів [3].

Протягом останніх років можна помітити поступове підвищення показників страхового ринку, проте є проблеми, які перешкоджають його розвитку, а саме:

- недосконала система правового забезпечення та державного регулювання страхової діяльності;
- високий рівень інфляції;
- негативна історія страхування в пострадянський період;
- недовіра населення до страхових компаній;
- нестійкість національної валюти;
- відсутність вільних коштів у фізичних та юридичних осіб;
- відсутність гарантій збереження вкладених коштів.

Отже, можна дійти висновку що страховий ринок України знаходиться на етапі формування, крок за кроком пристосовується до вимог світового та європейського ринку. Для цього українським страховикам потрібно переймати світовий страховий досвід та покращувати особисті моделі функціонування, зокрема вдосконалювати механізм державного регулювання діяльності страхових компаній; адаптувати до міжнародних стандартів страхове законодавство, запроваджувати новітні технології зі страхування та сучасні стандарти якості обслуговування в цій сфері.

Для вирішення проблем в страховому ринку України потрібно:

- пришвидшити розробку та затвердження нового цивільного кодексу України, в якому передбачити правові основи регулювання страхової діяльності в Україні;
- впровадити світові стандарти класифікації ризиків в страхуванні, зменшити кількість неефективних видів примусового страхування;
- провести перехід страховиків на світові стандарти фінансової звітності і гарантувати розкриття інформації в фінансовій звітності страховиків відповідно до цих стандартів;
- сформувати страхову культуру громадян та підвищити фінансову грамотність учасників страхового ринку.

Наведені заходи значно покращать фінансовий стан страхових компаній, позитивно вплинуть на розвиток фінансового ринку загалом.



### **Список використаних джерел:**

1. Козоріз Г. Г. Пріоритетні напрями модернізації страхового ринку України в умовах глобальних викликів [Текст] / Г. Г. Козоріз // Регіональна економіка. – 2013. – № 1. – С. 26-34.
2. Осадець С. С. Страхування [Текст] : підручник / С. С. Осадець. – К.: КНЕУ, 2002. – 599 с.
3. Українська федерація убезпечення. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2011-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic\\_initiatives/5257](http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257) - Дата звернення 10.11.2017.
4. Офіційний сайт Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.dfr.gov.ua> – Дата звернення 09.11.2017.
5. Forinsurer. Підсумки діяльності страхових компаній за 6 місяців 2017 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://forinsurer.com/files/file00559.pdf> - Дата звернення 09.11.2017.

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ВИЩОЇ ШКОЛИ В УКРАЇНІ**

**Ящук Т. А., викладач**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Система вищої освіти, будучи індикатором і каталізатором розвитку держави, стає пріоритетною сферою соціально-економічної політики будь-якої держави і відображає рівень розвитку суспільства. Вища освіта посідає головну роль у вирішенні соціально-економічних, науково-технологічних, соціально-культурних і духовно-моральних проблем, у збереженні національної культури і традицій, а також у прогресуючому впливі на розвиток продуктивних сил суспільства.

Економічна сутність вищої освіти розуміється як інвестиції у людський капітал. Разом із охороною здоров'я, культурою, мистецтвом і наукою освіта розглядається у складі сектора суспільного виробництва, в якому формується людський капітал і створюються інтелектуальні цінності суспільства.

Важливим є те, що розвиток системи освіти залежить виключно від достатнього фінансового забезпечення, що дозволяє оновлювати і множити інтелектуальний потенціал навчального закладу, його наукову, матеріальну і методичну базу [1, с. 372].

У зв'язку з цим, під час процесу реформування системи вищої освіти виникла необхідність комплексного дослідження особливостей формування фінансового механізму та ефективного використання фінансових ресурсів вищих навчальних закладів. Сьогодні в Україні вже сформована нормативно-правова база освіти, підвищилася автономія вищих навчальних закладів, введено нові освітні стандарти.

Однак існують проблеми управління та фінансового забезпечення вищих навчальних закладів, оптимального поєднання бюджетних і позабюджетних джерел фінансування, розробки ефективної моделі їх використання тощо.

Стійкість функціонування і розвитку вищої освіти і підвищення якості підготовки висококваліфікованих фахівців безпосередньо залежить від достатнього забезпечення фінансовими ресурсами. Тому в системі управління вищою освітою важливу роль відіграє фінансовий механізм.

Український вчений Т. Боголіб визначила, що фінансовий механізм вищих закладів освіти і наукових установ представляє собою сукупність елементів державного впливу на розвиток вищої освіти і науки, що ґрунтується на фінансовому забезпеченні, фінансовому регулюванні, системі управління, що полягає у взаємодії фінансових індикаторів і фінансових інструментів [2, с.10].

Л. Яременко зазначає, що фінансування вищої освіти повинно мати стратегічно цілеспрямований характер, переслідувати певні цілі й передбачати пріоритетні напрямки фінансування. На думку автора, мета фінансування полягає у збільшенні контингенту студентів й у підвищенні ефективності вищої освіти. Державне фінансування передбачає можливість отримання вищої освіти за рахунок державних коштів [3, с. 12].

Таким чином, важливою особливістю функціонування фінансового механізму вищої школи в сучасних умовах є проблема взаємодії вищої школи з державою. Економічні відносини, що складаються між державою і вузами, включають певний комплекс взаємовідносин, пов'язаних з питаннями власності, управління, рівня автономії вузів, механізму фінансування. Тому для ефективного функціонування такого механізму повинна бути розроблена державна програма (стратегія) розвитку вищої освіти, яка передбачала б стратегічні пріоритети у фінансуванні вузів.

Державна політика в галузі вищої освіти повинна включати в себе:

- перехід від принципу утримання вищих навчальних закладів за рахунок державного бюджету до державної підтримки в фактично можливих розмірах, розвиток системи державного замовлення на підготовку кадрів, але без обмеження їх кількості;

- вдосконалення та поглиблення автономії освітніх установ, перш за все у сфері фінансів;

- здійснення передачі ряду науково-дослідних установ до складу провідних університетів. Це дозволить поліпшити матеріально-технічну базу навчального, наукового, а також післядипломного процесу, підвищити рівень науково-педагогічних працівників, ефективніше використовувати матеріальні, фінансові та людські ресурси вищої школи;

- розширення самостійності у розпорядженні ресурсами, в тому числі коштами з бюджету, здійснення навчальними закладами різних видів діяльності, що приносять доходи;

- витрачання бюджетних коштів повинно здійснюватися освітніми установами самостійно, виключаючи потреби освітнього процесу відповідно до статей бюджетної класифікації. Звіт про витрачання бюджетних коштів повинен

подаватися до органів управління освітою за всіма статтями бюджетної класифікації [4].

Отже, ефективний процес управління фінансовими ресурсами вузу має базуватися на стратегічних фінансових орієнтирах, які передбачають розробку і реалізацію низки заходів для поточної діяльності вузів, спрямованих на досягнення нормальної стійкості системи фінансування і нарощування конкурентних переваг вузу. Реалізація таких заходів має сприяти розвитку ініціативи і розширенню самостійності, економічної автономії вищих навчальних закладів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Толочко И. Г. Финансирование в сфере высшего образования: основные проблемы / И. Г. Толочко // Молодой ученый. – 2014. – №19. – С. 371–374.

2. Боголіб Т. М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / Боголіб Тетяна Максимівна. – Київ, 2006. – 38 с.

3. Яременко Л. М. Організаційно-економічні механізми державного управління вищою освітою в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Яременко Людмила Михайлівна. – Київ, 2008. – 20 с.

4. Майорова Т. В. Пути совершенствования финансового механизма высшего образования [Электронный ресурс] / Т. В. Майорова, Т. Н. Майдан // Современные технологии управления. – №7 (31). – Режим доступа : <http://sovman.ru/article/3103/>.

## СЕКЦІЯ 4

### ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

---

#### ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АУДИТУ В УКРАЇНІ

**Бержанір І. А., к.е.н., ст. викладач**

**Шевчук М. А., студентка**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Розвиток ринкових відносин, виникнення недержавної форми власності суттєво змінили систему фінансового контролю в Україні. Потреба у гарантії достовірності, об'єктивності та законності фінансової звітності для широкого кола її користувачів зумовила виникнення і подальший розвиток в Україні аудиту як незалежної форми контролю.

Не дивлячись на законодавчу вимогу щодо обов'язкового підтвердження незалежним аудитором показників річної фінансової звітності, інвестори та інші користувачі звітності і не належать з належною довірою до висновку аудитора про достовірність показників фінансової звітності.

Надзвичайно важливим завданням в аудиторській практиці є підвищення якості аудиту та аудиторських послуг. Очевидно, що якість аудиторських послуг прямо залежить від підготовки кадрів і підвищення їх кваліфікації. Наявна чисельність сертифікованих аудиторів не відповідає потенційним потребам ринку аудиторських послуг, і, як наслідок, його завойовують нерезиденти, витісняючи цим самим українських аудиторів (фірм) [1].

Ситуація, що склалася в Україні, потребує вирішення ряду проблем, які мають місце у професійній діяльності аудиторів, аудиторських фірм і роблять неможливим успішний розвиток аудиту.

На жаль, сьогодні незалежний професійний аудит має багато проблем, до яких належать:

- відсутність розробленого економічного механізму щодо регулювання аудиту;
- недосконала законодавча база і досвід судового розгляду позовів щодо аудиторів (аудиторських фірм), немає методики оцінки розмірів збитку користувачів від не якісного аудиту;
- недостатня кількість методичних розробок з аудиторського контролю;
- брак певного досвіду аудиторської діяльності;
- недостатня кількість кваліфікованих аудиторських кадрів, а звідси - і неосвоєний ринок аудиторських послуг;
- недотримання етичних вимог з боку аудиторів;

– відсутність методичних рекомендацій з питань комп'ютеризації аудиту тощо [2].

Також в Україні розвитку якісного аудиту відсутність замовлень, так як власники компаній, фондовий ринок і фінансові установи не вважають за потрібне замовляти якісні послуги аудиту. Крім цього, для не публічних компаній обов'язкового аудиту фінансової звітності не існує, незалежно від прибутку. Тому в Україні ринок аудиту невеликий, а аудиторських компаній багато, і через велику конкуренцію, аудитори змушені штучно занижувати ціни на аудиторські послуги і втрачати свою незалежність від невеликої кількості клієнтів. Така ситуація не дає замовникам можливості довіряти повністю аудиторським звітам.

Тому для розв'язання визначених проблем, які перешкоджають активному розвитку аудиту в Україні, потрібно здійснити ланку процедур, а саме:

– безперервне підвищення кваліфікації та вдосконалення професійності працівників;

– вдосконалення організації та методики аналітичної роботи як визначального етапу контрольно-перевірочної роботи з відбору підприємств до перевірки за Національним планом проведення документальних перевірок суб'єктів підприємницької діяльності;

– вдосконалення методології проведення податкового аудиту;

– пошук нових організаційних форм та методів проведення документальних перевірок, у тому числі із застосуванням непрямих методів оподаткування;

– застосування можливостей сучасних технологій на різних етапах контрольно-перевірочної роботи;

– подальше поліпшення рівня організації роботи з виявлення негативних тенденцій в економіці держави з метою оперативної розробки пропозицій з усунення та виключення передумов для застосування схем ухилення від оподаткування;

– продовження практики залучення працівників податкового аудиту, особливо його керівного складу до формування свідомості платників податків, попередження податкових порушень серед сумлінних платників податків та унеможливлення роботи у «тіньовому» секторі [3].

Отже, для того, щоб аудит розвився в Україні, потрібно подолати низку проблем, від правильного, успішного вирішення яких залежить перспективи його подальшого розвитку. Вдосконалення аудиту в Україні – це складний та багатогранний процес, який потребує багато часу, а також вдосконалення системи економічного контролю в країні в цілому шляхом вдосконалення структури; використання комп'ютерної техніки в аудиті; вдосконалення процедур і техніки аудиту, підвищення кваліфікації аудиторів тощо.

### **Список використаних джерел:**

1. Шевчук О. Д Особливості проведення державного аудиту в Україні / О. Д. Шевчук, І. Л. Мукоїд // Збірник наукових праць ВНАУ. – В.: ВНАУ, 2012 – С. 230-234.
2. Ковальчук Т. І. Проблеми та шляхи вдосконалення аудиту в Україні / Т. І. Ковальчук, Г. В. Даценко // Наукове товариство Івана Кушніра. – В.: КНТЕУ, 2012. – С.10–15.
3. Попова А. А. Проблеми та шляхи вдосконалення аудиту в Україні / А. А. Попова, Т. В. Филипенко // Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://banucoz.ua/load/sekcija\\_4\\_oblik\\_i\\_audit/oblik\\_i\\_audit/popova\\_a\\_a\\_filipenko\\_t\\_v\\_problemi\\_ta\\_shljakhi\\_vdoskonalennja\\_auditu\\_v\\_ukrajini/12-1-0-98](http://banucoz.ua/load/sekcija_4_oblik_i_audit/oblik_i_audit/popova_a_a_filipenko_t_v_problemi_ta_shljakhi_vdoskonalennja_auditu_v_ukrajini/12-1-0-98).

## **ВИМІРНИКИ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ**

**Бровко Н. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Для ефективного функціонування окремих структурних підрозділів і підприємства в цілому необхідно, щоб учасники управлінського процесу, мали своєчасну, правдиву та об'єктивну інформацію про власне майно і джерела його формування та ін. Таку інформацію традиційно надає система бухгалтерського обліку, орієнтована на потреби управління. Автоматизація обліку зменшує період для опрацювання облікових даних і передачі інформації, потрібної для управління підприємством, і, відповідно, дає можливість скоротити кількість працівників, залучених до облікового процесу [2].

Для визначення і вимірювання змін, які відбулися в господарській діяльності суб'єкта господарювання під впливом певних господарських операцій, визначення величини об'єкта обліку, а також для здійснення управління господарським об'єктом, використовують кількісні та якісні показники.

У бухгалтерському обліку застосовуються і кількісні, і якісні показники [7]. Залежно від використовуваних на підприємстві засобів, джерел їх утворення та процесів, показників, що характеризують їх діяльність, а також для відображення кількісних і якісних змін, які відбуваються із господарськими засобами підприємства та джерелами їх утворення, у бухгалтерському обліку використовують натуральні, трудові та грошові вимірники.

Натуральні вимірники — це вимірники, за допомогою яких обліковується кількість наявних на підприємстві матеріальних цінностей і виконаних робіт в їх натуральному вираженні [4].

Використання тих або інших натуральних вимірників залежить від особливостей обліковуваних об'єктів. Також застосування тих чи інших вимірників залежить від фізичних властивостей засобів і предметів праці, а також виробленої

продукції на підприємстві. Натуральні вимірники дають змогу отримати інформацію про господарські засоби і процеси [6].

Натуральні вимірники забезпечують не тільки кількісне відображення обліковуваних об'єктів, а й їхню якісну характеристику, що має велике значення для збереження господарських засобів. Без натуральних вимірників неможливо скласти виробничий план, здійснити контроль за його виконанням, перевірити правильність використання матеріальних і трудових ресурсів та ін. Дані натурального обліку використовують для складання матеріальних балансів по окремих галузях і народному господарству в цілому [5].

Натуральні вимірники застосовуються для відображення в обліку однорідних за якісними і технічними характеристиками предметів [2].

Трудові вимірники – це одиниці витраченої праці. До них відносяться хвилини, години, дні. (а) Трудові вимірники використовують для визначення кількості затраченої праці. За допомогою трудових вимірників у поєднанні з натуральними встановлюють і контролюють норми виробітку, визначають продуктивність праці (наприклад, за кількістю часу, витраченого на виробництво одиниці продукції), контролюють використання робочого часу і фонду оплати праці. (д) Якщо виконавець робіт, майстер чи інший фахівець здійснює оперативний контроль за відпрацьованим робітниками часом, то він обов'язково користується трудовими вимірниками [6].

На відміну від натуральних, трудові вимірники дають можливість певною мірою узагальнювати і порівнювати між собою різні величини (наприклад, при визначенні показників нормування часу на виробництво продукції). Проте, в умовах існування товарно-грошових відносин трудові вимірники не можуть бути повністю узагальнюючим показником [5].

Застосування як натуральних, так і трудових вимірників не може забезпечити обчислення багатьох важливих показників щодо валового продукту, собівартості продукції, національного доходу, узагальнюючих показників на мікро- і макрорівні. У зв'язку з цим застосовують вартісний (грошовий) вимірник, завдяки якому облік необоротних та оборотних активів набирає не тільки узагальненого вигляду, а й стає важливим джерелом інформації для обчислення системи показників виробничої та фінансово-господарської діяльності, визначення фінансового стану підприємства, його платоспроможності [6].

Грошові вимірники – це одиниця вартості (гривні, копійки). Всі підприємства, організації та установи, що діють на території України, зобов'язані вести бухгалтерський облік в українській національній валюті – гривні [1].

Грошовий вимірник використовується при обліку заробітної плати, матеріалів, готової продукції, її реалізації, доходів, збитків, у розрахунково-кредитних операціях тощо, а також для узагальнення й визначення результатів виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємства, організації, установи за звітний період при складанні поточних і річних фінансових звітів, планів розвитку підприємства [1]. Даний вимірник поряд із обліком широко використовується у плануванні і аналізі діяльності підприємства [4].

Часто грошовий вимірник використовують в обліку поряд з натуральними і

трудовими вимірниками і на їхній основі. Так, вартість матеріалів або готової продукції визначають множенням їх кількості (в штуках, кілограмах, тоннах та інших натуральних вимірниках) на ціну за одиницю виміру; суму заробітної плати розраховують за даними про кількість витраченого часу (трудовий вимірник) і розцінками (тарифами) за одиницю часу (грошовий вимірник) [5].

Особливістю бухгалтерського обліку є те, що всі господарські операції, які обліковуються в натуральних та трудових вимірниках, обов'язково узагальнюються в грошовому, тобто грошовий вимірник є основним. За допомогою нього можна узагальнити всі фінансові та господарські факти, явища, процеси [2]. А господарські операції, які не мають грошової оцінки, в бухгалтерському обліку не відображають [3].

Найширше використовується грошовий вимірник у бухгалтерському обліку, де власний капітал та зобов'язання обліковуються тільки у вартісній оцінці; ведення обліку активів, починаючи з журналу реєстрації господарських операцій і записів у відповідні регістри (книги, журнали, відомості), побудовано також на грошовому вимірнику [6].

Вимірники використовуються в кожному з видів бухгалтерського обліку — фінансовому та управлінському. У фінансовому обліку натуральні, трудові та грошові вимірники поширеніші. Як правило, у більшості розділів облікової роботи поєднуються натуральні та грошові вимірники, але в обліку коштів, розрахункових операцій, фінансових результатів та розподілу прибутку користуються тільки вартісними (грошовими) вимірниками [6].

В управлінському обліку застосовуються також три вимірники. Чільне місце належить вартісному вимірнику, який забезпечує накопичення даних щодо величини витрат за статтями калькуляції та елементами цих витрат. Натуральні й трудові вимірники мають обмежене застосування — це, в основному, процедури складання кошторисів і калькулювання собівартості продукції, де обов'язково визначають норму споживання матеріальних ресурсів та затрат праці на одиницю виробу, виконаних робіт, наданих послуг [6].

У статистичному обліку застосовуються всі три вимірники. Статистичні щорічники, які відображають розвиток та діяльність виробництв, галузей економіки, користуються натуральними, трудовими та грошовими вимірниками для характеристики кількісних і якісних показників забезпечення основними засобами, виробничими запасами, показників випуску продукції, витрат на виробництво за статтями й елементами, характеристики фінансового стану та ін. [6].

Статистичні установи щороку кілька раз обстежують підприємства на предмет виявлення невстановленого устаткування, наднормативних запасів, вивчення ефективності використання основних засобів, трудових ресурсів. І тут застосовуються всі три вимірники обліку: натуральні — для фіксації кількості одиниць устаткування, що не працює, оскільки потребує монтування та налагодження; трудові — для збирання інформації про втрати часу від простоїв у хвиликах, годинах; грошові — для визначення вартості своєчасно не встановленого устаткування, обладнання, що не працює через простої, та ін. [5].



Враховуючи посилення ролі міждержавних зв'язків і зовнішньої торгівлі, в даний час багато країн спрямовують свої зусилля на переведення (запровадження) у себе облікових вимірників тих країн, які є економічними лідерами. Можливо, результатом цього найближчим часом стане уніфікація облікових вимірників в усіх країнах світу [4].

Отже, різні вимірники, що використовуються в господарському обліку, тісно пов'язані один з одним і в окремих випадках застосовуються одночасно. Застосування в обліку всіх трьох вимірників у взаємозв'язку забезпечує повне і різнобічне відображення облікових об'єктів, отримання узагальненої інформації щодо діяльності як окремого підприємства чи галузі, так і народного господарства в цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність. [Електронний ресурс] / Н. М. Ткаченко – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/69349/buhgalterskiy\\_oblik\\_ta\\_audit/vimirniki\\_zastosovuyutsya\\_obliku](http://pidruchniki.com/69349/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/vimirniki_zastosovuyutsya_obliku)
2. Садовська І. Б. Бухгалтерський облік. [Електронний ресурс] / Садовська І. Б., Божидарнік Т. В., Нагірська К. Є. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1228030153209/buhgalterskiy\\_oblik\\_ta\\_audit/osnovi\\_buhgalterskogo\\_obliku#350](http://pidruchniki.com/1228030153209/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/osnovi_buhgalterskogo_obliku#350)
3. Облікові вимірники, які вимірюються в бухгалтерському обліку. [Електронний ресурс] / Всеукраїнська професійна газета «Все про бухгалтерський облік» – Режим доступу: [http://www.vobu.com.ua/ukr/crib\\_categories/question/24](http://www.vobu.com.ua/ukr/crib_categories/question/24)
4. Бухгалтерський облік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://subject.com.ua/economic/accounting/4.html>
5. Вимірники бухгалтерського обліку: натуральні, трудові та грошовий [Електронний ресурс]. – Віконсенський університет в Україні // Електронні дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/accountant/15731/>.
6. Теорія бухгалтерського обліку: вимірники обліку / Бібліотека економіста. – Електронні дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://library.if.ua/book/49/3581.html>.
7. Вимірники, що застосовуються в обліку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://studopedia.com.ua/1\\_24362\\_vimirniki-shcho-zastosovuyutsya-v-obliku.html](http://studopedia.com.ua/1_24362_vimirniki-shcho-zastosovuyutsya-v-obliku.html)

## ЗНАЧЕННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Демченко Т. А., к.е.н., доцент  
Ковальчук М., студент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Суттєвим показником, що характеризує фінансове положення підприємства, є стан розрахунків з дебіторами. Занадто велика сума дебіторської заборгованості являє собою негативне явище в економіці будь-якої держави. Значний обсяг дебіторської і кредиторської заборгованостей, що мають місце у відносинах між українськими підприємствами, безсумнівно веде до кризи неплатежів. У свою чергу, криза неплатежів веде до недоотримання наявних грошових коштів підприємствами, які б могли бути ними вкладені у свою господарську діяльність, і тим самим гальмують розвиток підприємницької діяльності в цілому в країні.

Тому питання значення дебіторської заборгованості на підприємстві є досить важливими та актуальними для діяльності будь-якого підприємства в Україні, особливо в теперішніх умовах функціонування економіки.

Можна відмітити, що дебіторська заборгованість впливає на економічну діяльність підприємства так, що майже завжди існує ймовірність неповернення її протягом певного часу, а це, в першу чергу призводить до кризи фінансового стану підприємства, так як виникає ситуація недоотримання наявних грошових коштів. Тому важливими є дослідження щодо обсягу дебіторської заборгованості на підприємстві.

Аналіз структури оборотних засобів досліджуваного підприємства дозволяє припустити, що дебіторська заборгованість складає певну долю оборотних активів та, ймовірно, існування кореляції між вартістю оборотного капіталу та сумою дебіторської заборгованості.

Найбільш простим та, разом з тим, достатньо об'єктивним для виявлення кореляційної залежності між досліджуваними величинами є метод регресійного аналізу.

Аналіз даних виявив аномально велике значення дебіторської заборгованості у 2014 році. Можна припустити, що це обумовлено складною соціально-політичною ситуацією в Україні, зумовленою подіями на Сході країни.

Методом лінійної регресії була отримана залежність середньорічної дебіторської заборгованості (DZs) від середньорічної вартості оборотного капіталу (VOKs) (рис.1).

$$DZs = 3203,287 + 0,798 \text{ VOKs.} \quad (1)$$

Коефіцієнт детермінації (для лінійної регресії він дорівнює квадрату коефіцієнту кореляції)  $R^2 = 0,999$ .

Коефіцієнт детермінації мало відрізняється від одиниці, що вказує на те, що умовна дисперсія моделі мало відрізняється від дисперсії реальних значень та з достатньою ймовірністю показує, що модель непогано описує дані.

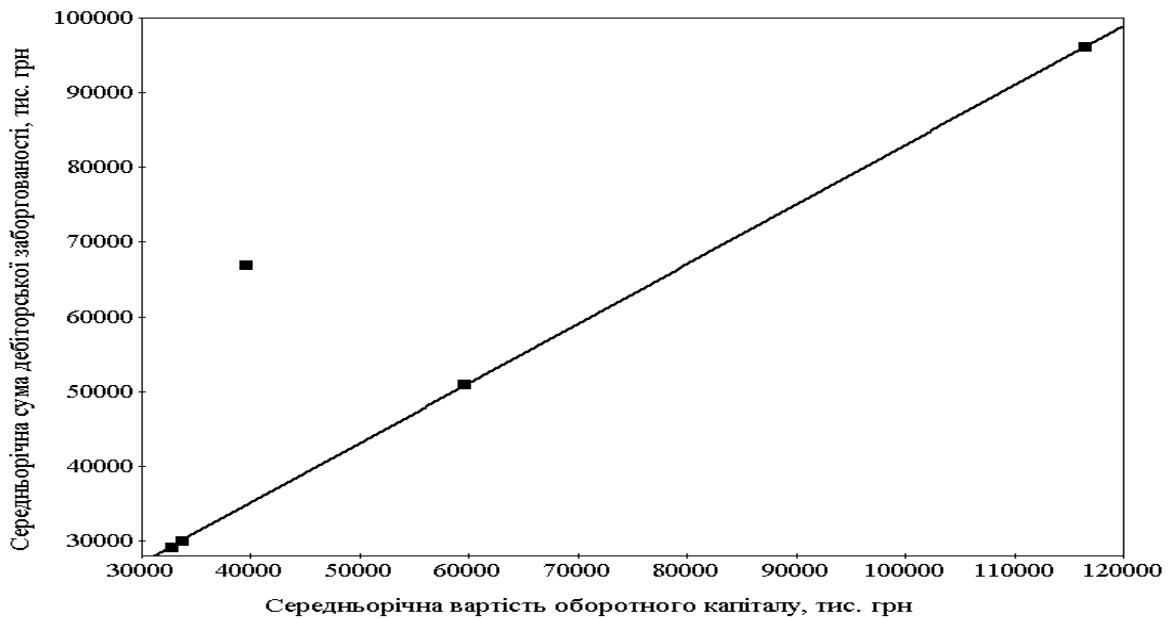


**Рис. 1. Залежність середньорічної дебіторської заборгованості від середньорічної вартості оборотного капіталу [розробка автора]**

Згідно з отриманою моделлю при збільшенні вартості оборотного капіталу на 1 грн сума дебіторської заборгованості збільшується на 0,798 грн.

Багато українських вчених-економістів досліджують проблеми виникнення та існування дебіторської заборгованості підприємств. Наприклад, Федішин Л. звертає увагу на те, що впровадження національних стандартів бухгалтерського обліку зумовило в Україні принципово новий підхід до обліку дебіторської заборгованості. На його думку, проблема обліку дебіторської заборгованості полягає в тому, щоб не дозволити прострочення термінів платежу за реалізовані товарно-матеріальні цінності та доведення дебіторської заборгованості до стану безнадійної. Справді правильно організований бухгалтерський облік на підприємстві повинен мати таку систему рахунків, яка б в достатній мірі показувала б і характеризувала всю фінансово-господарську діяльність з необхідною деталізацією [2].

На думку українських економістів найбільш гострими питаннями обліку розрахунків з дебіторами є: невизначеність обліку простроченої та безнадійної заборгованості; збільшення сум неплатежів; аналіз взаєморозрахунків з контрагентами; комп'ютеризація бухгалтерського обліку. Розв'язок таких важливих проблем потребує комплексного підходу, взаємозв'язку облікової та управлінської системи [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. Ганусич В.О. Облік дебіторської заборгованості: управлінський та організаційний аспекти / В. О. Ганусич, І. В. Гурська // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2016. – Вип. 1(1). – С. 441–445.
2. Федішин Л. Облік розрахунків з дебіторами і кредиторами // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації: міжнародний збірник наукових праць. – Тернопіль: Крок, 2014. – С. 131–134.

3. Шепелевич В. В. Проблеми управління дебіторською заборгованістю та шляхи їх вирішення на підприємстві / В.В. Шепелевич // Агросвіт: наук. журн. 2016. – № 6. – С. 107–112.

## **БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І ЗВІТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Дем'янишина О. А., к.е.н., доцент  
Столбова А. С., студентка**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В сучасному світі туризм характеризується високими темпами розвитку, зростанням його ролі в економіках окремих країн і регіонів. Туризм є галуззю національного господарства, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту. Це, в свою чергу, призводить до збільшення надходжень до державного та місцевих бюджетів. Туризм є сферою швидкого обігу капіталу за порівняно невеликих капіталовкладень, створює багато нових робочих місць, є ефективним засобом модернізації інфраструктури багатьох галузей економіки.

В Україні сучасний стан організації обліку туристичної діяльності та відображення в звітності її результатів потребує серйозних змін і доопрацювань. З 2012 року зріс інтерес зовнішніх інвесторів до вітчизняних туроператорів та турагентів. Тому для залучення інвестицій виникла необхідність в чіткому відображенні всіх господарських операцій та фінансових результатів суб'єктів туристичної галузі. Із введенням більш детальних показників у звітності туроператорів та турагентів можна дізнатися більш змістовну облікову інформацію для прийняття раціональних управлінських рішень керівництвом.

Питання організації обліку туристичної діяльності розглядали вчені-науковці, зокрема, Балченко З.А., Гура Н.О., Левицька С.О., Немкович О.Б та інші. Однак, попри високий інтерес фахівців до проблем діяльності туристичних підприємств, сьогодні не вирішеною залишається низка питань щодо організації ними обліку своєї діяльності.

Метою туристичної діяльності є надання туристичних послуг, а саме продаж їх туристам, який здійснюється за цінами, установленими самим підприємством. Бухгалтерський облік туристичних операцій відображається як операції з послугами, що дозволяє туроператору приймати готівку в оплату вартості турів без реєстраторів розрахункових операцій, але із застосуванням касових ордерів і видачею квитанцій [1].

Туристичний продукт складається із комплексу туристичних послуг – це зумовлює застосування при бухгалтерському обліку туроператорами норм та положень, що регулюють порядок визнання доходів та витрат від надання послуг. Головним об'єктом бухгалтерського обліку формування та продажу туристичного продукту є фінансові ресурси. Усі зміни, які обумовлюються створенням туристичного продукту та його реалізацією, документуються і відображаються в бухгалтерських регістрах, що дає змогу отримувати

різноманітну інформацію, яка необхідна для управління господарською діяльністю в туризмі [3].

При веденні бухгалтерського обліку в туристичних організаціях значна увага зосереджується на таких об'єктах, як фінансові ресурси, доходи, витрати та прибуток (збиток).

Синтетичний облік у суб'єктів туристичної діяльності різні науковці представляють за різними класифікаційними ознаками: в залежності від суб'єкта туристичної діяльності та від виду туризму, який обліковується. В цілому синтетичний облік передбачає формування собівартості турпослуг на рахунку 23 «Виробництво». Дохід від реалізації туристичного продукту відображається на субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг», а собівартість туристичних послуг списується в дебет субрахунку 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг». Також часто суб'єкти туристичної діяльності здійснюють операції із застосуванням субрахунків 331 «Грошові документи в національній валюті» та 333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті» [2].

Бухгалтерський облік і звітність формують базу для контролю і аналізу суб'єктів туристичної діяльності. Використання даних бухгалтерського обліку додає аналітичним висновкам туристичної галузі документальну обґрунтованість та дає змогу через систему показників обліку, форм звітності і первинних документів здійснювати контроль.

В цілому облік туристичної діяльності надзвичайно специфічний, і для реалізації функції контролю необхідно запровадити автоматизацію облікового процесу. На території України на сьогодні запроваджується спеціалізоване програмне забезпечення для обліку в галузі туризму. Крім автоматизації обліку доцільно суб'єктам туристичної діяльності на основі своїх показників проводити аналіз взаємозв'язку витрат, обсягу діяльності та прибутку. Такий інструмент управлінського планування та контролю дозволяє детально вивчити поведінку витрат суб'єкта туристичної діяльності на підставі взаємозв'язку всіх об'єктів бухобліку: витрат, доходу обсягу діяльності та прибутку.

Отже, бухгалтерський облік та звітність суб'єктів туристичної галузі мають складнощі внаслідок специфіки діяльності. Від організації облікового процесу залежить контроль та аналіз туристичної діяльності. Запровадження спеціалізованого програмного забезпечення та аналізу взаємозв'язку витрат, обсягу діяльності та прибутку дасть змогу туроператорам та турагентам реалізовувати контроль та аналіз, підвищити ефективність туристичної діяльності та досягти максимальних прибутків.

#### **Список використаних джерел:**

1. Балченко З.А. Бухгалтерський облік в туризмі і готелях України: навчальний посібник / З.А. Балченко –К.: КУТЕП, 2006. – 232 с.
2. Грибова Л. Бухгалтерський та податковий облік витрат суб'єкта туристичної діяльності / Л. Грибова. // Дебет–Кредит. – 2009. – №30. – С.28–32
3. Рошко Н. Бухгалтерський облік і звітність суб'єктів туристичної діяльності як база для контролю та аналізу/ Н. Рошко. // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. –2011. – С.66–68.

4. Соколова Е. Проблеми управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Е. Соколова, Г. Чернявська // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія : Економіка і управління. – 2016. – Випуск 35. – С. 330–338. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpdetut\\_eiu\\_2016\\_35\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpdetut_eiu_2016_35_37).

5. Олександренко І. В. Діагностика ліквідності та платоспроможності підприємства / І. В. Олександренко // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 6. – С. 419–426. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2014\\_6\\_52](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_6_52).

6. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://smida.gov.ua>.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У БАНКАХ УКРАЇНИ**

**Мамедова А. Р., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Процеси глобалізації світової економіки не могли і не зможуть обминути ні Україну, ні її фінансово-банківську систему, особливо з огляду на відкритість вітчизняної економіки. Останнє означає, що більшість позитивних і негативних явищ зовнішнього світу буде «імпортуватися» в нашу країну з відповідними наслідками. Відтак, адекватною має бути і економічна політика, спрямована на мінімізацію втрат і максимізацію вигоди від нашої участі в світовому процесі поділу праці [1].

Одним із головних напрямів банківського бізнесу, який важко розвивати, вдосконалювати й поглиблювати без інтеграції в зовнішній світ, без проникнення на внутрішні ринки іноземних банків є валютна діяльність. Вітчизняна банківська система давно включилась у процес прискореної інтеграції шляхом розширення присутності в ній іноземного капіталу. Серед плюсів присутності іноземних банків, передусім для розвитку валютного ринку України, можна виділити такі:

- наповнення вітчизняного валютного ринку ресурсами та зменшення залежності від внутрішньої обмеженості валютних коштів;
- незначне здешевлення вартості валютних ресурсів за умов стабільного валютного курсу та відсутності ажіотажного попиту на іноземну валюту;
- розширення можливостей щодо ефективного розміщення капіталу та масштабів проектного фінансування і прямих іноземних інвестицій;
- встановлення та розширення відносин між національними й іноземними банками, що сприятиме здійсненню швидкого та якісного валютного обслуговування власних і клієнтських інтересів;
- розширення доступу до міжнародних валютних ринків та ринків капіталів;
- удосконалення та розширення спектра виконуваних банками валютних операцій.

При визначенні негативних проявів надмірної концентрації іноземного капіталу у банківській системі України слід розглядати їх окремо за такими сферами впливу: 1) вітчизняні комерційні банки як суб'єкти валютних відносин; 2) валютний ринок; 3) банківська система в цілому. Розглядаючи структуру іноземного капіталу в банківській системі України за країнами походження варто зазначити, що впродовж останніх кількох років спостерігається швидке зростання частки російських інвесторів, яке, підкріплюється геополітичними цілями їхніх власників [2]. Слід зазначити, що питання втечі іноземного капіталу, турбує не лише недостатньо розвинуту банківську систему України. Процеси, що відбуваються у банківській системі України, свідчать про необхідність зміцнення передусім її національної складової. Банкам із вітчизняним капіталом важко конкурувати з іноземними у них обмежений доступ до валютних ресурсів, вони загалом поступаються технологіями ведення банківського бізнесу [3].

Банк відображає в бухгалтерському обліку власні арбітражні операції на умовах маржинальної торгівлі з іноземними банками, що передбачають виконання двох зустрічних зобов'язань з купівлі та продажу однієї іноземної валюти за іншу іноземну валюту, у сумі отриманого або перерахованого результату від здійснення арбітражних операцій такими бухгалтерськими проводками:

- 1) Перерахування або збільшення суми гарантійного внеску для забезпечення розрахунків з банком-контрагентом: Дт 1502 Кт 1500;
- 2) Зарахування коштів, які надійшли від банку-контрагента у випадку повернення або зменшення суми гарантійного внеску для забезпечення розрахунків з банком-контрагентом: Дт 1500 Кт 1502;
- 3) Зарахування коштів за результатами здійснених власних арбітражних операцій (відображення позитивного результату): Дт 1500, 1502 Кт 3640;
- 4) Перерахування коштів за результатами здійснених власних арбітражних операцій (відображення негативного результату): Дт 3540 Кт 1500, 1502.

З метою контролю за обсягом здійснених арбітражних операцій банк може використовувати відповідно до розроблених внутрішніх процедур рахунки управлінського обліку класу 8 Плану рахунків [4].

Отже, для гарантування національної безпеки, задоволення потреб національної економіки, запобігання кризи української банківської системи, зміцнення позицій вітчизняних банків на національному валютному ринку України потрібні міцні, стабільні та надійні банки, які складуть гідну конкуренцію іноземним.

Можна зробити висновок, що, незважаючи на цілий ряд позитивних змін, вхід іноземного капіталу у вітчизняну банківську систему супроводжується значним переліком ризиків для банківського сектору та економіки України.

Однак, слід зауважити, що за обмеженості внутрішніх джерел фінансування і вкрай низький рівень довіри населення до банків, достатній рівень зовнішнього фінансування, насамперед по внутрішньобанківських каналах, є необхідною умовою пом'якшення ресурсних обмежень української економіки, поліпшення

платіжного балансу, відновлення кредитування реального сектору.

### **Список використаних джерел:**

1. Макуха С. М. Інноваційність іноземних інвестицій – чинник модернізації перехідної економіки / С. М. Макуха // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого – № 2 (5). – 2011. – С. 30–40.
2. Шелудько Н.М. Іноземний капітал у банківському секторі України: тенденції, проблеми і перспективи / Н.М. Шелудько // Фінанси України. – 2008. – № 12. – С. 100-107. Гриценко Р. особливості нагляду за філіями іноземних банків у США / Р. Гриценко // Вісник НБУ. – 2008. – № 12. – С. 12–14.
3. Національний банк України: [сайт]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
4. Про затвердження Інструкції з бухгалтерського обліку операцій в іноземній валюті та банківських металах у банках України: Постанова НБУ. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/z1511-04>

## **АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОСТІ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «ВОРОНІН»**

**Матійко О. О., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Савченко А. М.  
Університет державної фіскальної служби України*

В умовах ринкової економіки багато підприємств України зацікавлені у стабільному та ритмічному функціонуванні. Саме від ефективності використання оборотних активів залежить рівень ліквідності підприємства, його фінансова стійкість, платоспроможність та рентабельність. Сучасна економічна наука характеризується відсутністю єдиних методичних підходів щодо визначення показників оцінки ефективності використання вищезазначеної категорії.

Теоретичні засади методики оцінки ефективності використання оборотних активів викладені у працях таких вітчизняних та зарубіжних економістів, як А. М. Поддєрьогін, Г. М. Азаренкова, В. В. Ковальов, М. Д. Білик, О. С. Іванілов, Я. В. Гурєва, В. С. Сухарський, Н. Б. Ермасова, В. Н. Смагін, І. А. Бланк, С. М. Клименко, Г. О. Швиданенко та багато інших, які значне місце відводять саме розробці методичних підходів щодо визначення та розрахунку показників ефективності використання оборотних активів.

Аналіз праць свідчить про відсутність достатнього висвітлення питань, пов'язаних із розробкою сучасної методики аналізу ефективності використання оборотних активів.



Мета написання тез полягає у подальшому науковому обґрунтуванні теоретичних і методологічних підходів щодо визначення показників ефективності використання оборотних активів відповідно до ринкових умов господарювання.

Ефективність використання оборотних активів на підприємстві має важливе значення, оскільки справляє значний вплив на загальну ефективність всієї сукупності засобів, залучених підприємством. Це пояснюється тим, що тривалість обороту основних і оборотних засобів суттєво відрізняється через принципові відмінності за характером участі у виробничому процесі основних та оборотних фондів. Якщо перші неодноразово беруть участь у процесі виробництва, то оборотні фонди — один раз, повністю споживаючись у кожному його циклі.

В умовах ринкової економіки однією з основних стратегічних цілей будь-якого суб'єкта господарювання є максимізація прибутку. Унаслідок цього великого значення набувають для аналізу ефективності використання оборотних активів показники рентабельності, які можуть бути розраховані як відношення прибутку (Пб) до середніх залишків оборотних активів (Оа). Показник рентабельності оборотних активів при аналізі ефективності їх використання пропонує для використання Н. В. Колчина [1, с. 140]. Цей показник розраховується як співвідношення прибутку від реалізації продукції (Пб) до середніх залишків оборотних активів (Оа).

$$Роа = \frac{Пб}{Оа} \times 100 \%, \quad (1)$$

де, Пб – балансовий прибуток;

Оа – середні залишки оборотних активів.

Ефективність використання оборотних активів істотно впливає на результати господарської діяльності і для її оцінки застосовують різні показники.

Рентабельність активів характеризує рівень прибутку, що створюється активами підприємства, які перебувають у його використанні згідно з балансом.

Організація бухгалтерського обліку в Україні, відповідно до Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, певною мірою не дає точного значення показника прибутку при визначенні рентабельності оборотних активів. Загальна сума прибутку включає в себе не лише прибуток від операційної діяльності, але й суму прибутку від реалізації основних засобів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та нематеріальних активів тощо. Представлений у фінансовій звітності балансовий прибуток об'єднує результат діяльності суб'єкта господарювання не лише операційної, але й інвестиційної діяльності. У той же час оборотні активи авансуються в операційну діяльність. Тому, використовуючи таку формулу, отриманий результат більш за все характеризує показники ефективності використання всіх активів в цілому, а не оборотних активів зокрема. Для суб'єктів господарювання доцільно обчислювати показник рентабельності оборотних активів шляхом співвідношення прибутку від реалізації продукції, робіт і послуг до середніх залишків оборотних активів. Застосування такої методики, як свідчать результати дослідження, не порушує загальної схеми

визначення ефективності використання оборотних активів суб'єкта господарювання. Саме виручка від реалізації продукції, робіт і надання послуг свідчить про ринковий попит на виготовлену підприємством продукцію чи надані послуги, а також дає змогу стверджувати про повернення вкладених у виробництво продукції (операційну діяльність) коштів та про можливість вчасно розпочати новий виробничий цикл. Тому якщо звернутися до форми № 2 «Звіт про фінансові результати», то при визначенні рентабельності оборотних активів доцільно використовувати показник «Валовий прибуток від реалізації продукції, робіт і послуг». Цей показник у відсотках більш точно характеризуватиме ефективність використання саме оборотних засобів у грошових одиницях та свідчить, скільки прибутку припадає на 1 грн. оборотних засобів.

$$Po_a = \frac{ВП}{Ос} \times 100\%, \quad (2)$$

де, ВП – валовий прибуток від реалізації продукції, робіт і послуг;  
Ос – середні залишки оборотних активів.

Проаналізуємо рентабельність реалізації продукції ПАТ швейної фабрики «Воронін». У таблицях 1–2 наведено основні показники рентабельності, для оцінки ефективності діяльності ПАТ швейної фабрики «Воронін».

Таблиця 1

**Показники рентабельності реалізації продукції ПАТ швейної фабрики «Воронін» за 2014–2016 рр.\***

| Рентабельність реалізації продукції | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | Зміни в абсолютних величинах 2016 р. від |         |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|------------------------------------------|---------|
|                                     |         |         |         | 2014 р.                                  | 2015 р. |
| за валовим прибутком                | 0,06    | 0,13    | 0,16    | 0,1                                      | 0,03    |
| за операційним прибутком            | 0,00    | 0,01    | 0,02    | 0,02                                     | 0,01    |
| за чистим прибутком                 | -0,07   | 0,01    | 0,01    | 0,08                                     | 0       |

\*Джерело: побудовано і узагальнено автором за даними [2]

Аналізуючи показники рентабельності підприємства, можемо говорити про відчутне підвищення рентабельності його діяльності протягом 2014–2016 рр. Характеризуючи табличні дані, слід зазначити, що на ПАТ швейної фабрики «Воронін» у 2014 році 1,03 тис. грн. валового прибутку припадало на 1 тис. грн. чистої виручки, у 2015 році – 0,23 тис. грн, а у 2016 році – 0,34 тис. грн. Тобто спостерігається у 2016 році у порівнянні з 2014 роком зменшення ефективності виробництва. За 2014–2016 рр. спостерігається збільшення операційного прибутку, що припадає на 1 грн. чистого доходу, це свідчить про успішність його основної діяльності і про наявність можливостей для погашення відсотків за кредитами, фінансування інших видів діяльності, що не відноситься до операційної, адже операційний прибуток є відображенням ефективності основної діяльності підприємства і показує, наскільки успішним є основна діяльність підприємства без врахування інших факторів.

Рентабельність власних оборотних коштів у 2015 році зросла, однак у 2016 році у порівнянні з 2015 роком зменшилася. Це свідчить про те, що у 2015 році зросла прибутковість власних оборотних коштів, а у 2016 році становище

погіршилося, тобто на підприємстві зменшилася сума оборотних коштів. Зниженню величини оборотних коштів сприяє економія матеріальних і фінансових ресурсів, широке впровадження принципів господарського розрахунку в діяльність підприємства.

Таблиця 2

**Показники рентабельності оборотних активів ПАТ швейної фабрики «Воронін» за 2014–2016 рр.\***

| Рентабельність оборотних активів | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | Зміни в абсолютних величинах 2016 р. |         |
|----------------------------------|---------|---------|---------|--------------------------------------|---------|
|                                  |         |         |         | 2014 р.                              | 2015 р. |
| за валовим прибутком             | 1,03    | 0,23    | 0,34    | 0,1                                  | 0,03    |
| за операційним прибутком         | 0,00    | 0,02    | 0,03    | 0,02                                 | 0,01    |
| за чистим прибутком              | -1,11   | 0,01    | 0,03    | 0,08                                 | 0       |

\*Джерело: побудовано і узагальнено автором за даними [2]

Отже, в економічній науці, як свідчать результати дослідження, відсутні уніфіковані показники для визначення ефективності використання оборотних активів. Методичні підходи щодо визначення цих показників, якими користуються суб'єкти господарювання, дають змогу визначити прискорення їх оборотності, підвищення рентабельності та рівня забезпеченості власними оборотними активами. Результати дослідження свідчать, що існує необхідність визначення узагальненого показника економічної ефективності використання оборотних активів. Визначення інтегрального показника ефективності оборотних активів дасть змогу вирішити проблему зведення до єдиної величини різноякісних показників, що характеризують основні аспекти ефективності використання оборотних активів.

**Список використаних джерел:**

1. Финансы предприятий : учебник / Н. В. Колчина, Г. Б. Поляк, Л. П. Павлова и др. ; под ред. проф. Н. В. Колчиной. – М. : Финансы, ЮНИТИ, 1998. – 413 с.
2. Сміда «Звітність ПАТ «Воронін» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://smida.gov.ua/db/emitent/report/year/xml/show/88920>

**ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ  
БЕЗГОТІВКОВОГО ГРОШОВОГО ОБІГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Рекечинська Ю. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Безготівкові грошові кошти є одним з основних засобів розрахунку між організаціями, підприємствами і установами. Безготівкові грошові кошти дають можливість скоротити кількість готівкових грошових коштів, що знаходяться в

обігу і визначають частку ризику при розрахунках покупців з постачальниками.

Безготівкові розрахунки передбачають рух коштів по рахунках в банках юридичних чи фізичних осіб. У безготівковій формі підприємства проводять розрахунки з покупцями, постачальниками, з бюджетом по податках і зборах та іншими.

Важливою умовою для проведення безготівкових розрахунків являється наявність коштів на рахунку в банку у платника та отримувача. У сучасних умовах ринкової економіки існують такі основні проблеми для розвитку і організації системи безготівкових грошових коштів на підприємствах України: оптимізація і систематизація форм безготівкових грошових розрахунків та їх організація; знаходження нових механізмів організації безготівкових розрахунків, які в подальшому сприяли б подоланню кризових явищ; використання власних коштів при умовах здійснення безготівкових грошових розрахунків у господарському обороті та досконалої їх організації; прискорення та інтенсифікація грошових розрахунків [1].

Особливістю організації безготівкових грошових коштів в Україні є застосування спеціальної форми, яка використовується для здійснення самого платежу, а саме:

- у безготівкових грошових розрахунках існує три учасника: платник, одержувач і банк, у якому здійснюються ці розрахунки у формі запису по рахунках платника та одержувача;
- учасники безготівкових розрахунків являються в кредитних відносинах з банком;
- перерахуванні кошти, що належать одному учасникові розрахунків, здійснюються шляхом записів на їхніх рахунках, у результаті чого провадиться кредитна операція, вчинена за допомогою коштів, таким чином оборот готівки замінюється кредитною операцією [2].

Організація та розвиток безготівкових грошових коштів є вагомою передумовою для стабільного розвитку економіки держави, тому для цього необхідно сформувати ефективний механізм здійснення безготівкових грошових коштів між різними господарюючими суб'єктами.

У сучасних умовах застосовують різні форми безготівкових грошових коштів. Між суб'єктами народногосподарської діяльності найпоширенішими є розрахунки платіжними дорученнями, що використовуються в розрахунках за платежами товарного і нетоварного характеру. Форми безготівкових грошових коштів мають свої переваги та недоліки. Найновіша та не найпоширеніша форма розрахунків є розрахунки платіжними вимогами-дорученнями. За допомогою таких розрахунків здійснюють закріплення договірної дисципліни, що дозволить ширше впровадити акцепт матеріальних цінностей. Проте вони потребують вдосконалення шляхом збільшення відповідальності платника та прискорення документообігу [3].

Розповсюджена форма розрахунків у сучасній ринковій економіці в Україні являється акредитивна форма розрахунків. Це найбільш безпечна та надійна форма розрахунків, при якій доля відповідності лягає на банки. Дана форма

розрахунків найбільш вигідна саме для постачальника, ніж для покупця, бо останній несе видатки по відкриттю акредитиву, також, сума, на яку відкритий акредитив, вилучається з обороту до виплати по ньому, для підприємства такі дії є негативними. Правильність обрання форми безготівкових грошових коштів впливатиме на точність та достовірність оцінки фінансової діяльності підприємства, своєчасне отримання коштів, виконання плану та правильність створення відповідних фондів [4].

Організація обліку безготівкових грошових коштів повинна забезпечувати необхідні умови для спільного контролю договірних відносин між постачальниками і покупцями, а також дотримання умов контролю банківськими установами за правилами розрахунків відповідно до чинного законодавства України.

Для обліку наявності та руху грошових коштів на поточному рахунку підприємства, що знаходиться у банку і можуть бути використані для поточних операцій призначено рахунок бухгалтерського обліку 31 «Рахунки в банках». Операції по даному рахунку відображають на підставі перевірених виписок банку і грошових документів, доданих до них. Порядок здійснення та оформлення операції на даному рахунку регулюється Правилами Національного Банку України [5].

Спростити і прискорити контроль над рухом готівкових та безготівкових коштів підприємства здатна автоматизація обліку грошових коштів. Обробка облікової інформації за допомогою сучасних комп'ютерних програм передбачає використання одних і тих же команд при виконанні ідентичних операцій при веденні обліку касових та банківських операцій, що практично виключає появу випадкових помилок, які звичайно притаманні веденню бухгалтерського обліку шляхом ручного заповнення [6].

Для контролю за наявністю і рухом грошових коштів на поточному рахунку та інших рахунках в банку банк видає підприємству виписку банку.

Облік операцій на рахунку 31 здійснюється в журналі-ордері 1 с.-г. в хронологічному порядку на підставі даних виписок банку і доданих до них документів за кожний день або інший період часу.

Залишок коштів на початок місяця переносять з журналу-ордеру за минулий місяць. По закінченні місяця у відповідних розділах групуються дебетові і кредитові обороти по рахунку 31 і виводять залишки на кінець місяця. Він повинен співпадати із залишком коштів, що надано у виписці банку за останній день місяця.

Кредитовий оборот загальною сумою переносять у головну книгу по рахунку 31 одночасно з записами по дебету відповідних кореспондуючих рахунків.

Важливим аспектом для вдосконалення розрахунків є внесення змін до діяльності банків у сфері безготівкових грошових коштів, важливо примусити банківські установи на законодавчому рівні організовувати безготівкові розрахунки, таким чином, щоб стимулювати людей до того, щоб вони використовували даний тип розрахунків. Обов'язково потрібно створити

спеціальні умови для того, щоб заохотити торговців встановлювати термінали [7].

На нашу думку для удосконалення організації обліку безготівкового грошового обігу на підприємстві доцільно буде замінити існуючий на підприємстві порядок здійснення розрахунків за допомогою платіжного доручення на новий, з використання такої перспективної програми як «Клієнт-Банк», яка використовується для оперативного ведення клієнтом своїх рахунків у банку та обміну технологічною інформацією. Програмне забезпечення системи «клієнт-банк» має відповідати вимогам нормативно-правових актів Національного банку, які пред'являються до технології та захисту електронних банківських розрахунків за допомогою системи «клієнт-банк». Система «клієнт-банк» є складовою програм автоматизації банківської діяльності та джерелом надходження розрахункових документів через системи автоматизації банку до системи електронних платежів Національного банку чи внутрішньої платіжної системи і складається з клієнтської та банківської частини.

Створення ефективної системи безготівкових розрахунків має принципове значення для з'ясування організаційно-правової бази, а також правових положень, які б регулювали систему грошових коштів і максимально сприяли прискоренню обороту грошових коштів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інструкція про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті // Бухгалтерія. – 2008. – №14. – С. 28-51
2. Віднійчук-Вірван Л.А. Платіжні системи: навчальний посібник. — Львів: «Магнолія плюс», 2007. – 190 с.
3. Порядок організації безготівкових розрахунків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [ebk.net.ua/Book/FPavo/2126/11254.htm](http://ebk.net.ua/Book/FPravo/2126/11254.htm)
4. Контроль за станом безготівкових розрахунків: проблеми та шляхи його вдосконалення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/36\\_PVMN\\_2012/Economics/15\\_122341.doc.htm](http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Economics/15_122341.doc.htm)
5. Правила Національної системи масових електронних платежів: Постанова Правління Національного банку України від 10 грудня 2004 р. № 620 // Вісник Національного банку України. – 2006. – № 9. – С. 36-45.
6. Коблянська Г. Ю. Облік і контроль грошових коштів у комп'ютерному середовищі / Г. Ю. Коблянська // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – Київ, 2014. – № 1. – С. 228–232.
7. Види безготівкових розрахунків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://radnuk.info/komentar/chky/chkyknuga5/chkyknuga5pozd3/168gkgglav a74/28331088.html>

## РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стравінська К. С., студентка

Науковий керівник: к. е. н., ст. викладач Бержанір І. А.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Управлінський облік став невід'ємною частиною облікової системи значної частини компаній в країнах з розвинутими ринковими відносинами, а останнім часом і в Україні, як в незалежній державі. Це не означає, що бухгалтерський облік втрачає своє значення в управлінні підприємством. На шляху впровадження управлінського обліку постає безліч перешкод, що полягають у подоланні дискусійних проблем методології та в необхідності організаційних заходів щодо його впровадження. Відтак, першочерговим завданням вітчизняних підприємств є розробка та застосування керівництвом підприємства ефективної системи управлінського обліку.

В Законі України зазначено, що управлінський (внутрішньогосподарський) облік – це система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів в процесі управління підприємством [1]. Однак на практиці управлінський облік розглядають як систему розрахунку, планування й аналізу витрат і доходів, що спрямована на внутрішніх користувачів.

Основні завдання управлінського обліку полягають у:

- забезпеченні необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень шляхом інтеграції процесів збору, обробки, підготовки, аналізу, інтерпретації інформації;
- коригуванні управлінської діяльності у досягненні мети підприємства;
- наданні інформації та здійсненні консультативної підтримки прийняття управлінських рішень;
- сприянні виявленню проблемних питань у сфері витрат і розробці альтернативних рішень для їхнього розв'язання;
- забезпеченні життєздатності підприємства на рівнях стратегічного й тактичного управління;
- сприянні оптимізації залежності «виручка–витрати–прибуток»;
- забезпеченні бюджетного контролю;
- наданні змоги об'єктивної оцінки результатів фінансово-господарської діяльності (чи окремих заходів, операцій) у плановому періоді в цілому на підприємстві та в розрізі окремих центрів відповідальності;
- створенні та забезпеченні функціонування загальної інформаційної системи управління підприємством тощо [2].

Підприємство може самостійно розробляти та підбирати форми управлінського обліку персонально для свого підприємства. Організація бухгалтерського управлінського обліку на підприємстві складається з трьох етапів – методологічного, технічного та організаційного.

На сучасному етапі розвитку складність успішного впровадження управлінського обліку обумовлено особливостями діяльності окремих ланок

народного господарства. Виходячи з цього, інформаційна база, необхідна для управління, є специфічною для кожного підприємства. Відповідно, система управлінського обліку ґрунтується на різних підходах та інструментах для формування цієї інформації. Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» передбачено, що підприємство самостійно розробляє систему та форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності й контролю господарських операцій з метою обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів. Тому використання та регулювання управлінського обліку в Україні можливо лише на рівні окремих підприємств, які його впроваджують.

Вирішення проблем управлінського обліку необхідно здійснювати і на рівні держави (хоча управлінський облік є виключним питанням керівництва підприємством): допомога у формуванні єдиної методологічної бази управлінського обліку, яка повинна бути тісно пов'язана з процесами вдосконалення корпоративного управління; формування «прошарку» кваліфікованих професіоналів у сфері управлінського обліку [3].

Для успішного здійснення впровадження системи управлінського обліку необхідні три невід'ємні складові: участь у процесі постановки, фахівці та спеціальні ресурси для реалізації цього завдання.

Отже, управлінський облік є ефективним інструментом управління, тому що створює конкурентні переваги в ринковому середовищі, а саме: забезпечує підприємство ключовою інформацією. Досвід підприємств України свідчить, що практичне застосування управлінського обліку, на жаль, ще не набуло належного поширення, в зв'язку з невирішеним колом проблем.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99 р. №996-XI (зі змінами і доповненнями) / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua>.
2. Терещенко О.О. Поняття «контролінг» та «управлінський облік» у теорії і практиці / О. О. Терещенко // Фінанси України. – 2011. – № 8. – С. 137–145.
3. Левицька С. О. Управлінський облік соціального забезпечення працівників на підприємстві / С. О. Левицька, О. О. Осадча // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Сер.: Бухгалтерський облік, контроль і аналіз. – 2016. – Вип. 2-3. – С. 214-227.

## **СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ФОНДОВОГО РИНКУ**

**Середа В. П., студентка**

*Науковий керівник: Сегеда С.А., к.е.н., доцент*

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Аналіз фондового ринку потребує використання статистичних методів, серед яких, зокрема, запропоновано: групування ринків, видів цінних паперів та учасників ринку цінних паперів; методи аналізу ринку цінних паперів на основі



комбінаційних групувань; кореляційно-регресійний аналіз для моделювання взаємозв'язку результатів операцій з цінними паперами з основними факторами, що впливають на ринок цінних паперів; методи короткострокового прогнозування; метод міжрегіональних порівнянь для аналізу пропорційності розподілу операцій з цінними паперами.

Процес становлення і розвитку фондового ринку в Україні тісно пов'язаний з процесами приватизації, які сприяють створенню акціонерних товариств, а також розвитку фондового ринку.

В умовах економічної кризи, яка призвела до стагнації фондового ринку в Україні, через центри сертифікатної приватизації найбільш ефективно відбувається розподіл цінних паперів приватизованих підприємств, оскільки придбання об'єктів проходить на конкурсних засадах.

Питання, які містять теоретико-методичну характеристику оцінки статистичних методів аналізу фондового ринку, серед яких варто виділити І. А. Бланка, Н. О. Ботвіну, І. М. Боярко, Н. М. Гаркушу, Л. Л. Грищенко, Я. В. Голубку, Н. Б. Кашену, Л. О. Крильєву, Л. Л. Ігоніна, О. С. Сухарева, О. О. Терещенко, А. В. Федорова та ін.

Метою даного дослідження є визначення основних аспектів використання статистичних методів аналізу фондового ринку.

До основних статистичних показників, які характеризують стан функціонування та розвитку фондового ринку, належать фондові середні та фондові індекси.

Для якісного оцінювання стану ринку цінних паперів та приблизного кількісного оцінювання його динаміки використовують одномірний параметр, який називається індексом фондового ринку [4, с. 116].

Фондові або біржові індекси – це спеціальні показники, які дають інформацію для узагальненої характеристики ситуації на ринку цінних паперів.

Фондові індекси виконують дві загальні функції:

- діагностична – характеристика стану і динаміки розвитку економіки та її складових, надання інформації про тенденції розвитку економіки, структурні зміни в економіці, відображення нерівномірності розвитку окремих галузей;

- індикативна – оскільки фондові індекси відображають поточну ситуацію на фондовому ринку, вони є базою для оцінювання поведінки великих інвестиційних фондів, окремих інвесторів та портфельних менеджерів, а також для формування портфелю цінних паперів [1, с. 68].

Для розрахунку індексів потрібні періодичні коригування списку індексу, оскільки до нього зазвичай входять акції підприємств, які посідають лідерські позиції за обсягами продажів акцій на фондовому ринку, а їхній перелік з часом змінюється.

Інформація, яка використовується у розрахунках фондових індексів, повинна задовольняти певним вимогам, зокрема:

- розмір вибірки – ринкова поведінка емітентів, інформація про цінні папери яких використовується для розрахунку фондового індексу, повинна

найбільш точно відображати поведінку ринку акцій загалом або ринку акцій відповідної галузі [3, с. 214];

- кількість компаній, цінні папери яких використовуються для розрахунку фондового індексу, повинна бути достатньо великою для зменшення впливу на кінцевий результат випадкових відхилень цінних паперів окремих компаній відносно середнього ринкового значення;

- репрезентативність вибірки – перелік компаній, інформація про цінні папери яких використовується для розрахунку фондового індексу, повинен бути достатньо повним для адекватного відображення стану певного сегменту фондового ринку;

- вага – інформація про цінні папери підприємств повинна мати свою відповідну вагу, пропорційну до впливу цінних паперів цих компаній на фондовий ринок загалом. Залежно від методики розрахунку ваги індекс матиме різну інформаційну цінність для аналітиків;

- об'єктивність первинних даних для розрахунку індексу [2, с. 108].

Індекси мають певні аналітичні обмеження. Так, індекси показують тільки кількісні зміни, тобто оцінюють сумарну вартість їхніх складових, але не відображають причини зміни цієї вартості. Відповідно індекси не розкривають глибину змін ціни інвестиційного активу.

Фондові індекси поділяються на такі види:

- індекси, які характеризують окремі сегменти ринку цінних паперів, наприклад, індекси акцій, індекси облігацій;

- індекси, які характеризують фондовий ринок у географічному розрізі – індекси національних фондових ринків та міжнародні (глобальні) фондові індекси;

- індекси, які характеризують галузі економіки – промислові, банківські та композитні індекси;

- індекси блакитних фішок, які демонструють зміну цін на цінні папери невеликої кількості компаній, обсяг торгівлі цінними паперами яких складає найбільшу частку обсягу того чи іншого ринку.

Таким чином, при розробленні методу розрахунку фондового індексу визначаються інформаційні завдання та обсяги вибірки для розрахунку. Чим більше обсяг вибірки, тим більш адекватно індекс показує стан економіки або окремої галузі. В багатьох випадках при розрахунках слід враховувати критерії капіталізації компаній, які входять в індекс, тобто сумарну ринкову вартість усіх їхніх акцій, які знаходяться в обігу.

### **Список використаних джерел:**

1. Герасименко С. С. Статистика: підручник/ С. С. Герасименко, А. В. Головач, А. М. Єріна. – К.: КНЕУ, 2011. – 468 с.
2. Мальчик М. В. Фінансова статистика: навч. посіб. / М. В. Мальчик, С. І. Галашко, А. І. Пелех. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 184 с.
3. Шелудько В.М. Фінансовий ринок: навч. посіб. / В.М. Шелудько. – К.: Знання – Прес, 2013. – 535 с.

4. Ящук В.В. Ринки фінансових послуг як складова системи економічного розвитку / В.В. Ящук //Фінанси України. – 2017. – №1. – С. 115-121.

## **ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Філіпов О. В.,** *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Білошкурський М. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Співвідношення оборотних коштів, що перебувають у сфері виробництва й у сфері обігу, є неоднаковим у різних секторах національної економіки. Пояснюється це особливостями організації виробництва, постачання, збуту, а також системи розрахунків. Для забезпечення безперервності процесу виробництва необхідно досягти оптимального співвідношення оборотних коштів. При цьому підприємство зацікавлене у зменшенні оборотних коштів у сфері обігу за рахунок поліпшення системи постачання, раціональніших форм розрахунків.

Причинами збільшення обсягу оборотних коштів можуть бути: прибуток (після сплати податку), амортизаційні відрахування, приріст власних засобів, збільшення заборгованості по кредитах і позиках, збільшення зобов'язань по кредиторській заборгованості тощо. Причини зменшення оборотних коштів наступні: витрати за рахунок прибутку, що залишився в розпорядженні підприємства, капітальна вкладення, довгострокові фінансові вкладення, зменшення кредиторської заборгованості.

Зміна вартості оборотних коштів не завжди однозначно позитивна чи негативна. Якщо при збільшенні оборотних засобів підприємство втягнулося в велику дебіторську заборгованість або виявився надлишок оборотних запасів, то це збільшення не приведе до ефективного використання оборотних активів. І навпаки, зменшення оборотних коштів за рахунок прискорення їх обертання є позитивною зміною в оборотних активах [1].

Аналіз динаміки та структури оборотних коштів досліджуваного підприємства подано в табл. 1. З 2013 до 2016 року оборотні активи підприємства зросли на 7,1%. З них фонди обігу зросли в чотири рази, а виробничі оборотні фонди зменшились на 24,4%.

В базовому році фонди обігу займали лише 6% в оборотних активах, а в звітному році їх частка зросла до 26,7%, що свідчить про нагромадження коштів на рахунку в банку (72 тис. грн. проти 1 тис. грн. в 2013 році) та на дебіторській заборгованості, яка також дуже зросла за аналізований період. Це є негативною тенденцією, так як нагромадженні кошти в фондах обігу не беруть участі в виробничому обороті.

У структурі виробничих оборотних фондів найбільшими статтями є сировина і матеріали, поточні біологічні активи, матеріали

сільськогосподарського призначення, готова продукція, незавершене виробництво. За ці роки відбувся ріст часток таких статей як «поточні біологічні активи» (на 2,8%), «незавершене виробництво» (59%). Інші статті в запасі і витрат знизилися, як знизилася і сама частка виробничих оборотних фондів. Особливо знизилась вартість палива, будівельних матеріалів, сировини і матеріалів та матеріалів сільськогосподарського призначення.

Таблиця 1

**Динаміка та структура оборотних активів СТОВ «Лука»\***

| Статті активу                                              | 2013 рік     |                   | 2014 рік     |                   | 2015 рік     |                   | 2016 рік     |                   | 2016 р.<br>у % до<br>2013 р. |
|------------------------------------------------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|------------------------------|
|                                                            | тис.<br>грн. | питома<br>вага, % | тис.<br>грн. | питома<br>вага, % | тис.<br>грн. | питома<br>вага, % | тис.<br>грн. | питома<br>вага, % |                              |
| I. Запаси і затрати, в тому числі:                         | 1327         | 94,0              | 775          | 83,0              | 984          | 76,2              | 1109         | 73,3              | 83,6                         |
| - сировина і матеріали                                     | 148          | 10,5              | 55           | 5,8               | 84           | 6,5               | 62           | 4,1               | 41,9                         |
| - паливо-мастильні матеріали                               | 60           | 4,2               | 6            | 0,6               | 39           | 3,0               | 22           | 1,5               | 36,6                         |
| - будівельні матеріали                                     | 30           | 2,1               | 3            | 0,3               | 10           | 0,7               | 11           | 0,7               | 33,7                         |
| - запасні частини                                          | 21           | 1,5               | 7            | 0,7               | 17           | 1,3               | 15           | 0,9               | 71,4                         |
| - матеріали сільськогосподарського призначення             | 415          | 29,4              | 240          | 25,7              | 283          | 21,9              | 278          | 18,3              | 66,9                         |
| - поточні біологічні активи                                | 213          | 15,1              | 217          | 23,2              | 280          | 21,7              | 219          | 0,14              | 102,8                        |
| - МШП                                                      | 72           | 5,1               | 38           | 4,1               | 60           | 4,6               | 55           | 3,6               | 76,4                         |
| - незавершене виробництво                                  | 171          | 12,1              | 183          | 19,5              | 165          | 12,8              | 272          | 17,9              | 159,0                        |
| - готова продукція                                         | 197          | 13,9              | 26           | 2,8               | 46           | 3,5               | 175          | 11,6              | 88,8                         |
| II. Дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги | 32           | 2,3               | 3            | 0,3               | 127          | 9,8               | 179          | 11,8              | 559                          |
| III. Дебіторська заборгованість за розрахунками            | 1            | 0,07              | 81           | 8,6               | 69           | 5,3               | 78           | 5,1               | у 78 разів                   |
| IV. Інша дебіторська заборгованість                        | 47           | 3,3               | 74           | 7,9               | 8,9          | 6,9               | 74           | 4,9               | 157,4                        |
| V. Грошові кошти                                           | 1            | 0,07              | 1            | 0,1               | 21           | 1,6               | 72           | 4,7               | у 72 рази                    |
| VI. Інші оборотні активи                                   | 3            | 0,2               | -            | -                 | -            | -                 | -            | -                 | -                            |
| Виробничі оборотні фонди (р. I)                            | 1327         | 94,0              | 775          | 83,0              | 984          | 76,2              | 1109         | 73,3              | 83,6                         |
| Фонди обігу (р. II – р. VI)                                | 84           | 6,0               | 159          | 17,0              | 306          | 23,8              | 403          | 26,7              | у 5 разів                    |
| <b>Разом</b>                                               | <b>1411</b>  | <b>100</b>        | <b>934</b>   | <b>100</b>        | <b>1290</b>  | <b>100</b>        | <b>1512</b>  | <b>100</b>        | <b>107,1</b>                 |

\*Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними річних фінансових звітів СТОВ «Лука».

Зміни, що відбулися в структурі оборотних засобів є негативними, але не згубними для підприємства і є нормальним явищем в даний час для сільськогосподарського підприємства. За сприятливих умов кошти з

розрахункового рахунку можна швидко і успішно застосувати у господарському обороті, а при настанні строків оплати повернуться гроші від дебіторів, що приймали участь у збуті продукції.

Отже, підприємство повинно бути зацікавленим у зменшенні оборотних коштів у сфері обігу за рахунок поліпшення системи постачання, розрахунків, але в розумних межах. Розмір оборотного капіталу, який утворює кожен складову поточних активів, має відповідати потребам і можливостям підприємства щодо виробництва і реалізації продукції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Білошкурський М. В. Фактори та резерви зростання прибутку малого підприємства / М. В. Білошкурський // Вісник Українсько-туркменського культурно-освітнього центру : міждисциплінарний науковий збірник. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. – Вип. 1, Ч. II. – С. 136-142.

## СЕКЦІЯ 5

### ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

---

#### АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

**Бажанова Н. В., к. е. н.**

**Малинич Г. М., к. е. н.**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

Одним з найголовніших пріоритетів держави є забезпечення економічної безпеки. На сьогодні, ця проблематика є надзвичайно актуальною для усіх сфер життєдіяльності країни. Політика держави має бути спрямована на адекватну системну скоординовану протидію зовнішнім та внутрішнім загрозам, дослідження яких має відбуватися і різних сферах забезпечення життєдіяльності суспільства. Забезпечення економічної безпеки держави є фундаментом для розвитку та росту економіки. Що у свою чергу, дасть можливість забезпечити сталий розвиток суспільства та держави в цілому

Над дослідженням даної проблематики працюють багато вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед українських науковців, які займаються розробкою питань економічної безпеки є Г. Андрощук, Н. Базавлук, О. Власюк, З. Варналій, А. Гальчинський, С. Гелей, М. Дацків, Я. Жаліло, В. Коваленко, М. Лесечко, Малик Я., П. Мельник, В. Мунтіян, Ю. Пахомов, В. Сікора, В. Степаненко, Л. Тарангул, І. Чорнодід, О. Шкурупій, В.Шлемко. Окремий внесок щодо безпеки знайшли своє висвітлення у роботах зарубіжних вчених Дж. Кеннан, Х. Моргентау та ін.

Дослідження проблеми економічної безпеки в Україні є мало розвинутим, як в політичному, так і в науковому житті країни. Саме тому, що дана проблематика є не достатньо дослідженою, це негативно позначається на створенні унікальної концепції економічної безпеки для України. Концепція має базуватись виключно на засадах національних інтересів держави.

Забезпечення розвитку економіки в цілому, дасть можливість сформувати певний механізм, за допомогою якого можна буде працювати інтересах всього суспільства. Поняття економічної безпеки тісно пов'язане з економічним розвитком держави. Вона є основою національної безпеки, тобто від неї залежить безпека усіх елементів даної системи в цілому.

Українська економіка знаходиться у процесі стійкості, проте зміни на споживчому ринку, змусять її рухатись у напрямку розвитку.

Становлення міцної моделі національної економіки вимагає цілого комплексу кардинальних змін, які повинні відбутись на вітчизняному виробництві.

Проблемами внутрішньої безпеки країни є ряд чинників, які впливають на її стан. Низький технологічний рівень більшості галузей, високі витрати виробництва, низька якість продукції, що призводить до слабкої конкурентоспроможності національної економіки, втрату значної частини науково-технічного потенціалу, застарілу структуру виробництва, значна втрата кваліфікованої робочої сили, неефективність державного управління національною економікою та інші.

До основних чинників, які впливають на зовнішню безпеку держави належать: імпортозалежність, недосконала експортна політика та її підтримка, некерована міграція за кордон інтелектуальних і трудових ресурсів; недостатній експортний та валютний контроль, корумпованість митної політики; слабкий розвиток транспортної інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності.

Поштовхом до активних змін, має стати впровадження високих технологій у виробництво. Зі впровадженням таких технологій перед державою постає дуже багато викликів. Проте, запровадивши програму високотехнологічного розвитку, Україна зможе виступати у світовій спільноті не тільки сировинною базою, а й рівноцінним партнером.

Сьогодні економіка України потребує розробки дієвої довгострокової стратегії економічної безпеки, яка передбачатиме реалізацію національних економічних інтересів та не буде суперечити національним цінностям та окремої особи. Шлях України – це інтеграція у світову економіку, одночасно забезпечення внутрішньої інтеграції, не зачепивши інтереси власного товаровиробництва та національних інтересів.

Слід зазначити, що на світовому ринку, завжди буде існувати розбіжність інтересів різних держав. Тому кожна країна створює власну унікальну систему економічної безпеки, що дає змогу конкурувати на міжнародному ринку.

Усі загрози економічній безпеці національної економіки України мають важливе значення. Їх можна поділити як на внутрішні, так і зовнішні. Існування реальних загроз негативно впливає на соціально-економічний розвиток держави. Держава має забезпечити грамотну й послідовну економічну політику, спрямовану на підвищення конкурентоспроможності України та знаходження вигідних позицій на міжнародній арені.

Отже, до основних і загроз економічній безпеці України можна віднести зовнішньоекономічну, економічну, фінансову, інвестиційну, енергетичну, науково-технологічну, продовольчу, соціальну, демографічну, безпеки. В багатьох випадках Україна має велику залежність від слабого розвитку внутрішнього ринку, незадовільний стан зовнішньої торгівлі, слабка здатність боротьби з енергетичною, нафтовою, та газовою залежністю, соціальна прірва; слабкий рівень медичного забезпечення та інше.

#### **Список використаних джерел:**

1. Андрощук Г. А. Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны : моногр. / Г. А. Андрощук, П. П. Крайнев. – К. : Ін Юре, 2000. – 400 с.

2. Козаченко Б. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : моногр. / Б. В. Козаченко, В. П. Пономарев, О. М. Ляшенко. – К. : Лібра, 2003. – 280 с.
3. Власюк О. С. Аналітична оцінка стратегічних напрямків та заходів щодо реалізації програми стабілізації економіки України / О. С. Власюк. – К. : НІСД, 1998. – 82 с.
4. Економічна безпека України: внутрішні та зовнішні чинники: навч. посіб. / [С. Д. Гелей, М. Д. Лесечко, Я. Й. Малик та ін.]. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002. – 256 с.
5. Економічна безпека : навч. посіб. / [З. С. Варналій, П. В. Мельник, Л. Л. Тарангул та ін.] ; за ред. З. С. Варналія. – К. : Знання, 2009. – 647 с.
6. Коваленко В. В. Профілактика економічної злочинності в Україні: концептуальні засади, організаційно-правові основи, проблеми управління / В. В. Коваленко. – Х.: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2004. – 420 с
7. Шкурупій О. В., Базавлук Н.Г. Можливості прогресивної динаміки розвитку України на основі структурних змін національної економіки // Проблеми економіки. – 2014. – №3. – С. 177-181

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

**Бурдужа І. І., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Чвертко Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Нагальною проблемою національної економіки України є зростання загроз економічної і фінансової безпеки держави. Питання забезпечення фінансово-економічної безпеки на різних рівнях управління є досить актуальним в сучасних умовах господарювання. Для протидії і боротьби з різного роду загрозами зростає необхідність створення та ефективного управління системою фінансово-економічної безпеки.

Сучасні загрози діяльності підприємства висувають принципово нові вимоги до побудови й організації діяльності систем їх безпеки. Для того, щоб протистояти сучасним загрозам і ризикам система безпеки повинна використовувати сучасні технології, методи та методики щодо активної протидії всім реальним і потенційним небезпекам та ризикам.

Під фінансово-економічною безпекою розглядають такий стан соціально-технічної системи підприємства, котрий дає змогу уникнути зовнішніх загроз і протистояти внутрішнім чинникам дезорганізації за допомогою наявних ресурсів, підприємницьких здібностей менеджерів, а також структурної організації та зв'язків менеджменту [2].

Завданнями системи фінансово-економічної безпеки є:



- моніторинг, прогнозування, своєчасне виявлення й усунення загроз безпеці підприємств, причин і умов, що сприяють нанесенню фінансового й матеріального збитку, порушенню їх нормального функціонування й розвитку;
- створення механізму та умов оперативного реагування на загрози безпеці й прояву негативних тенденцій у функціонуванні суб'єктів господарювання;
- обґрунтування та формування організаційної системи комплексного убезпечення;
- ефективне усунення загроз персоналу й посягань на ресурси підприємств у разі застосування правових, організаційних та інженерно-технічних заходів і засобів досягнення необхідного рівня безпеки;
- створення нормативно-правового механізму для максимально можливої локалізації й відшкодування спричиненого збитку неправомірними діями фізичних і юридичних осіб, послаблення негативного впливу наслідків порушення безпеки, спрямованого на відновлення діяльності підприємства у відповідно до його стратегії;
- створення ефективних механізмів взаємодії державних структур із підприємством у питаннях безпеки;
- створення системи підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації персоналу безпеки підприємства;
- вивчення та впровадження позитивного досвіду в сфері безпеки, набутого в країнах ближнього й далекого зарубіжжя;
- створення єдиної інформаційної бази даних про стан загроз, бази знань для прийняття управлінських рішень [3].

Виконання перелічених завдань системи фінансово-економічної безпеки здійснюється у разі дотримання таких принципів:

- 1) законність – розроблення системи безпеки на основі й відповідно до чинного законодавства України й нормативних актів із безпеки підприємства;
- 2) самостійність і відповідальність – діяльність підрозділу безпеки повинна повною мірою забезпечити захист інтересів та фінансову стійкість підприємства;
- 3) економічна доцільність – необхідно, щоб ефективність роботи системи безпеки була вищою від її вартості;
- 4) обґрунтованість – всі заходи щодо безпеки повинні проводитися з використанням досягнень науки й техніки, надавати надійний захист на певному рівні безпеки;
- 5) комплексність – гарантування взаємозалежної системи безпеки всіх ресурсів підприємства (інформаційні, людські, матеріальні й ін.) і здатність системи до розвитку й удосконалювання;
- 6) своєчасність – всі дії системи безпеки повинні мати характер, що попереджає, а постановка завдань із надання безпеки повинна проводитися на ранніх стадіях розроблення системи безпеки на підставі аналізу моделей загроз, конкурентів, об'єктів захисту;
- 7) безперервність – головний принцип безпеки, що припускає перелік заходів під час функціонування системи безпеки;

8) активність – реалізація активних мір захисту власних інтересів із використанням нестандартних форм і способів захисту;

9) координація й взаємодія – організація взаємодії заходів із всіма підрозділами підприємства й здійснення єдиного управління процесом безпеки підприємства, організація взаємодії з державними й правоохоронними органами;

10) спеціалізація – використання для надання безпеки спеціалізованих організацій, що мають відповідні ліцензії й досвід практичної роботи з певного напрямку;

11) централізація управління – керування безпекою підприємства повинен здійснювати перший керівник, а функціонування системи безпеки повинно відбуватися з використанням певних функціональних і методологічних принципів [4; 5].

Реалізація принципів системи безпеки дає змогу забезпечити виконання мети її організації й реалізацію поставлених завдань.

Механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства створюється з метою забезпечення правильного використання всіх захисних заходів для мінімізації (або недопущення) негативного впливу небезпек, загроз та ризиків. Механізм управління проявляється насамперед за допомогою управлінських відносин, реалізованих шляхом використання відповідних методів на основі принципів управління.

На основі узагальнення підходів до формування фінансово-економічної безпеки підприємства послідовність етапів реалізації механізму її забезпечення може бути сформульована таким чином:

- визначення об'єкта і предмета економічної безпеки підприємства;
- формулювання політики та стратегії безпеки підприємства;
- принципи економічного убезпечення;
- цілі та задачі гарантування безпеки підприємства;
- критерії і показники економічної безпеки підприємства;
- створення організаційної структури з управління системою безпеки підприємства.

Сучасний механізм управління економічною безпекою розвитку підприємства повинен враховувати необхідність формування двох напрямів стратегій. Перший напрям стратегій повинен враховувати ситуацію, визначати цільові настанови й формувати політику підприємства для втримання й розширення свого життєвого простору. Другий – повинен охоплювати методи, прийоми й інструменти для вивчення (розпізнавання) стратегій, що формуються іншими суб'єктами (державою, підприємствами-конкурентами), спрямованих (навмисно або ненавмисно) проти діяльності й розвитку підприємства та звужуючих його життєвий простір. При цьому для реалізації першої стратегії необхідно здійснювати оцінювання відповідності ресурсів (займаного життєвого простору) загальним стратегічним цілям розвитку підприємства. Для реалізації другої стратегії необхідно створювати систему розпізнавання й оцінювання ступеня небезпеки. [1]

Таким чином, під механізмом управління фінансово-економічною безпекою можна розглядати сукупність станів та процесів, з яких складається управління щодо протидії небезпекам, загрозам та ризикам. Як компоненти цього механізму варто розглядати принципи, методи, функції управління, систему управління та прийняття управлінських рішень. Принципи визначають вимоги, що пред'являються до управління системою безпеки та будуються на виявлених закономірностях її функціонування. Методи розкривають шляхи протидії виявленим та прогнозованим небезпекам, загрозам та ризикам у конкретних умовах та у визначений термін часу. Також методи відображають безпосередній стан захищеності підприємства. Процеси визначають порядок здійснення функцій та етапів реалізації механізму управління безпекою (захисту підприємства від виявлених чи прогнозованих загроз).

#### **Список використаних джерел:**

1. Васильчак С. В. Організаційно-правові засади для забезпечення системи економічної безпеки підприємства / С. В. Васильчак, А. С. Гаврилевич. – Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.2. – С. 136-141.
2. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність : монографія / В.Г. Герасимчук. – К. : Вид-во «Вища шк.», 2005. – 265 с.
3. Козаченко А. В. Економічна безпека підприємства. Сутність і механізм забезпечення : монографія / А. В. Козаченко, В. П. Пономорев, А. Н. Лещенко. – К. : Вид-во «Либра», 2003. – 280 с.
4. Крысин А. В. Безопасность предпринимательской деятельности / А. В. Крысин. – М. : Изд-во «Финансы и статистика», 1996. – 384 с.
5. Куркин Н. В. Управление экономической безопасностью развития предприятия : монография / Н. В. Куркин. – Днепропетровск : Изд-во АРТ-ПРЕСС, , 2004. – 450 с.

### **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

**Верещак Д. П., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Стойка В. О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Необхідність формування економічної безпеки українських підприємств викликана низкою проблем, що безпосередньо пов'язані із незапланованими змінами у їх зовнішньому та внутрішньому середовищі – зростанням динамічності конкурентного середовища, нестабільністю фінансової системи, ресурсних та споживчих ринків, мінливістю суспільних та політичних орієнтирів розвитку [1, с. 462].

Концепція теорії економічної безпеки базується на основні положення:

1) економічна безпека – це стан економіки соціально-економічної системи, який досягається шляхом пошуку компромісів між її ресурсними можливостями і «силою» впливу негативних впливів, що визначається через можливість нанесення шкоди системі;

2) економічна безпека – поняття суб'єктивне, яке визначається через об'єктивні характеристики соціально-економічної системи, її зовнішнього і внутрішнього середовища;

3) економічна безпека передбачає стійкість системи в заданих параметрах. У зв'язку з цим виявляється зв'язок між теорією економічної безпеки і теорією стійкості.

Економічна безпека досягається тільки за умови цілеспрямованої взаємодії сукупності сил і засобів, здатних протидіяти негативним впливам, що впливають на економічну систему, тобто за умови створення системи економічної безпеки. Для розуміння сутності такої системи звернемося до базового поняття «система» [3, с. 491].

Формування системи економічної безпеки підприємства передбачає максимально ефективне використання ресурсного потенціалу підприємства, створення адекватних організаційних структур, розробка відповідних механізмів і засобів реагування, що забезпечувало б стабільне функціонування підприємства на теперішньому етапі та стійкий розвиток у майбутньому.

Під ресурсним забезпеченням економічної безпеки підприємства автор розуміє безперервний циклічний процес пошуку, залучення та використання різних видів ресурсів, необхідних для запобігання можливих зовнішніх та внутрішніх загроз та різнобічного взаємоузгодження економічних інтересів підприємства [2, с. 265].

В сучасних складних умовах господарювання підприємства зустрічаються з суттєвими проблемами, пов'язаними зі зловживаннями у різних проявах з боку конкурентів. Саме тому, на нашу думку, необхідно більше уваги приділяти вживанню заходів спрямованих на формування та удосконалення системи економічної безпеки на підприємствах. Зазначене створить передумови для стабільного розвитку підприємства в умовах жорсткої конкуренції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Науменко Є. Ю. Механізм управління економічною безпекою підприємства в умовах кризи / Є. Ю. Науменко // Молодий вчений. – 2017. – № 6. – С. 462-466.

2. Тищенко В. В. Система економічної безпеки підприємства: сутність, структура, функціонування / В. В. Тищенко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2015. – № 4. – С. 261-271.

3. Якименко-Терещенко Н. В. Система економічної безпеки підприємства / Н. В. Якименко-Терещенко, М. Є. Долгунін // Молодий вчений. – 2017. – № 7. – С. 490-493.

# ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Горбонос Р. І., студент

Слатвінський М. А., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

В умовах посилення загроз діяльності вітчизняних підприємств виникає необхідність удосконалення організації забезпечення їх економічної безпеки, що дозволить протидіяти їм. Важливим елементом цього має стати розробка та запровадження ефективного механізму забезпечення економічної безпеки.

На основі проведеного аналізу стану системи економічної безпеки ТОВ «Епіцентр К» шляхом обчислення рівня функціональних складових та сукупного критерію економічної безпеки виявлено низький її рівень. Це дозволяє акцентувати увагу на функціональних складових економічної безпеки, які потребують підвищеного контролю (табл. 1).

Таблиця 1.

## Оцінка складових економічної безпеки ТОВ «Епіцентр К»

| Функціональні складові безпеки підприємства |         |        |         |              |            |              |         | Сукупний критерій економічної безпеки |
|---------------------------------------------|---------|--------|---------|--------------|------------|--------------|---------|---------------------------------------|
| Фінансова                                   | Кадрова | Силова | Пожежна | Інформаційна | Екологічна | Технологічна | Майнова |                                       |
| 1,67                                        | 3,00    | 2,35   | 2,81    | 3,56         | 1,85       | 4,21         | 2,50    | 21,95                                 |

Джерело: розрахунки автора.

Рівень економічної безпеки ТОВ «Епіцентр К» не збалансований. Не приділяється належна увага окремим складовим економічної безпеки. Поза увагою залишаються майнова складова, яка є найбільш важливою та має прямий зв'язок із фінансовою. Високий рівень технологічної складової свідчить про застосування сучасних технологій, автоматизації праці, що оптимізує та прискорює роботу виробничих процесів.

За результатами проведених розрахунків обумовлюється потреба в проведенні аудиту майнової безпеки підприємства, що є невід'ємною складовою механізму забезпечення економічної безпеки і виконує роль діагностичного засобу в управлінні підприємством. Аудит майнової складової економічної безпеки проводиться для покращення майнового стану підприємства. Він складається з таких основних етапів:

- збір інформації про об'єкт оцінювання;
- інвентаризація майна;
- складання акту обстеження та технічного стану об'єкта оцінювання;

– експертне або масове оцінювання [1].

Для реалізації забезпечення економічної безпеки та підвищення її рівня на основі проведеного аудиту, доцільним є вироблення майнової складової організаційного механізму забезпечення безпеки підприємства. Основною її метою є усунення будь-яких загроз, посягань на ресурси підприємства шляхом використання правових, організаційних та інженерно-технічних заходів та інструментів досягнення необхідного рівня безпеки, створення нормативно-правового механізму для попередження та/або відшкодування нанесених збитків внаслідок неправомірних дій фізичних чи юридичних осіб.

Впровадження майнової складової організаційного механізму забезпечення безпеки підприємства передбачає використання ряду відповідних інструментів: формування заходів нормативно-правового регулювання, розробку і реалізацію внутрішніх положень з майнової безпеки, підвищення кваліфікації персоналу з захисту активів, оптимізацію внутрішнього управління майновою безпекою, облік і контроль над активами та основними засобами підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Слатвінський М. А. Інституційні імперативи інвестиційної політики як основа економічної безпеки / М. А. Слатвінський // Економічний вісник : збірник наукових праць. – Умань : ФОП Жовтий О. О., 2015. – Вип. 9. – С. 56-61.

### **ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ**

**Кравченко Я. І., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Білошкурський М. В.  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Складність розв'язання проблеми формування ефективної та науково обґрунтованої державної політики у сфері забезпечення інформаційної безпеки в сучасних умовах зміни ситуації у світі суттєво збільшується. Водночас, умови прогресивного розвитку України та усталеного розвитку суспільства вимагають підвищення ефективності та прогнозованості саме на довгострокову перспективу державної політики забезпечення інформаційної безпеки.

Зменшення рівня невизначеності та непередбачуваності при стратегічному плануванні досягається шляхом комплексного застосування процедур стратегічного моніторингу та аналізу, генерування одночасно кількох альтернативних варіантів стратегічних рішень та включення механізмів призупинення та корекції стратегій [1].

На наш погляд, відсутність єдиного методичного підходу до формалізації стратегічного планування у сфері державного управління забезпеченням інформаційної безпеки обмежує можливості щодо розробки та застосування

формальних методів та моделей у ході формування та реалізації державної політики і державного управління у сфері забезпечення інформаційної безпеки, що призводить до зниження їх об'єктивності та ефективності.

Стратегічне планування є перехідним процесом від формалізації державної політики до формалізації державного управління, тобто воно є похідною формулювання та формалізації більш загальних та тривалих процесів і тому має їх конкретизувати та деталізувати (рис. 1).

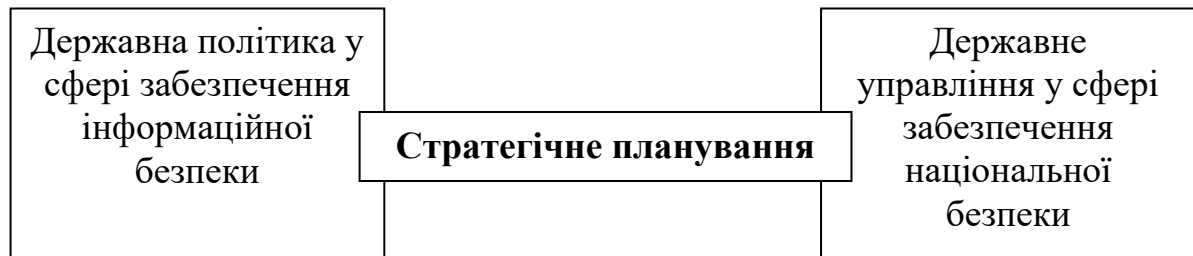


**Рис. 1. Стратегічне планування як перехідний процес від державної політики до державного управління інформаційною безпекою**

Джерело: побудовано за даними, наведеними у [2].

Особливістю стратегічного планування у сфері забезпечення інформаційної безпеки держави є також те, що інформаційна безпека одночасно входить до складу державної інформаційної політики та державної політики забезпечення національної безпеки. Тому її формалізація має базуватись на результатах формалізації кожної із зазначених державних політик, цільові функції яких не збігаються. Це зумовлює необхідність пошуку компромісних стратегічних рішень, що одночасно задовольняли б реалізації державної політики у цих сферах.

Отже, інформаційна безпека є важливою складовою національної безпеки і однією із складових стійкого розвитку всієї держави, а процес формування і забезпечення інформаційної безпеки – одне з глобальних і пріоритетних завдань органів державного управління, вирішенню якого мають бути підпорядковані політична, економічна, воєнна, культурна та інші види діяльності системи державного управління.

#### **Список використаних джерел:**

1. Білошкурський М. В. Аналіз стану розвитку економічної безпеки України з урахуванням глобальних загроз / М. В. Білошкурський // Інноваційна модель розвитку: тенденції та перспективи економічної трансформації : [колективна монографія] / За ред. В. Ф. Беседіна, А. С. Музиченка. – Умань : ФОП Жовтий О. О., 2014. – С. 118-124.
2. Семенченко А. І. Методичний підхід до формалізації стратегічного планування у сфері забезпечення інформаційної безпеки [Електронний ресурс] / А. І. Семенченко // Державне управління: теорія та практика. – 2007. – № 1 (5). – Режим доступу до журналу : <http://academy.gov.ua/ej/ej5/index.htm>.

# НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВА У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

**Кривенко І. О.,** магістрантка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Білошкурський М. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Серед різних напрямів формування стратегії запобігання банкрутства у системі економічної безпеки підприємства слід приділити належну увагу реструктуризації підприємств-боржників. Для виведення підприємства із стану кризи необхідно робити рішучі заходи, зокрема реорганізацію засновницьких відносин, реструктуризацію підприємства, реінжиніринг основних процесів його господарської діяльності [1].

Перехід підприємств-боржників до нових власників дає можливість здійснити реорганізацію та відновити втрачену платоспроможність. Реорганізація засновницьких відносин складається з концентрації вагової частки акцій підприємства в руках великих акціонерів та супроводжується зміною керівництва підприємства. У міру важливості, питання про зміну керівництва можуть бути прирівняні до вибору місії підприємства або формування стратегічної політики його розвитку. Застарілі підходи і методи до управління підприємством не дозволяють їм адекватно і оперативно реагувати на ринкові ситуації, що змінюються. У результаті, вони поступово втрачають контроль за ходом подій, що є найважливішою суб'єктивною передумовою розвитку кризи на підприємстві.

Зарубіжний досвід свідчить, що для підвищення своєї прибутковості в майбутньому компанії часто проводять «попереджувальну» реструктуризацію з метою зміцнення свого фінансового положення в майбутньому. Необхідність постійної реструктуризації підприємства викликана нестабільністю ринкового середовища, конкуренцією з боку конкурентів, постачальників, фірм, що випускають товари-замінники тощо. Характер та особливості реструктуризаційних процесів залежать від виду реструктуризації (рис. 1).

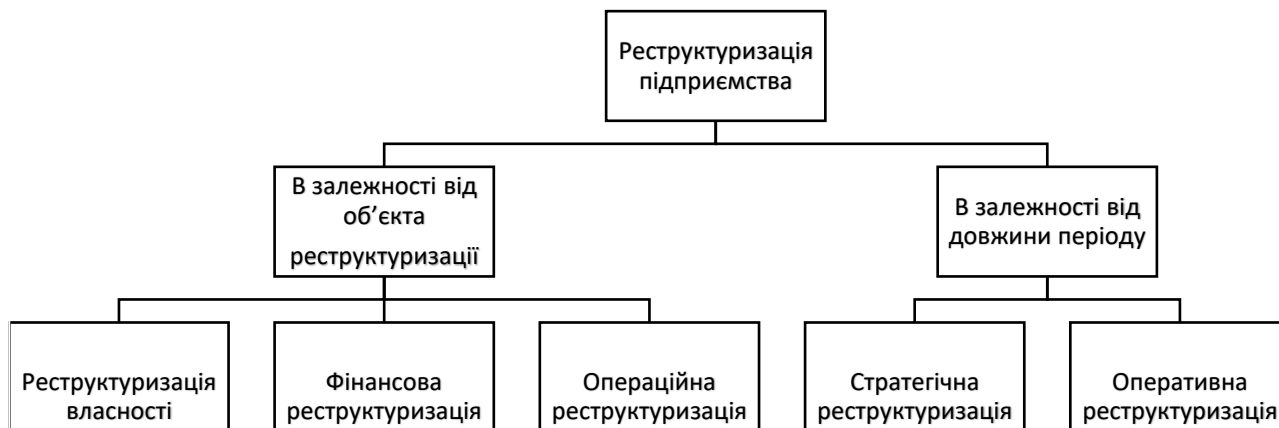


**Рис. 1. Основні види реструктуризації**

Джерело: узагальнено за даними, наведеними у [2].



Таким чином, слід зазначити, що існує чимало різних форм і варіантів санації при формуванні стратегії запобігання банкрутству, кожна з яких передбачає сполучення можливих типів санаційних заходів. Однією з пріоритетних форм повинна стати реструктуризація підприємств-боржників. Вибір тієї чи іншої форми реструктуризації або санації буде обумовлений цілями (оперативними чи стратегічними) та оцінкою ефективності комплексу стратегічних антикризових заходів, які будуть складати програму санації в рамках розробки стратегії запобігання банкрутству підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Білошкурський М. В. Алгоритм оперативного антикризового управління фінансовою діяльністю підприємств / М. В. Білошкурський // Materiály IV mezinárodní vědecko-praktická conference «Zprávy vědecké ideje - 2008». – Díl 4. Ekonomické vědy. – Praha : Publishing House «Education and Science» s.r.o., 2008. – S. 16-18.
2. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління / [Т. С. Клебанова, О. М. Бондар, О. В. Мозенков та ін.] ; за ред. О. В. Мозенкова. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2003. – 272 с.

### **ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**Кухарчук Д. В., магістрант**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Економічна безпека кожної держави значною мірою визначається ефективністю її регулятивного впливу на діяльність суб'єктів господарювання. Податковому регулюванню у цьому відводиться провідна роль, оскільки проблеми пов'язані з оподаткуванням безпосередньо впливають на динамічність господарського розвитку.

Податки не тільки забезпечують фінансовими ресурсами практично всі складові економічної безпеки (фінансову, соціальну, екологічну, правову тощо), а й виступають інструментом впливу на економічні і соціальні процеси та фактором зворотного зв'язку і залежності функціонування держави від платників податків.

Від кількості податків, їх видів і ставок, диференційованості, наявності та обґрунтованості податкових пільг багато в чому залежать можливості їх стимулюючого впливу на суб'єктів економічної діяльності, їх спроможність до нагромадження й інвестування, що обумовлює міру структурних перетворень в економіці та зростання її ефективності [2, с. 115].

Зважаючи на актуальність означеної проблематики в науковий колах останнім часом знайшов місце термін «податкова безпека», що тлумачать як «такий стан податкової системи, який дозволяє гармонізувати процеси

оподаткування та сплати податків при умові ефективного податкового менеджменту ризиками та загрозами, які можуть виникати в економіці, зі сторони виконавчих органів для того, щоб задовольнити інтереси економічних суб'єктів господарювання» [1, с. 131].

При цьому основними індикаторами податкової безпеки є ефективність реалізації функції податків, юридичний характер відносин з оподаткування, рівень тінізації економіки та податкової культури. Одним з провідних індикаторів є рівень податкового навантаження на платників податків, який показує як впливають податки та збори як окремих суб'єктів господарювання, так і на економічний стан держави. На сьогодні в Україні, як показують дослідження, зокрема І. І. Подік [3], більшість індикаторів за результатами 2016 року виходять за межі порогових значень.

Для податкової системи України характерними є такі негативні явища як нестабільність податкової політики держави та її регулюючого впливу. В країні постійно знижується і вже перетнув критичну межу рівень сумлінності сплати податків, що свідчить про негативні тенденції у взаємостосунках платників та податкових органів, а також про зростання в суспільстві настроїв недовіри до їх повноважень і дій.

Значно вищим за граничні значення є показник рівня податкової заборгованості платників податків, що обумовлено обмеженістю фінансових ресурсів, незбалансованістю інтересів держави та платників податків, неузгодженістю їхніх поглядів на обсяг і види суспільних товарів і послуг, що має надавати держава.

Не зважаючи на зниження рівня податкового навантаження у 2012-2014 рр., у 2016 році знову намітилася чітко виражена тенденція до його зростання. Податкове навантаження розподілено між платниками податків дуже нерівномірно. Основний тягар несуть незаможні верстви населення, а це призводить до тінізації економіки, порушення принципів рівності та справедливості в оподаткуванні, втрати фіскальної функції податку і надходжень до бюджету, гальмування інноваційних процесів. Нерівномірність податкового навантаження в Україні спричинена також недосконалістю механізму надання податкових пільг.

Зниження податкового навантаження є необхідною умовою виходу України з економічної кризи, що приведе до формування цілої низки позитивних зрушень в економічній і податковій сферах. Адже рівень податкового навантаження є фактором впливу на фінансово-економічну діяльність усіх учасників ринку, що в кінцевому підсумку впливає на розмір валового внутрішнього продукту, національного доходу та інші макроекономічні показники.

До основних напрямів мінімізації загроз податковій безпеці держави відносять: підвищення довіри до органів влади; зменшення фіскального відсотка ВВП; спрощення найбільш дискусійних елементів податкового процесу; гармонізація відносин податкових контролюючих органів та платників,

встановлення між ними партнерських засад діяльності; запровадження мораторію на зміни в податковій системі.

Обґрунтоване податкове регулювання економічної діяльності сприятиме розвитку національної економіки та буде позитивно впливати на економічну безпеку нашої держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. Голіков С. С. Сутність податкової безпеки / С. С. Голіков // Економіка та держава. – 2015. – № 9. – С. 129-132.
2. Мельничук О.П. Податкове навантаження у системі оподаткування України / О.П. Мельничук, О.В. Мельник // Економіка і регіон. – 2014. – № 2. – С. 114-120.
3. Подік І. І. Оцінювання сучасного стану податкової безпеки України / І. І. Подік // Економіка та держава. – 2017. – № 4. – С. 46-51.

### **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ АПК**

**Калетник О. В., студент**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Нікитенко Д.В.*

*Національний університет водного господарства та природокористування,  
м. Рівне*

Розвиток інтеграції на європейському рівні є сучасним проявом прогресивних тенденцій і змін у сільському господарстві та відносно новим напрямком досліджень аграрної науки України. Європейські спрямування забезпечують аграрному сектору конкретний напрям розвитку та пропонують нові можливості для вдосконалення сільського господарства, створюють додаткові порівняльні переваги на агропродовольчому ринку в умовах глобалізації економіки [3, с. 285].

В умовах ринкової економіки, сільськогосподарські підприємства, які отримали широку господарську самостійність, зіткнулися з необхідністю принципово нових підходів до забезпечення економічної безпеки своєї діяльності. Як відомо, сільськогосподарське виробництво значною мірою залежить від природних чинників та має яскраво виражений сезонний характер виробництва, тому ці особливості галузі неможливо не враховувати в діяльності сільськогосподарських підприємств. Несприятливі погодні умови погіршують показники урожайності сільськогосподарських культур, підвищують собівартість вирощеної продукції, що не може не вплинути на погіршення фінансового становища підприємств [2, с. 82]. Власне тому становлення і розвиток сільськогосподарського підприємництва відбувається в умовах пошуку нових форм менеджменту та маркетингу, спричинених гострою потребою

забезпечення економічної безпеки бізнесу внаслідок загострення конкурентної боротьби за сировину, ринок збуту товарів та споживача.

З метою підвищення здатності сільгосп підприємств до нейтралізації або ефективного попередження виникнення різного роду загроз та стійкості до активного впливу негативних чинників необхідно забезпечити формування стабільного механізму управління економічною безпекою сільськогосподарських підприємств, який захистить сільськогосподарські підприємства від дії деструктивних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, створивши сприятливі умови для їх повноцінного й ефективного функціонування та розвитку.

Першим етапом формування ефективного механізму управління економічною безпекою сільськогосподарських підприємств, на нашу думку є визначення пріоритетних цілей, серед яких найбільшу частку займають цілі, пов'язані із забезпеченням фінансової безпеки, адже сільськогосподарським підприємствам притаманний прояв різних видів фінансових небезпек, серед яких виділяють фінансову нестійкість та нестабільність майнового стану, низька ліквідність та платоспроможність і рентабельність [2, с. 83].

Наступним етапом може бути окреслення головних загроз, які можуть спричинити фінансову небезпеку [1, с. 10]: відсутність чітко визначеної стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства; непродуктивне утримання надлишкових робочих місць; неефективне використання фінансових ресурсів підприємства та неплатоспроможність сільськогосподарського підприємства, а також банкрутство; недосконала організаційна структура сільськогосподарського підприємства; втрата ринку збуту сільськогосподарської продукції; відсутність практики створення служб економічної безпеки.

На прикладі Товариства з обмеженою відповідальністю «АГРОКОНЦЕРН», спробуємо запропонувати шляхи вдосконалення механізму управління фінансово-економічною безпекою. Дане підприємство є одним з найбільших в Україні виробником тепличних овочів. Історія ТОВ «АГРОКОНЦЕРН» починається у 1973 році із заснування першого тепличного господарства на Рівненщині.

Основними галузями діяльності підприємства є: рослинництво, овочівництво, декоративне садівництво та вирощування продукції розсадників, оптова торгівля фруктами та овочами, роздрібна торгівля фруктами та овочами, включаючи картоплю. Основу асортименту його продукції становлять тепличні огірки та помідори. Особливістю вирощуваних на підприємстві овочів є те, що для захисту врожаю від шкідників не застосовуються пестициди і гербіциди - помідори і огірки виходять екологічно чистими, що є одним з найбільш перспективних бізнес-ідей, які дозволять приєднатися до так званого екологічного ринку і «зелених» технологій [3, с. 284].

Для ТОВ «АГРОКОНЦЕРН» зелене виробництво може бути дуже привабливим. По-перше, на цю продукцію є підвищений попит як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках; по-друге, ця продукція продається значно дорожче, аніж звичайна; по-третє, з такою продукцією, що відповідає

технічним вимогам, відносно спокійно можна виходити на міжнародні ринки; по-четверте, відповідно до сучасних трендів, органічне виробництво – це один із найперспективніших шляхів розвитку.

Заключним етапом є формування і впровадження в дію основних заходів для подолання загроз фінансово-економічної безпеки на зазначеному сільськогосподарському підприємстві. Дослідивши базові цілі, інструменти та можливі загрози, узагальнимо можливі шляхи вдосконалення механізму управління фінансово-економічною безпекою підприємства ТОВ «АГРОКОНЦЕРН» (табл. 1.).

Таблиця 1

**Шляхи вдосконалення механізму управління фінансово-економічною безпекою підприємства [1, с. 20].**

| МЕТОДИ                     | НАПРЯМИ                                                                                  | ЗАХОДИ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Інституційно-правові       | Створення відділу економічної безпеки в організаційну структуру управління підприємством | <ul style="list-style-type: none"> <li>- систематичний контроль за станом економічної безпеки та її складових;</li> <li>- прогнозування можливих внутрішніх та зовнішніх загроз та розробка заходів для їх подолання;</li> <li>- аналіз планових показників діяльності у контексті забезпечення економічної безпеки;</li> <li>- моніторинг «зеленого» законодавства та захист підприємства від дій і рішень органів державного управління; орієнтація на зелене виробництво і комплексне впровадження органічних добрив.</li> </ul>                                                                                                                                                                                        |
| Організаційно-технологічні | Підвищення ефективності управління безпекою                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- встановлення на підприємстві міжнародних систем управління якістю;</li> <li>- сприяння у створенні системи сертифікації та контролю якості сільськогосподарської продукції, яка підтвердить, що при вирощуванні культур не використовувалися хімікати.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Економічні                 | Підвищення економічної ефективності використання ресурсів підприємства                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- впровадження і реалізація заходів, спрямованих на підвищення ефективності використання господарських ресурсів;</li> <li>- підвищення показників рентабельності та конкурентоспроможності підприємства;</li> <li>- скорочення матеріальних витрат за рахунок підвищення ефективності автоматизації виробничого процесу;</li> <li>- нормалізація розміру запасів товарно-матеріальних цінностей за рахунок збуту запасів готової продукції, що може користуватися попитом при невеликих додаткових витратах;</li> <li>- постачання в так звані «еко-магазини» екологічного, розширеного і вдосконаленого асортименту рослинної продукції відповідно до запитів покупців.</li> </ul> |
| Адміністративні            | Встановлення фізичного захисту та автоматизованих систем безпеки                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання сучасних технологій захисту інформації (систем кодування і шифрування)</li> <li>- введення режимів входу і виходу персоналу та відвідувачів;</li> <li>- створення перешкод для доступу до охоронного майна.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Соціально-психологічні     | Підвищення рівня мотивації персоналу в системі безпеки підприємства                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- створення ефективної системи морального заохочення працівників;</li> <li>- розробка правил поведінки при виникненні внутрішніх і зовнішніх загроз підприємстві;</li> <li>- створення атмосфери корпоративного духу.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

Процес створення фінансової безпеки є достатньо важким і включає значний перелік складових, найкраще поєднавши які підприємство зможе

сформувати свій стабільний розвиток. Тому для вдалого створення і управління фінансово-економічною безпекою підприємства необхідна ефективна система управління, яка зможе забезпечувати базові напрямки діяльності: максимізацію прибутку; формування оптимальної структури капіталу і забезпечення фінансової стійкості, інвестиційна привабливість підприємства; покращення і зміцнення конкурентних позицій підприємства на вітчизняному і міжнародних ринках збуту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Колеватова А. В. Основні пріоритетні напрямки та механізми забезпечення фінансової безпеки підприємства / А. В. Колеватова // Ефективна економіка. – 2016. - Вип.16 – С. 10-20.
2. Куделя Л. В. Визначення доцільності організації та створення служби економічної безпеки сільськогосподарських підприємств / Л. В. Куделя // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2013. – Вип. 4. – С. 82-86.
3. Мойсеєнко І. П. Системний механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства / І. П. Мойсеєнко // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ – 2013. – Вип. 1. – С. 284-291.

### **ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК РЕЗУЛЬТАТ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЙОГО СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

**Корженко С. С., студент**

**Слатвінський М. А., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Фінансова стійкість як результат функціонування системи економічної безпеки є однією з детермінант перспектив діяльності підприємства. Повна і достовірна інформація про фінансову стійкість є основою ухвалення управлінських рішень щодо вдосконалення функціонування підприємства.

Система економічної безпеки згідно системного підходу становить сукупність взаємопов'язаних між собою визначених для підприємства елементів, таких як: цілі, принципи, функції, суб'єкти, об'єкти, інструментарій та ресурсне забезпечення.

Основними інструментами, які забезпечують економічну безпеку підприємства, є: карти аналізу стратегічної відповідності; бізнес-модель діяльності підприємства; управлінська звітність адаптована до дотримання умов безпеки підприємства за обраними показниками; методи управлінського обліку стратегічної спрямованості орієнтовані на параметри та показники безпеки бізнес-процесів; методика управління «за відхиленнями» з наступним коригуванням планів та обраної бізнес-моделі.

Важливим елементом управління підприємством з огляду на дотримання умов економічної безпеки є застосування методів оцінювання фінансової

стійкості. Для вибору останніх доцільно використовувати матричний аналіз з критерієм вибору методів оцінювання фінансової стійкості підприємства за ступенем важливості.

Найбільш цікавою є оцінка фінансової стійкості підприємства в динаміці (комплексні і інтегральні показники) і статичі (комплексні показники).

Фінансова стійкість підприємства є результатом дії комплексу управлінських заходів щодо досягнення бажаного стану підприємства. З огляду на це саме інтегральна оцінка дозволяє проаналізувати функціональність всіх елементів системи управління та оперативно і адекватно оцінити поточну і майбутню фінансову стійкість підприємства.

Розрахунок інтегрального показника оцінки фінансової стійкості підприємства базується на традиційних індикаторах фінансового стану, які можна відобразити в складі трьох груп:

- ліквідність і платоспроможність;
- фінансова незалежність;
- рентабельність.

Цей підхід дозволяє проаналізувати більш детально фактори, які мають суттєвий вплив на фінансову стійкість підприємства.

З урахуванням виділення чинників впливу на стан безпеки підприємства на основі використання загаданого інтегрального показника комплекс заходів для покращення фінансової стійкості підприємства та стану його економічної безпеки передбачає:

1. Створення резервів валового і чистого прибутку. Дозволяє збільшити в пасивах частку власного капіталу та підвищити обсяги власних оборотних засобів.

2. Посилення роботи зі стягнення дебіторської заборгованості. Дозволяє підвищити частку грошових коштів, прискорити оборотність оборотних засобів, забезпечити ефективну діяльність підприємства з власними оборотними засобами.

3. Прискорення оборотності дебіторської заборгованості. Дозволяє підвищити ритмічність надходження коштів від дебіторів, сформувати належний «запас міцності» за показниками платоспроможності підприємства.

4. Зниження виробничих витрат. Дозволяє знизити величину запасів і витрат, підвищити рентабельність реалізації продукції.

## **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ**

**Кухарчук Л. О., магістрантка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Чвертко Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Економічна безпека фінансового ринку є невід'ємною складовою національної безпеки держави. Економічна безпека установ, що функціонують на фінансовому ринку, залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних,

внутрішніх і зовнішніх чинників, і визначається насамперед станом його розвитку, фінансовою результативністю та ефективністю діяльності. Водночас вона зумовлена і реальним фінансовим станом господарюючих суб'єктів.

Загрози економічній безпеці фінансового ринку являють собою нереалізовану, проте реально існуючу можливість понесення збитків фінансовим ринком у цілому та його окремими суб'єктами. Залежно від джерел виникнення усі загрози умовно поділяють на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх відносять загрози, що виникають унаслідок неефективного фінансового менеджменту фінансових установ, недосконалого законодавства у сфері фінансових послуг, шахрайств з боку суб'єктів фінансового ринку. До загроз зовнішнього характеру можна віднести нестабільність зовнішнього середовища, кризові явища на міжнародних фінансових ринках, відтік капіталу за кордон та інші.

Систему економічної безпеки фінансової установи визначають як складну структуру взаємопов'язаних підсистем, основним завданням яких є забезпечення захисту певного виду корпоративних ресурсів установи, як власних, так і залучених нею у процесі надання фінансових послуг, і які у своїй сукупності через механізми взаємовпливу дозволяють фінансовій установі досягти стану економічної безпеки.

На думку дослідників, сутністю діяльності щодо забезпечення економічної безпеки фінансової установи є «досягнення такого стану захищеності її корпоративних ресурсів, та особливо – фінансових ресурсів, як власних, так і отриманих від клієнтів з метою зберігання та примноження, який дозволяє їй надавати споживачам фінансові послуги безперервно та без загрози припинення власної діяльності у перспективі» [1, с. 221-222].

Здійснювати формування системи економічної безпеки будь-якого виду фінансових установ необхідно, виокремлюючи у її структурі такі елементи, як цілі, завдання, функції, принципи, підсистеми (у якості функціональних складових), механізм, об'єкти, суб'єкти, політику (до якої увійде і стратегія, і заходи, і індикатори оцінювання як інструменти аналізу її ефективності).

Ми поділяємо думку Н. В. Зачосової, яка визначає механізм управління системою економічної безпеки фінансової установи як «процес комплексного використання процедур менеджменту її корпоративних ресурсів, як власних, так і залучених, з метою досягнення високих фінансових результатів при оптимальному стані їх захищеності від зовнішніх і внутрішніх небезпек і загроз» [1, с. 221-222].

Механізм управління системою економічної безпеки фінансових установ покликаний забезпечити створення умов, що мотивують ефективну діяльність всіх структурних елементів та ресурсів фінансового посередника, підтримують високий рівень узгодженості корпоративних потреб із інтересами клієнтів, у першу чергу під час пошуку оптимального співвідношення між показниками ризику і дохідності різних видів фінансових інструментів.

Основними принципами управління економічною безпекою фінансових установ є: моніторинг існуючих і потенційних загроз, мінімізація їхнього впливу на фінансову безпеку; орієнтація діяльності на забезпечення її безпечного



функціонування; дотримання чинного законодавства під час управління безпекою; створення системи інформаційно-аналітичного та прогнозного забезпечення фінансової безпеки; поєднання фінансових інтересів керівництва, власників та персоналу фінансових установ; запровадження комплексу заходів щодо забезпечення ефективного розвитку с фінансових установ, їхньої фінансової стійкості та платоспроможності.

Базисом системи управління економічною безпекою фінансових установ є поєднання всіх її елементів з метою забезпечення стійкого функціонування фінансового ринку в цілому, і фінансових установ зокрема, та належного виконання останніми зобов'язань перед клієнтами та податкових перед державою за умов досягнення ними поставлених цілей стратегічного і тактичного характеру.

Для підвищення рівня економічної безпеки установ вітчизняного фінансового ринку необхідно: удосконалити моніторинг їхньої діяльності та посилити контроль за дотриманням вимог щодо забезпечення платоспроможності, фінансової стійкості, розміру чистих активів, статутного капіталу.

Побудова ефективно діючої системи економічної безпеки фінансових установ є необхідною умовою як стабільності окремо взятої установи, такі фінансової системи загалом. Враховуючи ключову роль безпеки фінансової системи в комплексі безпеки країни, ці завдання можна визнати першочерговими для національної безпеки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Зачосова Н. В. Формування системи економічної безпеки фінансових установ : монографія / Н.В. Зачосова. – Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А. – Черкаси, 2016. – 375 с.
2. Гуцалюк О. М. Роль інформаційно-аналітичних ресурсів у фінансовому забезпеченні технологій управління економічною безпекою банківських установ / О. М. Гуцалюк // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2015. – № 2. – С. 9-12.

## **СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ**

**Лебединець М. О., студентка**

**Подлевська О. М., к.е.н, доцент**

*Національний університет водного господарства та природокористування,  
місто Рівне*

Невід'ємною складовою державної економічної безпеки є фінансова безпека. Вона є основою стабільності усієї економіки, передбачає якнайефективніше використання державою ресурсної бази, гарантує стабільний соціально-економічний розвиток та зосереджується на убезпеченні фінансових інтересів господарюючих суб'єктів на всіх рівнях фінансової системи від впливу

різноманітних ризиків. Зокрема, в умовах глобальних економічних змін у світовому господарстві на перший план виходять такі потреби фінансової безпеки:

- достатність ресурсної бази для задоволення усіх потреб секторів економіки;
- покращення нормативно-правового забезпечення, що буде формувати та підтримувати нормативно-правову базу системи фінансової безпеки;
- спроможність усіх економічних систем протистояти зовнішнім та внутрішнім негативним тенденціям;
- забезпечення економічного зростання та зниження зловживання фінансовими ресурсами.

Забезпечення країною фінансової безпеки – це запорука піднесення національної економіки за рахунок зменшення її тінізації на основі поживавлення фіскальної ініціативи держави, її виваженої політики у сфері розподілу та перерозподілу внутрішнього валового продукту.

Фінансова безпека держави – один з головних критеріїв, за якими оцінюється можливість самостійно здійснювати фінансово-економічну політику у відповідності до інтересів держави, також ця безпека визначає здатність державного апарату забезпечити розвиток держави і протистояти таким факторам:

- втрата національного фінансового сектору («відтік» капіталу);
- вплив світової фінансової кризи на національну економіку;
- конфлікти між чиновниками різних рівнів щодо розподілу та використання ресурсів національної бюджетної системи;
- умисні дії держав, транснаціональних і багатонаціональних корпорацій, як учасників фінансово-економічних відносин;
- значний вплив капіталу за кордон;
- вплив неофіційних структур на соціально-політичну, національну та економічну системи;
- зростання рівня злочинності та правопорушень у фінансовій сфері, наприклад, відмивання доходів, одержаних нечесним шляхом [1; 2, с. 73].

На нашу думку, нині стан фінансової безпеки є критерієм, за яким оцінюється дієвість державної політики та діяльність уповноважених структур під час реорганізації і розвитку не лише фінансово-кредитної сфери, а й виробничої інфраструктури, сфери послуг та інших секторів економіки.

З огляду на це, вся політика фінансової безпеки повинна орієнтуватись на дослідження, збирання фінансово-економічних даних та розробку заходів щодо розвитку позитивних процесів у сфері фінансових відносин, знешкодження негативних явищ у цій сфері, а саме:

- корумпованість у сферах бізнесу та влади;
- домінування політичних чинників над економічними, що приводить до зменшення привабливості країни для зовнішнього та внутрішнього інвестування;

- високій поріг населення, що живе на порозі бідності (близько 80% українців за даними Організації Об'єднаних Націй на лютий 2016 року);
- надто велика розбіжність оплати праці різних верств населення та видача заробітної плати «у конвертах».

Основною причиною виникнення фінансових небезпек в нинішніх умовах України є різкий розвиток економіки, який не передбачає структурних змін у ній, нестабільність в економічній та інших сферах. Це, на нашу думку, загрожує загостренням конкуренції на світовому ринку, особливо в умовах інфляційних тенденцій, що можуть призвести до цілковитої соціально-економічної залежності держави від іноземного інвестування та відсутності можливостей примноження доходів держави.

Щоб підняти ступень своєї фінансової безпеки, Україна потребує:

- переоцінювання виваженості та доречності нинішньої фінансової політики, а, за потреби, її реформування;
- координування усіх дій держави для підвищення безпеки не лише на загальнодержавному рівні, а її забезпечення також як суб'єктів господарювання, так і окремих громадян;
- витіснення усіх суперечок у фінансовій сфері та чітке спрямування дій на користь розвитку держави у соціально-економічній площині.

На цей час в Україні для становлення дієвого механізму фінансової безпеки потрібно створити відповідний інститут, який буде прогнозувати та оцінювати фінансові ризики у цій сфері, визначати основні фінансові інтереси держави, розробляти стратегічні плани та знаходити конкретні шляхи для їхнього виконання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Живко З.Б. Фінансова безпека країни та суб'єктів господарювання / З.Б. Живко, М.М. Павлів, М.В. Тишко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3607>
2. Сухоруков А.І. Фінансова безпека держави / А.І. Сухоруков, О.Д. Ладюк : Навч. посіб. – К. : Центр навч. літ., 2016.

### **ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Мельник В. В., к.е.н., доцент**

**Орловська Г. В., студентка**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасний розвиток економіки України характеризується швидкими змінами факторів внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства, що викликають загрозу його фінансовим інтересам, спричиняють високий рівень фінансових ризиків.

Підприємство як відкрита економічна система, функціонує в умовах невизначеності та ризику, залучає ресурси для здійснення виробничо-

господарської діяльності, виходить на ринки збуту з метою отримання прибутку [2].

У зв'язку з цим важливого значення набуває формування системи економічної безпеки на підприємстві. На етапі становлення ринку, поняття «економічна безпека» розглядалось як забезпечення умов збереження комерційної таємниці та інших секретів підприємства. Забезпечення економічної безпеки розглядалося насамперед як захист інформації [1].

Фінансово-економічна безпека підприємства – це захищеність від зовнішніх і внутрішніх загроз, що дає змогу зберегти й ефективно використовувати матеріальний, фінансовий і кадровий потенціал [4].

Під забезпеченням економічної безпеки підприємства розуміється діяльність менеджерів і персоналу, спрямована на запобігання порушенням стабільності функціонування й економічного розвитку підприємства унаслідок негативних дій на його корпоративні ресурси з боку зовнішніх і внутрішніх джерел загроз, як потенційні антропогенні, техногенні або стихійні носії.

Забезпечення фінансово-економічної безпеки є одним з основних принципів нормального функціонування підприємства, реалізація якого передбачає використання комплексного науково-практичного системного підходу. Головний його зміст — це виявлення й усунення зовнішніх і внутрішніх загроз. Тому кожне підприємство має розробляти власну комплексну систему забезпечення фінансово-економічної безпеки. Діяльність щодо забезпечення безпеки на підприємстві спрямована на конкретні об'єкти і провадиться за допомогою особливих засобів і методів відповідно до визначених принципів. Вона тісно пов'язана з діяльністю всіх функціональних ланок підприємства і має здійснюватися комплексно. Головна роль у цьому процесі належить службі безпеки. Фахівці служби безпеки покликані відстежувати економічну ситуацію на підприємстві, у його внутрішньому та зовнішньому середовищі, і вчасно реагувати на небезпечні, ризикові ситуації й загрози [3].

Поступовий перехід економіки України на ринкові відносини, по-перше, суттєво ускладнює умови господарювання, по-друге, сприяє зростанню конкуренції між господарюючими суб'єктами, що може погіршувати їхній фінансовий стан і більш того – призводити до банкрутства. Тому, управління фінансово-економічною безпекою підприємств є досить актуальним питанням.

#### **Список використаних джерел:**

1. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: монографія / Тарас Григорович Васильців. – Львів: Арал, 2009. – 386 с.
2. Ковальов Д. Економічна безпека підприємства / Д. Ковальов, Т. Сухорукова // Економіка України. – 1998. – № 10. – С. 48–52.
3. Кравченко С. Основні напрямки забезпечення економічної безпеки України / С. Кравченко, С. Теленик // Економіка, фінанси, право. – 2002. – № 2. – С. 6–10.
4. Мойсеєнко І. П. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства : навч. посібник / І. П. Мойсеєнко, О. М. Марченко. – Львів, 2011. – 380 с.

# АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Осадченко Б. А., магістрант

Науковий керівник: к. е. н., доцент Білошкурський М. В.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Становлення і розвиток податкової системи України відбувається в умовах постійної зміни законодавчої бази, коливань економічної кон'юнктури і непередбачуваності перспектив для багатьох українських підприємств. Слабкими місцями податкової компоненти вітчизняної фінансової безпеки можна вважати податковий борг, який щороку зберігається та наростає, продукування кризових явищ на підприємствах-податкових боржниках, їхнє банкрутство. Є підстави вважати, що в основі формування податкової безпеки маж бути покладено модель життєвого циклу податково-боргових ризиків фінансової безпеки держави (рис. 1).

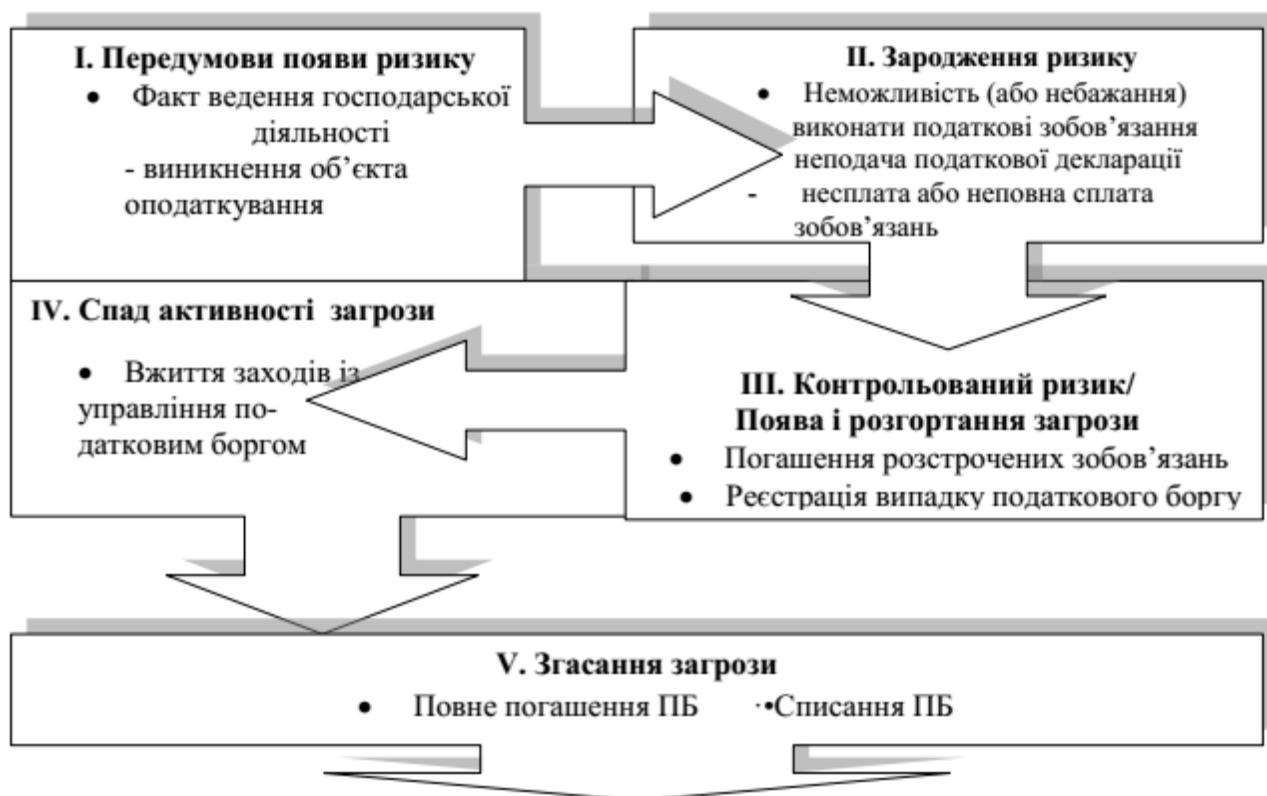


**Рис. 1. Етапи «життєвого циклу» податково-боргових ризиків фінансової безпеки держави**

Джерело: узагальнено за даним, наведеними у [1, с. 99].

Знання етапів розвитку ризику дає масив корисної управлінської інформації (типові проблеми, заходи по недопущенню та нейтралізації криз, інструменти оптимізації тощо). В загальному розумінні, життєвий цикл – це повний період від зародження явища до його згасання (ліквідації). Спроби подолання даних проблем разовими одностороннім заходами свідчать про

існування низки концептуальних і методологічних прогалин у підході до явища та стратегічні прорахунки процесів організації й управління, без усунення яких не можливе фінансове оздоровлення держави.

Отже, податкова заборгованість є тим негативним явищем, яке відволікає фінансові, кадрові та часові ресурси на її адміністрування. Крім того, податкове середовище піддається викривленню, адже платники, результати господарювання яких знаходяться на одному рівні, в результаті опиняються в різних фінансових умовах. Найважливіше, що заборгованість загрожує стабільності державних фінансів, призводить до недофінансування запланованих програм і заходів, що відображається на стані фінансової безпеки. До того ж, дана проблема має соціально-економічне забарвлення, оскільки дефіцит бюджетних надходжень зумовлює скорочення потенційних можливостей держави здійснювати вкладення в економіку й нарощувати людський капітал.

#### **Список використаних джерел:**

1. Михальчук Н. М. Програма нейтралізації податково-боргових ризиків фінансової безпеки держави / Н. М. Михальчук // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – 2016. – № 1. – С. 91-101.

## **СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Підлісний Є. В., ст. викладач**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В Україні в умовах радикальних економічних перетворень все більшого значення набувають питання захисту підприємництва. Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що питанню економічної безпеки підприємства приділяється значна увага вітчизняних науковців, а саме розглянуто теоретико-методологічні аспекти економічної безпеки підприємства, основні функціональні складові, їх сутність та значення. Однак, перехід до ринкової економіки, створення значної кількості підприємств, виникнення різноманітних способів конкурентної боротьби, недосконале законодавство, слабкість та корумпованість державних структур, криміналізація господарської діяльності та інші причини створили господарюючим суб'єктам умови, в яких вони вимушені приділяти значну увагу питанням забезпечення власної економічної безпеки.

Дотримання економічної безпеки підприємства зумовлюється об'єктивно наявним для нього завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності. Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно керівництво і спеціалісти (менеджери) будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього

середовища.

Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування в теперішньому часі і високий потенціал розвитку в майбутньому. До основних функціональних цілей економічної безпеки підприємства належать:

- 1) забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства;
- 2) забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу;
- 3) досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством;
- 4) досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу, належної ефективності корпоративних НДДКР;
- 5) мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;
- 6) якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;
- 7) забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації;
- 8) ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів [2, с. 57].

На рівень економічної безпеки підприємства впливають різноманітні чинники. Чинники економічної безпеки підприємства різноманітні і в кожній галузі виробництва мають свою специфіку. Однак, є загальні типові чинники, які впливають на рівень економічної безпеки підприємства незалежно від форм власності й галузі виробництва. Це безпосередні чинники виробництва, стабільний попит на продукцію, надійність постачальників, зовнішня конкуренція, надійний захист комерційної таємниці, компетентність керівництва підприємства.

Найважливішими чинниками, які можуть найбільш активно впливати на належний рівень економічної безпеки підприємства, це високий професіоналізм керівництва і команди менеджерів (висококваліфіковані кадри; система підготовки і форми навчання кадрів; створення для кадрів відповідних виробничих і соціальних умов) [1, с. 104].

Крім того, економічна безпека підприємства це найефективніше використання ресурсів, які забезпечують стабільне функціонування підприємства. До ресурсів забезпечення надійного існування і прогресивного розвитку підприємства відносяться: персонал підприємства, матеріальні та інтелектуальні (інформаційні) ресурси.

Отже, необхідність постійного дотримання економічної безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності.

### **Список використаних джерел:**

1. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : навч. посіб. / М. І. Камлик. – К. : Атіка, 2005. – 432 с.

2. Єрмошенко М. М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення / М. М. Єрмошенко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 309 с.

## **АНАЛІЗ ПРАКТИЧНИХ АСПЕКТІВ РЕЙДЕРСТВА ЯК ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВ**

**Петраківський Д. О.,** *член МАН*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Шульга В.І.*

*Черкаський фізико-математичний ліцей*

У сучасних умовах господарювання особливого значення набуває забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності різних форм власності через нейтралізацію загроз, які виникають на тлі погіршення фінансового стану та недосконалості законодавства, створюючи сприятливі умови для рейдерського захоплення.

Аналіз проблеми виникнення та розвитку рейдерства дозволив дійти висновку, що рейдерство не є виключно українським феноменом в сучасних умовах. Однак інституалізація рейдерської активності в Україні має свої специфічні відмінності, пов'язані з передумовами виникнення й особливостями подальшого розвитку цього негативного феномену сучасного господарювання.

У контексті історичного дослідження поширення рейдерських дій, заслуговують на увагу праці українського дослідника Белікова О.І. [1], який виділяє чотири основні періоди: перший – епоха Івана Грозного, другий – правління Петра Першого, третій – радянський період і четвертий – з 1990 р. й до сьогодні.

Аналізуючи праці Б. М. Грека [2], З. С. Варналія [3], М. В. Білошкурського [4], а також А. А. Дорошука [5], котрий дослідив механізм регулювання рейдерства в Україні, можемо останній історичний період рейдерства поділити на кілька етапів, котрі характеризуються агресивними (1989-2000 рр.) та більш легальними, майже законними (після 2000 р.) методами загарбання бізнесу. А саме:

1) рекет (1989-1993) – примусове стягування з підприємця постійної плати за послуги з охорони (іноді дійсно надаваної). Основний об'єкт захоплення – позитивний фінансовий потік.

2) приватизація (з 1992 року) – переведення державної власності у власність директора підприємства. Об'єкт захоплення – майновий комплекс державного підприємства.



3) банкрутство (з 1996 року) – доведення до банкрутства з подальшим викупом або виділення дочірніх та малих підприємств. Об'єкт захоплення – земельні ділянки, будинки, споруди.

4) схема оскарження приватизації (з 2004 року) – зміна власника приватизованого підприємства. Об'єкт захоплення – майнові комплекси колишніх державних підприємств.

5) власне рейдерство (з 2004 року) – заволодіння активами підприємства всупереч волі власника. Об'єкт захоплення – діючий приватний бізнес.

6) глобальна світова криза (з 2008 року) – послаблення підприємств за рахунок девальвації національної валюти та вимивання оборотних коштів з подальшим їх виходом з ринку або поглинанням більш крупним ринковим оператором. Об'єкт захоплення – діючий приватний бізнес.

7) з 2010 року – нова хвиля перерозподілу власності. Об'єкт захоплення – діючий приватний бізнес

На наш погляд, останній етап доцільно уточнити шляхом встановлення відповідних часових меж – з 2010 по 2014 рр., оскільки саме у цей період відбулось прийняття Закону України «Про акціонерні товариства». Саме в цей період необхідність переведення акцій із документарної у без документарну форму спричинила значний розмір зловживань із залученням незалежних реєстраторів при переоформленні прав власності, а також можливості сконцентрувати керуючий пакет у необхідної особи.

Також вважаємо, що зазначені етапи доцільно доповнити новим етапом (2015 р. – дотепер) – наслідки революції «гідності» та початок антитерористичної операції на Сході країни призвели до банкрутства великої кількості підприємств або припинення їх роботи, що негативно відобразилось на обігу їх цінних паперів та захопленню цих підприємств особами, що прийшли до влади, або близьких них.

### **Список використаних джерел:**

1. Беліков О. І. Рейдерство в Україні – реалії сьогодення / О. І. Беліков // Юридичний журнал. – 2007. – № 4. – С. 105-109.
2. Грек Б. М. Поняття та історичні передумови розвитку рейдерства в Україні / Б. М. Грек, Т. Б. Грек // Адвокат. – 2010. – № 9. – С. 29-34.
3. Варналій З. Основні передумови та шляхи подолання рейдерства в Україні [Електронний ресурс] / З. Варналій, І. Мазур // Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/juli/1.htm>.
4. Білошкурський М. В. Деякі особливості діагностики кризового стану підприємства / М. В. Білошкурський // Актуальні проблеми економіки. – № 3. – 2005. – С. 85-89.
5. Дорошук А. А. Система регулювання рейдерства в Україні / А. А. Дорошук, М. В. Трибуха // Економіка: реалії часу. – 2011. – № 1. – С. 170-176.

# СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ЗМІЦНЕННЯ

**Федчук В. В.**, студентка

*Науковий керівник: к.е.н, доцент Вінницька О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У сучасних умовах особливу роль відіграє система безпеки держави, насамперед — фінансової, як базової економічної безпеки країни в цілому. Це зумовлено посиленням фінансової глобалізації, послабленням державного контролю за розвитком грошово-кредитних відносин, лібералізацією зовнішньоекономічних зв'язків, підвищенням значення валютних відносин та зростанням міжнародної мобільності капіталу і посиленням впливу валютної сфери на процеси, що відбуваються в сучасному секторі економіки.

Фінансова безпека держави – це одна з важливих складових економічної безпеки, яка забезпечує захищеність інтересів держави у фінансовій сфері (бюджетної, податкової та грошово-кредитної систем) та її захищеність від внутрішніх та зовнішніх загроз.

Основними загрозами фінансової безпеки є:

- 1) низький рівень соціальної орієнтованості економіки;
- 2) падіння платоспроможності населення;
- 3) скорочення ролі внутрішніх соціально-економічних стимуляторів економічного зростання;
- 4) зростання економічної злочинності, корупції;
- 5) зростання фінансових втрат унаслідок збільшення масштабів і поглиблення соціальної напруженості у сфері економічних відносин;
- 6) зростання зовнішньої фінансової заборгованості України, посилення її залежності від іноземних кредитів;
- 7) нерозвиненість ринків капіталу та їх інфраструктури;
- 8) криза грошової і фінансово-кредитної систем;
- 9) нестабільність економіки.

Пріоритетні напрями зміцнення фінансової безпеки України визначаються насамперед через оцінювання показників, що відображають рівень управління її складовими [4].

Сучасний стан фінансової безпеки характеризується певним набором показників. Кожен з індикаторів має своє граничне (найменше чи найбільше) значення, яке встановлено залежно від рівня економічного розвитку країни. Відхилення фактичного значення свідчать про необхідність профілактики або усунення причин, що їх зумовлюють.

У системі показників економічної безпеки виокремлюють такі основні індикатори: рівень і якість життя, темпи інфляції; норма безробіття, економічне зростання; дефіцит бюджету, величина державного боргу, стан золотовалютних резервів, діяльність тіньової економіки, стан екології [3].

Щодо порогових значень індикаторів – їх визначають індивідуально для кожної країни по кожному з індикаторів. Можна визначати кілька порогових

значень – за оптимістичного, нейтрального та песимістичного сценарію. Для оцінки фінансової безпеки Україні використовують порогові значення індикаторів, які наведені у Методичних рекомендаціях щодо оцінки рівня фінансової безпеки, затверджених Наказом Міністерства економіки України.

Більшість показників фінансової безпеки у ЄС та України мають ідентичні критичні значення, що, з одного боку, сприяє можливій інтеграції України у європейське співтовариство, а з іншого, не враховує особливості вітчизняної економіки як перехідної та такої, що розвивається. Окрім цього, остання боргова криза у ЄС, що триває і досі, змусила країни-члени переглянути максимально допустимі значення індикаторів фінансової безпеки в бік їх зниження.

На основі багаторічного досвіду міжнародні інститути, зокрема МВФ, розробили систему показників, за допомогою яких оцінюють стан фінансової безпеки країни та прогнозують майбутній розвиток. Окрім загальноприйнятих, МВФ розраховує показник ВВП на душу населення, індекс покриття експорту імпортом, індекс відкритості економіки та ін. показники фінансової безпеки, розроблені російським інститутом перехідної економіки [2].

Протягом останніх років, лише деякі показники бюджетної безпеки України були наближені до свого нормативного значення. Основним показником, що характеризує рівень бюджетної безпеки є рівень дефіциту державного бюджету до ВВП. Станом на 2016 рік цей показник становив 3,7%, що означає подальше зменшення потреби у залученні нових боргів для фінансування бюджету й боргове навантаження на майбутнє.

Взагалі, станом на 2016 рік можна виокремити такі ключові макроекономічні показники, які впливають на фінансову безпеку України:

- реальне економічне зростання – плюс 2%;
- інфляція – 12%;
- середньорічний курс долара США – 24,1 гривні, в кінці року – 24,4 гривні;
- номінальний ВВП склав 2262 млрд грн.

Граничний дефіцит державного бюджету – 3,7% ВВП (83,7 млрд грн), у межах маяка МВФ.

Граничний обсяг державного боргу, обрахований у національній валюті, склав 1 501,5 млрд грн та становив 66,4 % від ВВП.

Гарантований державою борг, обрахований у національній валюті, склав 444,8 млрд грн. Державний та гарантований державою борг становив 86,0 % від ВВП [1].

Гарантування фінансової безпеки держави є результатом практичних заходів з боку законодавчої та виконавчої влади у фінансовій сфері, який досягається шляхом ефективного використання державних фінансів, створення сприятливого податкового та інвестиційного клімату, вдосконалення вітчизняного законодавства [4].

Крім описаних вище заходів, досить важливим є врегулювання мирного стану на сході країни та подолання корупції в державі.

Отже, важливим фактором ефективного функціонування держави є її міцна економічна безпека, тоді як фінансова безпека є його складовою та відображає фінансовий стан держави. Найбільші загрози фінансової безпеки України криються у сфері зовнішньої заборгованості, високої вартості банківських кредитів, значного рівня доларизації економіки, зростання тіньового її сектору, від'ємного платіжного балансу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ключові показники державного бюджету на 2016 рік / [Електронний ресурс].-Режим доступу: <https://tsn.ua/groshi/yakiy-derzhbyudzheth-2016-posered-nochi-uhvalili-nardepi-klyuchovi-pokazniki-561203.html>
2. Михаліцька Н. Я. Фінансова безпека підприємств та її індикатори [Електронний ресурс] / Н. Я. Михаліцька // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. серія економічна. – 2012. – Вип. 1. – С. 67-80. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvldu\\_e\\_2012\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvldu_e_2012_1_9)
3. Приходько В. П. Фінансова безпека як основна умова ефективного функціонування держави [Електронний ресурс] / В. П. Приходько // Агросвіт. - 2013. – № 15. – С. 7-10. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit\\_2013\\_15\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2013_15_3)
4. Столяренко О. О. Фінансова безпека як складова економічної безпеки держави [Електронний ресурс] / О. О. Столяренко, І. М. Лужецька, М. М. Сорочинська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. - Вип. 25.3. – С. 305-308. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnlut\\_2015\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnlut_2015_25)

### **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Столбова А. С., студентка**

**Корнієнко Т. О., викладач**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах нестабільної економічної ситуації діяльність підприємств, незалежно від форми власності та організаційно-правової форми господарювання, схильна до постійного ризику та загроз, що пов'язані з посиленням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на їх функціонування. Зростання рівня ризикованості господарської діяльності підприємств призводить до значного недоотримання доходів, втрати ліквідності, платоспроможності і, як наслідок, виникнення кризової ситуації. Тому досить важливого значення набуває розробка та реалізація дієвої системи фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання, пріоритетними цілями якої є своєчасне виявлення та розробка способів уникнення непередбачуваних обставин, що зумовлюють фінансову нестабільність на підприємствах.

Формування системи фінансово-економічної безпеки, неможливе без розуміння суті поняття «фінансово-економічна безпека підприємства». Оскільки в літературі, яка присвячена розгляду даної проблематики, як правило

розмежовують поняття «фінансова безпека підприємства» і «економічна безпека підприємства».

Під економічною безпекою підприємства розуміють «стан, за якого забезпечується економічний розвиток і стабільність діяльності суб'єкта господарювання, гарантований захист його ресурсів, здатність адекватно і без суттєвих втрат реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища» [3, с. 8].

В свою чергу, фінансова безпека підприємства є основним елементом системи його економічної безпеки. У загальному складі елементів економічної безпеки фінансова виступає в ролі базового значення рівня і структури фінансового потенціалу підприємства в забезпеченні цілей його економічного розвитку [1].

Таким чином, під фінансово-економічною безпекою підприємства необхідно розуміти фінансово-економічний стан, який забезпечує захищеність його фінансово-економічних інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз та створює необхідні передумови для стійкого розвитку в поточному та довгостроковому періодах [6].

Однією із найважливіших умов досягнення стабільного розвитку та формування позитивних результатів фінансової діяльності суб'єкта господарювання є розробка та впровадження ефективного механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки, який спрямований на захист від загроз та небезпек внутрішнього та зовнішнього середовища [2].

В основу механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства покладено системне поєднання функцій, інструментів, методів та організаційного, нормативно-правового і інформаційно-аналітичного забезпечення, що ґрунтуються на базі принципів забезпечення фінансової безпеки та об'єктивно існують як економічні закономірності.

Практично неможливо одразу створити систему фінансово-економічної безпеки підприємства з придатним рівнем результативності. Система фінансово-економічної безпеки створюється з мінімальним набором необхідних компонентів, а потім поступово набуває нових кількісних та якісних властивостей, проходячи усі стадії життєвого циклу.

Важливим моментом створення системи фінансово-економічної безпеки є вибір її стратегії та політики. Ретельно продумана і сумлінно реалізована стратегія фінансово-економічної безпеки підприємства може значно понизити або навіть зовсім уникнути фінансові втрати від коливань і негативних змін зовнішнього середовища.

Як зазначає Іващенко О.В. [4] організація та функціонування комплексної системи фінансово-економічної безпеки підприємства повинні дотримуватися таких принципів: комплексність (системність), пріоритет заходів запобігання (своєчасність), безперервність, законність, плановість, оптимальність, взаємодія всіх учасників системи, включаючи тісні ділові контакти й узгодження дій із зовнішніми організаціями, які забезпечують безпеку підприємств, поєднання гласності і конфіденційності та компетентність всіх учасників системи.

Функціонування механізму забезпечення фінансової безпеки має бути спрямоване на досягнення таких задач:

- визначення фінансових інтересів суб'єкта господарювання, які потребують захисту;

– виявлення на ранніх стадіях загроз, як внутрішнього, так і зовнішнього характеру;

– розробка і реалізація системи заходів щодо нейтралізації загроз та недопущення можливих фінансових збитків [5].

Отже, на сьогоднішній день кожне підприємство повинно орієнтуватися в складних умовах ринкової економіки, розробляти стратегію подальшого розвитку, створювати налагоджену дієву систему фінансово-економічної безпеки, яка б дала можливість виявляти та нейтралізувати ризики та їх наслідки у ході процесу керування. Забезпечення належного рівня фінансово-економічної безпеки на підприємстві сприятиме досягненню стратегічних і тактичних цілей та завдань підприємства для безперервної успішної діяльності та стійкого розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И.А. Бланк. – К. : Изд-во «Эльга», «Ника-Центр», 2004. – 784 с.

2. Білошкурська Н. В. Особливості формування рівнів економічної безпеки / Н. В. Білошкурська // Економіка. Фінанси. Право. – 2011. – № 5. – С. 7–10.

3. Зубок М. І. Економічна безпека суб'єктів підприємництва: навчальний посібник / Зубок М. І., Рубцов В. С., Яременко С. М.. – К., 2012 – 226 с.

4. Іващенко О. В. Система фінансово-економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer28/51.pdf> – Дата звернення: 06.11.2017.

5. Клименко Т. В. Основні елементи механізму забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Т. В. Клименко // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2011. – № 4(58). – С. 340-343.

6. Мойсеєнко І. П. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. посібник / І. П. Мойсеєнко, О. М. Марченко. – Львів: Видавництво ЛДУВС, 2014. – 380 с.

## **ФІНАНСОВІ КРИЗИ В УКРАЇНІ, ЇХ НАСЛІДКИ ТА ШЛЯХИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ**

**Ямелинець А. І., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Карпишин Н. І.  
Тернопільський національний економічний університет*

На сьогоднішній час, в Україні питання попередження фінансових криз постало дуже гостро. Україна за минулі роки пройшла дві фінансові кризи. Це суттєво вплинуло на державу, а саме в негативному виразі і призвело до зниження добробуту населення. Тому, потрібно використати досвід минулих років для попередження фінансових криз в майбутньому.

Перша криза 2008-2009 рр. стала для України валютно-фінансовою, різко зріс валютний курс – з 5,5 грн. до 7,98 грн. за дол. Ця фінансова криза була родом

із США і стала світовою фінансовою кризою. Вона носила циклічний характер і виникла в наслідок різкого спаду ділової активності. Внаслідок кризових явищ, зменшився платоспроможний попит на вітчизняну металургійну продукцію, через що Україна недоотримала значних обсягів валюти, зовнішнє торгівельне сальдо склало від'ємне значення у 15 млрд. дол., що і призвело до нестачі валюти на внутрішньому ринку і до інфляційних процесів [1].

Другою фінансовою кризою, стала фінансово-економічна криза в Україні 2014-2016 рр. Причиною її виникнення була нестабільна соціально-економічна та політична ситуація в державі, анексія Криму, окупація східних областей. Ця економічна криза призвела до наступних наслідків [2]:

- знецінення національної валюти майже в 3 рази, з 8 грн. за дол. в 2014 р. до 25,15 грн. за дол.. у 2016 р., на сьогоднішній день знецінення гривні зупинилося на позначці в 26,8 грн. за дол.;

- інфляційні процеси в Україні, що призвели до знецінення гривні, в 2015 р. набрали катастрофічних для економіки масштабів, в березні-квітні було зафіксовано рекордні для України 10,8% та 14%;

- зменшення реальних доходів населення на одну особу з 372,49 дол. у 2013 році до 178,22 дол. у 2016 році;

- збільшення рівня безробіття в державі на початку 2014 року з 7,2% до 9.3 % в кінці 2015 року;

- зменшення експорту з 14.23 млрд дол у 2013 році до 9.7 млрд дол у 2015 році.

На відміну від циклічної кризи 2008-2009 рр., ця криза стала проміжною, тобто такою, що викликана не через циклічність економіки, а через внутрішні негативні чинники.

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що Україні потрібно знайти важелі та методи для ефективного захисту від світових фінансових криз. Проте було доведено, що світові кризи мають об'єктивну сутність. Їх не можна уникнути, але можна регулювати, змінюючи тривалість певних циклів. Тому, політика держави має бути спрямована не на регулювання циклу ділової активності в загальному, а лише на певні його фази. Основні дві фази, що піддаються регулюванню, це є фаза піку, яку держава намагається подовжити та фаза депресії, тобто після кризовий стан, яку держава намагається скоротити.

Під час фази піднесення держава має проводити політику високих ставок податків, для того щоб економіка не «перегрівалася». Суть цього способу полягає у зменшенні вільних коштів у суб'єктів господарювання та домогосподарств, та стримування зростання сукупного попиту. Такий спосіб регулювання є досить зручним і ефективним для держави. Оскільки він залучає додаткові кошти, за допомогою яких може реалізувати більшу кількість цільових програм, та відповідно у неї буде достатньо коштів для забезпечення витрат майбутніх періодів. Ще одним інструментом для регулювання у фазі піднесення є облікова ставка повинна збільшуватися для зменшення сукупного попиту та зменшення кількості коштів в економіці.

Під час фази спаду податкова політика має бути спрямована на розвиток малого та середнього бізнесу. Така податкова політика є політикою низьких податкових ставок. За допомогою зниження податкових ставок відбувається стимулювання створень нових суб'єктів господарювання. Також цього можна досягти наданням податкових пільг та податкових канікул новоствореним підприємствам. Свого часу цю політику застосовував Сінгапур, який є одним із «Азіатських тигрів». Облікова ставка використовується і для пришвидшення із фази депресії. Для цього НБУ зменшує її, що спричиняє більшу доступність кредитів, а значить більші вливання коштів в економіку та економічне зростання як наслідки.

Отже, Україні на сьогоднішній день потрібно домогтися від своєї фінансової системи швидкого та оперативного функціонування. Ставки податків повинні бути гнучкими, для більш ефективного управління циклічністю економіки, для недопущення перегріву економіки під час фази піднесення та пришвидшення розвитку економіки в фазі депресії. Також, не можна допускати емісійного покриття державного боргу чи дефіциту бюджету, це лише призведе до посилення негативного впливу на економіку в довгостроковій перспективі. Необхідно залучати іноземний капітал для розвитку виробництва, це зміцнить українських виробників і збільшить їх фінансову стійкість, а також позитивно відобразиться на добробуті населення і макроекономічних показниках.

#### **Список використаних джерел:**

1. Могиліна Л. А., Циклічні коливання в економіці України як форма прояву економічної нестабільності. Економіка, фінанси, право. 2014. №12 (477). С. 30-35.
2. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua> (Дата звернення: 16.10.17)



## СЕКЦІЯ 6

### ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

---

#### МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Болецька В. П., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Бовкун О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Технологія – це комплекс наукових та інженерних знань, реалізованих у прийомах праці, наборах матеріальних, технічних, енергетичних, трудових факторів виробництва, способах їх з'єднання для створення продукту або послуги, що відповідають певним вимогам. Будь-яка технологія, у тому числі й маркетингова, містить у собі методи, прийоми, режим роботи, послідовність операцій та процедур. Крім того, вона тісно пов'язана із використанням конкретних засобів, обладнання, інструментів й матеріалів, які передбачені відповідною технологією [2].

Основні характеристики маркетингових технологій, найважливішими серед яких є такі:

- вони є описом такого маркетингового процесу, що неминуче веде до запланованого результату;
- це систематичний метод планування, застосування й оцінювання всього маркетингового процесу;
- це алгоритмізація діяльності маркетологів на основі проектування різних ситуацій;
- вони є науково обґрунтованим, комплексним, інтегративним процесом, який включає людей, ідеї, засоби і способи організації діяльності для аналізу проблем, планування, забезпечення роботи, оцінювання результатів. Як свідчить зарубіжний досвід, використання маркетингових технологій дає змогу реалізовувати найбільш оптимальну стратегію управління, досягаючи не лише економічного, але й соціального ефекту.

У січні – вересні 2017р. порівняно із січнем – вереснем 2016 р. індекс промислової продукції становив 99,7% У січні – серпні 2017р. експорт товарів становив 27512,1 млн. дол. США, імпорт – 30791,0 млн. дол. Порівняно із січнем – серпнем 2016 р. експорт збільшився на 21,1% (на 4794,6 млн. дол.), імпорт – на 27,4% (на 6625,7 млн. дол.). Негативне сальдо становило 3278,9 млн. дол. (у січні – серпні 2016р. також негативне – 1447,8 млн. дол.). Оптовий товарооборот підприємств (юридичних осіб) у січні – вересні 2017р. становив 1372,2 млрд. грн. Порівняно із січнем – вереснем 2016р. його фізичний обсяг збільшився на 1,5%.

У січні – вересні 2017 р. вантажооборот підприємств транспорту становив 254,3 млрд. ткм, або 108,1% від обсягу січня – вересня 2016р. Підприємствами транспорту перевезено 467,0 млн. т вантажів, що становить 102,8% від обсягів січня – вересня 2016 р. [1].

Зміст та специфіка маркетингових технологій, які рекомендовано використовувати вітчизняним підприємствам з різними інформаційними, виробничо-збутовими, фінансовими та іншими можливостями, а саме:

- вірусний маркетинг – це процес створення й розміщення медіа вірусу – цікавого та привабливого контенту (подібно вірусам, такі технології використовують будь-яку сприятливу можливість для збільшення інструментів трейд-маркетингу є мерчандайзинг – комплекс маркетингових заходів, здійснюваних у торгових приміщеннях, насамперед при веденні роздрібно торгівлі;
- інтегровані маркетингові комунікації – це взаємодія всіх форм комплексу комунікацій, при якому кожна із форм повинна бути інтегрована з іншими інструментами маркетингу і підкріплена ними для досягнення максимальної економічної ефективності;
- брендинг і ребрендинг. Брендинг – це діяльність з формування і розвитку бренду. Ребрендинг передбачає здійснення рестайлінгу – візуальної зміни елементів бренду (логотипу, фірмового стилю або інших атрибутів бренду;
- крос-маркетинг – це спільне просування товарів декількома не конкуруючими між собою підприємствами, продукція яких доповнює одна одну
- інші (мережевий маркетинг, маркетингові технології call-центру, мобільні маркетингові технології, продукт-плейсмент, технології прямого маркетингу, технологія виставкової діяльності підприємства тощо.

Використання вітчизняними підприємствами вище розглянутих маркетингових технологій (кожна з яких має свої переваги й недоліки), сприятиме досягненню маркетингових та управлінських цілей, підвищенню конкурентоспроможності і товарів, і підприємства, посиленню позицій на ринку.

Отримані результати аналізу розглянутих підходів до тлумачення сутності маркетингових технологій та визначення їх ролі в забезпеченні ефективного розвитку вітчизняних підприємств засвідчили необхідність поглиблення теоретико-методичних і прикладних засад маркетингових технологій як одного з пріоритетних та перспективних напрямків розвитку вітчизняних підприємств у сучасних умовах.

### **Список використаних джерел:**

1. Про соціально-економічне становище України за січень-вересень 2017 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/soc\\_ek/2017/publ\\_09\\_2017\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/soc_ek/2017/publ_09_2017_u.html)
2. Святненко В. Маркетингові технології як засіб ефективного розвитку вітчизняних підприємств / В. Святненко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2014. -вип.8–с.112 Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU\\_Ekon\\_2014\\_8\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_8_11)

3. Бовкун О. А. Управління фінансовими ризиками в системі економічної безпеки підприємств/О. А. Бовкун/ Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри», Умань: 2017. – С. 294–296

## INTERNET-MARKETING AS A MEANS OF PROMOTION SERVICES

**Vovk T. M., student**

*Scientific supervisor: PhD (Economics), associate professor Biloshkurska N. V.  
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University*

The development of scientific and technological progress and informatization of business are important factors in the reorientation of the main activities of most enterprises, including the emergence of new types of marketing. One of the results of scientific and technological progress is the creation of a fundamentally new type of marketing - Internet marketing.

The emergence and development of Internet marketing is closely intertwined with the emergence and development of e-commerce in business. E-commerce as a new type of business arose in the late XX century. and in recent years in developed countries has finally acquired the features of a stable and steadily developing direction, with fairly clear rules of the game for sellers and buyers. Today – this is the digital economy, which includes all financial and commercial transactions that are conducted using computer networks. Ukraine for a number of reasons is at the beginning of the development of e-commerce, and the perception of practical foreign experience to domestic business is necessary [3, p. 8].

According to I. Alekseev, e-commerce is a wide range of interactive methods of conducting activities to provide consumers with goods and services [1, p. 43], I. Balabanov under e-commerce understands “any form of business operations where the parties interact through electronic technologies, and not in the process of physical exchange or contact” [2, p. 73]. I. Holoshevykh points out that e-commerce is the use of electronic communications and technologies for processing digital information to establish and change the relationship of creating value between organizations and between organizations and individuals [4, p. 175].

So, examining all the convergence and differences of authors in the understanding of e-commerce, a more complete and clear definition can be considered the following: e-commerce – electronic economic activity that provides a full cycle of business processes and business transactions that include the order of goods / services, making payments, delivery of goods / services and other agreements that involve the use of modern information technologies and communication environment to ensure the highest economic efficiency compared with traditional forms of commerce.

The development of information technologies, among which the Internet became one of the key places, the emergence and rapid growth of e-commerce became the basis

for the emergence of a new direction in the modern concept of marketing interaction - Internet marketing.

Internet marketing is a new direction in the modern marketing concept, as well as the theory and methodology of marketing organization in the hypermedia Internet environment, which has unique characteristics significantly different from those of traditional marketing tools.

The essence of the concept of “Internet marketing” is explained by different scientists and marketers differently. A permanent user of the World Wide Web defines Internet marketing as a set of special methods that allow owners of web resources to promote their site on the Internet, thus spinning the brand of their company, to receive additional profits by applying network technologies.

The use of the Internet brings new features and benefits, compared to marketing based on traditional technologies. First, the transition of a key role from producers to consumers. This is one of the most fundamental qualities brought by the Internet to the world of modern commerce. The Internet made it possible for companies to attract the attention of a new client in dozens of seconds spent in front of a computer screen. At the same time, he gave the opportunity to the same user with a few clicks of the mouse to move to any of the competitors. In such a situation, the attention of customers becomes the greatest value, and established relationships with customers are the main capital of companies.

Today, the main task of marketing is not so much managing consumer demand, as balancing the needs of all market participants. At the same time, Internet marketing has added certain adjustments to standard methods of solving these problems, because the main feature of the e-commerce market is its interactivity, that is, the consumer and the producer are on equal terms simultaneously. Thus, the flexibility of the ultimate marketing policy is extremely high.

Internet marketing covers such methods of promotion as search marketing (site promotion), Internet advertising (banner and contextual advertising), e-mail and viral marketing.

Internet marketing has had a huge impact on a number of business areas, the music industry, banking, the market of portable electronic devices.

Thus, it can be argued that, nevertheless, when observing the rapid development of Internet technologies, in the near future electronic means will completely replace magazines and newspapers as a source of information, and electronic commercial channels are ordinary shopping centers. A fully integrated marketing system for the supply and demand of the product mix has been created, close ties have been established between producers and consumers, effective and cheap delivery of goods and services, as well as a system for satisfying the needs of consumers in real time.

### **References:**

1. Alekseev, I. (2000), “Electronic commerce: legal issues of business activity on the Internet”, *Jurist*, no. 3, pp. 43-45.
2. Balabanov, I. T. (2001), *Interaktivnyj biznes* [Interactive business], Piter, Saint Petersburg, Russia.

3. Balabanov, I. T. (2001), *Jelektronnaja kommercija* [Electronic commerce], Piter, Saint Petersburg, Russia.
4. Holoshevyh, I. (2002), "Virtual Trade. Is it real?!", *Byznes*, no. 47, p. 175.

## **ТАРГЕТИНГ ТА РЕТАРГЕТИНГ – ЕФЕКТИВНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ**

**Волощук А. В., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., ст. викл. Калініченко О. О.  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

Процес євроінтеграції вимагає оновлення підходів та підвищення конкурентоспроможності будь-якої сфери бізнесу. Захід вже давно використовує різні новітні маркетингові технології, а от в Україні вони тільки починають розвиватися. Для розвитку бізнесу та/або ефективного його існування необхідно використовувати маркетингові технології в мережі Інтернет. Саме даний ресурс є одним із найкращих методів просування товарів та послуг, адже його використовує майже кожен у своїй діяльності. Дослідження TNS Infratest у 2016 році показало, що 85% українців щодня використовують Інтернет, а 42% - використовують соціальні мережі [1]. Тому маркетологам доцільно застосовувати нові механізми, пов'язані з просуванням товарів в Інтернеті, через соціальні мережі.

На нашу думку, сьогодні одними з кращих механізмів є таргетинг та ретаргетинг, які допоможуть підвищити попит на товари або послуги.

Таргетинг (від англ. target – ціль) – це механізм, завдяки якому з'являється можливість виділяти з Інтернет-аудиторії тільки ту необхідну частину відвідувачів або цільову аудиторію, яка підходить за певними критеріями [3]. Таргетинг дозволяє показати рекламу цільовій аудиторії, що веде до підвищення ефективності рекламного повідомлення. В Інтернеті він показує рекламні банери відповідно до інтересів відвідувачів інформаційної сторінки [2].

Ретаргетинг діє інакше. Його інструменти дозволяють виділити відвідувачів сайту і проводити для них індивідуальні рекламні кампанії.

Тобто, таргетинг працює з потенційними клієнтами, виділяючи їх за певними інтересами та особистими характеристиками, щоб привернути увагу на певний товар, а ретаргетинг працює з клієнтами, які вже шукали потрібний їм товар.

В Україні такі соціальні мережі як Facebook та Instagram набирають обертів, адже за їхньої допомоги можна охопити величезну аудиторію. Адже кожен користувач даних мереж вказує свої особисті дані:

1. Географія (можна вказати навіть вулицю).
2. Демографія (стать, вік, сімейний статус).

3. Інтереси (групи і зустрічі, встановлені програми, інтереси, зазначені в профілі).

4. Професійні навички (навчальні заклади, посади).

5. Інші параметри (операційні системи, браузері) [5].

Також репостять, лайкають записи, які подобаються.

Таким чином, таргетинг має досить точну інформацію про потенційних клієнтів та пропонує відповідні товари або послуги за цими ж інтересами, які вказуються у профілі. Тому будь-який продавець може використовувати цей механізм для власних цілей. Розміщуючи рекламу, продавець може обирати, який регіон та в якій час користувачі соціальної мережі будуть її бачити, щоб відсіювати нецільову аудиторію.

В той час ретаргетинг працює з відвідувачами сайтів, які вже шукали певну продукцію чи послуги. За допомогою cookie-файлів сайт вираховує клієнта і пропонує купити товари на сайті. Ця ретаргетингова реклама розміщується на вашій профільній сторінці і не тільки.

Основними перевагами таргетингу та ретаргетингу є:

- економія коштів: Ви не витрачаєте рекламний бюджет в ті години, коли Ваші відвідувачі неактивні, не витрачаєте його на користувачів з тих регіонів, в яких Ваші послуги не виявляються;

- сприяє зростанню прибутку і дає гарантії збільшення відвідуваності сайту, тому що своєчасна реклама сприймається людьми як корисна інформація, а не як відволікаючий увагу сміття [4].

Недоліками виступають:

- оцінка оголошення (кліка або показу), яка відбувається за системою аукціону - хто готовий заплатити більше, тому й дістанеться більша частина користувачів. Хто заплатить трохи менше, буде показаний в другу чергу;

- блокування реклами, такою програмою як AdBlock.

Отже, таргетинг та ретаргетинг є ефективними маркетинговими технологіями просування товарів та послуг в Інтернеті, адже з їх допомогою можна розширювати ринки, охоплювати більшу аудиторію та знижувати свої витрати на маркетинг та загалом. Український бізнес може досягнути значних результатів, пропонуючи свої товари та послуги. Для цього необхідно тільки подолати недоліки і стимулювати розвиток інтернет – маркетингу.

Сама ж схема дії цих механізмів гранично проста: спершу визначаємо цільову аудиторію за допомогою таргетингу, потім залучаємо відвідувачів за рахунок реклами, після чого утримуємо за допомогою ретаргетингу. Схема випробувана і відпрацьована, і її залишається лише застосувати на практиці.

### **Список використаних джерел:**

1. Google з'ясував, як українці користуються інтернетом [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2016/09/13/google-z-yasuvav-yak-ukrayintsi-korystuyutsya-internetom/>

2. Записки маркетолога: Таргетинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/targeting/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/targeting/)
3. Таргетинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vse-prosto.xn--b1ag1aeig3e.xn--p1ai/targeting.html>
4. Таргетинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://imsico.com.ua/uk/targeting>
5. Таргетинг в соцсетях рекламная кампания с десятиллионной аудиторией [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://garpun.com/help/targeting-v-sotssetjah/>

## **ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ ФУНКЦІЇ ВИСТАВКИ-ПРОДАЖУ**

**Діденко С. В., студентка**

*Науковий керівник: викладач Побережець Н. Б.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

За сучасних умов функціонування ринку виставкова діяльність сприяє ефективному просуванню продукту чи послуги. Сьогодні виставкова ділянка є майданчиком для спілкування ймовірних партнерів та популяризації продукту.

Виставка-продаж — це форма виставкової діяльності, яка поєднує рекламу з продажем товарів та вивченням виробничими фірмами поглядів покупців. Основна мета ярмаркових та виставкових заходів — оптовий продаж товарів, укладання прямих договорів чи контрактів між продавцями і покупцями [2].

Під час виставки-продажу на виставкових площах пропонуються товари та послуги з метою продажу. Тому часто на таких заходах укладаються важливі договори та контракти на великі поставки, тому в межах виставкового залу розташовані «лаундж зони», а стенди мають «бізнес-зони» для спілкування.

Принципи ярмаркової торгівлі є основою організаційної побудови та функціональної діяльності виставок-продажів та виставок-салонів.

Виставки-продажі виконують ряд функцій, які впливають на економіку:

- розширення збуту підприємства;
- стимулювання розвитку споживчого ринку;
- скорочення технологічного ланцюжка збуту шляхом встановлення прямих контактів між виробниками і споживачами, виробниками і роздрібною торгівлею;
- зменшення транзакційних витрат;
- підвищення ступеня прозорості ринку — тобто ступеня відкритості інформації для всіх суб'єктів господарювання і споживачів (разом зі зменшенням транзакційних витрат, що призводить до зниження цін);
- розвиток міжнародного економічного співробітництва (експорт, імпорт, інвестиції тощо);
- трансфер технологій (ознайомлення з новітніми технологіями, передача їх від більш розвинених підприємств іншим);

– встановлення нових коопераційних зв'язків (у тому числі міжрегіональних) [3, с. 118].

Окрім вищезгаданих функцій виокремлюють соціальні функції виставкової справи:

– виставки слугують важливим місцем для спілкування бізнесових, професійних, регіональних співтовариств чи груп за інтересами (виставку можна вважати ефективною, якщо експоненти змогли зустрітись зі своїми потенційними покупцями);

– виставка – це потужний інструмент розповсюдження знань про нові досягнення науки і технологій;

– виставкові заходи дають можливість особисто відчутти зміни, які відбуваються в світі (технічна та технологічна новизна);

– виставки мають велике значення провадження споживацької культури в індустріальне суспільство;

– виставки створюють святковий (карнавальний) простір, що дуже важливо при численних умовностях і заборонах в сучасному суспільстві;

– виставки виступають інструментом ідеологічної пропаганди;

– виставка є каталізатором формування чи підтримки певного настрою в суспільстві. Ця функція надає можливості миттєвої оцінки цього настрою та може порівнюватись до соціологічних досліджень;

– виставка — база для формування галузевих бізнес-асоціацій, єдиних галузевих стандартів;

– джерело інформації для історії та соціології про певні аспекти життя: соціальні, ідеологічні, політичні. [4, с.183]

У сучасних умовах виставкова діяльність перетворилася на важливу галузь економічної діяльності, в сферу де задіяні сотні тисяч працівників з усього світу, сферу з спеціально створеною інфраструктурою, створення професійних об'єднань та порядком підготовки кадрів.

Як галузь господарства виставкова діяльність робить свій внесок у створення національного продукту, створення нових робочих місць, є джерелом податків. З кожним роком кількість виставково-ярмаркових заходів постійно зростає, а з ними кількість відвідувачів також збільшується. В наш час великі міжнародні виставки можна порівняти до надзвичайних подій світового значення, адже за своїми масштабами та громадською зацікавленістю нагадують різні відомі фестивалі мистецького напрямку та спортивні заходи.

### **Список використаних джерел:**

1. Виставково-ярмаркова діяльність як форма маркетингових комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [https://studme.com.ua/19531117/marketing/vystavochno-yarmarochnaya\\_deyatelnost\\_kak\\_forma\\_marketingovyh\\_kommunikatsiy.htm](https://studme.com.ua/19531117/marketing/vystavochno-yarmarochnaya_deyatelnost_kak_forma_marketingovyh_kommunikatsiy.htm)



2. Миронов Ю. Б. Основи рекламної діяльності : навчальний посібник. / Ю. Б. Миронов, Р. М. Крамар. – Дрогобич: Просвіт, 2007. – 108 с.
3. Пекар В. О. Основи виставкової діяльності: навч. пос. / В. О. Пекар. – К.: Євроіндекс, 2009. – 348 с.
4. Хінціцька А. М. Розвиток виставково-ярмаркової діяльності в Україні на сучасному етапі / А. М. Хінціцька, О. М. Коваль // Вісник КНУТД. – 2013. – №2. – С. 182–188.

## **ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

*Діденко Л. В., студентка*

*Науковий керівник: викладач Побережець Н.Б.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Розвиток сучасного суспільства та поява нових технологій стали причиною бурхливого розвитку мережі Інтернет, яка сприяє встановленню нових зв'язків та партнерства, створенню та розвитку бізнесу. Тому і не дивно, що маркетингова діяльність набула поширення в Інтернеті.

Інтернет-маркетинг виник порівняно недавно та використовує всі аспекти традиційного маркетингу в Інтернеті, що стосується основних елементів маркетинг-міксу: ціни, продукт, місця продажу і просування. Основною метою даного виду маркетингу є отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту [5].

Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції. Його також називають online-маркетингом. Він може включати такі частини як інтернет-інтеграція, інформаційний менеджмент, PR, служба роботи з покупцями та продажу. Електронна комерція та інтернет-маркетинг стали популярними з розширенням доступу до мережі Інтернет і являють собою невід'ємну частину будь-якої маркетингової кампанії.

Сегмент інтернет-маркетингу і реклами зростають у всіх секторах економіки, про що свідчить поява з кожним днем все нових інтернет-магазинів.

Інтернет-маркетинг у своїх працях розглядали багато науковців, кожен з яких має своє бачення на визначення інтернет-маркетингу (табл. 1).

Традиційні підприємства використовують Інтернет-маркетинг як додатковий засіб у межах реалізації маркетингової діяльності, хоча українські підприємства мають достатні технічні умови для розвитку Інтернет-маркетингу. Рівень загальної комп'ютеризації вітчизняних підприємств складає понад 91 %. Найбільш активно підприємства використовують Інтернет-технології для отримання банківських та фінансових послуг (87,7%); отримання форм (81,6%); отримання інформації (80,5%); заповнення форм (66,6%) [4].

**Систематизація визначень Інтернет-маркетингу**

| <b>№</b> | <b>Автор</b>                | <b>Визначення терміну</b>                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | У. Хенсон [10, с. 68]       | Визначає Інтернет-маркетинг як побудову маркетингу через Інтернет.                                                                                                                                                                                                                               |
| 2.       | І. В. Успенський [9, с. 47] | Інтернет-маркетинг – це теорія та методологія маркетингу в Інтернеті.                                                                                                                                                                                                                            |
| 3.       | Т. П. Данько [3, с. 27]     | Інтернет-маркетинг – це реалізація маркетингової діяльності у електронному середовищі.                                                                                                                                                                                                           |
| 4.       | А. Т. Гайдук [1, с. 30]     | Інтернет-маркетинг – це теорія та практика використання фірмою засобів Інтернету – веб-сайту, можливостей Інтернет-реклами, механізмів вивчення ринку, створення і корегування споживчих уподобань з застосуванням Інтернету – для отримання максимального прибутку                              |
| 5.       | І. А. Кінаш [6, с.332]      | Інтернет-маркетинг – це новий вид маркетингу, який передбачає застосування традиційних та інноваційних інструментів та технологій у мережі Інтернет для визначення і задоволення потреб і запитів споживачів (покупців) шляхом обміну з метою отримання товаровиробником прибутку чи інших вигод |

\*Джерело: складено автором.

Існує ряд можливостей, які маркетингологи можуть застосовувати в маркетинговій діяльності в мережі Інтернет. До них відносять маркетингові дослідження, товарну політику, збутову політику та комунікативну політику (табл. 2).

Одним із основних елементів Інтернет-маркетингу є маркетингові дослідження. Маркетингові дослідження – це систематична підготовка і проведення різних досліджень, аналіз отриманих даних і представлення результатів і висновків у вигляді, що відповідає конкретному маркетинговому завданню, яке стоїть перед компанією [7, с. 123].

У маркетингових дослідженнях є певні інструменти, які не завжди ефективні і потребують подальшого дослідження. Одним із найважливіших інструментів інтернет-маркетингу є реклама. Реклама в Інтернеті надає споживачеві можливість отримати необхідну інформацію в будь-який час. Кожен споживач може вчасно отримати інформацію про товар і купити його, не виходячи із дому. До того ж реклама в Інтернеті набагато економніша інших її видів.

Реклама в Інтернеті включає в себе ряд заходів із просування товару або продукту, інформацію про який містить інтернет-ресурс у глобальній мережі. Даний вид реклами включає в себе такий арсенал інструментів:

- пошукова оптимізація (просування);
- контекстна реклама;
- медіа реклама;
- банерна реклама;
- інтерактивна реклама;

- e-mail маркетинг;
- віртуальний маркетинг;
- прихований маркетинг [8, с. 59].

Таблиця 2

**Можливості мережі Інтернет у маркетинговій політиці підприємств  
[2, с. 167].**

| Складові маркетингової політики | Функції                                                                                                                                             | Засоби Інтернету                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Маркетингові дослідження        | Дослідження ринку;<br>дослідження конкурентів;<br>дослідження споживачів.                                                                           | Аналіз веб-ресурсів конкурентів; збір інформації у пошукових системах; спостереження через веб-сервери; Інтернет-опитування, анкетування, фокус-групи; Інтернет-розвідка.                                                                                              |
| Товарна політика                | Формування маркетингового оточення товарів; розробка нових товарів; організація сервісного обслуговування.                                          | Участь у інформаційно-пошукових системах; глобальних системах дистрибуції, глобальних системах резервування.                                                                                                                                                           |
| Цінова політика                 | Побудова гнучкого ціноутворення.                                                                                                                    | Інтернет-аукціони, он-лайн-орендні ринки, глобальні системи дистрибуції.                                                                                                                                                                                               |
| Збутова політика                | Збут товарів через Інтернет; оплата товарів через Інтернет.                                                                                         | Веб-сайт; Інтернет-магазини, Інтернет-аукціони; Інтернет-біржі; глобальні системи дистрибуції                                                                                                                                                                          |
| Комунікативна політика          | Формування системи Інтернет-комунікацій; проведення рекламних кампаній; стимулювання збуту; організація зв'язків з громадськістю; формування бренду | Банерна, контекстна реклама, медіареклама; оптимізація веб-сайта у пошукових системах; e-mail-реклама: розсилка листів, новин, дискусійних аркушів веб-конференції; веб-сайт; Інтернет-опитування, анкетування, фокус-групи; макетування; огляди; протоколи самозвіту. |

Отже, розвиток глобальної мережі Інтернет став поштовхом до створення нового інтернет-маркетингу. Застосування його дає підприємствам ряд переваг, які допомагають підвищити конкурентоспроможність та покращити економічні показники. Інтернет-маркетинг є комплексом усіх заходів, які дозволяють досліджувати й аналізувати потенційних покупців і специфічні ринки, проведення розподільної та комунікативної політики з використання сучасних інтернет-технологій. Іншими словами, інтернет-маркетинг – це традиційний маркетинг із використанням сучасних інтернет-технологій.

**Список використаних джерел:**

1. Гайдук А. Є. Формування наукової інтерпретації поняття «Інтернет-маркетинг» / А. Є. Гайдук // Вісник Самарського державного економічного університету. – 2009. – № 11 (61). – С. 30-32.
2. Даниленко М. І. Розвиток інтернет-маркетингу / М. І. Даниленко // Економічний форум. – 2014. – №3. – С. 166–172.

3. Данько Т. П. Електронний маркетинг : навч. посібник / Т. П. Данько, Н. Б. Зав'ялова, О. В. Сагінова - М. : ИНФРАМ, 2003. – 377 с.
4. Державна служба статистики України : [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
5. Інтернет-маркетинг : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>.
6. Кінаш І. А. Інтернет-маркетинг – стратегія розвитку сучасних машинобудівних підприємств / І. А. Кінаш // Сталий розвиток економіки. – 2013. - № 3. – С. 331-334.
7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Експрес-курс / Ф. Котлер; під ред. С. Г. Божук. - СПб. : Пітер, 2006. – 464 с.
8. Ляшенко Г. П. Інтернет-маркетинг та його Інструментиг / Г. П. Ляшенко, Р. В. Моткалюк. // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – 2013. – № 3. – С. 59–65.
9. Успенський І. В. Енциклопедія Інтернет-бізнесу / І. В. Успенський. - СПб. : Пітер, 2001. – 432 с.
10. Хенсон У. Інтернет-маркетинг: навчально-практичний посібник / У. Хенсон; пер. Ю. А. Ципкіна. – М.: Юніті-Дана, 2010. – 527 с.

## **ЗАСТОСУВАННЯ ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ**

**Зелінська О. Д., студентка**

**Фак Л. В., студентка**

*Науковий керівник: викладач Гарматюк О. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сьогодні сильна конкуренція, насиченість ринків, перевищення пропозиції товарів над попитом, ріст вимогливості споживачів істотно ускладнюють збутову діяльність підприємств. Дедалі важче стає привабити споживача стандартною рекламою. Цифрові технології докорінно змінили не лише маркетинг, а й цілий світ. Це дає можливість забезпечити персоніфікований підхід до клієнта та зрозуміти, яким чином краще пропонувати інноваційні ідеї, враховуючи досвід цифрового контакту зі споживачами. Зі збільшенням частки цільової аудиторії в Інтернеті саме застосування інструментів маркетингових комунікацій на основі Інтернет-технологій стало актуальною проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика дослідження висвітлювалась у працях таких провідних вітчизняних науковців, як А. О. Дериколенко, С. М. Ілляшенко, В. В. Добрянська, І. О. Куртіна, О. В. Орленко, О. В. Гарматюк та ін., які аналізують сутність, особливості здійснення та тенденції розвитку просування. До того ж у динамічних ринкових умовах постійне аналізування трендів і можливостей застосування найсучасніших інструментів просування товарів вітчизняними підприємствами залишається

актуальним. До того ж у динамічних ринкових умовах постійне аналізування трендів і можливостей застосування найсучасніших інструментів просування товарів вітчизняними підприємствами залишається актуальним.

Мета даної роботи є дослідження й аналіз тенденцій розвитку та удосконалення механізму застосування діджитал-комунікацій як інструмента просування продукту підприємства.

Сьогодні digital (інтерактивний, цифровий) маркетинг – це вид маркетингової діяльності, який передбачає використання різноманітних форм цифрових каналів для взаємодії зі споживачами та іншими контрагентами на ринку [4].

Різновидом інтегрованого маркетингу є цифровий маркетинг (digital, інтерактивний, цифровий) маркетинг – це вид маркетингової діяльності, який передбачає використання різноманітних форм цифрових каналів для взаємодії зі споживачами та іншими контрагентами на ринку. Цифровий маркетинг — це використання технічних пристроїв для просування бренду по цифрових каналах: цифрове телебачення; комп'ютери, тачскрини (планшети), смартфони, мобільні пристрої, інтерактивні екрани, POS термінали (digital media), глобальна та локальні мережі, соціальні медіа, соціальні мережі [5].

Діджитал-маркетингу є кілька незаперечних переваг, це:

- таргетованість. Інтернет дозволяє диференціювати користувача за багатьма параметрами, це робить рекламний вплив більш точним.

- ціна. В цілому Діджитал поки дешевше звичної медійної реклами, хоча з ускладненням інструментів, з появою все більшої кількості бажаючих використовувати середу інтернету для просування його вартість теж зростає.

Маркетингова модель ефективного діджитал

Вона включає наступні елементи.

1. Знання марки / продукту. Цей канал найкраще застосовувати в наступних випадках:

- для вузької цільової аудиторії;
- у тому випадку, якщо рекламну компанію за допомогою телебачення провести неможливо;
- при наявності маленького бюджету.

2. Ухвалення бренду.

Діджитал найкраще працює, коли:

- бренду необхідно донести інформацію про себе, зробити так, щоб споживач схилився до покупки;
- для бренду характерно глибоке емоційне залучення споживача;
- бренди легко зробити зрозумілими в мережі інтернет, дати їм швидку «розкрутку»;
- бренди (продаж або купівля, надання послуг) працюють тільки за умови наявності зразка, пробника.

3. Пробна покупка.

- якщо ви знайомите аудиторію з брендом через Діджитал, то і пробу зразка необхідно проводити на місці, тим же способом.

#### 4. Раціональні вигоди при покупці через digital.

– утримання покупця за рахунок заохочень, періодичних цінових спадів і постійних мотивуючих програм.

#### 5. Лояльність.

– для того щоб користувачі відчували більше емоційне залучення, ніж раціональне, необхідно їх глибше вивчати, розвивати діалог. А в цьому Діджитал сильний, як ніхто інший [5].

Отже, мережа Інтернет являє собою нове комунікаційне середовище, відмінне від традиційних засобів масової інформації. Вплив Інтернет технологій на маркетингову діяльність підприємства зростає. В умовах сучасного світового ринку нові інформаційні технології та мережа Інтернет дозволяють зменшити затрати на виконання маркетингових функцій компаній. Тому, перспективою подальшого аналізу в даному напрямку має стати поглиблене дослідження застосування Інтернет технологій в інструментах маркетингових комунікацій. Таку поданому досліджені було доповнено класифікацію інструментів маркетингових комунікацій на основі діджитал-технологій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гарматюк О. В. Використання Інтернет-маркетингу як засобу просування послуг на ринку/ О. В. Гарматюк, Т. Вовк //Вісник Українсько-туркменського культурно-освітнього центру: міждисциплінарний науковий збірник.- Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. – Вип. 1, Ч. II. – С. 142-148.

2. Дериколєнко А. О. Social media marketing як інноваційний інструмент просування товарів та послуг в online-середовищі / А. О. Дериколєнко, С. М. Ілляшенко // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : зб. тез доп. VII Міжнар. наук.-практ. конф. – Суми : ТОВ “ДД “Папірус”, 2013. – С. 66–67.

3. Куртіна І. О. Організація ефективного просування та продажу продукції на підприємстві / І. О. Куртіна, В. В. Добрянська // Молодий вчений. – 2014. – № 7 (10). – С. 38–40.

4. Орленко О. В. Ефективність інструментів просування круп'яної органічної продукції на вітчизняні та європейські ринки в умовах глобалізації / О. В. Орленко // Бізнес-навігатор. – 2015. – № 1. – С. 53–59. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav\\_2015\\_1\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2015_1_12).

5. Маркетинг інноваційний. Ч. 1 Теоретичні аспекти маркетингу інновацій: конспект лекцій / уклад. О.В. Жегус; Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків: ХДУХТ, 2017. – 26с.

# ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ

**Колосовська В. В., студентка**

*Науковий керівник: викладач Гарматюк О. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

З кожним днем підприємства все більшу увагу приділяють різним методам просування товару. В умовах сучасного ринку не достатньо просто розробити новий товар, встановити на нього ціну і вибрати оптимальні канали розподілу. Для залучення більшої кількості споживачів потрібно щоразу використовувати нові та ефективні способи просування своєї продукції.

На даний час економічний розвиток та жорстка конкуренція вимагає від виробників високої гнучкості, сучасних механізмів організації управління, прискорення темпів інноваційної діяльності.

Інформаційне забезпечення просування продукції передбачає прийняття великої кількості різноманітних рішень, пов'язаних із визначенням цільової аудиторії, величини рекламного бюджету, вибором найкращих засобів розповсюдження реклами, створенням ефективних текстів рекламних звернень, методів стимулювання збуту, використання комерційної пропаганди тощо.

Метою даної роботи є визначення проблем інформаційного забезпечення просування продукції у сучасних умовах. Підприємство повинне визначитись з якою маркетинговою політикою буде найкраще пов'язувати свою збутову діяльність. Споживачів необхідно вмовляти зробити покупку і тому кожна компанія повинна мати в своєму розпорядженні арсенал інструментів збуту і просування товарів та стимулювання покупок.

У сучасній економіці виробництво розвивається з урахуванням того, що більшість ринків є ринками покупців, і продавцям доводиться боротися за кожного споживача. Покупців буквально засипають різними пропозиціями про продажі. В результаті в громадській думці маркетинг ототожнюється зі збутом і рекламою товарів.

Але маркетинг передбачає також вирішення всіх питань та ризиків, що можуть виникнути, наприклад, щодо покупця, якого умовили зробити покупку, а він не задоволений товаром. Адже він може ділитися своїм розчаруванням з близькими або знайомими або скаржитися до відділу по роботі зі споживачами. Дослідження показують, що незадоволений споживач передає негативні оцінки товарів 10 і більше своїм знайомим також всі новини поширюються швидко особливо в теперішні дні, коли вся інформація передається через джерела Інтернету [1, с. 32].

Найпопулярнішою і широко використовуваною складовою інформування споживачів про продукцію є реклама. На сучасних насичених товарних ринках витрати на рекламу зростають, що також є одною з проблем донесення інформації. Головною ціллю реклами є формування попиту на товар і стимулювання його збуту. Реклама стимулює продаж хорошого товару і

прискорює провал поганого. Завданням реклами є інформування споживачів про нові товари, створення переконання споживачів у перевагах властивостей вашого товару порівняно з аналогічними товарами інших виробників, нагадування про товар, формування іміджу фірми [5].

Підприємство має прийняти рішення щодо засобів розповсюдження рекламної інформації з урахуванням різних критеріїв. Основними з них є реклама в газеті, на телебаченні, реклама на радіо, пряма поштова реклама, зовнішня, сувенірна реклама, реклама на місці продажу та найактуальніша в теперішній час реклама в Інтернеті.

Хоча основною складовою маркетингових комунікацій фірми є реклама, виділять також і три інших складових. Таких як: «Паблік рілейшнз», персональний продаж та стимулювання збуту.

Паблік рілейшнз дає можливість створити позитивний образ фірми в очах громадськості, доповнює рекламу і може бути дуже ефективною. Поділяється вона на два напрями: паблісіті (пропаганда) і спонсорство. Та ефективність цієї діяльності складно оцінювати, оскільки її позитивні результати можуть проявитися не відразу [3].

Іншою складовою є персональний продаж. Персональний продаж вважають найефективнішим засобом комунікації при реалізації товарів промислового призначення. Ця складова виконує дві функції засіб комунікації, інформування споживачів про товар і фірму та безпосереднє здійснення збутових операцій. Хоч така комунікація забезпечує безпосередній контакт із споживачами через спілкування з кількома клієнтами, чи цілими групами та проведенням семінарів, де презентується товар, вона потребує великих затрат часу та коштів на навчання торгівельного персоналу, що є не дуже вигідним для підприємства [4].

Останньою, але не менш ефективною складовою є стимулювання збуту. Ця складова спрямована на прискорення і посилення зворотного реагування ринку. В залежності від обраної стратегії просування товару стимулювання збуту може бути направлене на стимулювання споживачів або торгівельних посередників [5].

Якщо правильно поєднати різноманітні заходи стимулювання збуту з іншими складовими системи маркетингових комунікацій можна створити потужний механізм просування товару, але ця складова має відносно короткотривалий ефект.

Отже, в сучасному ринку досить важко обрати вірну стратегію просування товару. Кожна складова має свої характеристики, позитивні і негативні властивості. Підприємство мусить формувати свій ефективний комплекс маркетингових комунікацій, ураховуючи велику кількість факторів, зокрема характер продукту і тип ринку, стадію життєвого циклу товару, обрану стратегію його просування.

Правильно обрана стратегія збуту дасть можливість збільшувати обсяги продажів, розширити коло споживачів, виходити на нові ринки, удосконалювати



технології, створити позитивний імідж фірми і, найголовніше, збільшити обсяги прибутку підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – [11-е изд.]. – СПб : Питер, 2004. – 800 с.
2. Гарматюк, О. В. Формування інформаційного забезпечення прогнозування збуту продукції [Електроний ресурс] / О. В. Гарматюк // Економіка та суспільство.- 2017.- №12.- Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua>
3. [http://pidruchniki.com/1907101550040/marketing/personalniy\\_prodazh\\_kompleksi\\_marketingovih\\_komunikatsiy](http://pidruchniki.com/1907101550040/marketing/personalniy_prodazh_kompleksi_marketingovih_komunikatsiy)
4. Способи просування товару [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/25-kurs-marketinga/509-2011-01-19-20-16-42.html>
5. Концепція та інформаційне забезпечення ринку збуту [Електрон. ресурс] – Режим доступу: [http://studopedia.com.ua/1\\_50800\\_kontsepsiya-ta-informatsiyne-zabezpechennya-rinku-zbutu.html](http://studopedia.com.ua/1_50800_kontsepsiya-ta-informatsiyne-zabezpechennya-rinku-zbutu.html)
6. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: Підручник / За редакцією Л.А. Мороз. – 2-е вид. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект- Захід», 2002. – 244с.

### **ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

**Маричик А. В., студент**

*Науковий керівник: викладач Гарматюк О. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У сучасних умовах української економіки кожне підприємство намагається максимізувати свої прибутки та сприяти ефективній маркетинговій діяльності. Тому, на даний момент, є дуже важливим вибір правильної маркетингової стратегії для підприємства. Зокрема, йому необхідно знати, як дослідити ринкові можливості, як провести відбір цільових ринків, як розробити ефективний комплекс маркетингу й успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль. Розроблення стратегії підприємства здійснюється в умовах невизначеності. Зовнішнє середовище характеризується нестійкістю дії чинників, що вимушують організацію змінюватися. Маркетингова стратегія є системою дій підприємства, при якій внутрішнє середовище врівноважується із зовнішнім [2].

Маркетингова стратегія – елемент стратегії діяльності підприємства, направлений на розробку, виробництво і доведення до покупця товарів і послуг, найбільш відповідних його потребам [1].

Особливо важливу роль грає вибір маркетингової стратегії при розробці інвестиційного проекту. Під інвестиційним проектом в загальному випадку розуміємо інвестиції грошових коштів, направлені на зміну стратегічного ринкового потенціалу підприємства. Основні елементи потенціалу: виробничий комплекс, продуктовий асортимент, можливості представити продукцію підприємства на різних географічних ринках [4].

В даний час, в більшості випадків в якості інвестиційних проектів прийнято розглядати або відкриття нового підприємства, або збільшення виробничих потужностей вже функціонуючого виробництва. Розробка ефективної маркетингової стратегії для інвестиційного проекту залежить від точності проведення маркетингового аналізу.

Маркетинг включає в себе комплексні дослідження, інформаційні системи та планування [5].

Досягнення підприємствами стійких позицій на ринку неможливе без системи управління, спрямованої на застосування маркетингової стратегії адекватної сучасним вимогам, тому актуально розглянути етапи процесу формування маркетингової стратегії.

Суть стратегічного маркетингу - це планування, розробка і реалізація стратегічних напрямів розвитку підприємства з використанням засобів і методів маркетингу. Круг завдань стратегічного маркетингу полягає в наступному:

- систематичний і постійний аналіз потреб і вимог ключових груп споживачів;
- розробка концепцій ефективних товарів і послуг, що дозволяють компанії обслуговувати вибрані групи покупців краще, ніж конкуренти;
- забезпечення виробника товарами стійкої конкурентної переваги.

Роль стратегічного маркетингу полягає у визначенні тих груп потреб потенційних споживачів, які можуть бути задоволені через створення того або іншого товару або послуги. З точки зору маркетингу покупець не стільки потребує товару, скільки бажає вирішення проблем, яке може забезпечити товар [1].

Окремої уваги потребує питання виявлення особливостей розробки маркетингової стратегії підприємства. Загалом – це процес створення і практичної реалізації генеральної програми дій підприємства. Її мета – ефективне розміщення ресурсів для досягнення цільового ринку. Предметом маркетингової стратегії є вирішення питань щодо того, які продукти (стратегічні простори) мають бути освоєні підприємством, і яким чином це завдання можна виконати. При цьому основними завданнями у розробці маркетингової стратегії є такі: 1) визначення цілей та напрямів діяльності підприємства; 2) координація різних напрямів діяльності; 3) оцінка слабких і сильних сторін підприємства, ринкових можливостей та загроз; 4) визначення альтернативних варіантів реалізації напрямів діяльності підприємства; 5) створення умов для ефективного розподілу продукції підприємства; 6) оцінка маркетингової діяльності підприємства [3].

Отже, послідовна розробка маркетингової стратегії підприємства дасть змогу не тільки правильно вибрати шлях упровадження стратегії маркетингу, а й отримати необхідний результат, що очікує підприємство

#### **Список використаних джерел:**

1. Бурцева Т. А., Сизов В. С., Цень О. А. Управління маркетингом. – М.: «Економіст», 2005. – 272 с.
2. Гарматюк О. В. Дослідження економічних та організаційних методів управління конкурентоспроможності підприємства/ О. В. Гарматюк, М. Коваль //Вісник Українсько-туркменського культурно-освітнього центру: міждисциплінарний науковий збірник.- Умань: ВПЦ «Візаві», 2017.- Вип. 1, Ч. II.- С. 153-159.
3. Кіндрацька Г. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Г. Кіндрацька.– К.: Знання , 2006. – 366 с.
4. Мойсєєвого Н.І., Конишева М.В. Управління маркетингом: теорія, практика, інформаційні технології. – М.: «Фінанси і статистика», 2002. – 300 с.
5. Шканова О.М. Маркетинг послуг : навчальний посібник для ВНЗ / О.М. Шканова. – К. : Кондор, 2010. – 302 с.
6. Шмельов Н.А. Стратегічний маркетинг/ Н. А. Шмельова, А.С. Ваганов, Л. А. Данченко. – М.: Московська фінансово-промислова академія, 2004. – 77 с.

### **МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Мельник В. І., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Білявський В. М.*

*Національний авіаційний університет*

Соціально-економічні та політичні події останніх років значно ускладнюють можливість прогнозування та аналізу маркетингового середовища підприємства, особливо політичних, економічних, світових факторів, які негативно вплинули на функціонування не лише маркетингової системи, але й діяльність підприємства загалом.

Технологізація діяльності маркетингової системи – це підвищення організованості та чіткості проведеної роботи, формування основних етапів її реалізації. Враховуючи те, що основою для технологізації маркетингу є поділ всього маркетингового процесу на окремі складові та операції.

Слід розглянути основні властивості такий підхід значно підвищує ефективність управління підприємством. маркетингових технологій: є своєрідним описом маркетингового процесу, що призводить до позитивного та очікуваного результату; метод планування, оцінки та аналізу всього маркетингового процесу, за рахунок обліку технічних та людських ресурсів, і подальшої взаємодії; можливість проектування різних і навіть не очікуваних

ситуацій; комплексний процес з елементами інтеграції, який включає засоби, ідеї, методи організації господарської діяльності з метою аналізу існуючих проблем, їх подальшої оцінки та прогнозування.

Особливістю ж маркетингових технологій є те, що вони розроблюються відповідно до конкретної ринкової діяльності, а базою є операційна стратегія [1]. Поетапне впровадження маркетингових дій, операцій, способів передачі інформації відбувається згідно цільових установок, які відображаються у формі конкретного ефекту. На сьогодні виділяють багато технологій маркетингу. Основними є [2, с. 17]: сегментування, націлювання, позиціонування, аналіз і прогнозування. Так, практика функціонування вітчизняних підприємств свідчить, що впровадження маркетингових технологій дає можливість реалізувати операційну стратегію, досягаючи як економічного, так і соціального ефектів [3; 4].

Тому для підвищення ефективності господарської діяльності підприємствам рекомендовано впроваджувати такі маркетингові технології, як:

- вірусний маркетинг – створення привабливого контенту;
- маркетингові інтернет-технології – система соціально-управлінських технологій задоволення потреб споживачів через мережу Інтернет;
- CRM – управління взаємовідносинами з клієнтами. Система забезпечує максимальне зближення зі споживачами та створення бази клієнтів;
- трейд-маркетинг – спільна діяльність всіх учасників торгового процесу, яка зорієнтована на просування товарів від виробника до споживача;
- брендинг і ребрендинг – діяльність з розвитку бренду, нове позиціонування товару на ринку, зміна логотипу та візуального оформлення;
- крос-маркетинг – просування товарів підприємствами, що не є конкурентами, а продукція яких доповнює одна одну.

Імплементация вітчизняними підприємствами вищезазначених технологій сприятиме досягненню маркетингових і управлінських цілей, високому рівню конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному ринку.

### **Список використаних джерел:**

1. Білявський В.М. Технологія імплементації операційної стратегії організації / В.М. Білявський // Зб. наук. праць Держав. екон.-технол. ун-ту трансп. – 2015. – Вип. 34. – С. 233–241.
2. Білявський В.М. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективної операційної діяльності підприємств / В.М. Білявський // Вісник нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2017. – Вип. 862. – С. 10–18.
3. Білявський В.М. Оцінювання ефективності соціальної діяльності торговельних підприємств / В.М. Білявський // Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – 2006. – № 3. – С. 39–45.
4. Білявський В.М. Методичні підходи до оцінювання ефективності управління стратегічним потенціалом підприємства / В.М. Білявський // Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2010. – № 2 (144). – Ч. 2. – С. 30–35.

## MODERN CHALLENGES AND DEVELOPMENT TRENDS OF BANK MARKETING

**Nizhenska V. V.**, student

*Scientific supervisor: PhD (Economics), associate professor Biloshkurska N. V.  
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University*

The relevance of the research topic is that modern banking services markets are characterized by intense competition; therefore, the activity of banking institutions requires the formation of an effective marketing system.

The approval of marketing as a system of doing business in Ukraine is at the stage of development. The effectiveness of the marketing price policy in banking depends on the reliability estimation of current and future trends of product price [1]. The main trends regarding marketing in Ukraine are the growing influence of marketing on all spheres of human activity and human behavior, and the increasingly sensitive response of marketing as a system to all significant changes in society.

The marketing approach in banking consists in the following planning and implementation of measures to create and promote banking services and products to consumers, when, with mutually beneficial observance of the interests of clients and the bank, the latter successfully achieves its goals [2]. Among the current trends in the development of domestic banking marketing should be noted the following:

1. Introduction of the concept of relationship marketing aimed at maximally meeting the needs of consumers in banking products, a significant improvement in the level of service.

2. Decentralization of marketing in banks – transfer of certain marketing functions from specialized departments to the operational departments of the bank.

3. Reorganization of the functional organizational structure existing in banks into a divisional-client structure, according to which the activities of the bank's departments are oriented towards a certain group of consumers.

4. The increasing role of information technology.

Among the main means of implementing this concept are: market segmentation, customer assessment “at an angle 360°”, “event marketing”, “experience management”, “creative banking”, “VIP banking”, etc. [3].

The client's assessment approach “at an angle 360°” provides for meeting the financial needs of consumers to the maximum extent on the basis of an analysis of internal and external information about the client's financial activity.

“Event marketing” in the bank is aimed at tying banking services to important events in the lives of customers, acquires the greatest efficiency in the use of modern information technologies that allow to quickly process and store personal and financial information about customers.

The concept of “experience management” is focused on increasing the level of cooperation between clients and bank personnel through quality provision of banking services and consulting.

The essence of the concept of “creative banking” is to distribute responsibility for the development of the corporate client's business between the bank and the enterprise and in their creative joint work on the creation of mutual values [4].

However, there are a number of problems that limit the introduction of modern marketing tools.

Firstly, this is a low level of expenditures of domestic banks on marketing. For example, in recent years, the marketing and advertising expenses of leading Ukrainian banks have been about 1% in the overall structure of administrative and other expenses. For comparison, the marketing costs of enterprises producing mass consumption products are about 15%.

Secondly, the lack of a single focus of the bank's marketing policy. Thus, each department in a banking institution directs its efforts to optimize its activities, neglecting the activities of others.

Thirdly, bank marketing is usually considered only as a means of advertising, a tool for analyzing the positions of competing banks, that is, in practice only certain elements of the marketing complex are realized.

Fourth, among experts there is no unified opinion on the evaluation of the effectiveness of marketing activities.

Fifth, lack of feedback from the client, lack of awareness of domestic banks about the needs, interests, wishes and problems of their clients.

Thus, today there is a steady increase in the interest of domestic financial sector specialists in the development of marketing. The lack of a marketing approach in the activities of banks leads to their inadequate considerable revenues and may cause loss of the financial institution's solvency.

#### **References:**

1. Biloshkurska, N.V. (2015). "Market research pricing factors in a competitive market", *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 1, pp. 24-31.
2. Maslova, N. O. (2005), "Increasing the efficiency of marketing communications of a commercial bank", Abstract of Ph.D. dissertation, Economics, organization and management of enterprises, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine.
3. Romanenko, L. F. (2004), *Bankivskyi marketynh* [Bank Marketing], Tsentr navchalnoi literatury, Kyiv, Ukraine.
4. Tkachuk, V. O. (2006), *Marketynh v banku* [Marketing in a bank], Sintez-Polihrاف, Ternopil, Ukraine.

### **ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Ткач Я. С., студентка**

**Ситник К. В., студентка**

*Науковий керівник: викладач Гарматюк О. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У наш час питання ефективної розробки товарної політики є основою діяльності кожного підприємства. В умовах глобалізації світова економіка створила деяку середу функціонування бізнесу. Весь процес який проходить

товар від створення до реалізації на ринку, сервісне і передпродажне обслуговування, розробка рекламних заходів, а також зняття товару з виробництва, займають центральне місце в усій діяльності товаровиробника і є складовими його товарної політики. Фірми повинні витримати конкурентну боротьбу в умовах світової кризи. Вони повинні робити усе задля того щоб їхня продукція знаходила збут. Тож постає проблема просування товарів, відповідно зростає конкуренція серед підприємств.

Саме маркетингова політика відіграє особливу роль в діяльності підприємства, вона стає своєрідним фундаментом у якому відбувається виробничий процес на підприємстві. Тому мета статі полягає у визначенні проблеми розробки маркетингової товарної політики.

Маркетингова товарна політика – це заходи, у межах яких товари використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми. Основним завданням товарної політики є створення такого товару чи послуги і таке управління ними, щоб інші елементи маркетингової діяльності або були непотрібні взагалі, або ж використовувалися мінімально як допоміжні для досягнення поставлених фірмою цілей. Товарна політика передбачає певний курс дій товаровиробника або наявність у нього обдуманих принципів поведінки. Вона покликана забезпечити прийняття рішень стосовно формування асортименту і управління ним, підтримання конкурентоспроможності товару на певному рівні, знаходження для товарів оптимальних товарних сегментів, розробка та реалізація стратегії упакування, маркування, обслуговування товарів [6]. Вірно визначена товарна політика не тільки дозволяє оптимізувати процес формування та оновлення асортименту, але й виступає для керівництва підприємства своєрідним орієнтиром загального напрямку дій [4].

Існують такі основні проблеми формування товарної політики як: забезпечення належного рівня якості; формування оптимального товарного асортименту; створення і виробництво нових товарів та послуг; позиціонування товарів; управління життєвим циклом товару; забезпечення якісного сервісу [2].

Дослідимо детально суть кожної проблеми.

1. Якість. Цей пункт завжди був і залишається важливою ринковою характеристикою товару. Для 80% покупців якість стала важливішою за ціну. На сьогодні висока ціна ще не є свідченням високої якості товару, але і в низькому ціновому сегменті жорстка конкуренція також призводить до боротьби за кількість, а не за якість виробленої продукції, тому проблема невідповідності ціни та якості достатньо актуальна.

2. Асортимент. Важливу роль у товарній політиці відіграє управління асортиментом, головною метою якого є його оптимізація. У процесі оптимізації здійснюється вплив на основні характеристики асортименту: широта, насиченість, глибина та гармонійність. Перш за все, основою для формування асортименту є асортиментна концепція [4].

3. Нові товари та послуги. Найважливішою частиною маркетингової товарної політики є розробка товарів (послуг). Це створення нових товарів, які дадуть змогу фірмі [3]:

- здійснити прорив на ринок,
- перемогти конкурентів,
- зберегти й розширити свій ринок,
- збільшити доходи й прибуток.

Виробники на ринку намагаються зробити свою продукцію кращу, ніж в конкурентів. У ринкових умовах завжди виграє той, хто атакує. Тому розробка товарів завжди в центрі уваги будь-якого підприємця. Після максимального вдосконалення старого товару, починається створення чогось нового [1].

Отже, сучасний ринок вимагає від виробників максимальної віддачі, Кожен підприємець повинен піднімати свою продукцію на новий рівень для отримання більшого прибутку та для залучення більшої маси нових покупців. Провівши аналіз можна сказати, що основними напрямками при формуванні товарної політики є: якість товару, асортимент, стратегії товарної інновації, позиціонування, життєвий цикл товару та сервіс. У зазначених аспектах, необхідно враховувати сучасні тенденції, які характеризують розвиток товарного ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2004. – 712 с.
2. Гарматюк О. В. Маркетинг на українських пивоварних підприємствах / О. В. Гарматюк // Проблеми і перспективи інноваційного розвитку аграрного сектора економіки в умовах інтеграційних процесів : матеріали Міжнародної наук.- практ. конф., 22 грудня 2016 р. У 2 ч. Ч. 2 / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х.: ХНАУ, 2016. – С. 26-28.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-те вид., переробл. і доп. –СПб. : Пітер, 2007. – 816 с.
4. Ткаченко Н. Проблеми формування маркетингової товарної політики підприємства / Н. Ткаченко. – Маркетинг і реклама. – 2006. – №1. – С. 16-19.
5. Кудін У. Вплив системи управління маркетингом на результати господарську діяльність // У. Кудин, І. Понамаренко.- Маркетинг. – 2010.– №5. – С. 30 –37.
6. Манцуров І. Г. Методика оцінки внутрішньогалузевої конкурентоспроможності в умовах адаптації вітчизняних підприємств до нестабільності зовнішнього середовища / І. Г. Манцуров, І. Д. Якушик, О. І. Ястремський, М. В. Білошкурський, Я. О. Ястремський / Економіка, менеджмент, бізнес. – № 2. – С. 66–81.



## СЕКЦІЯ 7

### УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

---

#### УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

**Бовкун О. А., к.е.н., доцент**

**Климчук В. Р., студентка**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Радикальні структурні зрушення в економіці України потребують зростання інвестицій, спрямування їх на модернізацію основних виробничих фондів, особливо в галузях, що визначають сутність сучасного науково-технічного прогресу. В цій сфері утворилося своєрідне замкнене коло – недостатнє інвестування стримує темпи економічного зростання, що, у свою чергу, призводить до подальшого зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання і держави [1, с. 297-298 ].

Становлення і розвиток підприємництва в Україні справедливо пов'язують з ринковою трансформацією економіки. Підприємницька діяльність розглядається як структуроутворювальний чинник нової системи економічних відносин, рушійна сила перетворень в економічній та соціальній сферах. Характерним при цьому є намагання дослідників зосередити увагу на таких рисах підприємництва як ризикованість, інноваційність, економічна та соціальна відповідальність, або розкрити вплив державного регулювання, макроекономічного середовища на розвиток окремих видів підприємницької діяльності і, зокрема, інноваційного підприємництва.

І це цілком зрозуміло: адже інноваційний розвиток найкраще проходить в умовах конкуренції, ринкових відносин та відповідних економічних законів, які стимулюють пошук та використання різноманітних можливостей «здійснення за висловом Й. Шумпетера нових комбінацій» факторів виробництва або нововведень. Інновації тим самим є результатом розвитку підприємництва, а підприємці, які перетворюють науково-технічні та інші досягнення в інновації, – їх творцями.

Під впливом науково-технічних досягнень змінюються умови соціально-економічного розвитку ринкового господарства, відбуваються докорінні зміни у суспільних продуктивних силах технологічно розвинутих країн. Формами прояву цих змін в економічних відносинах є зростання демократизації капіталу, зміни в характері праці та становищі найманих працівників, особливо тих груп, діяльність яких була пов'язана з науково-технічним прогресом. Ці зміни вимагали нових підходів до розробки економічної політики держави як учасника процесу економічного регулювання, методів його впливу на економіку, пошуку нових методів ринкового саморегулювання.

Відносно інноваційних продуктів, які містять вартість, створену за допомогою інтелекту, дія закону вартості суттєво відрізняється від попередніх товарів і послуг. Адже за висловлюванням представників еволюційної теорії, прибуток від успішного нововведення – явище нерівноважне. Витоки такого розуміння знаходимо у Й. Шумпетера, який поділяв економічні суб'єкти підприємницької діяльності на новаторів, які здійснюють проектування, розробку і впровадження нових технологій і продуктів, створюють нові або модернізують старі фірми, які впливають на зміни в інституціональній структурі, та консерваторів, які експлуатують наявні технології.

Серед методів управління інноваційним процесом провідне місце посідає державне регулювання. Саме держава визначає тип і структуру економічної системи, стан фінансово-кредитної та податкової систем. Вплив держави на розвиток інноваційного підприємництва визначає стан розвитку ринку науково-технічної продукції, співвідношення між попитом та пропозицією на результат інновацій.

Наприклад, пільги для розвитку інноваційного підприємництва зводяться до пільг в оподаткуванні та можливості отримати безпроцентну позику під виробництво інноваційного продукту. Згідно із законодавством України, прибуток, отриманий від реалізації інноваційного продукту, підлягає оподаткуванню в розмірі 50% від діючої ставки. Але ускладнення, пов'язані з відсутністю чіткого тлумачення терміну «інноваційний продукт» та труднощі з реєстрацією його у державному інноваційному фонді або в обласних центрах та процедурою проходження експертиз роблять проблематичним отримання реальної пільги в оподаткуванні та отриманні позики.

Нечисленні державні фонди, що з'явилися за останні роки, зосереджені на вузькому колі питань. Існують фонди фінансового спрямування, що фінансують випуск нової продукції або здійснюють конкретні інноваційні проекти. Інші інноваційні фонди зосереджують свою увагу на формуванні банку даних «ноу-хау», технологій або науково-технічних розробок, що мають потенційний економічний ефект. Коли знаходиться покупець, фонд виконує функції посередника: організовує їх зустріч, отримує свої 3-5% від угоди і після цього практично втрачає зв'язок й інтерес як до розробника, так і до споживача. Проте, внаслідок таких дій, знижується запровадження продуктивних нововведень, що характеризує умови депресивного попиту, слабку мотивацію виробників, про що свідчить зниження кількості пропонуваніх винаходів і раціоналізацій.

Зміна характеру інноваційної діяльності може бути лише у фірм, що створюються під конкретний проект із залученням до нього сторонніх фінансових та інших ресурсів. Але така ситуація не є поширеною: більшість підприємств опираються на власні кошти або фінансуються уже за рахунок отриманих кредитів. Значно менше використовуються довгострокові кредити, залучення портфельних інвестицій, участь у конкурсі для отримання коштів Державного комітету з питань науки і технологій та Державного інноваційного

фонду. Отже, якщо в майбутньому ситуація не зміниться, то інноваційно-інвестиційний процес зупиниться, що згубно вплине на економіку країни.

#### **Список використаних джерел:**

1. Єщенко П. С. Економіка для всіх. – К.: Вища шк., 2009. – 478 с.
2. Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво: Довідник. – К.: Знання-Прес, 2007. – 440 с.

### **ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗРОСТАННЯ**

**Брагінець Т. О., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Фундаментом конкурентоспроможної економіки України є соціально орієнтоване суспільство, яке забезпечує високу якість і високі соціальні стандарти життя всіх верств населення країни. Найважливішими індикаторами конкурентоспроможності економіки і соціального забезпечення населення є продуктивність праці та заробітна плата.

Для оцінювання стану та динаміки продуктивності економічної системи, порівняння її досягнень із досягненнями інших систем та пошуку резервів підвищення необхідно застосувати аналіз та контроль продуктивності господарюючого суб'єкта, у процесі реалізації яких необхідно визначити вплив змінювання взаємозв'язків різних витрат і випуску на досягнення визначених виробничих цілей даної системи.

Праця частіше, ніж будь-який інший фактор, використовується для вимірювання продуктивності. Основна причина прерогативи продуктивності праці над іншими показниками вимірювання продуктивності полягає в тому, що витрати праці значно легше виміряти, ніж будь-які інші витрати. Тому у практиці господарювання саме продуктивність праці вважається головним показником ефективності виробництва.

Міжнародна організація праці розраховує продуктивність праці, як суму ВВП, поділену на кількість працюючих осіб. Міжнародна організація праці вважає що ВВП – це основа оцінки динаміки виробництва і споживання продукції в країні, тому його збільшення або зниження показує зростання або падіння продуктивності праці в цілому по країні [3]. З цим аргументом можна цілком погодитися і розрахувати продуктивність праці в Україні.

Підвищення продуктивності праці та виробництва в цілому сприяє зростанню доходів працівників, узгодженню поточної виробничої діяльності із стратегічними пріоритетами, реалізації критеріїв продуктивного господарювання, забезпеченню конкурентних позицій підприємства. Підвищення ефективності функціонування сфери зайнятості та оплати праці

працівників обумовлює впровадження її державного законодавчо-правового та нормативного регулювання, моніторингу основних макроекономічних показників та пропорцій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Світовий досвід в практиці формування національної інноваційної системи України / О. Л. Богашко // Економічний простір: Збірник наукових праць. – № 81. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2014. – С. 15 – 23.
2. Чернушкіна О. О. Продуктивність праці в Україні: порівняльний аспект / О. О. Чернушкіна // Інноваційна економіка. – 2013. – № 9. – С. 106-112.

### **ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Булах І. І., викладач*

*ВСП Агротехнічний коледж Уманського НУС*

*Шиманська О. В., викладач*

*ВСП Агротехнічний коледж Уманського НУС*

Для багатьох українських підприємств, що зіткнулися з гострою конкуренцією, проблемою виживання в жорстких умовах ринку, саме інноваційна діяльність і її результати є головною умовою успіху та ефективності. Тому учасники ринкових відносин, насамперед ті з них, які займаються виробництвом, для забезпечення своєї поточної і перспективної конкурентоспроможності зобов'язані цілеспрямовано формувати і здійснювати свою інноваційну політику.

При прийнятті оптимальних управлінських і фінансових рішень необхідно знати свої витрати і вміти правильно їх класифікувати, від цього буде залежати майбутня прибутковість - мета підприємства.

Завдання функціонування підприємства досягаються за рахунок загального управління, ведення фінансової діяльності, а також здійснення контролю і регулювання. На кожному етапі актуальні різні показники витрат, що характеризують проблеми і досягнення підприємства:

- на етапі загального управління – зіставлення витрат на різні цілі служить індикатором стану фірми і вказує на необхідність прийняття певних рішень;
- на етапі контролю і регулювання – загальна картина витрат дозволяє формувати нову стратегію функціонування або коригувати колишню з боку власників фірми;
- на етапі ведення та обліку фінансової діяльності – формування собівартості продукції і ведення відповідної звітності: коректно складена калькуляція (визначення собівартості) робить товар конкурентоспроможним і виключає появу «непридатних» цін [1].

Вибір критеріїв класифікації витрат залежить від багатьох факторів, прояв яких найбільш відчутно на рівні економіки конкретного господарюючого

суб'єкта. Кожен з сформованих класів витрат повинен відповідати особливостям методології вирішення поставлених завдань. Деякі групи класифікації бувають схожі між собою за змістом. Необхідність існування таких груп полягає в протиставленнях, які дозволяють порівнювати витрати із найрізноманітніших напрямів діяльності.

Особливістю класифікацій витрат за кордоном є їх прагматизм, змішання різних ознак класифікації, термінологічна неоднозначність і спрямованість на створення умов для зручності практичного застосування. Діючі в даний час міжнародні норми збору статистичних даних про інновації, встановлені «Керівництвом Осло», розроблені стосовно тільки технологічних інновацій. Вони являють собою кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності. У свою чергу Держкомстат України класифікує витрати інноваційної діяльності за такими напрямками: внутрішні НДР (виготовлені самостійно); зовнішні НДР (придбані на ринку); придбання машин, обладнання та програмного забезпечення; придбання інших зовнішніх знань; інші витрати (перепідготовка кадрів тощо) [2].

Як показує практика більшості українських підприємств, проблеми, які виникають у них при здійсненні інноваційної діяльності, пов'язані насамперед з відсутністю стабільності на ринку, несподіваними технічними проблемами, а також лавиноподібним зростанням витрат на проект. У зв'язку з цим необхідна грамотна організація витрат, як інформаційна підтримка прийняття та виконання управлінських рішень, націлених на вирішення завдань інноваційного характеру. Для реалізації цієї мети важливо організувати на підприємстві чітку угруповання витрат по етапах інноваційної діяльності. Для вирішення цього завдання розмежовані витрати за такими етапами: фундаментальних досліджень; прикладних досліджень; дослідно- конструкторських робіт; підготовку виробництва; освоєння промислового виробництва; промислового виробництва; комерційної реалізації; після продажного обслуговування.

Традиційна для вітчизняних умов класифікація витрат дозволяє розділити об'єкти управління за рівнями управління і, таким чином, виявити необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень [3].

Кількість класифікаційних критеріїв повинна відповідати потребам користувачів інформації для прийняття оптимальних управлінських і фінансових рішень. Багатовекторність класифікації спрямована на встановлення причинно-наслідкових зв'язків між величиною витрат і результатами діяльності. Наведена класифікація є базою для формування системи класифікації та вибору методів управління, які можуть бути використані в різних підприємствах з урахуванням особливостей бізнесу. Введення в практику підприємств вищевикладеної загальної класифікації витрат в системі управління дозволить зробити його більш деталізованим і оперативним, що дає можливість своєчасно використовувати фактичну собівартість вироблених інноваційних продуктів і прогнозувати її в цілях управлінського обліку.

### **Список використаних джерел:**

1. Костирко, Л. А. Аналітичний інструмент оцінювання ефективності затрат на інноваційну діяльність підприємства: монографія / Л. А. Костирко, А. А. Мартинов, Г. О. Надьон. – Луганськ : Ноулідж, 2011. – 246 с.
2. Методологічні положення зі статистики інноваційної діяльності / І. А. Жукович, Ю. О. Рижкова, І. В. Калачова, О. І. Білоконь, Н. А. Біленька. – Київ: Державна служба статистики України, 2012. – 32 с.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 16 «Витрати» від 31.12.99 р. № 318: Наказ Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>
4. Ільченко, О. О. Облік та аналіз витрат на інновації: управлінський аспект [Текст]: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук за спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит»/ О. О. Ільченко. – Київ, 2009. – 21 с.

## **СТАН І СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДИНАМІКИ**

**Гарник О. А., к. е. н., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах становлення та розвитку інноваційної економіки визначається необхідністю пошуків нових мотиваційних механізмів, нових чинників і напрямків мотиваційного стимулювання з метою підвищення соціально-економічної ефективності трудової діяльності.

Формування нової дієвої системи мотивація праці належить до числа тих питань, вирішенню яких у світовій практиці завжди приділялося багато уваги. Тому при формуванні систем мотивації праці на підприємствах, особливо великих, необхідно використання вже накопиченого світовою практикою досвіду.

Закордонний досвід може послужити основною базою для розробки власних способів та інструментів системи мотивації. В даний час привертають увагу моделі мотивації японських, американських, а також західноєвропейських фірм, серед яких можна виокремити чотири найбільш характерні – французьку, німецьку, англійську та шведську.

Японська модель характеризується випередженням зростання продуктивності праці по відношенню до зростання рівня життя населення, в тому числі рівня заробітної плати. З метою заохочення підприємницької активності державою не приймається серйозних заходів з контролю за майновим розшаруванням суспільства. Існування такої моделі можливе тільки при високому розвитку у всіх членів суспільства національної самосвідомості, пріоритеті інтересів нації над інтересами конкретної людини, готовності населення йти на певні матеріальні жертви заради добробуту країни [1].

Американська модель мотивації праці побудована на всілякому заохоченні підприємницької активності і збагаченні найбільш активної частини населення. Модель базується на соціально-культурних особливостях нації – масовій орієнтації на досягнення особистого успіху кожного, а також високому рівні економічного добробуту [2].

Французька модель мотивації праці характеризується великою різноманітністю економічних інструментів, включаючи стратегічне планування та стимулювання конкуренції, гнучкою системою оподаткування. Відмінна її особливість – включення стратегічного планування в ринковий механізм. Базисом ринкових відносин у французькій моделі є конкуренція, яка безпосередньо впливає на якість продукції, задоволення потреб населення в товарах і послугах, зменшення витрат виробництва [3].

Німецька модель мотивації праці виходить з того, що в її центрі знаходиться людина з її інтересами як вільна особистість, що усвідомлює свою відповідальність перед суспільством. Свобода в економічному сенсі означає розуміння інтересів суспільства і знаходження свого місця в системі виробництва – споживання. Але не кожен громадянин може працювати відповідно до вимог ринку. Ринкове господарство Німеччини називається соціальним тому, що держава створює умови для всіх громадян, зупиняє прояви несправедливості і захищає всіх обділених і беззахисних: безробітних, хворих, старих і дітей. Соціальна справедливість і солідарність – неодмінні передумови суспільного консенсусу. Західні дослідники прийшли до висновку, що гармонійна комбінація з стимулювання праці і соціальних гарантій є однією з найбільш оптимальних моделей, коли-небудь відомих в історії економічних теорій. Ця модель забезпечує в рівною мірою як економічний добробут, так і соціальні гарантії [7].

Мотивація праці у Великобританії – це широке поширення партнерських відносин між підприємцями й робітниками. Проявляється така модель в участі персоналу у власності, прибутку і прийнятті рішень на підприємствах [3].

Шведська модель мотивації праці відрізняється сильною соціальною політикою, спрямованою на скорочення майнової нерівності за рахунок перерозподілу національного доходу на користь менш забезпечених верств населення. Починаючи з 50-х років, шведські профспілки на переговорах щодо переукладання колективних трудових договорів проводять політику так званої солідарної заробітної плати, що ґрунтується на таких принципах: рівна оплата за рівну працю, скорочення розриву між розмірами мінімальної і максимальної заробітної плати [5].

Характерною особливістю сучасних систем мотивації праці на заході є значне поширення системи заохочення за впровадження різноманітних нововведень. Більшість західноєвропейських фірм формують преміальні фонди за створення, освоєння, випуск нової продукції, але їх розмір співвідноситься з приростом обсягу продажу нової продукції та її часткою в загальному обсязі виробництва. Для західноєвропейських компаній є характерним три моделі стимулювання високопродуктивної праці: безпреміальна – функції

стимулювання праці виконує високий рівень заробітної плати; преміальна, що включає виплати, розмір який залежить від розміру прибутку підприємства; преміальна, що передбачає виплати, розмір яких встановлюють з урахуванням індивідуальних результатів праці.

Найпоширенішими класичними системами оплати праці та стимулювання в економічно розвинутих країнах є: система контролю денного виробітку, при якій годинні тарифні ставки змінюються (зростають або зменшуються залежно від рівня виконання норм, використання робочого часу та дотримання трудової дисципліни) один раз на рік чи квартал; система врахування зростання класифікації, в основі якої лежить кількість набраних умовних одиниць кваліфікації, відповідно до яких і здійснюється нарахування заробітної плати; оплата праці за знання (додаткова винагорода працівнику за оволодіння додатковими знаннями, які він потім використовує у своїй роботі); система «Хелсі», при якій заробіток складається з двох частин: за фактично відпрацьований час роботи та відрядний приробіток або премія за те, що фактичні витрати праці були менші, ніж нормативні; система Роукена, при якій на виконання роботи встановлюється норма часу і гарантована погодинна ставка. Якщо працівник не виконав даної норми, винагорода становить лише частину ставки і залежить від приросту продуктивності праці та зменшення витрат часу на виготовлення одиниці продукції; система Тейлора, що характеризується диференційованою відрядною ставкою: при невиконанні норми виробітку ця ставка складає 0,8, а при перевиконанні змінюється від 1 до 1,3; система Мерики, при якій за виконання норми виробітку менш ніж на 60% працівника звільняють, від 61 до 80% виплачується 80-100% тарифної ставки, а при перевиконанні норм виробітку виплачується 1,2 тарифної ставки [4].

Отже, розглянувши найвідоміші зарубіжні моделі та методів мотивації праці, можна знайти як схожі, так і відмінні риси. Головне, що їх всіх об'єднує – це їх ефективність, підтвердженням якої є рівень економічного розвитку країн, де вони запроваджені. Для України скопіювати повністю будь-яку модель неможливо. Запозичуючи зарубіжний досвід, необхідно враховувати ціннісні характеристики української національної культури, переймати найефективніші методи мотивації із урахуванням власних національних традицій та історії розвитку.

### **Список використаних джерел:**

1. Волгин Н. А. Японский опыт решения экономических и социально-трудовых проблем / Н. А. Волгин. – М.: Экономика, 2007. – 256 с.
2. Дряхлов Н. Системы мотивации персонала в западной Европе и США / Н. Дряхлов, Е. Куприянов // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 2. – С. 83-88.
3. Кошеленко В. Аналіз закордонного досвіду мотивації робочої сили як важливого чинника розвитку національної економіки / В. Кошеленко // Схід : аналітично-інформаційний журнал. – 2008. – № 3 (87). – С. 47-49.



4. Кулик І. Мотивація праці в Україні та за кордоном / І. Кулик // Вісник Київського Інституту бізнесу і технологій. – К.: Вид-во КІБІТ. – 2011. – Вип.1. – С.62-66.

5. Стрельбіцький П. А. Світовий досвід мотивації праці та можливість його впровадження в Україні / П. А. Стрельбіцький, О. П. Стрельбіцька // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. – 2015. – Вип. 10. – С. 323-333. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen\\_2015\\_10\\_60](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen_2015_10_60).

6. Ткаченко О. А. Улосконалення системи мотивації праці в умовах інноваційного розвитку / О. А. Ткаченко / Інноваційна модель розвитку: тенденції та перспективи розвитку економічної трансформації: колективна монографія. / За ред. В. Д. Бесєдіна, А. С. Музиченка. – Умань: ФОП Жовтий О.О., 2014, С. 220-226.

7. Шугаев А. Социальные программы на предприятиях Германии / А. Шугаев // Кадры предприятия. – 2014. – № 3. – С. 96–101. – Режим доступу: [kapr.ru/articles/2002/1/387.html](http://kapr.ru/articles/2002/1/387.html).

## **ДЕРЖАВНА ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

**Делікатна К. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Бовкун О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Ефективність державної політики саме у сфері управління інноваційними процесами визначає конкурентоспроможність національної економіки. У розвинених країнах близько 90 % приросту валового продукту забезпечується за рахунок упровадження нових технологій. При цьому роль держави у цьому процесі значно вагоміша, ніж під час регулювання звичайної економічної діяльності [3].

Важливим елементом здійснення структурних зрушень вітчизняної економіки, розвитку інноваційного сектору виступають інвестиції. Інтенсивний розвиток інвестиційної діяльності забезпечить ринкову трансформацію економіки, сприятиме її входженню у світове співтовариство, створенню валютних резервів, необхідних для модернізації виробництва тощо [2].

Україна має досить потужний науковий потенціал, однак кризові явища призвели до втрати попиту на наукову продукцію на внутрішньому ринку, що пояснюється падінням загального рівня інвестицій, зростанням взаємної заборгованості та переорієнтацією економічної діяльності з реального сектору в сектор короткострокових фінансових операцій [1].

Перехід до інноваційної моделі економічного зростання є одним із головних завдань держави на найближчу перспективу. Проте економічне зростання абсолютно неможливе без розв'язання проблеми збільшення обсягу інвестицій у

виробництво. Відповідно до Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 8 вересня 2011 р. № 3715-VI із змінами та доповненнями стратегічними пріоритетами інноваційної діяльності в Україні на 2011-2021 рр. визначено такі:

- освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії;
- освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- й суднобудування, озброєння та військової техніки;
- освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій;
- технологічне оновлення й розвиток агропромислового комплексу;
- упровадження 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 [4].

Отже, Україні потрібна така економічна політика, яка б сприяла розвитку індустріального суспільства і прискоренню процесів переростання його у постіндустріальне суспільство. Слід зазначити, що для цього в нашій країні є всі необхідні умови: наявність потужного науково-технологічного потенціалу; здатність розробляти і впроваджувати високі технології; наявність наукомісткого високотехнологічного виробництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вплив держави на формування інвестиційно-інноваційного потенціалу економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Document 38473-74189-1-PB.pdf>
2. Іваночко С. С. Суть та види інвестицій / С. С. Іваночко, О. М. Свінцов // Науковий вісник НЛТУ. – 2011. – Вип. 21.15. – С. 181–186.
3. Білошкурський М. В. До проблеми економічної діагностики стану розвитку інноваційної діяльності підприємств / М. В. Білошкурський // Соціально-економічні трансформації в умовах глобалізації: світовий та вітчизняний виміри : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Херсон, 1-2 березня 2013 р.) ; ред. кол. : К. С. Шапошников [та ін.]. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2013. – С. 56–58.

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ

**Ніженська В. В., студентка**

*Науковий керівник: викладач Побережець Н. Б.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасний фармацевтичний ринок України характеризується постійним зростанням товарної номенклатури. Протягом останнього десятиліття відбулося значне розширення, поповнення і поглиблення асортименту всіх основних груп медичних і фармацевтичних товарів. Особливо виражена ця тенденція для лікарських препаратів. На ринку істотно збільшилася можливість вибору необхідних лікарських засобів з урахуванням сучасних підходів до фармакотерапії різних патологічних станів, індивідуальних особливостей перебігу хвороб, споживчих переваг кінцевих споживачів.

Активне використання результатів маркетингових досліджень при просуванні на ринок нових і вже існуючих найменувань лікарських препаратів знаходить все більше поширення в бізнес-практиці вітчизняних і зарубіжних фармацевтичних компаній.

Споживачами на фармацевтичному ринку можуть виступати як безпосередньо покупці лікарських засобів, так і лікарі, що призначають лікарські препарати, і роздрібні аптечні організації, які рекомендують до застосування той чи інший лікарський препарат залежно від нозологічних форм захворювання [1, с.17].

У вітчизняній літературі існують різні погляди на поняття фармацевтичного ринку – як місця взаємодії продавців і покупців, як механізму об'єднання попиту і пропозиції, як системи взаємовідносин на основі купівлі, продажу, обміну, як сфери обороту певного товару (послуги), як регульованої системи з одночасною наявністю саморегуляції тощо. Фармацевтичний ринок слід розглядати як систему взаємовідносин з приводу різних договірних схем купівлі-продажу фармацевтичних товарів і послуг за визначеною ціною та умовами гарантії якості.

Проведення маркетингових досліджень – специфічна послуга, яка носить скоріше інтелектуальний, ніж матеріальний характер. Тому чи не головний фактор, від якого залежить успіх проведення дослідження, тобто отримання максимально об'єктивних та достовірних даних про думку і реакції рядових споживачів або експертів (лікарів, фармацевтів, провізорів), - професіоналізм тих, хто проводить дослідження.

Практика показує, що спроби реалізації якісного маркетингового дослідження «своїми силами», як правило, закінчуються не дуже вдало. Оптимальним вибором в даному випадку є звернення в спеціалізоване агентство, співробітники якого допоможуть провести «польові» дослідження або фокус-групи, і більш чітко сформулювати його цілі, конкретні питання, обрати

прийнятний метод дослідження, обробити результати і дати їх тлумачення в разі потреби.

При виборі агентства необхідно звернути увагу на три основні чинники. По-перше, досвід і репутація агентства: кращі компанії, що спеціалізуються в цій галузі, здатні надати інформацію про подібні проекти, реалізовані раніше, рекомендації клієнтів. При проведенні досліджень споживчої аудиторії в сфері фармації та медицини важливу роль відіграє той факт, чи є в розпорядженні агентства спеціально підготовлений персонал.

Щодо вартості проведення дослідження, то необхідно шукати «золоту середину». Занадто низькі ціни на дані послуги, як правило, свідчать про посередню якість збору і обробки результатів. У той же час найвищі розцінки при проведенні маркетингових досліджень існують в українських офісах великих міжнародних рекламних агентств, багато з яких згодом передають цю роботу субпідряднику, який виконує її з тим же якістю, але за нижчими розцінками [2].

За підсумками 9 міс 2017 року український фармринок розвивається досить високими темпами, випереджаючи прогнози. Особливо слід відзначити значний приріст продажів в упаковках (+ 9,3%) і в доларовому вираженні (+ 18,3%). Відбувається перерозподіл споживання в бік більш дорогих препаратів. У структурі продажів вітчизняних і зарубіжних (по власнику ліцензії) лікарських засобів в грошовому вираженні встановився паритет на рівні 43/57% відповідно [3].

Трійку лідерів за обсягом продажів товарів «аптечного кошика» в грошовому вираженні продовжують формувати українські виробники [3].

Конкурентоспроможність лікарського засобу – це сукупність споживчих властивостей лікарського засобу, створених під час розробки й виробництва, що сприяє його найшвидшій реалізації на конкретному ринку в певний період часу за умов відмінностей від препаратів-аналогів за ступенем задоволення потреб організації-споживача чи індивідуального споживача та рівнем затрат на його придбання і використання; ступенем інформованості, доступності та зручності споживача у здійсненні купівлі та застосування, забезпеченим маркетинговими і логістичними заходами.

Конкурентоспроможність — поняття складне, інтегральне, ураховує багато параметрів. Конкурентоспроможність препарату може бути визначена лише внаслідок його порівняння з іншими препаратами-аналогами. Для визначення конкурентоспроможності досліджуваного товару спочатку необхідно обрати серед ринкових аналогів базовий варіант, який найкраще задовольняє потребу споживача і з котрим порівнюватимуть даний препарат. Кількісну оцінку рівня конкурентоспроможності роблять через систему показників: одиничних, групових та інтегральних [4].

Серед основних шляхів підвищення конкурентоспроможності лікарських препаратів необхідно виділити наступні: зміна складу, асортименту, структури застосовуваних матеріалів (сировини, напівфабрикатів), що комплектують виріб або конструкції продукції; зміна порядку проектування продукції; зміна

технології виготовлення продукції, методів випробувань, системи контролю якості виготовлення, збереження, упакування, транспортування, монтажу; зміна цін на продукцію, цін на послуги, по обслуговуванню і ремонту, цін на запасні частини; зміна порядку реалізації продукції на ринку; зміна структури і розміру інвестицій у розробку, виробництво і збут продукції; зміна структури й обсягів коопераційних постачань при виробництві продукції і цін на комплектуючі вироби і складу обраних постачальників; зміна системи стимулювання постачальників; зміна структури імпорту і видів імпортованої продукції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гречишнікова Н. В. Методологічні підходи до проведення маркетингових досліджень на ринку лікарських засобів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uadoc.zavantag.com/text/16053/index-1.html>.
2. Маркетинговые исследования в фармацевтическом бизнесе. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/10905>.
3. Кирсанов Д. Аптечний ринок України за підсумком 9 місяців в 2017 р.: Аптека.ua. № 41 (1112) 23 жовтня 2017 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/431051>.
4. Якість та конкурентоспроможність лікарських засобів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rpp.nashaucheba.ru/docs/index-17443.html>.
5. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://posibnyky.vntu.edu.ua/ekonomika/43.htm>

### **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Занібор Я. І., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Інновації та інвестиції, які в переважній більшості до цього часу розглядалися як сучасні засоби подолання кризового стану не є панацеєю від всіх проблем, але дозволяють тимчасово покращити фінансово-економічну ситуацію не тільки на рівні підприємства, але і країни. Адже, наявність структурної кризи в економіці України суттєво ускладнює процес управління сучасними підприємствами і змушує здійснювати пошук нових підходів до управління вітчизняними підприємствами і формування їх організаційно- економічного механізму.

Аналіз спроможності, можливості й готовності підприємства до інноваційного розвитку повинен здійснюватися з урахуванням стратегічного напрямку діяльності підприємства, який визначається конкретними економічними обставинами, інвестиційними можливостями та цілями

підприємства щодо окремих продуктів, ринків, конкурентів і т. ін. Після того, як визначено бажаний напрямок інноваційного розвитку підприємства, необхідно проаналізувати, наскільки можливості інноваційного потенціалу підприємства відповідають обраному стратегічному напрямку. Це дозволить оцінити спроможність підприємства до інноваційного розвитку, а також особливості його сприйнятливості до реалізації інновацій. Урахування ряду умов, що сприяють чи перешкоджають впровадженню інновацій (економічних, ресурсних, факторів державного регулювання, соціальних, ринкових, міжнародних тощо), та аналіз цих факторів дозволяє оцінити наявність умов, що визначають можливості підприємства в здійсненні інноваційної діяльності [2].

Готовність підприємства до інноваційного розвитку може бути охарактеризована як сприйнятливість підприємства до інновацій, яка визначається різними факторами, основними з яких є характеристики організаційної структури, особистісно-психологічні характеристики членів колективу, характеристики зовнішнього оточення та внутрішньо організаційних зв'язків підприємства. З огляду на надзвичайну важливість інвестиційної складової інноваційного процесу на підприємствах доцільним виявляється формування інноваційно-інвестиційної стратегії, під якою доцільно розуміти формування на довгостроковій основі принципів напрямків інноваційної діяльності підприємства із урахуванням найбільш ефективних варіантів їхньої інвестиційної підтримки. Реалізація інноваційно-інвестиційної стратегії повинна передбачати оцінку результативності інвестування в інновації, яка б базувалася на аналізі показників ефективності інвестицій. Таким чином, ефективне управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств є одним з найбільш перспективних напрямків розвитку підприємств в сучасних умовах господарювання.

Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства передбачає управління вкладеннями інвестиційних ресурсів у процес, спрямований на впровадження науково-технічних розробок з метою освоєння випуску інноваційної конкурентоспроможної продукції та покращення її якості, постійне удосконалення технології виготовлення та зайняття підприємством відповідної ніші на внутрішньому і світовому ринках [3].

Основною метою управління інноваційно-інвестиційною діяльністю є створення механізмів ефективної взаємодії усіх складових науково-технічного розвитку підприємств, їх збалансованості та пропорційності, забезпечення високих темпів інноваційного розвитку необхідними інвестиційними ресурсами та підвищення ефективності використання коштів, вкладених у процес їх розширеного відтворення. Лише активізація процесу інвестування в інноваційний розвиток може викликати якісні зрушення в техніці і технології виробничої бази промислових підприємств та покращити кінцеві економічні результати їх діяльності на основі підвищення якості управління з бігом інвестиційного попиту і інвестиційної пропозиції на ринку інвестиційних товарів.

Стратегічне управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства передбачає розробку стратегії, за якою визначаються найдоцільніші способи та шляхи вкладення інвестиційних ресурсів у процес, який спрямований на впровадження науково-технічних розробок з метою освоєння випуску конкурентоспроможної інноваційної продукції та покращення її якості, постійне удосконалення технології виготовлення та зайняття оптимальної ніші підприємством як на внутрішньому так і зовнішньому ринках. Для цього інноваційно-інвестиційна стратегія підприємства повинна мати комплексність, цільову спрямованість, безперервність і містить чіткий напрям розвитку підприємства на довгострокову перспективу. Подолання окремих проблем та впровадження сучасного інструментарію інвестиційного менеджменту і стратегічного планування інноваційних зрушень на підприємствах сприятиме їх переорієнтації на інноваційний шлях розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку економіки України / О. Л. Богашко // Наука й економіка. Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. Випуск 2 (10). – Хмельницький, 2008. – С. 222 – 225.
2. Юрій Е. О. Теоретичні засади стратегічного планування діяльності підприємств / Е. О. Юрій // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. Економічні науки. – Вип. 6. Чернівці. – 2010 р. – С. 191 – 196.
3. Gechbaia B. Innovative economic priorities of the EU and the formation of the modern problems / Badri Gechbaia, Gela Mamuladze // Innovative Economics and Management. – № 2. – Т. 2. – С. 9–12.

### **ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Кірдан О. П., к. е. н., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Аграрний сектор є основним складником національної економіки, який значною мірою визначає соціально-економічний розвиток та формує продовольчу безпеку України.

Широке застосування інновацій є одним з найбільш дієвих і ефективних засобів підвищення ефективності агропромислового виробництва та, відповідно, формування продовольчої безпеки. Інновації сприяють росту продуктивних сил, удосконаленню організаційно-економічного механізму в аграрному виробництві та розвитку сільських територій. Інноваційний розвиток передбачає використання сучасних технологій агровиробництва, високоефективних сільськогосподарських культур, інформаційних та управлінських технологій.

Зростаюче значення інноваційного розвитку потребує зміни інноваційної системи аграрного сектора, що в існуючому стані мало придатна для масового застосування нововведень. Загальновідомим є твердження, що інноваційний розвиток аграрної сфери визначається двома основними складниками – наукові дослідження та рівень впровадження їх у виробництво. Відповідно до цих складників необхідно і будувати інноваційну систему, що включатиме два основних напрями – розвиток наукових досліджень в агропромисловій сфері та ефективне використання їх результатів у виробництві. Відтак, акцентуємо на розвитку наукових досліджень в агропромисловій сфері, що передбачає якісні науково-технічні розробки та винаходи, які слугуватимуть зростанню можливостей інноваційного оновлення та розвитку аграрного сектора національної економіки. Водночас зауважимо, що відірваність інноваційного процесу від безпосередніх потреб агровиробників призводить до зменшення кількості впроваджених інновацій і, як наслідок, до спаду обсягу виконаних науково-технічних робіт.

Обґрунтовуючи необхідність переходу до інноваційного типу розвитку українського аграрного сектора, з погляду Г. Павлової «очевидна не тільки через видиме відставання вітчизняного виробництва аграрного сектора від зарубіжних конкурентів, а й через зростаючий розрив між українськими товаровиробниками за техніко-технологічним і економічним показникам» [2, с. 133].

Однак, у практичній площині нині на перший план висуваються питання не стільки впровадження, скільки поширення інновацій. Звісно, процеси впровадження та поширення інновацій тісно взаємопов'язані, з нашого погляду логічним було б проаналізувати їх особливості в межах єдиного процесу – управління інноваційною діяльністю в аграрному секторі економіки України. Інноваційний процес є послідовним ланцюгом подій, в ході яких інновація визріває від наукових ідей до конкретних нових продуктів, технологій або послуг і поширюється при практичному використанні. Інноваційний процес, як зазначає Л. Антонюк, не закінчується впровадженням, тобто появою на ринку нового продукту, послуги або доведенням до проектної потужності нової технології [1], а продовжується і після впровадження, адже інновація удосконалюється.

Таким чином, інноваційний процес як основа розвитку аграрного сектора економіки України, спрямований на створення і впровадження конкретних технічних і технологічних ідей на основі наукових розробок у нові технології аграрного виробництва.

### **Список використаних джерел:**

1. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Павлова Г. Є. Інноваційний розвиток аграрного сектора національної економіки: теоретичні засади, методологія, механізми управління : монографія / Г. Є. Павлова. – К. : ТОВ ДКС Центр, 2015. – 354 с.



# КОНЦЕПЦІЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ СЛУЖБИ ЯК СКЛАДОВА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Коваль М. Ю., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Король І. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах ринкової економіки удосконалення системи управління підприємством передбачає організацію системи внутрішнього контролю, за допомогою якої виявляється фактичний стан підприємства, визначаються причини відхилень від норм використання матеріальних і трудових ресурсів та виявляються невикористані резерви. Але в умовах жорсткої економії матеріальних ресурсів власники підприємств все частіше відмовляються від організації системи внутрішнього контролю.

Дослідження проблем організації внутрішнього контролю здійснювали такі дослідники, як, Ф.Ф. Бутинець, І.А. Белобжецький, Б.І. Валуєв, В.Ф. Максимова, Л.В. Нападовська, Б.Н. Соколов, В.О. Шевчук, Т.А. Бутинець, Н.Г. Виговська, З.П. Дереза, М.Д. Корінко, Є.А. Кочерін, М.В. Мельник, Ю.П. Майданевич, В.П. Пантелєєв та інші.

Організація внутрішньогосподарського контролю на підприємстві залежить, перш за все, від правової форми підприємства, видів і масштабів діяльності, здійснюваних ним, складності його організаційної структури, наявності достатніх фінансових ресурсів, доцільності охоплення контролем різних аспектів діяльності і відношення керівництва підприємства до контролю.

Так, на малих підприємствах, що характеризуються незначним об'ємом бізнесу і невеликою кількістю працюючих, обмеженість ресурсів, що є в їх розпорядженні, зумовлює здійснення контролю, в основному, у формі реалізації бухгалтерським обліком своїх контрольних функцій. Така форма внутрішнього контролю, як діяльність служб внутрішньогосподарського контролю, є найскладнішою формою організації контролю на підприємстві, оскільки, як правило, вимагає значних грошових коштів [1, с. 79-80].

Більшість підприємств має спільні вимоги до системи внутрішнього контролю, список яких починається з характеристик загального контролю (на рівні всього підприємства) і закінчується більш специфічними видами внутрішнього контролю.

Якщо, підприємство все ж має наявні фінансові ресурси, значні масштаби діяльності та керівництво усвідомлює важливість організації системи внутрішнього контролю та основні переваги від її впровадження, то приймається рішення про організації такої системи на підприємстві.

Найбільш розповсюдженим з усіх видів є контроль, що включає в себе перевірку щорічного звіту про виробничу та фінансову діяльність, оцінку майна підприємства, перевірку дотримання фінансової дисципліни, аналіз фінансового стану. Він здійснюється незалежною зовнішньою контрольною системою, яка

відіграє активну роль в нагляді за операціями та практикою (Рада директорів, аудиторський комітет, ревізійна комісія) [2, с. 320].

Інша структурно-функціональна форма внутрішнього контролю не вимагає від організації серйозних додаткових витрат на її створення і функціонування. Система управління середніх та крупних економічних суб'єктів зазвичай функціонує, завдяки діям управлінського персоналу.

Кожний варіант організації внутрішньогосподарського контролю має свої переваги і недоліки, а також власну область застосування. Аудитор, що надає допомогу ревізійній комісії, може як входити до штату підприємства, так і бути співпрацівником зовнішньої аудиторської фірми, яка співпрацює з акціонерними товариствами на договірних засадах. Однак зовнішній аудитор, що допомагає налагоджувати внутрішній контроль, не повинен проводити аудиторську перевірку даного акціонерного товариства.

### **Список використаних джерел:**

1. Виговська Н.Г. Моделювання структур внутрішньогосподарського контролю на акціонерних товариствах (стаття 1) / Н.Г. Виговська // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – № 2 (32). – С. 79-80
2. Виговська Н.Г. Господарський контроль в Україні: теорія, методологія, організація: [моногр.] / Н.Г. Виговська. – Житомир: ЖДТУ, 2008. – 532 с.
3. Денчук П., Рожелюк В. Організаційно-структурні особливості побудови служби внутрішнього аудиту на підприємстві / П. Денчук, В. Рожелюк // Аудитор України. – 2003. – № 15 (33). – С. 30-32
4. Корінько М.Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, диверсифікація: [моногр.] / М.Д. Корінько. – К.: ДП “Ін форм.-аналіт. агентство”, 2007. – 429 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБИ В ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСАХ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Климчук В. Р., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Вихідними даними для визначення необхідної чисельності персоналу, їхнього професійного і кваліфікаційного складу є: виробнича програма, норми виробітку, план підвищення продуктивності праці, структура робіт.

При узагальнених розрахунках загальна потреба підприємства в кадрах (Ч) визначається відношенням обсягу виробництва (Ов) до запланованого виробітку на одного працюючого (В):

$$\text{Ч} = \text{Ов} : \text{В} \quad (1)$$

Додаткову потребу в робочих кадрах розраховують на плановий рік і на кожний квартал, тому що обсяги виробництва і плинність робітників за кварталами нерівномірні. Додаткову потребу в фахівцях і службовцях визначають на плановий рік за кількістю вакантних посад, на основі затверджених штатів, а також з урахуванням очікуваного вибуття цих працівників з різних причин.

Загальна потреба у фахівцях і службовцях визначається залежно від трудомісткості закріплених функцій, норм керованості, ступеня механізації управління та з урахуванням типових штатних розписів. Зростання в нинішніх умовах ролі вищої та середньої фахової освіти викликає необхідність підвищення рівня планування фахівців і підвищення ефективності використання їх.

### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Методологічні підходи до оцінки інтелектуального та людського капіталів / О. Л. Богашко // Науковий економічний журнал „Інтелект ХХІ”. Випуск 1. – Київ: Видавничий дім „Гельветика”, 2017. – С. 134 – 140.
2. Шегда А. В. Менеджмент: навч. посіб / А. В. Шегда. – К.: Т-во «Знання», 2002. – 583 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ**

**Кочедікова Л. О., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Зовнішнє середовище є джерелом забезпечення організації ресурсами, необхідними для підтримання її внутрішнього потенціалу на необхідному рівні для досягнення цілей.

У менеджменті під середовищем розуміється наявність умов та факторів, які впливають на функціонування фірми і потребують прийняття управлінських рішень, спрямованих на їх усунення, або на пристосування до них.

Аналіз середовища – це дуже важливий для вироблення стратегії організації і дуже складний процес, що вимагає уважного відстеження відбуваються в середовищі процесів, оцінки факторів і встановлення зв'язку між факторами і тими сильними і слабкими сторонами організації, а також можливостями і погрозами, які укладені в зовнішнім середовищі. Очевидно, що, не знаючи середовища, організація не зможе існувати. Організація вивчає середовище, щоб забезпечити собі успішне просування до своїх цілей, виробляє стратегію взаємодії з елементами зовнішнього середовища, що забезпечує їй найбільш комфортне співіснування.

Зі сказаного вище видно, що діяльності основних сфер фірми переплетені і залежать один від одного і від зовнішнього середовища. Таким чином, можна говорити про те, що управління фірмою визначається двома факторами:

- особливістю виробничого процесу;
- характером зовнішнього середовища.

Сучасна тенденція полягає в усезростаючому значенні другого чинника, який стає визначальним. Для проведення аналізу необхідно:

- визначити основний напрямок розвитку підприємства.
- зважити сили і оцінити ринкову ситуацію, щоб зрозуміти, чи можливо рухатися в зазначеному напрямку.
- поставити перед підприємством цілі, враховуючи його реальні можливості (визначення стратегічних цілей підприємства).

Необхідно знати сильні і слабкі сторони підприємства, а також ринкові можливості і загрози. Стратегічний маркетинг в структурі менеджменту фірми відіграє значну роль, так як вказує фірмі на такі можливості, які забезпечують потенціал для її зростання і рентабельності. Як усякий стратегічний напрямок, стратегічний маркетинг має середньострокові і довгострокові плани. В першу чергу він здійснює аналіз прогнозованих потреб потенційних покупців. Стратегічне планування є невід'ємною складовою ефективного функціонування будь-якого підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Стратегічне планування в системі управління державою і виробництвом / О. Л. Богашко // Економіка України: проблеми економічного розвитку. Колективна монографія / За ред. В. Ф. Бесєдіна, А. С. Музиченка. – К.: НДЕІ – 2007. – С. 83–86.
2. Богашко О. Л. Теоретичні аспекти дослідження конкурентоспроможності національної економіки в умовах глобалізації / О. Л. Богашко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Випуск 1 (25). – Донецьк, 2014. – С. 32 – 37.
3. Стратегический менеджмент : учебник / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. – М : ИНФРА-М, 2005. – 237 с.

## **ТИПОЛОГІЯ І ФУНКЦІЇ ВИНИКНЕННЯ КОНФЛІКТІВ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

**Лебедич Т. Р., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У суспільстві завжди виникали і проявлялися різного виду конфлікти між людьми: від міжособистісних і сімейних до соціально-класових і міжнародних. Люди, стикаючись з тими чи іншими колізіями, що виникають між ними, врешті-решт, знаходили методом проб і помилок необхідні засоби і способи усунення

непорозумінь. Однак при цьому не осмислювався сам феномен конфлікту. До пори до часу людство обходилося без спеціального знання про конфлікти. Роль конфліктів і їх регулювання в сучасному суспільстві настільки велика, що в другій половині ХХ століття виділилася спеціальна область знання – конфліктологія.

Конфлікт – (від лат. «Conflictus» – зіткнення) – зіткнення протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок [1].

Класифікація конфліктів дозволяє розробити стратегію і тактику розпізнавання конфліктів, їх регулювання та дозволи.

Класифікація конфліктів:

- з причин конфлікту: породжені об'єктивними і суб'єктивними причинами;
- за наявністю протиріч, що лежать в основі конфлікту: антагоністичні і неантагоністичні;
- за часом дії конфлікту: тривалі і короточасні;
- за наявністю наслідків для суспільства: успішні й невдалі.

Суб'єктами соціальних (громадських) конфліктів виступають особистості, групи, спілки, етнічні спільності, держави. Відповідно розрізняються типи конфліктів: міжособистісні, внутрікласові і міжкласові, етнічні, міжнародні. Відмінності конфліктів за рівнем суб'єктів: глобальні, міждержавні, регіональні, групові, сімейні, міжособистісні [1].

Функції конфліктів бувають позитивні і негативні.

Позитивні:

- розрядка напруженості між конфліктуючими сторонами;
- отримання нової інформації про опонента;
- згуртування колективу організації при протиборстві із зовнішнім ворогом;
- стимулювання до змін і розвитку.

Негативні:

- великі емоційні, матеріальні витрати на участь в конфлікті;
- звільнення співробітників, зниження дисципліни, погіршення соціально-психологічного клімату в колективі;
- після завершення конфлікту – зменшення ступеня співпраці між частиною співробітників;
- складне відновлення ділових відносин [2].

Методи подолання конфліктів:

Внутрішньоособистісні методи полягають в умінні правильно організувати свою власну поведінку, висловити свою точку зору, не викликаючи захисної реакції з боку іншої людини.

Структурні методи, тобто методи дії переважно на організаційні конфлікти, що виникають із-за неправильного розподілу повноважень, організації праці, прийнятої системи стимулювання і т.д. До таких методів відносяться: роз'яснення вимог до роботи, координаційні та інтеграційні механізми, загальноорганізаційні мети, використання систем винагороди.

Міжособистісні методи. При створенні конфліктної ситуації або початку розгортання самого конфлікту його учасникам необхідно вибрати форму, стиль свого подальшої поведінки з тим, щоб це в найменшій мірі відбилося на їх інтересах.

Виділяють наступні п'ять основних стилів поведінки в конфліктній ситуації:

1. Пристосування, поступливість;
2. Ухилення;
3. Протиборство;
4. Співробітництво;
5. Компроміс [2].

Я вважаю, що досліджувати проблеми конфліктів не тільки цікаво, а й дуже корисно. Конфлікт – явище неоднозначне, і не можна говорити тільки про його негативний вплив на життя людей. У залежності від методів може відбуватися його конструктивне рішення. Викорінити явище конфлікту неможливо, та й не потрібно. Наявність протиріч – це нормальна ситуація, коли вона знаходиться в межах розумного. А от знати про конфлікти і способи вирішення корисно для всіх людей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Андреев В. И. Конфликтология. Искусство спора, ведения переговоров, разрешения конфликтов // В. Андреев. – М. : Народное образование, 1995. – 126 с.
2. Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Словарь конфликтолога : 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 528 с.
3. Богашко О. Л. Менеджмент економічної безпеки підприємництва // Економіка України: проблеми розвитку галузей і регіонів: колективна монографія / Від. ред. В. Ф. Беседін, А. С. Музиченко. – К. : НДЕІ, – 2008. – С. 343 – 348.

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Любчак О. П., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Вікарчук О. І.  
Житомирський державний університет ім. Івана Франка*

В умовах нестабільності сучасної економіки, що характеризується підвищеним ризиком при інвестуванні, малою інформованістю про ситуацію на ринку, її непрогнозованістю і суттєвим впливом на ринок політичної кон'юнктури в Україні, досить актуальною є проблема грамотного розміщення інвестиційного ресурсу та ефективного управління інвестиційною діяльністю. Оскільки саме інвестиції є вагомим засобом підтримання і розвитку

підприємницької діяльності. Інвестиційна підтримка інноваційного розвитку підприємств залежить від специфічних особливостей інвестицій, таких, як тривалий період окупності при реалізації інновацій, підвищений ризик реалізації, нерівномірність надходження доходів від здійснення інвестицій. Урахування цих особливостей і зміна умов функціонування підприємств визначають важливість подальшого вдосконалення принципів, форм, методів та пошуку джерел інвестиційної підтримки інноваційної діяльності підприємств. Тому виникає необхідність у формуванні нових наукових підходів до інвестиційної підтримки інновацій і розробки практичних основ для їхньої реалізації [2, с. 95 – 96 ].

Сьогодні інновації стають ключовим чинником розвитку для більшості підприємств. Характерною є зростаюча кількість наукових праць, де досліджується інноваційно – інвестиційна діяльність. Питання теорії і практики аналізу в цій сфері діяльності висвітлювали зарубіжні вчені, зокрема В. Александрова, Х. Барнет, Є. Вітте, В. Мічерліх, В. Хартман, А. Й. Шумпетер та інші. У більшості з них акцент робиться не на ціновому механізмі конкуренції, а на інноваційних процесах, пов'язаних з поліпшенням всього виробничо – господарського потенціалу підприємства.

А вітчизняні науковці обґрунтовують національні інноваційні пріоритети, знаходять дієві механізми залучення та ефективного використання інвестицій. Проблеми обліку, аналізу та контролю інвестиційно – інноваційної діяльності розкривали вітчизняні вчені: А. Гойко, М. Крупка, Т. Майорова, А. Пересада, В. Федоренко; З. Гуцайлюк, З. Задорожний, Я. Крупка, М. Кужельний, Н. Дорош, Ю. Кузьмінський, М. Пушкар, Б. Литвин, І. Фаріон, М. Чумаченко [5, с. 32]. Незважаючи на значну кількість наукових праць щодо теорії та практики інвестиційно – інноваційної діяльності підприємств, проблемні питання у цій сфері залишаються актуальними та потребують подальших досліджень.

Упродовж останніх років лише незначна частина підприємств України здійснювала інновації. Основним напрямом інноваційної діяльності залишається придбання нових засобів виробництва. Пріоритетним джерелом інвестування інновацій залишаються власні кошти підприємств та отримані кредити. Діюча система оподаткування не стимулює довгострокові накопичення підприємств, що дозволило б останнім реалізувати інноваційні проекти. Українська інноваційна сфера ще не стала привабливою для іноземних інвесторів [1, с. 103].

Однак незважаючи на незначні масштаби інноваційної діяльності, її позитивний вплив на економічні показники роботи підприємств є очевидними та безперечними. Більшість підприємств, які впроваджували інновації, одержали приріст продукції, підвищили її конкурентоздатність, розширили ринки збуту, оновили асортимент виробів, знизили матеріалоємність, енергоємність виробництва [3, с. 123–125].

Інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства необхідно розглядати як складну динамічну стохастичну систему, що складається з різних за своєю природою процесів та у загальному випадку включає: інноваційний процес (НДДКР або пошук відповідних нововведень; кількісні, якісні та структурні

перетворення); процеси організаційно–економічного, інвестиційного та соціокультурного забезпечення нововведень [5, с. 26].

Зазначимо, що незважаючи на зростання інвестицій, організаційні структури управління підприємствами зазвичай не пристосовані до вирішення завдань інноваційно – інвестиційної діяльності. У більшості випадків–це застарілі лінійно – функціональні структури, що не відповідають складним сучасним умовам господарювання. Підсумком цього стає зниження ефективності управління інновацій–інвестиційною діяльністю підприємства.

Запровадження інноваційно–інвестиційної моделі розвитку підприємств дасть можливість системно вирішувати проблеми, що виникають при зміні методів і підходів до інвестиційного забезпечення інноваційних процесів, раціоналізації механізмів управління залучення інвестицій тощо.

Сприятливі передумови для інноваційного розвитку досягаються завдяки ресурсозабезпеченості підприємства. Екстенсивний шлях розвитку економіки призводить до неефективного використання ресурсів, а внаслідок цього – нестачі ресурсів. Бережне використання ресурсів забезпечує формування конкурентоспроможного інноваційного потенціалу, що стимулює розвиток суб'єктів господарювання [3, с.357].

Інвестиційно–інноваційний розвиток підприємств України повинен базуватися на:

- активній участі держави задля підтримки сталості інвестиційно–інноваційного розвитку підприємств;
- визначенні пріоритетних галузей для зовнішнього і внутрішнього інвестування;
- обранні ефективної довготривалої стратегії економічного зростання підприємства;
- ефективному моніторингу ринку, вивченню конкурентного середовища;
- ресурсозабезпеченості підприємства.

Проблеми інвестиційно–інноваційного розвитку підприємств в умовах сучасної економіки країни потребують негайного вирішення. Підприємства за обставини структурних і функціональних змін економіки завдяки інвестуванню в інноваційну діяльність можуть досягти високих економічних показників, зокрема зростання прибутку та збільшення обсягу виробництва продукції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Грушевский С. В. Некоторые подходы к управлению инновационной деятельностью на основе инвестиционных проектов / С. В. Грушевский, Н. И. Климович // Академічний огляд. – 2014. – № 2 (41). – С. 100 –109.
2. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи / С. М. Ілляшенко. [навч. посібн]. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. – 581 с.
3. Інноваційний механізм управління суб'єктами господарювання: [монографія/ за заг. редакцією П. П. Микитюка]. –Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр «Економічна думка ТНЕУ», 2014. – 450 с.



4. Литвин З. Б. Аналіз взаємозв'язку інвестиційної та інноваційної діяльності / З. Б. Литвин // Кримський економічний вісник. – №6 (13) грудень. – 2014. – С. 95-99.

5. Литвин З. Б. Аналіз як невід'ємний інструмент ефективності інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства / З. Б. Литвин // Регіональна бізнес-економіка та управління. – № 4(44). – грудень. – 2014 – С. 25-34.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

**Ляш Д. О., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Король І. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Нестабільність суспільного розвитку та глибинні трансформації економічної системи нашої держави спричинили перебудову всього господарського механізму підприємств, що виявляється у зміні пропорцій між елементами, формуванні нових і руйнуванні старих виробничих зв'язків, переоцінюванні традиційних орієнтирів розвитку.

Аналізуючи світові тенденції розвитку, слід відзначити, що розвиток концепції управління кадровим потенціалом перетворюється на одну із важливих тенденцій, що перебуває в найтіснішому взаємозв'язку і взаємозалежності з іншими основними напрямками загальної еволюції управлінської думки: переходом від традиційних принципів управління до нових (партнерство, гуманізація тощо); розвитком комп'ютерного й телекомунікаційного забезпечення процесів управління та його віртуалізації тощо [1].

Теоретико-методологічні та економіко-організаційні аспекти оцінки кадрового потенціалу підприємств висвітлені у працях провідних учених та науковців, а саме Васильченка В.С., Гриненка А.М., Грішньої О.А., Керб Л. П., Федоніна О. С., Репіної І. М., Олексюка О. І., Качана Є. П., Завіновської Г.Т.

Проведений аналіз праць науковців засвідчив недосконалість науково-прикладних розробок у сфері оцінки кадрового потенціалу підприємства, оскільки більшість дослідників розглядає «кадровий потенціал» разом із «трудовим потенціалом». В результаті проведеного дослідження визначено, що «трудовий потенціал» є ширшим та багатограннішим, на відміну від поняття «кадровий потенціал», але включає в себе і його характеристики. Як ціле включає в себе характеристики частини та навпаки. Тому до оцінки кадрового потенціалу підприємства необхідно підходити, враховуючи визначені вище його особливості.

В умовах сучасного посткризового стану економіки одним із шляхів удосконалення управління кадровим потенціалом є вдосконалення системи кадрового планування. Останнє необхідно реалізовувати за допомогою

здійснення цілого комплексу взаємозалежних заходів, поєднаних в оперативному плані роботи з персоналом.

В основі стратегічного планування кадрового потенціалу підприємства лежить організаційно-кадровий аудит, що являє собою оцінювання відповідності структурного і кадрового потенціалу організації її цілям і стратегії розвитку. Проводиться він із метою підготовки до прийняття стратегічних рішень про розвиток бізнесу, розробки програми реформування організації. Менеджеру з персоналу, котрий проводить кадровий аудит, важливо зрозуміти, які процеси і з якою ефективністю йдуть в організації..

Оперативний план роботи з кадрами повинен включати такі основні положення: планування залучення персоналу, планування заходів щодо наймання та прийому з метою задоволення в перспективі потреби підприємства в кадрах за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел; планування звільнення або скорочення персоналу має істотне значення в процесі кадрового планування і дає змогу уникнути передачі на зовнішній ринок праці кваліфікованих кадрів та створення для цієї категорії персоналу труднощів; планування використання персоналу, що здійснюється за допомогою розробки плану заміщення штатних посад; планування ділової кар'єри. Застосування цих та інших елементів сприятиме підвищенню ефективності управління кадровим потенціалом підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Лібанова Е.М. Ринок праці : навч. посіб. / Е.М. Лібанова. – К. : ЦНЛ, 2004. – 224 с.
2. Богиня Д.П. Основи економіки праці : на- вч. посіб. / Д.П. Богиня, О.А. Грішнова. – 3- те вид. – К. : Знання-Прес, 2009. – 313 с.
3. Король І. В. Впровадження логістичного підходу у маркетингову стратегію підприємства / І. В. Король // Науковий вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія «Економіка». Том 22 Випуск 4(57). – Одеса : ФОП Головка О.А., 2017 – С. 79-83
4. Король І.В. Конкурентні переваги працівників в системі управління конкурентоспроможністю підприємства/ І.В. Король // Новини передової науки 2017 : Матеріали XIII міжнародної науково- практичної конференції, 15 - 22 травня 2017 р., м. Софія, Республіка Болгарія Софія: «Бял ГРАД-БГ», 2017. Т.4 . С.45-48.

## ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТА МЕХАНІЗМИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ

**Орловська Г. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Функції управління виражають психологічну специфіку управлінської праці, систему відносин в організації. Психологічний зміст управлінської діяльності розкривається через структурування функцій управління та механізми їх взаємозв'язку.

Функції управління – сукупність особливих дій та операцій, які виражають психологічну специфіку управлінської діяльності, цілеспрямованого впливу на зв'язки і відносини людей у процесі життєдіяльності організації.

Функції менеджменту виникли в результаті поділу та спеціалізації праці. А. Файоль виділяв планування, організацію, розпорядництво, координування та контроль як функції менеджменту. М. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедоурі запропонували розглядати 4 функції: планування, організацію, мотивацію та контроль [6].

Функції менеджменту бувають основні і часткові. Основні: планування, організація, мотивація, контроль. Часткові: управління основним виробництвом, управління технічною підготовкою виробництва, управління капітальним будівництвом.

Планування є однією з пріоритетних функцій управління, яка охоплює процес підготовки до змін, формування майбутніх варіантів дій. Складаючи план, керівник повинен уміти прогнозувати і оцінювати майбутнє, готуватись до нього. Потрібно враховувати потенційні можливості організації (здібності та професійну підготовленість учасників управління, морально-психологічний клімат в організації тощо), зміни зовнішнього середовища (вплив поведінки клієнтів на стан організації, конкурентів, зміни законодавства тощо).

Прийняття управлінських рішень є центральною ланкою управління. Воно також є завершальною фазою планування і психологічно найскладнішою процедурою, найголовнішим оцінювальним критерієм здібностей, умінь і навичок керівника. Від їх зумовленості значною мірою залежать результати діяльності організації.

Прийняття управлінського рішення – вольовий акт формування послідовності дій, результатом яких є досягнення конкретної цілі на основі перетворення вихідної інформації [4].

Прийняття управлінського рішення здійснюється у двох формах: індивідуальній (одноосібній) та груповій (колегіальній), кожна з яких має свої переваги і недоліки. Вибір їх залежить від особливостей управлінської ситуації.

У процесі розроблення та прийняття управлінського рішення діяльність керівника охоплює такі етапи :

1. З'ясування, усвідомлення, формування проблеми;
2. Всебічний розгляд альтернатив;

3. Остаточний вибір варіанта, адекватного цілям діяльності організації;
4. Прийняття рішення та організація його виконання;
5. Формулювання, аналіз, апробація робочого варіанта рішення.

Ці етапи управління є для керівника надзвичайно відповідальними, оскільки йому доводиться діяти в складній структурі, елементами якої є індивідуальні, психофізіологічні особливості працівників та їх груп, формальні й неформальні взаємозв'язки, психологічні механізми взаємовпливу. Керівник при цьому повинен правильно і завчасно оцінити не лише свої можливості впливу на підлеглих, а й їх психологічні особливості, вміло спілкуватися із співробітниками, вести ділові переговори [5].

Контроль передбачає спостереження за процесом управління, оцінювання результатів, співвіднесення їх з визначеною ціллю. У психологічному аспекті він є особливим видом діяльності, пов'язаним із наданням своєчасної допомоги співробітникам, вжиття за необхідності відповідних заходів з метою досягнення управлінської мети керівником і всіма підлеглими [3].

З погляду психології управління контроль передбачає з'ясування та аналіз психологічних і соціально-психологічних чинників досягнення (недосягнення) накресленої цілі і на цій основі розроблення, впровадження системи коригувальних дій з метою досягнення бажаного результату. Психологічний аспект контролю пронизує всю контрольну функцію управління.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Стратегічне планування в системі управління державою і виробництвом / О. Л. Богашко // Економіка України: проблеми економічного розвитку. Колективна монографія / За ред. В. Ф. Бесєдіна, А. С. Музиченка. – К.: НДЕІ – 2007. – С. 83–86.
2. Богашко О. Л. Теоретичні аспекти дослідження конкурентоспроможності національної економіки в умовах глобалізації / О. Л. Богашко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Випуск 1 (25). – Донецьк, 2014. – С. 32 – 37.
3. Веснин В. Р. Основы менеджмента. – М.: Об-во «Знание» России. – 1996. – 472 с.
4. Кабанов А. Я. Управление персоналом организации: Учебник / А. Я. Кабанов. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 435 с.
5. Менеджмент: Учеб. для вузов / Под ред. проф. М. М. Максимцова, М. А. Комарова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: «ЮНИТИ-ДАНА». – 2014. – 359 с.
6. Мескон М. Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2014. – 800 с.

# ОСНОВНІ НАПРЯМИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Побережець Н. Б., викладач**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Управління кадрами є одним із найважливіших елементів менеджменту у діяльності підприємства, так як основна складова успіху його функціонування залежить від співробітників. За сучасних умов ринкової економіки персонал є одним з найважливіших ресурсів організації та є необхідним для досягнення всіх її цілей і завдань. Саме від персоналу безпосередньо залежать економічні та інші можливості організації.

Тому вкладення коштів у людські ресурси і кадрову роботу стають довгостроковим фактором конкурентоспроможності і ефективної діяльності організації в умовах ринкової економіки. Але без виваженої системи управління персоналом скоординувати всі кадрові процеси на підприємстві досить важко. За звичай весь персонал підприємства можна поділити на кілька категорій: службовці, фахівці, керівники, робітники. Управління кадрами в будь-якій організації здійснюється на трьох рівнях:

- вищому, до якого відносяться генеральний директор, правління і його голова, а також інші керівники, уповноважені визначати стратегію і пріоритети компанії в роботі з персоналом;
- середньому (спеціалізовані служби по роботі з персоналом);
- нижчому (керівники структурних підрозділів) [1].

Тільки при повноцінній взаємодії суб'єктів на всіх трьох рівнях управління можливо досягнути гарних результатів. Оскільки персонал є особливим видом ресурсу, із застосуванням якого формується і функціонує система управління кадрами на підприємстві. Дійсно ефективно в умовах сучасного виробництва працює тільки система, що характеризується економічністю, оперативністю, оптимальним співвідношенням управлінських орієнтацій і можливостями для потенційної імітації (умінням кожного фахівця, задіяного в системі управління кадрами, при необхідності імітувати функції як вище- і нижчестоящих фахівців, так і працівників свого рівня). У стандартній системі управління дотримується певна ієрархія, при якій інформація може передаватися як вниз, так і вгору[2].

На кожному підприємстві для ефективного управління кадрами розробляються ряд внутрішніх нормативних актів, що визначають кадрову політику компанії і регулюють стандартні процеси, пов'язані з наймом, розподілом і підготовкою персоналу. Норми, відповідно до яких реалізується система управління кадрами, можуть зазначатися в різних документах: трудові договори, штатний розклад, положення про атестацію співробітників, правила внутрішнього трудового розпорядку та ін. У випадку, коли на підприємстві діє повноцінний структурний підрозділ, що займається роботою з персоналом, доцільно зафіксувати основні положення кадрової політики в окремому документі. Даний документ затверджує начальник управління кадрів. Такий

документ зазвичай містить: загальні положення, згідно з яким управління здійснює свою діяльність; перерахування функцій і завдань підрозділу, а також повноважень окремих його співробітників; принципи і вимоги, що регулюють кадрові процеси на конкретному підприємстві.

На сьогоднішній день використовують сталу класифікацію методів управління персоналом, які доповнюють один одного: адміністративні; економічні та соціально-психологічні. Крім того, в кожній організації застосовуються специфічні приватні методи.

На думку А. Я. Кібанова, основним методом управління персоналом є мотивація праці працівників, яка, в свою чергу, здійснюється із застосуванням трьох зазначених груп методів [1].

Для адміністративних методів характерний прямий централізований вплив. Вони орієнтовані на такі мотиви поведінки, як усвідомлена необхідність трудової дисципліни, почуття обов'язку, прагнення людини працювати в певній організації.

За допомогою економічних методів управління здійснюється матеріальне стимулювання колективів і окремих працівників.

Застосування соціально-психологічних методів пов'язане з соціальними відносинами в колективі, з моральним і психологічним впливом на працівників.

Традиційно в державних організаціях, де оплата праці не досягає високого рівня, найбільш часто використовують адміністративні та соціально-психологічні методи управління персоналом. Економічні ж методи управління обґрунтовані там, де матеріальне стимулювання грає основну роль, проте в таких організаціях не можна забувати і про соціально-психологічні методи впливу. Головний орієнтир повинен бути на комплексно-цільовий підхід.

Управління персоналом є складним процесом і важливим компонентом управління організацією як системою. Складним воно є тому, що люди за своїм характером відрізняються від інших ресурсів і вимагають особливих підходів в управлінні [3].

Не існує єдиного підходу управління персоналом, навіть в однорідних за своєю діяльністю і формою власності організаціях. Відповідно до загальних методів управління, необхідно знаходити свій підхід до працівників, різний в кожній конкретній ситуації. В основі управління персоналом повинен мати місце по можливості індивідуальний підхід до кожного працівника і диференційований підхід до різних категорій працівників.

При цьому стратегія управління персоналом підприємств повинна бути спрямована на підвищення рівнів освіти, кваліфікації та культури працівників, надання працівникам умов для розширення професійних знань, безперервного вдосконалення своєї майстерності, підвищення самовираження і розвитку організаційної культури. Все це означає актуальну потребу більш ґрунтовного вивчення та впровадження новітніх методів управління персоналом в сучасних організаціях.

Управління кадрами в ринкових умовах є складним і багатостороннім, та є одним із найважливіших складових успішного управління організацією.

### **Список використаних джерел:**

1. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом: Учебник / А. Я. Кибанов; Государственный Университет Управления. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 447 с.
2. Olszak, C., Ziemba, E. (June 2003). Business Intelligence as a Key to Management of an Enterprise. Informing Science InSITE - “Where Parallels Intersect”. Volume 3, 855-863.
3. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу : навчальний посібник / В.А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ**

**Постівий Я. О., студент**  
**Брагінець Т. О., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Бовкун О. А.*  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Необхідною передумовою розвитку економіки є підвищення інвестиційної активності інвесторів у країні, збільшення інвестиційних ресурсів та ефективне їх використання. Тому дослідження тенденцій розвитку ринку інвестицій є актуальним і має важливе практичне значення. Саме інвестиції формують виробничий потенціал на новій науково-технічній базі й визначають конкурентні позиції країн на світових ринках.

Забезпечення сприятливого інвестиційного клімату в Україні залишається питанням стратегічної важливості. Від його реалізації залежать ефективність соціально-економічного розвитку, залучення країни у міжнародний поділ праці, модернізація національної економіки.

Економіка України перебуває в складній економічній ситуації, яка зберігає тенденції до погіршення внаслідок продовження агресивної політики Російської Федерації, окупації Криму і військових операцій на сході України.

Важливу роль у створенні сприятливих умов для розвитку української економіки відіграють іноземні інвестиції.

Залучення іноземних інвестицій дає змогу країні-реципієнту отримати ряд вигод, основними з яких є поліпшення платіжного балансу; трансфер новітніх технологій та ноу-хау; комплексне використання ресурсів; розвиток експортного потенціалу і зниження рівня залежності від імпорту; досягнення соціально-економічного ефекту (підвищення рівня зайнятості, розбудова соціальної інфраструктури тощо). Водночас, використання іноземних інвестицій для країни є потенційним джерелом загроз, таких як експлуатація сировинних ресурсів та забруднення навколишнього природного середовища, підвищення рівня залежності країни від іноземного капіталу, зниження рівня

конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, трансфер капіталу за кордон. [1]

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, протягом 2015 р. в економіку України надійшло 3,76 млрд дол. прямих іноземних інвестицій. Третину з цих коштів вклали у виробничі підприємства, трохи менше третини – в установи фінансової та страхової сфери.

За даними Держстату, за січень-березень 2016 р. Україна освоїла майже 51,2 млрд грн міжнародних інвестицій. До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає 83,0 % загального обсягу прямих інвестицій, увійшли Кіпр (11,7 млрд дол.), Нідерланди (5,6 млрд дол.), Німеччина (5,4 млрд дол.), Росія (3,3 млрд дол.), Австрія (2,4 млрд дол.), Велика Британія (1,85 млрд дол.), Віргінські острови (1,7 млрд дол.), Франція (1,5 млрд дол.), Швейцарія (1,3 млрд дол.), Італія (972 млн дол.). [2]

Національне законодавство в сфері регулюванні іноземних інвестицій декларує захист та сприяння іноземним інвестиціям, встановивши державні гарантії захисту іноземних інвестицій, звільнення іноземних інвесторів від сплати ввізного мита на товари, що ввозяться на митну територію України.

Пріоритетними напрямками державної інвестиційної політики мають стати:

- покращення інвестиційного клімату шляхом удосконалення загального (податкового, земельного, корпоративного, митного) та спеціального законодавства, що регулює відносини при здійсненні інвестування відповідно до європейських норм;

- посилення ролі та ефективності державного інвестування як дієвого інструменту спрямування інвестиційних ресурсів на реалізацію стратегічних інвестиційних проектів;

- розвиток механізму державно-приватного партнерства, розширення сфери його застосування для реалізації інфраструктурних проектів, модернізації базових галузей вітчизняної економіки (енергетики, вугільної промисловості, газотранспортної системи, житлово-комунального та дорожнього господарства тощо);

- застосування окремих видів особливих режимів економічної діяльності, зокрема створення індустріальних та технологічних парків;

- створення сучасної системи державних гарантій захисту приватних, в т. ч. іноземних, інвестицій та врегулювання комерційних спорів між суб'єктами інвестиційного процесу.

Отже, в умовах дефіциту інвестиційних ресурсів в реальному секторі національної економіки, обмежених можливостей державного інвестування та наявності низки ризиків для продовження висхідних тенденцій інвестиційної діяльності державна інвестиційна політика має бути спрямована на впровадження дієвих механізмів стимулювання залучення вітчизняного та іноземного капіталу та створення ефективної системи управління інвестиційними процесами.



### **Список використаних джерел:**

1. Івахненко І. С. Інвестиційна діяльність в Україні: сучасний стан та можливості її активізації / І. С. Івахненко // Інвестиції: практика та досвід. - 2010. - № 2. - С. 7-9
2. Іноземні інвестиції в українській економіці // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua>
3. Левченко Ю. Г. Інвестиційна діяльність в Україні та пріоритетні напрями посилення державної інвестиційної політики / Ю. Г. Левченко, Т. Д. Іщенко // Агроінком. – 2013. – № 7-9. – С. 65-68.

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО АБО ГРУПОВОГО ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ З УРАХУВАННЯМ СИТУАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ**

**Резніченко Я. Ю., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Найважливішою складовою підвищення ефективності всього суспільного виробництва є підвищення якості прийнятих рішень, що досягається шляхом удосконалення процесу прийняття рішень. Прийняття рішень – це частина будь-якої управлінської функції. Необхідність ухвалення рішення стосується усього, що робить керуючий, формуючи цілі та процес їх досягнення. Тому розуміння природи прийняття рішень надзвичайно важливо для всіх, хто хоче «процвітати» в мистецтві керування [5, с. 241].

Кожна організація для здійснення ефективної діяльності визначає цілі, досягнення яких можливе лише внаслідок дій, які виконуються в певній послідовності і є способом вирішення окремих завдань. Так, плануючи майбутню діяльність організації, менеджери визначають її цілі, способи їх реалізації та ресурси, необхідні для їх досягнення. У процесі організації діяльності приймаються рішення щодо організаційної структури, організації виробничого процесу, розподілу робіт та забезпечення їх необхідними засобами тощо. Контроль передбачає прийняття рішень щодо вибору системи контролю (масштабів, періодичності, форм контролю), аналізу отриманої інформації та здійснення коригуючих дій [2, с. 171].

Важливою вимогою управлінського рішення є повноваження (владність) рішення – чітке дотримання суб'єктом керування тих прав і повноважень, що йому надані вищим рівнем керування.

Прийняття управлінського рішення вимагає високого рівня професіоналізму і наявності визначених соціально-психологічних якостей особистості, чим володіють не усі фахівці, що мають професійну освіту, а всього лише 5-10% з них.

Основними факторами, що впливають на якість управлінського рішення, є: застосування до системи менеджменту наукових підходів і принципів, методів моделювання, автоматизація керування, мотивація якісного рішення й ін. Звичайно в прийнятті будь-якого рішення присутні в різному ступені три моменти: інтуїція, судження і раціональність [3, с. 167].

Ефективність управління персоналом в умовах ринкової економіки є одним з визначних чинників економічного успіху підприємства. Воно покликане забезпечити сприятливе середовище, в якому реалізується трудовий потенціал, розвиваються особисті здібності, люди отримують задоволення від виконаної роботи і суспільне визнання своїх досягнень. В сфері управління кадрами відбувається послідовне зміщення акцентів від технологічних підходів, які регламентуються змістом трудового процесу до цілісного, системного підходу, в основі якого – довготривалий розвиток потенціалу працівників.

Управлінське рішення – результат вибору суб'єктом управління способу дій, спрямованих на вирішення поставленого завдання в існуючій чи спроектованій ситуації. Прийняття управлінського рішення вимагає високого рівня професіоналізму і наявності визначених соціально-психологічних якостей особистості. Індивідуальні рішення – це рішення, які приймаються окремим суб'єктом, характерний вищий рівень творчості. Як правило, такі рішення вимагають менше часу, оскільки не пов'язані з необхідністю їх узгодження на проміжних етапах. Групова робота забезпечує різностороннє дослідження проблеми, підвищує мотивацію та відповідальність кожного, знижує процент помилок, забезпечує багатоваріантність розробок.

Ефективність управління будь-якою організацією в сучасних умовах значною мірою визначається процесами прийняття менеджером управлінських рішень. Складність цієї проблеми пояснюється різними причинами: численністю та розмаїттям реальних управлінських ситуацій, відмінністю об'єктів, стосовно яких доводиться приймати рішення [4, с. 199-202].

Щоб бути ефективними, управлінські рішення повинні відповідати певним вимогам:

- бути науково обґрунтованими, тобто базуватися на використанні законів та закономірностей юриспруденції, теорії управління, педагогіки, психології; враховувати останні наукові досягнення; ґрунтуватися на всебічному аналізі певної проблеми;

- бути своєчасними, тобто прийматися тоді, коли цього вимагає конкретна проблема. Затримка щодо прийняття управлінського рішення може негативно вплинути на результативність організації;

- бути чітко сформульованими, тобто стисло і зрозуміло відображати зміст проблеми і способи її розв'язання;

- бути реальними для виконання, тобто враховувати наявність умов для розв'язання тих чи інших проблем;

- передбачати механізм контролю виконання, оскільки сам факт прийняття рішення ще не гарантує обов'язковості його виконання.

### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Питання інтерпретації людського капіталу в умовах становлення креативної економіки / О. Л. Богашко // International Scientific Conference Formation of Modern Economic Area: Benefits, Risks, Implementation Mechanisms: Conference Proceedings, Tbilisi, Georgia, April 29, 2016. Riga: Baltija Publishing. – P. 124 – 127.
2. Ладанов И. Д. Практический менеджмент / И. Д. Ладанов. – М.: Ника, 2012. – 254 с .
3. Лукашевич В. // Основы менеджмента в торговле.: Учебное пособие. – 2015. – 191 с.
4. Майталь Ш. Экономика для менеджеров / Ш. Майталь. – М.: Дело, 2012. – 416 с
5. Мескон М. Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2014. – 800 с.

## **РЕАЛІЗАЦІЯ ЗАРУБІЖНИХ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ УКРАЇНИ**

**Савченко А. С., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Ця тема є актуальною тому, що сьогодні менеджмент в розвинутих країнах реалізовує знання більш продуктивно. Основним капітальним ресурсом, головним об'єктом витрат розвинутої економіки є працівник, який володіє глибокими знаннями, використовує в процесі своєї праці те, що він одержав від систематичного навчання. Продуктивність праці високоосвіченого працівника насамперед передбачає новизну і якість.

Найбільш ефективною у світі вважається японська модель, яка ґрунтується на колективізмі, використовує усі морально-психологічні важелі впливу на особистість. Японський менеджмент вивчають і наслідують не тільки в країнах Східної Азії, а й Північної Америки та Західної Європи. Причиною цього є швидка відбудова і динамічний розвиток економіки Японії після Другої світової війни, вихід країни на передові економічні позиції в світі. Динамічний розвиток японської економіки завдячує застосуванню специфічної системи менеджменту.

На відміну від інших моделей, японська модель характеризується своєю спрямованістю: основним предметом управління в Японії є трудові ресурси, а основною метою організації – підвищення ефективності роботи підприємства переважно за рахунок підвищення продуктивності праці працівників.

Серед світових управлінських моделей високою популярністю користується також американська модель (англо-американська). Сучасна американська модель менеджменту орієнтована на корпорацію (акціонерне товариство) як організаційно-правову форму підприємництва. Корпорації

набули статусу юридичної особи, а їх акціонери придбали право на частину прибутку, розподіляються пропорційно кількості належних їм акцій. Корпорації прийшли на зміну невеликим підприємствам, в яких вся власність належала власникам капіталу, і вони повністю контролювали діяльність працівників [3].

Найбільших показників у соціально-економічному розвитку досягла модель «держави добробуту». Вона проявляється як комплекс соціально-економічних і політичних реалій в країні з її високим рівнем життя і широким масштабом соціальної політики. Запровадження етапів соціальних програм стали можливими тільки завдяки постійному економічному зростанню та продуманій політиці країни. Суть моделі «держави добробуту» можна виразити якісними особливостями соціально-економічного розвитку: 1) поєднання приватної власності на засоби виробництва з широкою соціалізацією сфер споживання і розподілу товарів і послуг; 2) ефективно діюча державна система забезпечення високої зайнятості та надійність соціальних гарантій; 3) система демократичних методів, що дозволяє кожній людині впливати на вирішення всіх питань, що стосуються його життя та створюють своєрідний психологічний клімат в країні, відчуття причетності працівника до цілей організації [2].

Отже розглянувши дані моделі можна зазначити, що сучасні менеджери повинні бути дослідниками своїх власних організацій для ефективного управління підприємницькою діяльністю, що постійно змінюється й оновлюється.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Світовий досвід в практиці формування національної інноваційної системи України / О. Л. Богашко // Економічний простір: Збірник наукових праць. – № 81. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2014. – С. 15 – 23.
2. Осовська Г. В. Менеджмент організацій / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : Кондор, 2012. – 860 с.
3. Писаревський І. М. Менеджмент організацій: навч. посібн. / І. М. Писаревський, Л. А. Нохріна, О. В. Познякова. – Х.: ХНАМГ, 2008. – 133 с.

## **ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**Середа О. А., студентка**

*Національний університет водного господарства та природокористування*

На сьогоднішній день залучення інвестиційних ресурсів до окремих регіонів дозволяє позитивно впливати на економічний розвиток, оновлювати виробничу структуру, модернізувати інфраструктуру та створювати нові робочі місця. Вдалим інструментом у досягненні вищезазначеної мети можуть стати індустріальні парки.

Відповідно до Закону України «Про індустріальні парки» індустріальний парк (ІП) – це облаштована відповідною інфраструктурою територія, у межах якої учасники індустріального парку можуть здійснювати господарську

діяльність у сфері переробної промисловості, а також науково-дослідну діяльність, діяльність у сфері інформації і телекомунікацій [2].

Підтримка розвитку таких структур в Україні дозволить залучити іноземні та вітчизняні інвестиції, насамперед, для створення розгалуженої мережі індустріальних парків. Втілення такої ідеї в реальність тісно пов'язане із залученням світового досвіду, що дасть можливість перейти на новий рівень модернізації виробництва, яке повинно ґрунтуватися на впровадженні науково-технічного прогресу. При цьому необхідно змінювати пріоритетний напрямок державної політики щодо структури економіки шляхом надання переваги розвитку високотехнологічного виробництва.

За світовим досвідом індустріальні парки є одним із дієвих організаційно-економічних інструментів прискорення соціально-економічного розвитку територій їх розташування та формування «точок регіонального зростання» за рахунок застосування системи стимулюючих організаційно-економічних умов для їх учасників [2, с.17]. Це перевірений часом та міжнародним досвідом механізм розвитку економіки, залучення інвестицій, спосіб підтримки малого та середнього бізнесу, а відповідно і збільшення зайнятості населення та поліпшення інфраструктури регіону.

Індустріальні парки є юридично відокремленими цілісними земельними ділянками, призначеними для розміщення промислового виробництва. На них досить часто поширюються особливий податковий режим, відмінний від загального. Практика створення індустріальних парків є важливим чинником для залучення потужних інвесторів та передових технологій.

Сьогодні, за даними UNIDO, в світі вже працює понад 15 000 індустріальних парків [3]. Збільшення кількості індустріальних парків у світі обумовлено такими чинниками [4, с. 55]: вони сприяють підвищенню інвестиційної привабливості у вітчизняних та іноземних інвесторів у виробництво високотехнологічної продукції, держава отримує легітимну можливість «субсидувати» інвестиційну діяльність, знижуючи реальні витрати бізнесу, розвиток індустріальних парків дозволяє сконцентрувати промислове виробництво на обмежених площах за межами житлових, історико-культурних та рекреаційних територій, «очистивши» міста від промислового виробництва.

Проте, аналізуючи закордонний досвід, виявлені не лише позитивні результати діяльності індустріальних парків, а й можна виокремити суттєвий недолік – значний обсяг незадіяних площ, особливо в країнах, що розвиваються. Це обумовлено: профіцитом створених потужностей, обмеженістю терміну дії пільг, слабкою і неефективною роботою щодо залучення інвесторів, наявністю привабливіших режимів економічної діяльності в сусідніх країнах. Тому закордонний досвід функціонування індустріальних парків для України є досить інформативним, що дозволить створювати власний проект побудови таких структур з врахуванням вищезазначених недоліків.

В Польщі сьогодні в 14 спеціальних економічних зонах функціонує 77 індустріальних та технологічних парків. Перша спеціальна економічна зона в Польщі була створена в 1995 році (Mielec SEZ). Всі інші польські СЕЗ були

засновані у другій половині 1990-х років. За 10 років реальний ВВП країни зріс на 50%, а експорт – збільшився майже втричі.

Перспектива такого економічного зростання для України є досить важливою, оскільки економіка країни є вкрай в жахливому становищі. Нестача інвестицій стримує розвиток промислового сектору економіки й не дає жодного шансу для розвитку індустріальних парків. Необхідно створити дієві інструменти підтримки резидентів ІП, що відповідатимуть світовому досвіду.

В Організації промислового розвитку ООН (UNIDO) провели дослідження, яке показало, що роль влади у розбудові індустріальних парків поступово змінювалась з пасивної – простого надання інфраструктури, на активну – надання щедрих стимулів та преференцій як на місцевому, так і на національному рівні [3].

Згідно з українським законодавством з усього арсеналу стимулів, законопроекти передбачають лише кілька податкових преференцій, а саме [1]: звільнення на 5 років від податку на прибуток та на наступні 5 років половинна ставка (9%) і лише за умови реінвестування цих коштів у розвиток виробництва; звільнення від ввізного мита на обладнання та устаткування для облаштування та здійснення господарської діяльності в межах ІП; розстрочка на 5 років імпортного ПДВ на обладнання та устаткування для облаштування та здійснення господарської діяльності в межах ІП; можливість отримання фіскальних стимулів з податку на нерухоме майно, земельного податку та орендної плати за користування земельною ділянкою державної чи комунальної форми власності, на якій створено ІП, за рішенням місцевої влади.

Для України, зважаючи на нинішню економічну ситуацію, це вагомий крок вперед, проте в світовій практиці розвитку індустріальних парків державна підтримка надає більше переваг для їх функціонування, тому саме наші умови законодавства є на дещо нижчому рівні привабливості.

У Польщі виробники в індустріальних парках можуть отримати звільнення від сплати корпоративного податку або податку на доходи фізичних осіб, часткове звільнення від податку на майно. Крім того, в Польщі існує підтримка створення нових робочих місць – розмір залежить від проекту і може сягати 15 600 злотих (4 тис. дол. США) за одне робоче місце. Польща випереджає Україну за реальним ВВП на душу населення більш ніж в 3 рази, а в 1990 р. ми випереджали поляків.

У Чехії виробники в індустріальних парках за різними програмами можуть отримати звільнення від сплати корпоративного податку на строк до 10 років та на 5 років звільнення від податку на майно. Крім того, держава надає гранти до 12 тис. дол. США за створення нового робочого місця на території ІП. Сьогодні Чехія випереджає Україну за ВВП вже в 4 рази.

Таким чином, створення індустріальних парків в Україні має стати пріоритетним напрямком, що забезпечить сприятливі умови для розвитку малих та середніх підприємств та активізує процес залучення іноземного капіталу, здійснить технічне переоснащення підприємств і надасть можливість на повну використовувати потенціал наявних підприємств, випускати конкурентоздатні

товари, збільшить кількість зайнятого населення, поліпшить інфраструктуру регіонів та забезпечить сталий розвиток економіки в цілому. Тому політика держави має бути націлена на стимулювання розвитку індустріальних парків, враховуючи зарубіжний досвід та звертаючи увагу на необхідність реалізації комплексу заходів для покращення інвестиційного клімату в країні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про індустріальні парки» № 5018-VI від 21.06.2012. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>
2. Марчишинець О. В. Індустріальні парки як інструмент залучення інвестицій у реальний сектор економіки регіону / О. В. Марчишинець, С. М. Марчишинець // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 16-22.
3. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) / Організація ООН по промисловому розвитку (ЮНІДО) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unido.org>
4. Гриценко С. І. Реалії та можливості становлення індустріальних парків у контексті забезпечення сталого розвитку України / С. І. Гриценко // Економіка і організація управління. – 2016. – № 4(24). – С. 54-63.

### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ**

**Стойка В. О., к. е. н., доцент**  
**Стойка С. О., к. е. н., ст. викладач**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасні дослідження особливостей становлення державно-приватного партнерства в економічній системі суспільства показали, що такий спосіб взаємодії приватного сектора економіки з державним є достатньо ефективним, збільшує зайнятість, активізує інтелектуальний капітал, стимулює внутрішні та іноземні інвестиції, знижує рівень бідності в країні тощо.

Запровадження державно-приватного партнерства в Україні є одним із важливих напрямів нової політики в програмах інноваційного розвитку територіальних громад країни.

Важливим нормативно-правовим актом для розвитку державно-приватного партнерства в Україні став Закон України «Про концесії» від 16 липня 1999 року. Він визначає поняття та правові засади регулювання відносин концесії державного та комунального майна, а також умови і порядок її здійснення з метою підвищення ефективності використання державного і комунального майна і забезпечення потреб громадян України у товарах (роботах, послугах) [2].

1 липня 2010 року був прийнятий Закон України «Про державно-приватне партнерство». У Законі державно-приватне партнерство визначають як

співробітництво між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних державних органів та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами-підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим Законом та іншими законодавчими актами [1].

Ми вважаємо, що на сучасному етапі розвитку економіки України, необхідно більше уваги приділяти підвищенню якості та ефективності освітнього процесу, наукової та інноваційної діяльності. Саме тому пропонуємо доповнити перелік наступним: надання освітніх послуг; розробка, комерціалізація та впровадження результатів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт.

Застосування державно-приватного партнерства в сфері надання освітніх послуг дасть можливість створити навчальні заклади нового покоління з потужною науковою, навчально-методичною та матеріально-технічною базою, які будуть готувати майбутніх фахівців з інноваційним типом мисленням.

Впровадження проектів державно-приватного партнерства у сфері розробки, комерціалізації та використання результатів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт стимулюватиме продуктивність науковців розробляти інновації, а виробників – застосовувати їх та випускати на ринок нові конкурентоздатні товари і послуги тощо.

В аналітичній записці, на сайті Національного інституту стратегічних досліджень при Президентіві України, викладено особливості застосування механізму державно-приватного партнерства на місцевому та регіональному рівнях.

Зокрема, в Одеській області актуальним є питання впровадження проектів, спрямованих на використання енергозберігаючих технологій, що передбачає освоєння альтернативних джерел енергії та розвиток відновлюваної енергетики. Київською облдержадміністрацією розглядалося питання передачі у концесію цілісного майнового комплексу комунального підприємства «Білоцерків-водоканал» тощо [3].

З метою активізації державно-приватного партнерства в Україні, ми пропонуємо створити комітети територіальних громад з питань розвитку державно-приватного партнерства, які діятимуть у взаємозв'язку та взаємодії з суспільством, владою і бізнесом. Ми вважаємо, що створення таких комітетів дасть можливість покращити нормативно-правове, фінансово-кредитне, науково-дослідне, навчально-методичне та інформаційно-консультаційне забезпечення розвитку державно-приватного партнерства і вирішити вищеперераховані проблеми.

Ефективне фінансування інноваційного розвитку допоможе вирішити низку проблем, які сьогодні існують в Україні, таких як покращення екологічного стану навколишнього середовища шляхом розробки та застосування технологій, що дозволять переробляти шкідливі відходи виробництва, будівництво сміттєпереробних заводів тощо; підвищити якість та



зменшити витрати виробництва в реальному секторі економіки, що дозволить виробляти доступну за цінами продукцію, яка буде користуватися популярністю на національному та світовому ринках тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 № 2404-VI [Електронний ресурс] // Веб-сайт Верховної ради України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>.
2. Закон України «Про концесії» від 16.07.1999 № 997-XIV [Електронний ресурс] // Веб-сайт Верховної ради України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/997-14>.
3. Особливості застосування державно-приватного партнерства як механізму реалізації нової регіональної політики. Аналітична записка [Електронний ресурс] // Веб-сайт Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1239>.

### **ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ: ПРОБЛЕМИ ТА СПОСОБИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

**Шевчук М. А., студентка**

**Кобзін Б. Г., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Гарник О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Економіка країни не може розвиватись належним чином без залучення іноземних інвестицій. Саме вони є запорукою системного розвитку матеріально-технічної бази, стимулювання конкуренції на ринку, підвищення рівня життя у країні тощо.

На даний момент Україна, безперечно, є державою, яка залучає іноземний капітал на свою територію. Беручи до уваги тенденції, що склалися, без вагань можна сказати: вона залишиться такою ще тривалий час. Іноземні інвестиції – це цінності, що іноземні інвестори вкладають в об'єкти інвестиційної діяльності в Україні з метою одержання прибутку або досягнення соціального ефекту [4]. Але існує низка недоліків, яка не відкриває можливостей процвітання іноземних інвестицій в Україні. Одним із таких недоліків є не правильний підхід до формування правової бази Закону України «Про режим іноземного інвестування». Більшість статей цього Закону містять формулювання «згідно з чинним законодавством» без конкретних посилань.

Закон України «Про режим іноземного інвестування» немає конкретно сформульованих положень щодо найважливіших об'єктів регулювання, соціальної сфери й територій, пріоритетних галузей економіки, що заплутує розв'язання проблем пільгового режиму інвестування, а також положення про

кваліфікаційний мінімум іноземної інвестиції, які, на наш погляд, були б необхідні для системи іноземного інвестування. У ст. 1 розд. 1 Закону визначається тільки частка іноземної інвестиції у статутному фонді підприємства з іноземними інвестиціями (щонайменше 10%).

Економічні реалії в Україні, передусім жорстка фінансова політика і неплатежі до бюджету, спричинили гострий дефіцит бюджетного каналу інвестування державних і змішаних підприємств. Чимало галузей промисловості потребують відновлення зношених основних засобів, рівень розвитку інфраструктури істотно відстає від потреб країни. Прогноз інвестиційної потреби на найближчі п'ять років в економіці країни становить, за оцінкою Всесвітнього банку, 40 млрд. доларів [3].

Статистика свідчить, що частка портфельних інвестицій в різні роки складає 45-70 відсотків усіх приватних інвестицій розвинених країн. У закордонних інвестиціях частка портфельних вкладень коливається в різні роки від 30-40 до 60-65 відсотків усіх приватних інвестицій. Динаміку прямих іноземних інвестицій в економіку України за 2002-2016 рр. наведено на рис.1 [1].

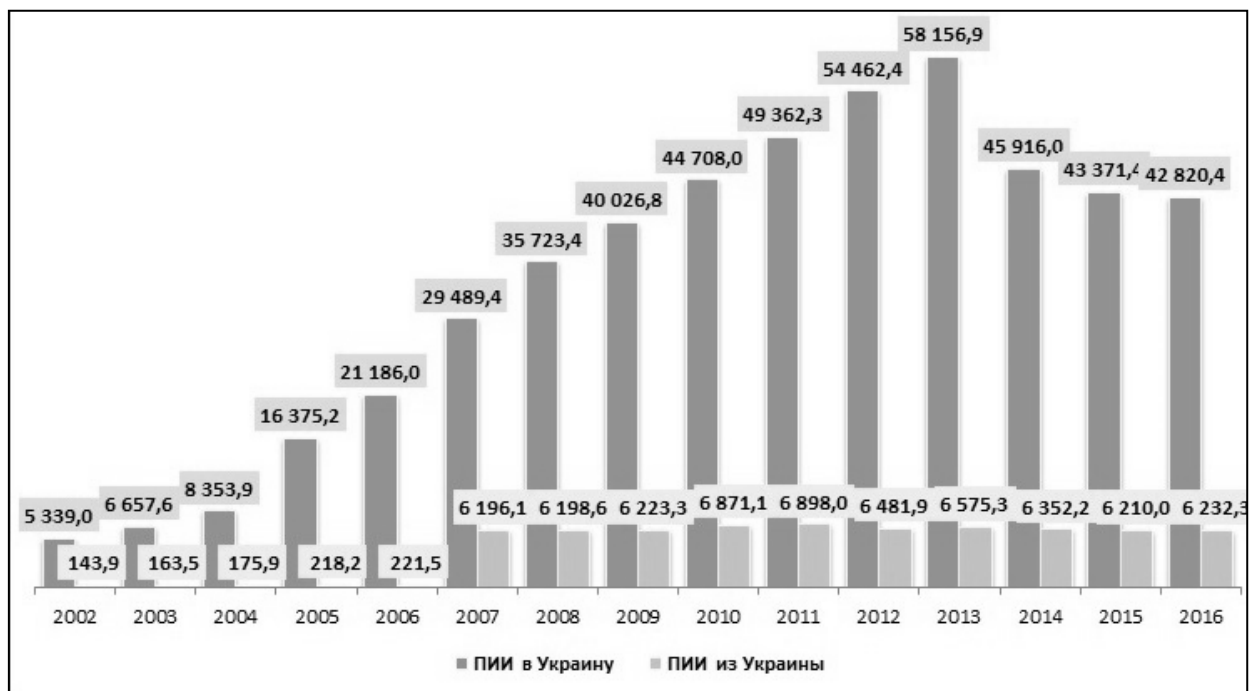


**Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій в економіку України за 2002-2016 рр. в млн. дол. США [1].**

Важливе значення для підвищення ефективності економіки має поліпшення структури капітальних вкладень.

Зростання капітальних інвестицій стало наслідком пожвавлення інвестиційної активності суб'єктів економічної діяльності в умовах збереження відносної макрофінансової стабільності, нарощування обсягів виробництва, продовження процесів реформування економіки, а також дії статистичного фактору (рис. 2.) [1].

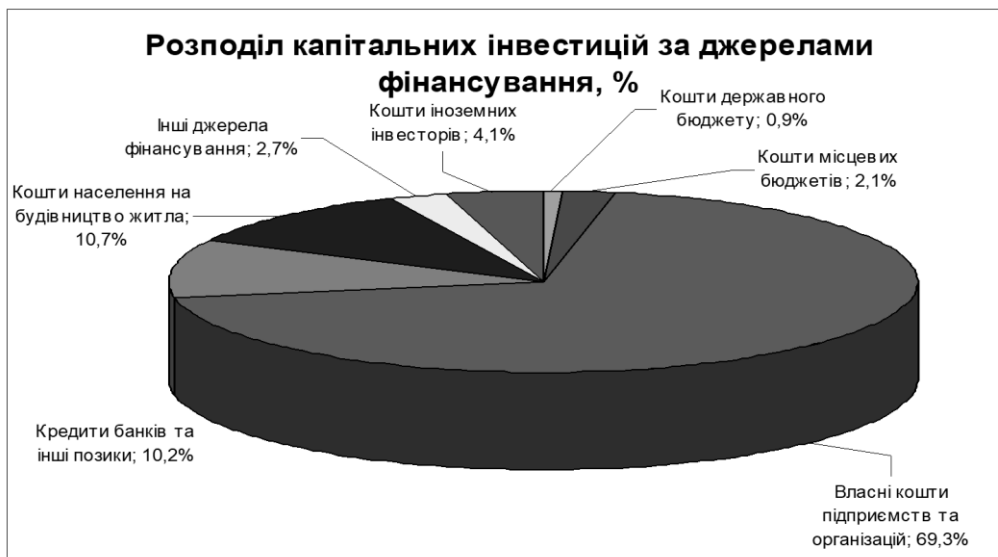


**Рис. 2. Капітальні інвестиції за джерелами фінансування**

Серед першочергових заходів для поліпшення економічної ситуації в Україні можна назвати наступні: розвиток ринкових відносин; забезпечення випереджального росту інвестицій; інтенсивне відновлення основного капіталу; скорочення частки тіньового сектора; забезпечення відкритості економіки; поліпшення інвестиційного клімату [5].

Пріоритетною задачею поточного етапу є створення правових і економічних умов функціонування ринкового механізму; Лібералізація законодавства по прямих іноземних інвестиціях буде стимулювати приплив приватних вкладень у прибуткові галузі економіки і ріст ефективності виробництва. Створення правових, економічних інститутів, розвиток банківської, фінансової інфраструктури, формування середнього класу і прихід нового покоління підприємців обумовлять становлення в Україні інституціональної системи ринкового типу [5].

Рішенням такої проблеми, є підтвердження раціональної інвестиційної політики, в якій основне місце займуть: система державного регулювання й реформування структури власності на основі приватизації та концепція технічного переоснащення промислового виробництва із допомогою коштів інвесторів. Ця концепція підвищить інвестиційну активність, але при наявності певних економічних передумов:

- залучення іноземних інвестицій з урахуванням мети та завдань структурної трансформації промислового комплексу, цільових програм міжгалузевого розвитку, конверсії;
- збільшення обсягів інвестиційних ресурсів, які формують виробничий потенціал на новій науково-технічній базі;
- ефективного використання інвестицій;
- обґрунтування вибору пріоритетних секторів матеріального виробництва, які визначають конкурентні позиції країни на світових ринках;
- створення динамічного експортного потенціалу, який може швидко адаптуватися до кон'юнктури зовнішнього ринкового середовища;

– розвитку внутрішньої та зовнішньої продукції виробничо-технічного призначення.

Якщо будуть наявні зазначені економічні передумови підвищення інвестиційної активності, то в результаті цього, буде сформована основа для обґрунтованого визначення мети залучення іноземних інвестицій у різні сфери вітчизняної економіки (насамперед в індустрію). Ми переконані, що за основні цілі можна взяти наступне:

- структурна перебудова промислового комплексу;
- сприяння досягненню сучасного технічного рівня розвитку на основі нових технологій;
- розвиток ресурсозберігаючих, наукомістких та екологічно чистих технологій;
- збільшення обсягів експортного потенціалу України;
- подолання залежності економіки країни від імпорту;
- створення виробництв з використанням місцевих природних ресурсів;
- сприяння розвитку приватного сектору.

Отже, вітчизняна стратегія залучення іноземного капіталу допоможе досягти поставлених цілей. Особливу увагу потрібно приділити розв'язанню проблем залучення іноземних інвестицій під час економічних криз в Україні. Зацікавленість іноземних інвесторів – це є важливою основою, при цьому потрібно знайти баланс взаємних інтересів, реалізувати проекти, які економічно вигідні вітчизняним та іноземним партнерам.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт державної служби статистики // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Міністерства економіки України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.
3. Державне регулювання інвестиційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com>.
4. Іноземні інвестиції, їх залучення і використання в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com>.
5. Проблеми залучення іноземних інвестицій // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mirznaniy.com>.

## СЕКЦІЯ 8

### СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

---

#### ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРНИХ БІРЖ В УКРАЇНІ

**Горобченко Н. І.**, здобувач вищої освіти  
*Науковий керівник: к.е.н., доц. Недбалюк О. П.*  
*Вінницький торговельно-економічний інститут*  
*Київського національного торговельно-економічного університету*

Світовий досвід господарювання в ринкових умовах свідчить, що серед організаційних форм торговельної діяльності одне з основних місць посідає біржова торгівля. Вона є інституціональною системою, за рівнем розвитку й ефективності функціонування якої у світовій практиці визначається перспектива ринкової економіки країни, та значною мірою добробут нації.

Організаційно-економічний механізм біржового ринку дозволяє забезпечити гарантованість реалізації договірних зобов'язань учасників торговельних операцій, регулювання ринку, страхування і перерозподіл ризиків виконання укладених угод, а отже, стабільність виробничої діяльності підприємств [1, с. 170].

На сучасному етапі розвитку біржа виступає самостійним суб'єктом господарювання, що виконує певні функції в економіці. Економічну природу товарної біржі можна виразити через таке означення: сучасна товарна біржа – це фінансовий ринок, на якому різні групи його учасників торгують контрактами, прив'язаними до цін на сировину або на так звані «нетоварні цінності», з метою зняття із себе цінового ризику й передачі його іншим учасникам ринку, або, навпаки, з метою прийняття цього ризику на себе в розрахунок одержати прибуток.

Згідно з вітчизняним законодавством, товарна біржа діє на основі самоврядування, є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс. Вона не займається комерційним посередництвом і не має на меті одержання прибутку. Товарна біржа здійснює свою діяльність за принципами: рівноправності учасників біржових торгів, застосування вільних (ринкових) цін, публічного проведення біржових торгів. [3, с. 301].

Товарна біржа займається підготуванням торгів, їхнім проведенням та опрацюванням результатів. У визначений час брокери подають на біржу заявки з продажу чи купівлі товарів. Далі на їх підставі готується біржовий бюлетень. Останній є основою для проведення торгів. Укладені на торгах угоди фіксуються у протоколі, а після завершення торгів оформляються як біржові контракти та реєструються.

До основних функцій товарної біржі належить:

- концентрація попиту і пропозиції в одному місці: на торгах зосереджуються покупці та продавці однорідних видів товарів, зацікавлені в укладенні угод;
- формування ринкових цін, оскільки тільки під час конкурентних торгів визначається реальна вартість товару;
- розповсюдження інформації про кон'юнктуру біржового ринку всім зацікавленим суб'єктам господарської діяльності [1, с. 169].

Основним методом біржових торгів в Україні є публічний торг, заснований на принципах подвійного аукціону. Характерною особливістю даного методу є те, що оферта і акцепт виражаються за допомогою голосу і жестів учасниками біржової торгівлі, які безпосередньо присутні в торговому залі біржі. При цьому принцип подвійного аукціону припускає, що пропозиції покупців, що збільшуються, зустрічаються з пропозиціями продавців, що знижуються. У разі збігу цін пропозицій продавця і покупця полягає операція, яка підлягає обов'язковій реєстрації товарною біржею.

Даний метод з невеликими модифікаціями можна спостерігати в практиці всіх товарних бірж України. Проте, як показує досвід біржової торгівлі, цей метод є найбільш ефективним при великих кількостях біржових угод, що укладаються в процесі проведення біржових торгів. Відсутність цього показника на товарних біржах України зводить біржові торги до формальної процедури, без якої-небудь реальної конкуренції, як з боку покупців, так і продавців [2, с. 651].

Більш прогресивним є метод електронної торгівлі, що використовують багато товарних бірж у різних країнах. До переваг використання такого методу фахівці відносять, швидкість обміну пропозиціями, можливість одночасного укладання угод на різних біржах у режимі реального часу, зниження фінансових витрат, виключення посередників. Крім цього, спеціальні програми дозволяють забезпечити високий рівень конфіденційності обміну інформацією.

Проте розвиток біржового ринку в Україні відбувається повільними темпами, а створені біржі не виконують покладену на них місію стабілізатора цінових ризиків. Причини повільного розвитку бірж слід поділити на первинні і вторинні. До первинних відносять загальноекономічні та адміністративно-правові умови функціонування ринку в цілому: відсутність цілісної політики у питанні становлення біржового ринку, кризовий стан виробництва, відсутність висококваліфікованих фахівців з питань функціонування бірж. До причин другого порядку віднесено ті, які зумовлені впливом дестабілізуючих факторів: відсутність відповідної законодавчої бази, відсутність балансу виробництва реалізації продукції, низька культура учасників біржового ринку [1, с. 172].

Діяльність біржі потребує чіткого механізму державного регулювання. Вона регламентується актами та контролюється державними й громадськими комісіями. В Україні прийнято американську модель державного регулювання біржових ринків, яка передбачає співпрацю професійних посередників і значне внутрішньо-біржове регулювання. Однак на державному рівні було запроваджено, як тепер виявилось, безперспективні заходи щодо організації бірж як потужних гуртових товарних ринків, які на Заході нині перетворилися у центри вивчення кон'юнктури та укладення строкових угод, що складає ще одну важливу проблему розвитку біржового ринку на Україні.

До цього часу товарні біржі в Україні не посіли належного місця, як того вимагають нові економічні умови, що викликає необхідність переосмислення їх сутності та призначення, розробки науково обґрунтованих пропозицій щодо формування ефективного біржового механізму, сприятливих організаційних і правових умов їх функціонування.

Для покращення ситуації на біржовому ринку доцільно скоротити чисельність бірж, лишивши лише постійно функціонуючі із значною кількістю угод та обсягів торгів, знайти шляхи додаткового залучення фінансових ресурсів, стимулювати власників вільних грошових коштів та гарантувати безпеку інвесторів, збільшити частку організованого ринку у загальному обсязі торгів, підвищити рівень біржової культури та відроджувати історичні традиції біржової діяльності, активно впроваджувати нові інформаційні технології в біржову діяльність [4, с. 98].

Отже, біржі є ключовими економічними інструментами, що забезпечують прозорість і відкритість товарних ринків та середовище конкуренції й вільного пересування товарів і послуг. В Україні відсутня належна система біржової торгівлі, не існує законодавчого й регуляторного середовища у цій сфері, не сформовано засад державної політики сприяння розвитку біржової діяльності. Подальший розвиток біржового ринку повинен відбуватися у напрямку створення єдиної біржової системи в Україні, для чого необхідно оптимізувати кількість бірж, забезпечити ефективне регулювання біржової діяльності, розробити і запровадити систему економічних заходів, спрямованих на стимулювання виробників до реалізації продукції через прозорі процедури біржового ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дубина М. П. Напрями розвитку функціонування бірж як інфраструктури аграрного ринку / М. П. Дубина // Бізнес навігатор. – 2011. – № 3. – С. 169-174.
2. Моїсєєв Ю. О. Біржові торги як конкурентний спосіб укладання біржових угод на товарній біржі / Ю. О. Моїсєєв // Форум права. – 2010. – № 4. – С. 648-653.
3. Щепіна Т. Г. Аналіз сучасного стану біржового ринку України / Т. Г. Щепіна // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2015. – № 40. – С. 96-100.

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

**Кавецька І. І., здобувач вищої освіти**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Недбалюк О.П.*

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Сучасна світова економіка характеризується стійкою тенденцією до зростання ролі товарних бірж. Біржова діяльність є провідною ланкою ринкової економіки і виступає складним механізмом, який реагує на всі соціально-економічні, політичні процеси, що відбуваються в країні.

Вивченню особливостей організації біржової торгівлі в сучасних умовах економічного розвитку, встановленню тенденцій розвитку біржової торгівлі присвячено досить багато наукових публікацій як вітчизняних, так й іноземних вчених, таких як Т. Андросович О. Бевз, Т. Мещерякова, В. Павлов, І. Кривов'язюк, Т. Пепа, М. Солодкий, О. Сохацька, С. Стасіневич, В. Чесноков.

Однак розвиток товарних бірж України донині залишається повільним і деформованим, що є однією з основних причин економічної нестабільності, надмірних систематичних ризиків і нецивілізованої конкуренції [4, с.134]. На сьогоднішній день в Україні зареєстровано майже 500 універсальних, фондових, товарно-сировинних і агропромислових бірж, що значно більше, ніж у США та інших країнах із розвинутою ринковою економікою[1]. Але кількісна перевага жодним чином не сприяла підвищенню ефективності їх діяльності. Ринок біржової торгівлі в Україні відособлює особливості української економіки і специфічний за формами створення, кількістю, територіальним розміщенням, характером функціонування, структурою реалізованих товарів. Дослідження проблем біржової торгівлі досягає значної актуальності в умовах фінансової кризи [3, с. 174].

Основними проблемами, які уповільнюють розвиток біржової діяльності в Україні, є наступні: незначна частка організаційного ринку, низький рівень ліквідності, недостатня капіталізація ринку, проблема прав акціонерів і захисту інвесторів, нормативне регулювання, депозитарна діяльність, недостатність податкового стимулювання, незначна кількість біржових інструментів, непрозорість ринку, відсутність біржової культури, недостатня кількість професіоналів, дефіцит фінансових ресурсів [3, с. 175].

Проте варто зазначити, що більшість проблем піддаються вирішенню шляхом розвитку біржової культури в країні, переорієнтації підприємств з ринку банківських продуктів на залучення фінансових ресурсів на фондовому ринку, залучення іноземних інституційних інвесторів, розширення асортименту біржових інструментів [4, с. 135].

Для покращення ситуації на біржовому ринку доцільно запропонувати такі заходи щодо реформування і покращення біржової діяльності [2]:

- скоротити чисельність бірж, лишивши лише постійно функціонуючі із значною кількістю угод та обсягів торгів;
- знайти шляхи додаткового залучення фінансові ресурсів, стимулювати власників вільних грошових коштів та гарантувати безпеку інвесторів;
- збільшити частку організованого ринку у загальному обсязі торгів;
- забезпечити захист прав інвесторів на законодавчому рівні та гарантувати повернення вкладених коштів та виконання угод;
- підвищити рівень капіталізації та ліквідності;
- реформувати депозитарну систему;
- впровадити нові інструменти біржової торгівлі;
- підвищити рівень біржової культури та відроджувати історичні традиції біржової діяльності;
- забезпечити прозорість біржової діяльності;



- активно впроваджувати нові інформаційні технології в біржову діяльність

Проведене дослідження свідчить, що біржова торгівля потребує структурної перебудови, суттєвої технологічної модернізації, адаптації до правових норм європейського законодавства та впровадження кращої практики функціонування аналогічних систем на світових біржових ринках. Подальший розвиток біржової діяльності в країні залежить від загальноекономічного стану економіки та вмілого поєднання адміністративних і економічних важелів її регулювання. Подальша інтеграція України у світовий біржовий ринок, розширення нашої держави участі в міжнародному поділі праці можливі лише за умови подолання наявних негативних тенденцій та переорієнтації системи стимулювання економічного розвитку на формування сучасної інфраструктури біржового ринку. Удосконалення механізму функціонування біржового ринку в Україні має включати наступні заходи: законодавчо-правове забезпечення біржової діяльності на рівні світових стандартів; державне стимулювання розвитку біржової торгівлі як ключового елементу інфраструктури ринкової економіки; страхування фінансових ризиків та гарантії виконання біржових контрактів; участь вітчизняних бірж в роботі міжнародної біржової інфраструктури; всебічне впровадженню електронних торговельних біржових систем.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державний комітет статистики: Статистична інформація. Кількість бірж України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Забучинська Т. В. Проблеми та шляхи підвищення ефективності державного регулювання фондового ринку України [Електронний ресурс] / Забучинська Т. В. – Режим доступу: <http://ndi-fp.asta.edu.ua>.
3. Карпенко Л. Сучасний стан та перспективи розвитку біржової торгівлі в Україні. – 2014. – С. 174.
4. Пластун, О. Л. Проблеми біржової діяльності в Україні та варіанти їх вирішення] / О. Л. Пластун // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2013. – Вип. 37. – С. 134-139.

### **ХЕДЖУВАННЯ ЦІНОВИХ РИЗИКІВ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Кухар І. І., студентка**

*Науковий керівник: доц., к. е. н. Недбалюк О. П.*

*Вінницький торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

Сезонний характер виробництва обумовлює для аграрного сектору економіки високий рівень фінансових ризиків, тому виникає нагальна потреба в умінні знаходити та застосовувати максимально ефективні методи усунення або

ж мінімізації втрат грошових коштів, що спричинені впливом ризиків. Як правило, щоб захиститися від фінансових ризиків, підприємства реального сектору економіки використовують такі доступні варіанти зниження ризику: страхові поліси, резервування грошей та диверсифікація вкладання (залучення) коштів. Зазначені способи є досить витратними, але не завжди забезпечують відчутний ефект. Більш новим та результативним методом вважається хеджування (hedging), що все частіше застосовується не лише зарубіжними, а й українськими підприємствами з метою усунення можливості небажаних додаткових фінансових втрат, пов'язаних в першу чергу зі зміною процентних ставок, ринкових цін та курсів валют.

Хеджування фінансових ризиків полягає в купівлі-продажу певних деривативів. Відповідно, залежно від техніки проведення операцій розрізняють хеджування продажем та хеджування купівлею [4, с. 287].

При хеджуванні продажем підприємство, що являється виробником продукції, укладає деривативну угоду, суть якої полягає в захисті від зниження ціни продажу свого товару в майбутньому на визначену дату або задля захисту своїх доходів від зростання курсів валюти та процентних ставок на кредит. Цей вид хеджування застосовується виробниками сільськогосподарської продукції, котрі реалізують її на внутрішньому ринку та користуються у своїй господарській діяльності гривневими чи валютними позиками.

При хеджуванні купівлею деривативні контракти укладаються з метою захисту від збільшення закупівельної ціни певного товару в майбутньому або від зниження курсів валют чи процентних позикових ставок. У цьому разі хеджування допомагає мінімізувати ризики тих учасників аграрного ринку, які закуповують необхідні оборотні засоби для своєї діяльності, зокрема на зовнішніх ринках за валютні кошти, або надають товарні позики іншим виробникам сільськогосподарської продукції.

На біржовому ринку деривативів, де здійснюється торгівля стандартизованими похідними контрактами, коли відбувається хеджування продажем, то кажуть, що підприємство, котре продає дериватив, займає коротку позицію, й навпаки, коли підприємство купує дериватив, кажуть, що воно відкрило довгу ринкову позицію. Технології хеджування дають змогу зафіксувати як бажану ціну товару, так і рівень валютного курсу чи процентної ставки й таким чином знизити фінансові ризики діяльності підприємств.

Усіх учасників ринку залежно від мети укладання строкових контрактів поділяють на дві основні групи: хеджери та спекулянти. Хеджер – це учасник ринку, котрий проводить операції з деривативами задля зниження (уникнення) цінового ризику, пов'язаного з володінням базовими активами. Зміст діяльності спекулянтів полягає в одержанні прибутку від різниці між цінами купівлі й продажу деривативів на основі прогнозування майбутньої ринкової вартості базових активів та їхніх похідних [2, с. 110].

На строковому ринку спекулянти беруть на себе ризик хеджерів, тобто ризик зміни вартості базового активу протягом певного часу, сподіваючись, що їхні очікування виявляться правильними й вони отримають прибуток. Зрозуміло, що

ці очікування не завжди справджуються, тож спекулянти нерідко зазнають збитків. Таким чином, їхні доходи за економічною природою є нічим іншим як винагородою за взятий ризик. І хоча строкові угоди теоретично можуть укладатися між двома хеджерами з протилежними позиціями, на практиці подібне є скоріше винятком. Усунути розрив між попитом і пропозицією, створений хеджерами, здатні лише спекулянти, а тому ефективне функціонування ринку деривативів без їхньої участі є неможливим. До того ж завдяки збору й узагальненню всієї доступної інформації про обсяги виробництва та споживання продукції, фінансовий стан підприємств, динаміку ринкових цін тощо спекулянти розробляють надійні прогнози, якими користуються інші учасники ринку.

Здійснюючи операцію хеджування можна отримати додатковий прибуток або збиток, котрий визначається показником, що має назву базис. Базис являє собою різницю між рівнями спотової та ф'ючерсної ціни [1, с. 4].

Використання хеджування на ринку сільськогосподарської продукції, має ряд переваг [1; 2; 3; 4]:

1. Хеджування підвищує фінансову стабільність бізнесу, знижуючи цінові ризики, мінімізує коливання прибутку, викликане змінами цін на сировину, відсоткові ставки або курси валют.

2. Хеджування не перетинається зі звичайними операціями і дає можливість забезпечити постійний захист ціни без необхідності змінювати політику запасів ресурсів або використовувати гнучку систему форвардних контрактів.

3. Забезпечується велика передбачуваність у плануванні.

4. Хеджування полегшує фінансування операцій. У бізнесі прийнято надавати під забезпечення позики запаси товарів, і хеджування відіграє істотну роль у визначенні обсягів такого кредитування.

5. Хеджування забезпечує можливість зберігати в таємниці присутність на ринку відомих компаній завдяки великій місткості біржі порівняно з ринком реального товару та анонімності біржових операцій.

Водночас потрібно зазначити певні проблеми, що виникають при здійсненні операцій хеджування. Через зміну базису ф'ючерсні контракти не завжди повністю захищають від цінових коливань наявного ринку. Базовий ризик тим більший, чим більше сорт наявного товару відрізняється від специфікації ф'ючерсного контракту). До негативних моментів можна зарахувати також несумісність спотового і ф'ючерсного ринків. У зв'язку з тим, що ф'ючерсні контракти є стандартними, вони не завжди ідентичні з особливими умовами зобов'язань спотового ринку. Так, кількість може не відповідати одиниці ф'ючерсного контракту. Можуть бути відмінності в якості, в термінах форвардної угоди наявного ринку і місяцях поставки ф'ючерсного контракту. Проблема лімітування цін на ф'ючерсних біржах може створювати складнощі хеджеру при відкритті або закритті позиції в певні дні через викривлення співвідношення цін реального ринку і ф'ючерсних котирувань. І, нарешті, якщо хеджер здійснює операції на кількох біржах, він повинен ретельно вивчати правила торгівлі кожної біржі, бо, попри загальні принципи побудови біржової торгівлі, кожна біржа встановлює власні правила і регламент.

Отже, особливого значення серед ризиків, що мають місце на аграрному ринку, набувають цінові ризики, які зарубіжні, а останнім часом і українські аграрні підприємства, мають змогу мінімізувати за допомогою хеджування біржовими інструментами. Під операціями хеджування розуміють страхування цінових ризиків за допомогою торгівлі ф'ючерсними контрактами та опціонами. Хеджування базується на розумінні того, що зі зміною ціни товару на реальному ринку зміниться і ціна ф'ючерсного контракту на цей товар. Хеджерами називають учасників аграрного ринку, що діють на основі таких принципів як присутність на ринку реального товару та зацікавленість у зменшенні цінового ризику. Хеджування має ряд суттєвих переваг, однак потрібно правильно оцінювати ситуацію на ринку, щоб не дозволити недолікам їх знівелювати.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гниляк В. О. Хеджування ризиків на біржовому ринку / В. О. Гниляк // Агросвіт. – 2015. – № 20. – С. 2-4.
2. Лупенко Ю. О. Хеджування фінансових ризиків та сучасний ринок деривативів для підприємств аграрного сектору економіки / Ю. О. Лупенко, В. В. Феценко // Фінанси України. – 2014. – № 11. – С. 98-115.
3. Чирва О. Г. Основные инструменты минимизации рисков в сельском хозяйстве / О. Г. Чирва, Н. М. Осьмеркина // Карельский научный журнал. – 2014. – № 3(8). – С. 88–92.
4. Яворська В. О. Хеджування цінових ризиків на ринку сільськогосподарської продукції / В. О. Яворська // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – 2014. – Вип. 200(2). – С. 286-289.

### **МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Лебедич Т. Р., студентка**

**Бурдужа І. І., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Бовкун О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В ринкових умовах господарювання структуроутворюючу роль відіграє мале підприємництво. Процеси становлення малого бізнесу в Україні розпочалися з початком незалежності, однак його функціонування та розвиток мають певні труднощі. Головною перешкодою на шляху розвитку малого підприємництва є відсутність ефективних механізмів його підтримки з боку держави. Однак зворотною стороною нерозвиненості сектора малого бізнесу є наявність потенціалу для його зростання, створення робочих місць та інновацій, у випадку вибору правильної державної політики [1].

Сьогодні в провідних країнах світу малий та середній бізнес як сектор економіки є домінуючим за чисельністю й обсягами виробництва.

Як свідчить практика таких країн, саме малі та середні підприємства є динамічними підприємствами, на розвиток яких впливає якість бізнес-середовища в країні. Взаємозв'язок держави і малого бізнесу здійснюється на взаємовигідній основі та має довгостроковий характер. При цьому роль держави полягає у забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності національної економіки, проведенні прозорої, стабільної, ефективної податкової та регуляторної політики, створенні рівних сприятливих умов для розвитку різних форм бізнесу, включаючи малий, а також всебічний підтримці підприємництва та приватної ініціативи [4].

Малий бізнес у розвинутих країнах виконує такі важливі для економіки функції, як залучення до економічного обороту матеріальних, фінансових, природних, інформаційних і людських ресурсів, що випадають з поля зору великих компаній. Завдяки таким підприємствам великі компанії звільняються від нерентабельної діяльності, на ринку продукції забезпечується врегулювання попиту і пропозиції. Перевага малих підприємств у тому, що вони мобільніші до змін в економіці, швидко реагують на вимоги ринку, знаходять нішу у виробництві товарів, виконанні робіт, наданні послуг, оперативно освоюють випуск нових видів продукції а також мають тенденцію до нарощування обсягів випуску продукції, надання послуг та виконання робіт, що дає їм змогу виживати та розвиватися [3].

На початку 2016 року в Україні налічувалось 1 973 тис. суб'єктів малого і середнього підприємництва (проти 1 932 тис. в попередньому році), з яких 1,63 млн. фізичних осіб-підприємців і 343 тис. юридичних осіб-підприємців.

В структурі підприємств співвідношення великих, середніх і малих підприємств дещо змінилось. Як і раніше 0,1 % усіх підприємств представлено великими підприємствами. А от частка середніх підприємств зменшилась з 4,7% до 4,4%. Відповідно з 95,2% до 95,5% збільшилась питома вага малих підприємств, з яких майже 83% мають статус мікропідприємств.

Найбільша кількість малих і середніх підприємств традиційно зосереджена в м. Києві – 25%, Дніпропетровській – 11,2%, Донецькі – 6,8%, Харківській – 6,7%, Львівській – 5,5%, Київській – 5,5%, Одеській – 5,2% областях.

За видами економічної діяльності в структурі малих і середніх підприємств найбільша їх частка (27%) займалась оптовою та роздрібною торгівлею і ремонтом автотранспортних засобів, 14% – сільським, лісовим або рибним господарством, 12% – промисловим виробництвом, 9,5% – операціями з нерухомим майном, 9% – будівництвом, 8,5% – професійною та науково-технічною діяльністю, 4,5% – транспортом, складським господарством, 4,5% – адміністративним обслуговуванням, 4% – інформацією та телекомунікаціями, 2% – тимчасовим розміщенням й організацією харчування, 1% – освітою, 1% – охороною здоров'я, 1% – мистецтвом, спортом, розвагами, 1% – наданням інших послуг [2].

Суб'єкти малого підприємництва володіють певними характерними ознаками, які, з одного боку, роблять їх більш уразливими для негативних чинників зовнішнього середовища, а з іншого – обумовлюють їхню гнучкість та можливість адекватно реагувати на зміни цих чинників.

У сучасних економічних умовах в Україні не знаходять реалізації така характерна властивість підприємництва, як «персоніфікована здатність до інноваційних ідей та рішень», що обумовлено відсутністю виваженої державної політики стосовного суб'єктів малого підприємництва. Незважаючи на таку ситуацію, згідно зі статистичними даними суб'єкти малого підприємництва відіграють суттєву роль в економічному житті України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Васильєва Д. В. Актуальні проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / Д. В. Васильєва // Механізм регулювання економіки, 2011. – №3. – С. 188-196.
2. Дані Державної служби статистики України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Меньяйлова Г. Є. Малий бізнес і підприємництво: характеристики та місце в економіці України [Електронний ресурс] / Г. Є. Меньяйлова // Формування ринкових відносин в Україні. - 2014. - № 5. - С. 149-154. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu\\_2014\\_5\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2014_5_38)
4. Черненко С. М. Роль малого підприємництва у створенні інноваційно-конкурентного середовища України в регіональних інноваційних системах / С. М. Черненко // Проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 56–61

### **РЕЗЕРВИ РОСТУ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ**

**Молодцова О. М., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Супрун С. Д.*

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Вінниця*

В сучасному світі успіх діяльності будь-якого підприємства вимірюється не тільки показниками «прибутку» та «збитку», а й тим, на скільки раціонально використовуються наявні ресурси, що забезпечують його функціонування. Одним з найважливіших показників ефективної роботи суб'єкта господарювання є продуктивність праці, без аналізу та оцінки якої неможливо забезпечити конкурентоспроможність підприємства.

Вивченням питання продуктивності праці займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені: В. Аксюта, В. Алексеєнко, В. Ніколаєнко, І. Головачук, Т. Єгоркіна, А. Мазаракі, А. Ревенко, О. Орленко та інші.

Метою даної роботи є дослідження теоретичних аспектів продуктивності праці робітників торгівлі та пошуку резервів її підвищення.

В загальному розумінні продуктивність праці характеризує її результативність, тобто оцінює результат праці, отриманий на одиницю витрат, пов'язаних з використанням трудових ресурсів підприємства. У вузькому розумінні рівень продуктивності праці визначається кількістю товарів, що реалізується одним працівником за одиницю робочого часу [1, с. 310].

Досліджуючи продуктивність праці підприємств торгівлі, варто звернути увагу на особливості праці у цій галузі. У зв'язку з необхідністю наближення до споживачів місць продажу товарів, відбувається ускладнення їх концентрації. Таким чином, роздрібна торговельна мережа здебільшого складається з невеликих торговельних точок з середньою кількістю робітників у обсязі 15 осіб. В магазинах такого типу наявна обмеженість у вузькому професійному і технологічному розподілі праці, що спонукає до поєднання трудових обов'язків окремих працівників.

Виходячи з цього, необхідно виділити наступні характерні риси праці персоналу сфери торгівлі, що відрізняє її від діяльності в інших галузях народного господарства:

- кінцевим результатом праці є реалізація товарів чи послуг, а не виробництво продукту;
- зазвичай є монотонною та потребує високого фізичного і нервового навантаження;
- у період великого потоку споживачів характеризується високою інтенсивністю праці;
- наявність прямої залежності результатів праці від попиту споживачів;
- виділяють працю робітників, що пов'язана з необхідністю перетворення однієї форми власності в іншу, та працю покликану продовжувати процес виробництва в сфері обігу [2].

Рівень продуктивності праці працівників торговельних підприємств можна визначити за низкою факторів (рис.1).

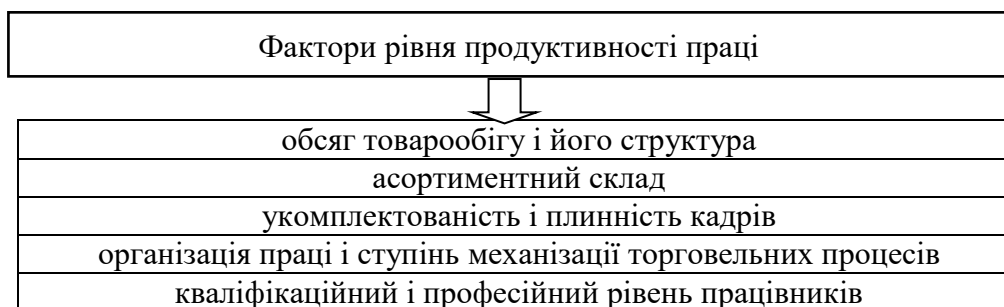


**Рис. 1. Фактори рівня продуктивності праці персоналу на підприємствах торгівлі**

Збільшення продуктивності праці на підприємствах торгівлі є одним із головних чинників зростання прибутку, обсягів товарообороту, а в кінцевому

результаті, конкурентоспроможності торговельного підприємства. Саме тому важливо визначити шляхи підвищення результативності даного показника.

Резервами росту продуктивності праці підприємствах торгівлі можуть бути: формування висококваліфікованого стабільного оптимального за складом персоналу, співвідношення чисельності окремих категорій працівників на користь торгово-виробничих кадрів, скорочення витрат часу на реалізацію одиниці товару та надання послуг, підвищення якості консультування споживачів та їх обслуговування, скорочення непродуктивних витрат робочого часу, науково обґрунтоване нормування окремих торгово-технологічних процесів. Для найповнішого використання резервів зростання продуктивності праці на підприємствах торгівлі повинні створюватись програми управління продуктивністю праці, у яких мають бути розроблені конкретні заходи і терміни щодо їх реалізації, проведено обґрунтування витрат на ці заходи й очікуваний економічний ефект від їх упровадження, призначені відповідальні виконавці [3, с. 92].

Таким чином, продуктивність праці являє собою складну економічну категорію, яка характеризує ефективність використання трудових ресурсів підприємства торгівлі та результативність його діяльності. В більш широкому розумінні продуктивність праці вказує на можливість працівника реалізувати товари чи надавати послуги, від чого залежить прибутковість суб'єкта господарювання та задоволення потреб споживачів. Зважаючи на це, визначення резервів підвищення продуктивності праці сприятимуть реалізації заходів, суть яких полягає у поліпшенні методів управління персоналом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства. Підручник для вузів / А. А. Мазаракі, Н. М. Ушакова, Л. О. Лігоненко. – Київ: "Хрещатик", 1999. – 800 с.
2. Показники продуктивності праці [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://megapredmet.ru/1-36008.html>
3. Головачук І.Т. Методичні підходи до управління продуктивністю праці у роздрібній торгівлі / Т.І. Головачук, Л.В. Гут // Науковий вісник ЧДІЕУ. – № 2 (18). – 2013. – С. 89-94.

#### **СУЧАСНИЙ СТАН, ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**Олійніченко В. С., студент**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Бовкун О. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Зміна відносин власності, перехід від планово-директивних методів управління до ринкових і, як наслідок, реформування сфери товарообігу зумовили необхідність дослідження ряду теоретичних та практичних питань, які тривалий час не знаходили достатнього відображення у вітчизняній економічній



науці. До них відносяться і проблеми діяльності товарних бірж [1, с. 25].

Актуальність теми визначається тим, що біржова діяльність в Україні, незважаючи на позитивну динаміку багатьох показників, що її характеризують, все ще перебуває на стадії становлення. Обсяги біржової діяльності, порівняно з іншими країнами, є незначними.

Подальшому розвитку біржової та позабіржової діяльності заважає цілий ряд проблем, починаючи від низької ліквідності та низького рівня біржової культури у країні й закінчуючи непрозорістю біржових ринків і недосконалістю нормативного регулювання. Зважаючи на значну роль біржової діяльності у сучасній фінансово-економічній системі, розв'язання існуючих проблем у цій сфері є важливим науково-практичним завданням.

Ефективне функціонування сучасного ринку перебуває у прямій залежності від постійно відтворюваного ринкового середовища. Важливим елементом його є ринкова інфраструктура, що являє собою систему установ та організацій, які забезпечують рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів, а також робочої сили. До таких установ відносяться товарні, фондові та валютні біржі [2, с.84].

Особливе місце в організації оптової торгівлі належать біржам, серед яких товарним біржам відведено одне з провідних місць. Нині в Україні знову відроджені ринкові відносини між суб'єктами господарювання, внаслідок чого біржі отримали нове життя.

Станом на 1.01.2016 в Україні зареєстровано 555 бірж, із них 391 товарно-сировинна, 104 універсальних, 24 агропромислових та 36 інших. У структурному розрізі станом на 1.01.2016 найбільша кількість припадає на товарні та товарно-сировинні біржі, які займають 70% щодо загальної кількості; універсальні біржі займають 19%, агропромислові – 4%, інші – 6%.

За даними Державної служби статистики, до числа найбільших бірж в Україні належать Аграрна біржа, Українська універсальна біржа, товарні біржі «Капітал-контракт», «Перспектива-коммодіті» та «Київська агропромислова біржа».

Найбільший обсяг укладених угод припадає на аграрну біржу – 45,8% до загального обсягу укладених угод. На другому місці за обсягом угод знаходиться товарна біржа «Капітал-контракт», на яку припадає 25,1% від загального обсягу угод. Питома вага угод укладених на товарній біржі «Капітал-контракт» та на товарній біржі «Перспектива-коммодіті» є однаковим і становить 5,5%.

Нерозвиненість біржової торгівлі впливає на капіталізацію та ліквідність ринків цінних паперів у цілому, позбавляючи підприємства можливостей для залучення фінансових ресурсів через механізми ринку капіталів, змушуючи звертатися лише до системи банківського кредитування, а слабка концентрація торгівлі цінними паперами та іншими фінансовими інструментами на регульованих ринках ставить під сумнів наявність у країні систем ціноутворення, здатних визначити справедливую вартість фінансового ресурсу.

За останні роки в Україні спостерігається ситуація з переважанням позабіржового ринку. За критеріями обсягу виробництва Україна володіє певним біржовим потенціалом ринків зерна, цукру, насіння олійних культур, але сировинний товар потребує специфічних механізмів для формування прогнозних

ринкових цін. У складі основних факторів, що впливають на процес становлення біржового товарного ринку в Україні, можна відзначити рівень розвитку виробництва та споживання товарів в Україні; обсяги експорту та імпорту товарів; ступінь інтегрованості біржових структур в єдину мережу; рівень поінформованості суб'єктів господарювання про можливості інструментів біржового ринку.

Сучасний стан біржової торгівлі свідчить, що вона потребує структурної перебудови, суттєвої технологічної модернізації, адаптації до правових норм європейського законодавства та впровадження кращої практики функціонування аналогічних систем на світових ринках.

Центральним ядром біржової індустрії мають стати універсальні національні біржі. Цей статус може отримати біржа, зареєстрована відповідно до законодавства як фондова або товарна за умов, що ця біржа:

- є регульованим ринком, який об'єднує не менш ніж дві третини ліцензованих регулятором учасників;
- здійснює (у разі реєстрації як фондова) лістинг для акціонерних товариств, що мають стратегічне значення для української економіки;
- здатна виконувати державне замовлення (у разі реєстрації як фондова) на первинне розміщення та забезпечує вторинний обіг державних і муніципальних цінних паперів;
- забезпечує (у разі реєстрації як товарна) укладення біржових угод щодо певної товарної продукції і визнана державою та споживачами центром ціноутворення за цим видом (сортом, специфікацією) товару чи сировини.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дудяк Р.П. Організація біржової діяльності: Основи теорії практиcum. /Р.П. Дудяк, С.Я. Бугеля /Навч. посібник 2-ге видання доповнене. – Львів: Новий Світ. – 2000: Магнолія плюс. – 2003. – 360 с.
2. Бочкова І. І. Товарна біржа як учасник господарських правовідносин в умовах ринкової економіки / І.І. Бочкова // Форум права. – 2011. – №3. – С. 83-87. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2011- 3/11biiure.pdf>.
3. Статистичний збірник «Оптова і біржова торгівля України» / Державна служба статистики України. – К.: 2016. – 97 с.

### **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ З ДОПОМОГОЮ КЛАСТЕРІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

**Рудик В. І., студентка**

*Національний університет водного господарства та природокористування*

Кластерний підхід в управлінні економічними процесами – це необхідна умова для поступального розвитку економіки будь-якої території чи регіону. Світовий досвід дає приклади підвищення конкурентоспроможності територій і виробничих комплексів шляхом реалізації кластерно-орієнтованої

територіальної політики. У багатьох розвинених країнах кластери вже стали звичною формою організації бізнес-співтовариств.

В сучасних умовах господарювання більшість регіонів України має значні труднощі, пов'язані із забезпеченням і підтримкою темпів соціально-економічного розвитку території. Це у поєднанні із інтеграцією України до європейського економічного простору, новими підходами у сфері державного управління розвитком регіонів обумовлюють необхідність використання ефективних та інноваційних методів управління економічними процесами на регіональному рівні із застосуванням кластерного підходу. Досвід країн Європи, де кластерний підхід набув широкого розповсюдження, показав, що функціонування кластерів є ефективним засобом підвищення конкурентоздатності регіонів, виведення економіки на новий рівень. Оскільки Україна прагне наблизитися до рівня розвитку країн Європейського союзу, то використання кластерів розглядається сьогодні державними органами влади як один з пріоритетних напрямів розвитку господарського комплексу.

В Україні близькими до кластерних об'єднань є організації, що формуються в регіонах, де співпраця різних господарюючих суб'єктів здійснюється в межах єдиного організаційного об'єднання. До таких організаційних об'єднань можна віднести: ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод», концерни ПАТ «Стірол» та ПрАТ «Норд». Виробничі структури такого типу формувалися різними шляхами: на основі створення нових господарських структур (ПАТ «Оболонь»); шляхом укрупнення науково-виробничих і виробничих об'єднань (концерн ПАТ «Радон») та побудови крупних виробничо-фінансових систем (ПрАТ «Укрпідшипник»). У наукових та підприємницьких колах існує думка, що група компаній «Біокон» є високотехнологічним фармацевтичним кластером, який інтегрує низку компаній, які функціонують на всіх ланках гуртово-роздрібного ринкового сегменту [1].

Якщо ж говорити про високотехнологічні кластери, то сьогодні в Україні налічується понад 10 інноваційних кластерів. Серед них: «Нові машини» (м. Дніпропетровськ); «Енергетика сталого розвитку» (м. Київ); «Нові матеріали» (м. Харків); «Біотехнології» (м. Львів); «Технології інформаційного суспільства» (м. Київ) та інші [2].

Не дивлячись на зростаючу зацікавленість регіонів до нової моделі економіки, збільшення кластерів в Україні є незначним. Це відбувається, перш за все, через відсутність системного законодавства зі створення інститутів підтримки кластерів. По-друге, влада має затвердити концепцію кластерної політики на місцевому, регіональному та національному рівнях.

Застаріла технологічна багатокладність економіки України є однією з визначальних перепон на шляху розвитку кластерів, зокрема тих, що спеціалізуються на виробництві високотехнологічної продукції. Очевидно, що розвиток кластерів в Україні є нагальною необхідністю, викликаною сучасними економічними та геополітичними відносинами України. Однак їх створення та розвиток потребують проведення відповідної роботи, а саме раціонального

вибору галузей, в яких діятимуть кластери, обґрунтування доцільності їх створення, вибір підприємств, що будуть інтегруватись тощо.

У процесі створення, так і в подальшому функціонуванні кластери можуть стикатися з низкою проблем:

1. Відсутність достатнього нормативного забезпечення створення та розвитку кластерів в Україні [3]. (Жодна зі статей Господарського кодексу не регламентує такий різновид об'єднання підприємств, як кластери).

2. Недосконала програмно-цільова база забезпечення виконання кластерних стратегій. Існуючі програми здебільшого орієнтуються на окремі галузі національного господарства, а не на виробництво високотехнологічної продукції. Прикладами таких державних програм є: Концепція Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 р. [4], Концепція Державної цільової програми розвитку земельних відносин в Україні на період до 2020 р [5].

3. Відсутність належних комунікацій між наукою, бізнесом та владою, що зумовлено неефективним державно-приватним партнерством у сфері розробки, апробації та практичного впровадження інноваційних рішень [6].

4. Недостатній рівень розвитку інституційного середовища підтримки впровадження інновацій та розвитку.

5. Корупційні механізми у частині урядових гарантій, цільового фінансування з позабюджетних фондів, державного кредитування та проведення тендерів, що зумовлює розвиток схем відмивання коштів.

6. Недостатня інвестиційна привабливість окремих регіонів, що зумовлено несприятливими економічними, соціальними, політичними, правовими та екологічними чинниками, які впливають на рішення потенційних інвесторів.

7. Незацікавленість малих та середніх господарюючих суб'єктів в об'єднанні у великі виробничі системи через недостатність преференцій, пов'язаних з венчурною діяльністю, а також технологічним оновленням основних виробничих фондів.

8. Відсутність достатнього доступу учасників кластерних об'єднань до кредитних ресурсів, необхідних для реалізації інноваційних проектів.

9. Недостатня кількість висококваліфікованих інноваційних менеджерів – управлінців вищої та середньої ланки керівництва компанією, функціями яких є безперервний моніторинг ринку інновацій, обґрунтування доцільності та подальшої інтеграції інноваційних підходів у господарську діяльність на всіх її функціонально-структурних рівнях [7].

Для подолання вищезазначених проблем на шляху розвитку кластерів в Україні доцільно проаналізувати зарубіжний досвід створення та розвитку кластерів. Наприклад, у таких країнах, як Данія, Фінляндія, Австрія, Угорщина, Польща, Словенія, Словаччина, Чехія, Румунія.

Отже, в Україні вже закладено підвалини для розвитку кластерних об'єднань. Однак їх розвиток гальмують численні перепони інституційно-правового та економічного характеру, для подолання яких необхідно: реалізувати системні реформи, які повинні забезпечити гармонізацію

вітчизняного та європейського господарського законодавства; створити механізми налагодження міждержавної кластерної співпраці з економічно розвинутими країнами світу, зокрема, з країнами ЄС з метою оптимізації процесів економічної євроінтеграції.

### **Список використаних джерел:**

1. Швед Т.В. Розвиток кластерів в Україні як фактор відновлення економічного зростання / Т. В. Швед // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2011.– №40. – С. 197–201.
2. Чупайленко О. А. Розширення функцій інноваційних кластерів в Україні / О. А. Чупайленко, В. Ю. Бєро // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку.– 2013.– №5. – С. 9-16.
3. Господарський кодекс України №436-15 зі змінами та доповненнями в редакції від 06.11.2017 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://zakon0.rada.gov.ua/>
4. Про схвалення Концепції Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.07.2013 №603-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua).
5. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку земельних відносин в Україні на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.06.2009 №743-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
6. Князь С.В. Формування і використання трансферного потенціалу інноваційного розвитку підприємства: Автореф. дис. докт. екон. наук: спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Львів, 2013. – 54 с.
7. Вишнякова І.В. Досвід становлення та розвитку кластерів в окремих країнах Північної, Східної і Центральної Європи / І.В. Вишнякова // Вісник Запорізького національного університету.– 2011.– №1. – С. 184–192.

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

**Стрембіцька Т. О., студентка**

*Науковий керівник: д.е.н., професор Онищенко В. П.*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

Харчова промисловість займає одне із провідних місць в економіці України. У харчовій промисловості у 2015 році працювало 8379 промислових підприємств або 14,3% від загальної кількості промислових підприємств.

Харчова промисловість нашої країни має надзвичайно сприятливі умови для свого ефективного розвитку. Зокрема, це сировинна база та трудовий потенціал. Частина харчової промисловості тяжіє до сировинних районів, інша

частина – до районів споживання. До складу харчової промисловості належать понад двадцять видів промисловості, найважливішими з яких є цукрова, м'ясна, млинарська, круп'яна, виноробна, молокопереробна, консервна та інші.

В цілому в Україні в період 2011-2015 рр. виробництво харчових продуктів характеризувалось позитивною тенденцією: обсяги виробництва харчової продукції зросли з 222,4 млрд грн. до 398,0 млрд грн; при цьому також необхідно підкреслити, що за період 2011-2015 рр. частка виробництва харчових продуктів у обсязі промислової продукції зросла з 18,0% до 22,4%, що свідчить про зростання її ваги в структурі національної економіки [2].

Що стосується роботи харчової промисловості в цілому, зазначимо, що за даними Державної служби статистики України [1], індекс виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів в Україні (не враховуючи тимчасово окупованої території АР Крим і м. Севастополя) у 2016 р. становив – 104,4 %; зокрема:

- виробництво м'яса та м'ясних продуктів збільшено на 4,5 %;
- перероблення та консервування риби, ракоподібних та молюсків збільшено на 15,6 %;
- виробництво олії та тваринних жирів збільшено на 16,5 %;
- виробництво цукру збільшено на 36,2 %.

У 2016 році в Україні дещо зменшилося виробництво молочних продуктів, хліба, хлібобулочних і борошняних виробів, шоколаду, кондитерських виробів.

На сьогодні вітчизняна харчова промисловість майже на 90 % може задовольнити харчову безпеку держави, а також одночасно є стратегічно важливою у структурі експорту.

Аналітичні дослідження свідчать, що у галузях харчової промисловості відбувається розширення виробничої мережі малих підприємств, цехів і виробництв, що впливає на формування процесів деконцентрації й певного розмивання спеціалізації структурних підрозділів харчової промисловості. Водночас відбувається досить відчутне розшарування і посилення відмінностей у напрямках і темпах розвитку переробних підприємств різних видів економічної діяльності, так і окремих підприємств одного виду діяльності.

До політичних подій 2013–2014 рр. головною проблемою зазначеної промисловості були її відновлення та прискорений розвиток. Негативними тенденціями були:

- зміни обсягу виробництва харчової продукції, недостатність фінансових коштів підприємств, що не давало змогу забезпечити належне відновлення, реконструкцію і модернізацію необоротних активів та впровадити новітні досягнення науково-технічного прогресу;
- недостатнє використання потенціалу окремих галузей (цукрової, спиртової, окремі підгалузі місцевої промисловості);
- скорочення споживчого попиту;
- недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази;
- несприятлива кон'юнктура зовнішнього ринку;
- протекціоністські заходи з боку країн-імпортерів, занепад галузевої науки.

Унаслідок ситуації, що склалася в Україні з 2013 р. та подій, що продовжують розгортатись на сьогодні, у підприємств харчової промисловості з'явилося низка питань, які потребують термінового вирішення з метою підтримання ефективного функціонування всієї харчової галузі. Зокрема, головним з цих питань є знаходження нових ринків збуту продовольчих товарів.

Підприємства харчової промисловості активно шукають вихід на зовнішні ринки через падіння попиту в Україні. Якщо раніше внутрішній ринок був більш привабливим, оскільки було зростання попиту, то сьогодні на національному ринку спостерігається обмеження купівельної спроможності.

Головними новими ринками збуту українським виробникам насамперед хотілося б мати ринки продовольчих товарів країн Євросоюзу.

Щодо розширення зовнішнього ринку необхідно зазначити, що українські експортери харчових продуктів продовжують завойовувати ринки азійського континенту. Сьогодні для України держави Азії є найбільш перспективним ринком. Найбільш позитивним трендом 2016 р. є значне збільшення експорту до країн Східної Азії. Їх частка в загальному обсязі експорту агропродукції вже сягнула 12%, при цьому найбільше було експортовано харчової продукції в Китай – на 1,2 млрд дол. США.

При цьому основними завданнями перед вітчизняною харчовою промисловістю постають питання щодо підвищення якості та безпеки харчової продукції, без чого не можливе подальше нарощення її експорту.

Динамічний розвиток виробництва харчової промисловості, задоволення потреб внутрішнього ринку в продовольчих товарах і формування їх потужного експортного потенціалу – головні завдання економічної політики України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Індеси промислової продукції за видами діяльності у 2016 році. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Промисловість України 2011-2015 роки. Статистичний збірник. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ТА ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА**

**Яремко А.О., студентка**

**Іванченко Г.В., к. е. н., доцент**

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Вінниця*

Однією з найбільш затребуваних та водночас складних професій у даний час є професія менеджера. Майже кожному з нас подобається керувати, мати значний вплив на інших людей та події навколо них, проте небагато хто дійсно досягає в цьому успіху. Питання управління персоналом є ключовим елементом діяльності будь-якого підприємства, а від того, як менеджер організує роботу всього колективу і залежить кінцевий результат фірми. Саме тому кожен

керівник має розвивати та вдосконалювати свої професійні та особисті якості для того, щоб бути висококваліфікованим спеціалістом.

Сучасні бізнес-тенденції змінюються швидким темпом, а тому менеджеру необхідно не тільки встигати пристосовуватись до них, а й випереджати їх, тобто, мислити стратегічно. Керівник має пристосовуватись до тих умов, в яких він перебуває та приймати ефективні управлінські рішення.

Якості менеджера – це загальні характеристики, які безпосередньо впливають на процес прийняття управлінських рішень. Особистісні якості менеджерів полягають в наявності бажання в повазі. Володіння позитивними особистісними якостями є передумовою успішного керівництва. До них належать: фізичне та психологічне здоров'я; високий рівень внутрішньої культури; чуйність, дбайливість, доброзичливе відношення до людей; оптимізм, впевненість у собі; рішучість, ініціативність. Досить важливими для менеджера є моральні якості. Вони зумовлюють можливість керівника приваблювати людей до себе та завоювати авторитет [2, с. 69].

Однак навіть наявність в людини даних рис не дає впевненості, що можна стати ідеальним керівником. Важливо володіти також професійними та діловими якостями. До професійних відносять відповідний рівень освіти, досвід, ґрунтовні знання, ерудицію, раціональне планування свого робочого дня, вивчення та впровадження нових форм і методів управління ресурсами тощо.

Саме ділові якості керівника впливають на ефективність роботи організації, до них належать: вміння організовувати, координувати, контролювати, мотивувати та планувати; прагнення до влади, лідерства; комунікабельність, харизматичність, цілеспрямованість, ініціативність; здатність йти на ризик; вміння управляти собою (самоменеджмент); аналітичні здібності тощо.

Вивчаючи особливості якостей менеджера, необхідно зазначити, що вони також формуються під впливом національних особливостей. Національні особливості систем управління можуть посилювати роль одних і знижувати роль інших вимог до менеджерів. Так, наприклад, в США найголовнішими якостями менеджера є комунікабельність та впевненість в собі, тоді як в Західній Європі – повага та комунікабельність.

Розглянувши основні особистісні, професійні та ділові якості сучасного керівника, варто зауважити, що потрібно обов'язково займатись саморозвитком та вдосконалювати свої вміння та навички. Цього можна досягти різними способами, наприклад, відвідуючи семінари, тренінги, де можна отримати нову інформацію, познайомитись з цікавими людьми та поділитись власним досвідом. Зараз набув популярності коучинг (від англ. coaching – тренування) – своєрідний метод консультацій, який полягає у спільній роботі тренера і клієнта для підвищення його результативності, навчання та розвитку [1]. Коучинг формує вміння людини самостійно прийняти висновки, таким чином, покращуючи роботу колективу, взаємовідносини в ньому, посилено мотивувати персонал, знайти вихід з критичних ситуацій та бути ментором для своїх підлеглих. Формуванню професійних та особистісних якостей сприяють також



волонтерська робота, участь у нарадах та засіданнях на провідних підприємствах, у практичних конференціях, стажування на вітчизняних та іноземних підприємствах тощо.

Таким чином, конкурентоспроможний керівник має володіти якостями менеджера (професійна компетентність, здатність приймати рішення), лідера (цілеспрямованість, рішучість, готовність брати на себе відповідальність) та підприємця (неординарність мислення, схильність до ризику, гнучкість). Для керівника вкрай важливо розвивати та постійно вдосконалювати ділові та професійні якості. Саме такий менеджер має бути ключовим елементом модернізації української економіки, адже він – саме той, хто зможе досягнути бажаного результату шляхом правильного управління системою за умов наявних ресурсів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Холопова Л.А. Современный менеджер – конкурентоспособный менеджер // Концепт. – 2014. – № 5. – Режим доступу: [<https://cyberleninka.ru>].
2. Чкан А. С. Самоменеджмент : навч. посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Менеджмент» / А.С. Чкан, С.В. Маркова, Н.М. Коваленко. – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 84 с.

## СЕКЦІЯ 9

### РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

---

#### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Банк А. В., студентка**

*Науковий керівник: викладач Литвин О.В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

З початку ХХІ ст. сільський зелений туризм є одним із секторів туристичної індустрії, що динамічно зростають. Така форма відпочинку стає популярною не тільки за кордоном, але й в Україні.

Сільський туризм — це надання (чи отримання) послуг туристичних атракцій, асоційованих з відпочинком, по використанню екосистемного потенціалу агропромислового комплексу та локальної інфраструктури певного регіону сільської місцевості або ж її характерної колоритної особливості (культурної, архітектурної, етнічної, господарської тощо) [2, с.27].

Мода на туристичний відпочинок у селі в Україну прийшла на початку 90-х років минулого століття. Навіть на законодавчому рівні з'явилося таке поняття, як сільський зелений туризм (Закон України «Про туризм» № 324 від 15.09.1995). З'явилася і Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні в 1996 році, коли група однодумців з Ужгороду, Києва, Сімферополя і Берегового звернулася в Мін'юст з проханням зареєструвати статут Союзу сприяння розвитку сільського зеленого туризму. В Україні першопрохідцями в розвитку цього напрямку стали західні області [1, с. 59].

Тема розвитку сільського туризму в Україні, є актуальною, оскільки сільський туризм - це один з видів малого бізнесу, який піднімає роль краєзнавства, збільшує роль сільської місцевості у розвитку країни та створює нові осередки туризму.

Зелений туризм відкриває нові можливості. Городяни їдуть у села чи хутори пожити зовсім іншим життям. Краса сільських пейзажів, близькість річок, озер, лісів, гір, відсутність стресів та метушні, здорове харчування добре впливають на людину, зміцнюють її і духовно, і фізично. Це одна з переваг зеленого туризму.

Крім того, зелений туризм включає також пізнавальний елемент. Туристи знайомляться з сільськими традиціями та культурою, народними промислами та ремеслами. Зелений туризм - це не тільки споглядання, але й активна участь у житті села.

Також він виступає важливим чинником стабільного динамічного збільшення надходжень до бюджету, активізації розвитку багатьох галузей

економіки, таких як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо.

Соціально-економічне значення розвитку сільського зеленого туризму для держави полягає у тому, що він:

- стимулює розвиток селянських господарств, які займаються зеленим туризмом;
- сприяє розвитку місцевої інфраструктури;
- сприяє збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшуючи додаткові прибутки селян і відрахування у місцеві бюджети;
- активізує місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, затримує молодь на селі, знижуючи потребу в закордонному заробітчанстві;
- сприяє охороні туристичних ресурсів, насамперед збереженню етнокультурної самобутності українців;
- створює можливості для змістовного відпочинку незаможних людей;
- сприяє підвищенню культурного рівня мешканців села та підвищенню екологічної свідомості [4].

В даний час в Україні існують усі передумови розвитку відпочинку в селі, який можна розглядати як специфічну форму підсобної господарської діяльності у сільському середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону, або як зазначалося вище, як форму малого підприємництва, що дає можливість певною мірою вирішити проблему зайнятості сільського населення, покращити його добробут, повніше використати природний та історико-культурний потенціал сільської місцевості. Справа розвитку сільського відпочинку має реальну державну перспективу і сприяє поліпшенню соціально-економічної ситуації сільської місцевості [3, с. 93].

Отже, варто зазначити, що Україна має великі можливості для успішного подальшого розвитку сільського туризму, адже її регіони мають надзвичайно багату природну й етнокультурну базу, що може використовуватись у відпочинкових цілях. Для сільських мешканців цей вид туризму є найкращим стимулом для започаткування й розвитку підприємницької діяльності. Крім того, організація агрорекреаційного сервісу сприяє облаштуванню сільських осель та благоустрою сільської місцевості, створює додаткові шляхи наповнення місцевих бюджетів.

#### **Список використаних джерел :**

1. Зінько Ю. В. Сільський туризм: навч. посіб. / Ю. В.Зінько, М. Й. Рутинський. – К. : Знання, 2016. – 271 с.
2. Гордецкая Н. Сельский туризм. проблемы и пути их решения: мат. семинара / Н. Гордецкая. Е. Куценко. Л. Серебренникова и др. – Симферополь: Сонат, 2014. – 127 с.
3. Шимечко Г. І. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія і практика / Г. І. Шимечко, Г. В. Черевко. – Л. : Ліга-Прес. 2009. – 206 с.
4. Сільський зелений туризм: перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.visnuk.com.ua/ua/news/id/3100>

## ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УМАНІ: СТРАТЕГІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ

**Бойко М. В., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм – активна і невимушена форма спілкування між людьми. Розширення і поглиблення туристських зв'язків між країнами – важливі проблеми сучасних міжнародних відносин. Питання розвитку туризму, його політичний, економічний і культурний впливи на світове господарство та міжнародні зв'язки активно обговорюються в політичних, ділових та наукових колах. Характерною ознакою туризму останніх років на світовому рівні є висока динамічність і стабільність його розвитку, а також активний вплив на економіку багатьох країн, що мають сприятливі рекреаційні ресурси.

Туризм відображає характерну тенденцію сучасності, коли перевага віддається у динамічному відпочинку, у процесі якого відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю. З економічного погляду це особливий вид споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виділяються в самостійну галузь господарства. У деяких країнах туризм став вагомою статтею доходів держави і належить до найперспективніших галузей національної економіки. В Україні він визнаний однією із галузей, що потребують пріоритетного розвитку.

Основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток найвагоміших елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. Особливе місце відводиться туризму у створенні робочих місць і розв'язанні проблеми зайнятості. Кількість робочих місць щоденно збільшується, не вимагаючи при цьому великих витрат. Туризм охоплює багато секторів економіки і цим ускладнює визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму.

Так, сьогодні активно розвивається туристичний потенціал міста Умань. Це невелике, проте надзвичайно затишне місто в самому центрі України. Може

здатися, що Умань не надто відрізняється від будь-якого іншого міста України, та це лише на перший погляд. Маючи надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, туризм Умані активно розвивається, виходячи на новий рівень, і в майбутньому приносить неабиякий внесок не лише в розвиток духовних та культурних цінностей людини, а й в економіку країни в цілому.

Лише в Умані можливі прогулянки по національному дендрологічному парку «Софіївка», який ввібрав у себе неповторну природну красу, яка пройшла крізь роки. Стрімко розвивається «маленький Ізраїль» Умані, який знайомить туристів з іудейською культурою і всесвітньо відомою могилою Цадика Нахмана. Також Умань відома як місто козацької слави, де можна почути безліч переказів про козаків і гайдамаків та побувати біля єдиного в Україні пам'ятника Гонти і Залізняка. Найстаріша будівля міста Василянський монастир дозволить помандрувати таємничими підземеллями та познайомитися з колоритним монахом.

Крім того, Умань розвивається як фестивальне місто, стаючи надзвичайно цікавим для молоді – практично кожного місяця тут відбуваються різноманітні фестивалі та культурно-мистецькі заходи і як екскурсійне місто на травневі свята. З десяти найпопулярніших туристичних напрямків по Україні на травневі свята Умань знаходиться на 9-му місці.

Щодо вдосконалення міста, яке змогло б отримати назву туристичного та стати привабливим для туристів, відбуваються наступні заходи та нововведення: по місту встановлені відеокамери, які формують систему безпеки; реконструюються парки, будуються дороги, відкриваються нові творчі майстерні та розробляються цікаві туристичні маршрути. Невдовзі будуть встановлені вказівники до всіх привабливих туристичних місць (підземелля, «маленький Ізраїль» з могилою Цадика Нахмана, храм Успіння Богородиці та інші), почнуться зйомки віртуальних турів дендропарком Софіївка та іншими визначними місцями.

Отже, подальший розвиток туристичної сфери Умані дозволить перетворити місто на історико-культурний центр національного значення, дасть поштовх розвитку туристичної інфраструктури, залученню коштів інвесторів для "музеєфікації" історичного середовища. У свою чергу це істотно вплине на розвиток малого і середнього бізнесу, а значить дасть можливість створити нові робочі місця.

#### **Список використаних джерел:**

1. Умань туристична – туристичний сайт міста Умань / Електронний ресурс. – [Режим доступу]: [umantravel.com.ua](http://umantravel.com.ua)
2. Україна туристична – Умань / Електронний ресурс. – [Режим доступу]: [www.turystam.in.ua](http://www.turystam.in.ua)

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Вовк Л. П., студентка**

*Науковий керівник: викладач Литвин О.В.*

*Уманський педагогічний університет імені Павла Тичини*

Поняття «діловий туризм» виникло недавно. У світі про нього заговорили як про прибутковий і самостійний вид туризму в 70-80-х роках ХХ ст. Нині він належить до найприбутковіших субгалузей туризму.

Діловий туризм - це поїздки, пов'язані з виконанням фахових обов'язків з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі або становлять для неї певний інтерес" називаючись «бізнес-поїздками» [3, с. 66].

Стосовно ще одного визначення про діловий туризм, то Роб Девідсон, викладач курсу ділового туризму Лондонського Університету Грінвіча, у своїй книзі описав це поняття наступним чином : «Бізнес – туризм пов'язаний з людьми, які змушені подорожувати по роботі. Тим самим, представляється одна з найдавніших форм туризму, коли з давніх часів людина здійснювала подорожі з діловими цілями».

На сьогодні тема перспектив розвитку ділового туризму в Україні є досить актуальною, це спричинено тим, що Україна підписала угоду про асоціацію з ЄС, має вигідне географічне положення, бо знаходиться на перетині важливих транспортних вузлів. Тому створення відповідної інфраструктури для ділового туризму буде сприяти поглибленому розвитку держави загалом так і міст окремо.

До основних цілей здійснення ділових подорожей відноситься:

- проведення зустрічей і переговорів з партнерами;
- проведення нарад з керівництвом і колегами, представників філій і дочірніх структур;
- встановлення і налагодження ділових контактів;
- відвідини професійних заходів (виставок, конференцій і т. ін.) [1, с. 45].

Дуже часто особи які подорожують з діловою метою відвідують столицю України – Київ та великі обласні центри: Харків, Дніпропетровськ, Львів, Одесу, Вінницю.

Проводити корпоративні заходи найвигідніше в міжсезоння, в так званий «невисокий сезон» (з осені до початку весни). Саме на цей період припадає найбільша кількість ділових заходів. Це й зрозуміло – вартість проживання в готелях знижена, і, відповідно кінець року – час підбиття підсумків і бажання заохотити кращих.

Постійними лідерами у споживанні послуг з організації ділового туризму є ІТ – індустрія і продовольчий сектор. Зазвичай не шкодують коштів інвестиційна та банківська сфери, фармацевтика та міжнародні компанії.

Дана галузь бізнесу цілком робить позитивний вплив на економіку приймаючої країни за рахунок надходження коштів до бюджету через податки, а так само сприятливо відбивається на місцях проведення заходів - створюється позитивний імідж міста, регіону і, таким чином, потоки приймаючої сторони

збільшуються. Діловий туризм є прибутковим видом бізнесу, адже більшу частину поїздок здійснюють саме великі організації і, відповідно, на це йдуть чималі кошти. І навіть у часи економічної кризи галузь буде актуальна. Природно можливий спад в обсягах, але без ділових переговорів, які підвищують кваліфікацію семінарів, конгресів з розвитку, сучасному бізнесу не обійтися [4].

Однак в Україні існує ціла низка проблем, які заважають швидкому розвитку туризму взагалі та діловому туризму зокрема. Інфраструктурне й інформаційне облаштування цих об'єктів не відповідає сучасним вимогам. Матеріально-технічна база сфери туризму і курортів, зокрема, санаторно-курортних закладів, відверто застаріла. В Україні спостерігається дефіцит кваліфікованих кадрів туристичної галузі з відповідним світовим досвідом.

Сьогодні існує нагальна необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів України. За висновками дослідження міжнародних ділових організацій, столиця й інші місця України виявляються далеко не на висоті за якістю ділової інфраструктури. Менше 20% українських готелів сьогодні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту [2, с. 167].

Тому для подолання проблем які заважають швидкому розвитку ділового туризму в Україні, потрібно удосконалити нормативно – правове законодавство в сфері туризму; розвивати, розширювати інфраструктуру (будувати великі бізнес центри не тільки в столиці, а й у великих обласних центрах); підвищувати вимоги до персоналу який працює в сфері ділового туризму.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гасиев М. П. Основы делового туризма и индустрии МСЭ в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. П. Гасиев. – Москва, 2014. – 145 с.
2. Головка О.М. Організація готельного господарства: навч. посіб./ О.М. Головка – Київ: Кондор, 2012. – 338 с.
3. Кузик С. П. Географія туризму: навч. посіб. / С. П. Кузик. – Київ: Знання, 2011. – 271 с.
4. Діловий туризм – ефективний інструмент розвитку бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukr.media/business/1810/>

## **ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**Давід А. Г., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Ключовим напрямком досягнення економічного зростання і підвищення якості життя населення в сучасному світі є розвиток інноваційної діяльності, поширення інноваційних технологій, продуктів і послуг. В даний час в розвинених країнах 70-85% приросту валового внутрішнього продукту припадає

на частку нових знань, втілюваних у інноваційних технологіях виробництва і управління. Це дозволяє робити висновок про становлення суспільства, заснованого на знанні. Знання, втілене в інноваційній продукції, стає основним капіталом в суспільстві на постіндустріальній стадії його розвитку. Посилення ролі та значення інноваційної діяльності в суспільному розвитку при водить до того, що темпи розробки та реалізації інновацій різко зростають.

На даний час в Україні з'являються все новіші і новіші інноваційні технології, сучасні тенденції розвитку SPA- готелів України та визначення їх ролі у структурі SPA- індустрії.

Сьогодні «spa» – це оздоровчий комплекс процедур з використанням води з лікувальними властивостями (мінеральної, морської, прісної), а також морських водоростей і солі, лікувальних грязей і цілющих рослин. Дія spa-процедур направлена на оздоровлення та релаксацію всього організму в цілому. Впливаючи через шкірний покрив, spa-компоненти активізують процеси обміну речовин, покращують кровообіг, виводять токсини і шлаки з організму, поліпшують загальне самопочуття і насичують організм життєвою енергією.

«Spa» – це комплексні оздоровчі або естетичні програми, технології і процедури з відновлення здоров'я і краси людини шляхом дії на всі 6 органів її відчуття: зір (природні інтер'єри і пейзажі), слух (композиція зі звуків і тиші, музика); нюх (аромати або їх повна відсутність), дотик (тепло, холод і тактильні дії); смак (баланс 4-х основних смаків: солодко-гірко-кисло-солоного); інтуїція або підсвідомість (формує кінцеве відчуття задоволеності і комфорту).

Якщо «spa-туризм» (більш традиційний лікувальний, санаторно-курортний, медичний/клінічний) спрямований на подолання конкретних захворювань та реабілітацію або корекцію тіла, то «wellness» (оздоровчий) туризм є принципово новою течією, розрахованою на фізично і ментально здорових людей та спрямованою на підтримання загального здоров'я та соціального благополуччя. Термін «wellness» важко перекладається на українську та російську мови, оскільки відсутнє містке поняття, яке відбивало б усю сутність терміна, а приблизний переклад – «прекрасне самопочуття». Німецький термін «Wohlfuehl» теж не повною мірою розкриває суть поняття.

Поняття spa-туризму та wellness-туризму не визначені чітко, що може викликати плутанину серед підприємців, споживачів і уряду. Встановлення чітких і послідовних визначень для обох понять дозволить поліпшити маркетинг і розробку продукту, зменшити введення споживачів в оману, а також підтримку покращення збору даних. Щорічно попит на spa та wellness відпочинок зростає. Так, згідно із дослідженням «Global SPA Summit 2016», 89% респондентів зазначають, що концепція wellness (оздоровлення, підвищення рівня загального здоров'я) є надзвичайно важливою для їх майбутнього.

Ринкові дослідження та статистичні спостереження попиту щодо споживання spa і wellness послуг регулярно проводять міжнародні та національні галузеві асоціації (наприклад, ISPA, DHV тощо), які доступні лише членам цих асоціацій. Інші організації оприлюднюють свої звіти на широкий загаль. «Global Spa Summit» оприлюднив звіт «Всесвітній ринок spa та wellness послуг: синергія



та можливості», де вивчалось ставлення споживачів до подорожей за здоров'ям, а також думка представників галузі. Відповідно було надано рекомендації для розвитку галузі.

За даними Європейської spa асоціації (ESPA), близько 20 млн європейців відвідують курорти принаймні один раз на рік. Домінуючим ринком для більшості spa-дестинацій у світі є їх внутрішній ринок (до 90%). Міжнародні подорожі здійснюються переважно до сусідніх країн, а у випадку лікування захворювань – до дестинацій, які спеціалізуються на лікуванні цих захворювань.

Ці споживачі перебувають на піку доходів, мають вищу освіту, як правило, вільні від боргів, мають більше часу для подорожей та посилене прагнення до активного відпочинку, збереження здоров'я і покращення самопочуття.

Отже, досліджуючи інноваційні аспекти розвитку в сфері рекреаційного бізнесу, можна дійти висновку, що рекреаційний бізнес в Україні набирає неабиякі масштаби, що сприяє поліпшенню економіки країни. Оздоровчі центри «spa» і «wellness» здійснюють неабиякий вплив на стан здоров'я населення, що сприяє не тільки його оздоровленню, а й збільшують тривалість життя. Конкуренція в такому виді діяльності дуже велика, що робить важким існування того чи іншого оздоровчого центру на ринку. В результаті чого, всі власники своїх оздоровчих центрів розширюють свої асортименти послуг, щоб розширити свою цільову аудиторію.

#### **Список використаних джерел:**

1. Креббин-Бейли Д. Спа-терапия в индустрии красоты. Методика процедур, эксплуатация оборудования, программы обучения spa-менеджменту / Д. Креббин-Бейли, Д. Харкап, Д. Харрингтон; [пер. с англ. В. Е. Бельченко]. – М. : РИПОЛклассик, 2010. – 304 с.
2. Міжнародна рекреаційна діяльність / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://international-relations-tourism.karazin.ua/resource>
3. Управління в SPA індустрії / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65635a3ac69b5d43a8952130>

### **МОТИВАЦІЯ ПРОГРАМНОГО ТУРИЗМУ**

**Дзюба Ю. А., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л. А*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм (від франц. – прогулянка, поїздка) - це подорож у вільний час, один з видів активного відпочинку, який перетворився в даний час в цілу галузь, світову індустрію.

Основні функції туризму: відтворювальна, пізнавальна, а також функція самовираження. Всі ці функції тісно взаємопов'язані, доповнюють і

супроводжують один одного, дозволяючи здійснювати сучасний підхід до туризму як програмного обслуговування.

Програмне обслуговування – це комплексне надання певного набору послуг клієнту в процесі подолання їм простору (на транспорті, пішки, на тварин або іншими способами), підпорядковане одній меті (мотиву), що спонукала його (клієнта) до вирішення власних проблем (можливості знайомства, навчання, самовираження, задоволення цікавості та ін.) за допомогою подорожі.

У зв'язку з високим ступенем напруження конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку більшість туристських фірм стало пропонувати своїм клієнтам комплексне обслуговування за певною програмою. Це різко і досить сильно збільшило ринок, розширивши систему попиту та пропозиції, дозволило диференціювати його, а туристським фірмам – спеціалізуватися на тому або іншому вигляді програм (тематиці, технології), що, природно, відразу підвищило рівень обслуговування.

Програма обслуговування – це набір запланованих послуг, розподілений по днях і часу їх надання. Програмний туризм – це робота над програмами обслуговування.

Програмне обслуговування в першу чергу використовує мотиви і прагнення клієнтів. Природно, що не всі вони можуть бути чітко сформульовані і визначені. Тому при їх описі необхідно дотримуватися кілька умовної класифікації, заснованої на мотивації туристів при виборі того чи іншого виду відпочинку або подорожі.

Мотиви туристів при виборі подорожі можуть бути найрізноманітнішими і залежать від багатьох факторів. Серед них, звичайно ж, і вік, і рівень доходів туристів, і національні особливості, і навіть мода.

Однак серед усього різноманіття мотивів фахівці виділяють найбільш типові, присутні у більшості споживачів на більшості туристських ринків. На них зазвичай ґрунтуються стандартні програми обслуговування, поширені у всьому світі. Це наступні мотиви і пов'язані з ними програми обслуговування:

1. Турбота про збереження здоров'я – в цій групі програм передбачені тури з лікуванням, масажем та іншими процедурами для сімей, інвалідів, багажу або кидають палити, тури з оздоровчими видами спорту (плавання, аеробіка, лікувальна гімнастика і ін.).

2. Заняття спортом як засіб психологічної розрядки та підвищення життєвої активності. Сюди входять тури, що дозволяють займатися в період відпустки такими видами спорту, якими більшість людей не мають можливості займатися регулярно протягом року. Це гірські лижі, теніс, гольф, планерний спорт, кінний, парусний спорт, серфінг, віндсерфінг, підводне плавання, сплав на байдарках і катамаранах та багато іншого.

3. Навчання. Тут можна виділити, насамперед, вивчення іноземних мов та розмовну практику, що передбачають щоденні заняття, а також інші види рекреаційних занять. Крім того, сюди входять навчання різним видам спорту, професійні програми навчання (менеджмент, маркетинг, економіка та ін.).

4. Можливість для самовираження і самоствердження. Ця група включає в себе так звані пригодницькі тури: туристські походи, кругосвітню подорож на теплоході, африканське сафарі, полювання на верблюдах (Ємен, Єгипет), підкорення гірських вершин, підводне полювання і різні експедиції.

5. Можливість зайнятися улюбленою справою (хобі) в середовищі однодумців. Для таких людей існують спеціальні тури для автолюбителів, для «фанатів» спортивних вболівальників на спортивні змагання, чемпіонати та олімпіади для прочан, для колекціонерів і любителів, для гурманів та ін.

6. Рішення ділових проблем. Сюди відносяться так звані ділові, конгрес-тури і т. п. Туристська фірма забезпечує культурну та туристсько-екскурсійну програму конгресів, організує ділові поїздки з відвідуванням цікавлять клієнтів місць та наданням відповідних послуг (транспорту, розміщення, харчування, конгрес-обслуговування тощо).

7. Розвага і потреба в спілкуванні з іншими людьми. Це в основному подорожі у святкові дні з розважально-пізнавальною програмою.

8. Задоволення цікавості і підвищення культурного рівня. Ці завдання вирішуються у всіх названих вище турах, але основну роль вони грають в пізнавальних турах по знаменитих містах, столицях, історичним та культурним центрам.

Кожний вид туру залежно від програми має особливу специфіку організації обслуговування туристів, розподілу часу і надання послуг, технології обслуговування туристів. При цьому програма обслуговування будується виходячи з основної мети подорожі. При всій різноманітності варіантів програм витримується принцип «Мета подорожі – тип туру».

Якщо не виконується цей головний принцип організації туру, складання програми, то робота приречена на провал, навіть і складається з високоякісних послуг вищої категорії, тому що турист вважає якісним обслуговування тільки тоді, коли мета його подорожі виконана. Якщо ж він її не досяг (скажімо, їхав поправити здоров'я, а влучив у гірський похід), то враження його негативні.

Отже, попит на таке туристське обслуговування падає. Те ж стосується і безликих програм, складених з послуг різної спрямованості і тематики і не відповідають потребам того чи іншого сегмента споживачів. Будь-яка програма обслуговування має бути зорієнтована на конкретного споживача і відповідати його цільовим мотивам.

Цільові програми – це програми, побудовані виходячи з мети подорожі туристів. Мета подорожі – важливий аспект орієнтації змісту програми і обслуговування. Цільова орієнтація програми диктує специфіку обслуговування. На ринку представлена величезна безліч цільових програм подорожей, так само як і туристських цілей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бабарицька В. К., Любіцева О. О. Організація туризму: навчальний посібник / В. К. Бабарицька, Частина 1. – К., РВЦ «Київськ. ун-т», 2015, 78 с.

2. Олійник Я. Б., Степаненко А. В. Туристичні основи туризмології. : навч. посібник. - К.: Ніка-Центр, 2005.
3. Організування туристичної діяльності: навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, А. В. Дубодєлова, І. Я. Кулиняк, Х. Ю. Малкуш; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2015. - 349 с.
4. Яценко Б. П. Мегатренди світового господарства. – Український географічний журнал, 2013. – №4. – С. 3-7.

## **ТУРИЗМ ЯК ФОРМА ЗАЛУЧЕННЯ ДО ТРАДИЦІЙНО ДУХОВНИХ ЦІННОСТЕЙ**

**Дяченко С. В., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Кірдан О. П.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Аналіз досліджень розвитку туризму в розвинених країнах свідчить, що для України ця галузь комплексного виробництва могла б істотно впливати на наступні сектори економіки: транспорт, торгівлю, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку. Вона може стати одним з найперспективніших напрямів структурної перебудови економіки, яка підтримує національні традиції, стимулює розвиток народних промислів, відроджує рецепти приготування цікавих і смачних страв, вимагає збереження природи та створення сприятливих соціальних умов для ефективного функціонування комплексної галузі виробництва.

Наприкінці ХХ століття індустрія туризму, розвиваючись в умовах глобалізації у середовищі, сприятливому для ринкової економіки, приватного підприємництва та вільної торгівлі, набуває глобальних рис галузі світового господарства [2].

Духовно-моральний стан суспільства не у меншій мірі, ніж економіка, матеріальна сфера, позначається на устрої життя в країні, рівні добробуту населення. З ним нерозривно пов'язані реалізація свобод і прав людини, затвердження індивідуальності і колективної співпраці суспільства, своєрідність історичних традицій, стабільність моральних засад, етики, особистої і громадської поведінки.

Як наслідок, виникає соціальна напруженість – це особливий стан громадського життя, що характеризується загостренням внутрішніх протиріч. Викликається сукупністю економічних, політичних, соціальних, національних, релігійних і інших процесів. Вона потребує вивченню цих процесів, розробки стратегічних планів зняття напруги у суспільстві, оскільки сам процес «горячої точки», як правило, часто посилюється дією зовнішніх обставин і локальних чинників.

Формування особи в ХХІ столітті починає сприйматися як системний комплекс добре відомих нині напрямів – розумового, морального, фізичного,

естетичного і трудового. Розвиток особистості супроводжується не лише досягненнями у знаннях, але і духовним вдосконаленням. Знання і віра не заважають один одному, і жодна з них не може замінити або знищити іншу. Ф.Г. Гегель розглядав виховання (як системостворюючий педагогічний процес), як дію (взаємодія суб'єкта і об'єкта), як культивуацію двох найважливіших здібностей людини : розуму і моральності [1].

Духовно-моральне і патріотичне виховання повинне будуватися на основі традиційно властивих українській культурі цінностей. Йдеться не про створення нових ідеологічних продуктів, а про визнання актуальності базисних духовних і моральних цінностей України, як багатовікової цивілізації. В першу чергу – про туристичні традиції, що є основою культури, цінностей і переконань народів нашої країни. Тому, разом з різними формами залучення молоді до традиційних духовних цінностей, чималу роль повинен відіграти релігійний туризм.

Сучасні вимоги до формуванню необхідного рівня компетентності громадян в області історії, суспільних знань, філології, мистецтва, моралі зобов'язані стимулювати виховання соціально цінних якостей особи: громадянськості, патріотизму, пошани до історичної і культурної спадщини України і світу, комунікативних навичок, культури міжетнічного і міжконфесійного спілкування, естетичної, екологічної культури тощо.

На нашу думку, сьогодні українське суспільство переживає духовно-моральну кризу. Економічні негаразди, політичні потрясіння, національні протиріччя, невизначеність життєвих засад, втрата позитивних ідеалів, складні екологічні проблеми – усе це, позбавляє людей емоційної рівноваги, породжує бездуховність, сприяє руйнуванню життєвих орієнтирів. Загострюються протиріччя, що призводять до гострих соціально-трудоових конфліктів, до зіткнень на етнічному і релігійному ґрунті, у людей з'являється почуття страху і безвихідності, втрачається впевненість в майбутньому дні.

Як наслідок можемо зробити наступні висновки:

1. Україна – багатонаціональна, багатоконфесійна, перспективна, багата на туристичні ресурси держава з великою культурною, архітектурною спадщиною, значним релігійним підґрунтям та можливістю стати привабливою країною для іноземних туристів.

2. Україна, проводячи державну підтримку туризму, може в майбутньому стати провідним центром міжнародного туризму, що потребує подальшого стратегічного планування розвитку цієї форми туризму.

3. Політика підтримки суспільно корисних ініціатив потребує раціонального поєднання загальнодержавних і духовних інтересів, утвердження цілісності духовного національного простору, консолідації конструктивних сил суспільства, здатних забезпечити всебічний розвиток середовища.

### **Список використаних джерел:**

1. Гегель Г. В. Наука логики / Г. В. Гегель. – М. : Мысль, 1970. – Т. 1. – 501 с.

2. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева / Київський університет туризму, економіки і права, Київський національний університет імені Т. Шевченка. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Дяченко П. В.,** *магістрант*

**Драчук В. С.,** *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Петренко П. С.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У розвинених країнах світу туризм сприяє соціально-економічному розвитку країн і є однією із високодохідних галузей, яка формує до 10% сукупного ВВП країн ЄС. Туризм сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економіки, оскільки сфера туризму і курортів пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, підвищує інноваційність національного господарства. Туризм сприяє збереженню і розвитку культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами і народами, збереженню екологічно безпечного довкілля. Крім того, туризм є одним із чинників реалізації зовнішньої політики держави.

За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10 відсотків. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 відсотків. У 2015 році частка міжнародних туристичних прибуттів збільшилася на 4,4 відсотка і становила 1184 млн. туристів [1].

У цілому, міжнародний туризм впливає на темпи економічного зростання, поліпшення показників торгового балансу, зменшення безробіття та стабільність валютного курсу в державі [2].

Проте слід враховувати, як зазначається у схваленій «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», що «Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично, вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як «гаряча точка» [1].

У розділі «Механізми та інструменти реалізації Стратегії» справедливо стверджується, що «Для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного

регулювання розвитку сфери туризму та курортів». На жаль, в Стратегії, яка характеризується сьогодні як «гаряча точка» відсутній елемент оцінки та впливу сучасного стану релігійного туризму на пом'якшення соціальної напруженості в суспільстві

У релігійному туризмі важливим є з'єднання інтересів релігійних організацій і держави в зниженні соціальної напруженості в країні, первинними стають духовні і соціальні чинники здоров'я нації. Держава зобов'язана надати величезне значення формулюванню розробки концепції духовно-морального становлення дітей і молоді (патріотизм є одним з проявів процесу духовного становлення особи) на основі загальнолюдських і вітчизняних традицій і цінностей, надання ним допомоги в життєвому самовизначенні, моральному, цивільному і професійному становленні; створення умов для самореалізації особи.

Ось чому, ідеологічною складовою релігійного туризму є пом'якшення загальної соціальної напруженості, а не розподіл суспільства на ворожі сторони; встановлення діалогу між конфесіями: релігійний туризм не повинен викликати зіткнень або образ на релігійній і соціальній основі.

Надзвичайно важливим є питання професійної підготовки кадрів у сфері релігійно-пізнавального туризму, оскільки в цьому є цінність релігійної культури у формуванні духовно-моральної особи.

Бурхливий розвиток релігійного туризму у сучасному світі, а останніми роками і в Україні, виявив необхідність вирішення проблеми професійної підготовки фахівців в цій сфері. Для стійкого і успішного його розвитку держава потребує висококваліфікованих фахівців. Оскільки виник попит на поїздки з релігійними цілями, з'явилися і туристичні фірми, що пропонують своїм клієнтам такі тури. Як показало дослідження пропозицій на ринку релігійного туризму, багато співробітників цих компаній не можуть пояснити різницю між паломництвом і релігійним туризмом, і не мають відповідної професійної підготовки.

На нашу думку, для того, щоб розвивати релігійний туризм, потрібні не лише управлінці і організатори, але в першу чергу потрібні екскурсоводи, гіді, супроводжуючі груп, фахівці, які безпосередньо працюють з туристами. Проте в спеціалізованих учбових закладах немає програм професійної підготовки подібних фахівців. На ознайомлення з напрямом «релігійний туризм» за 5 років навчання передбачено всього декілька лекційних годин.

Таким чином, існує відоме протиріччя між потребами у висококваліфікованих кадрах в області релігійного туризму і відсутністю розробок науково-теоретичних основ і прикладних аспектів підготовки фахівців цього туристичного напрямку.

У результаті дослідження стану релігійного туризму та паломництва в Україні, а також його сучасного розвитку, можемо зробити наступні висновки:

1. Міжконфесійні суперечності залишаються основною проблемою повноцінного розвитку релігійного українського середовища та сфери державно-конфесійних відносин. Відтак, врегулювання міжконфесійних протиріч виступає

на сьогодні пріоритетною складовою державної політики в галузі суспільного життя.

2. Релігійні подорожі, паломницькі тури є важливими явищами із властивими їм функціями, завданнями, контингентом споживачів, що утворюють значний сегмент сучасного туристичного ринку

3. Для повноцінного розвитку релігійного та паломницького туризму в Україні надзвичайно важливо досягти встановлення та збереження мирного життя, спокою, злагоди між усіма етносами і культурами, конфесіями та вірами багатонаціональної країни. Міжнаціональна і міжконфесійна згода є запорукою успішного розвитку міжнародного туризму в Україні. А це вимагає від українських туристських організацій, спеціалістів туристської індустрії та туристської культури поряд з іншими філософськими та гуманістичними засадами туризмознавства засвоїти, сповідувати та пропагувати її релігієзнавчі засади.

4. Релігійний туризм та паломництво займає вагоме місце серед інших видів туризму таких як: культурно-пізнавального, спортивного, оздоровчого, екстремального тощо. Адже, релігійний туризм є видом діяльності, який на даний час набуває все більшого і динамічного розвитку. При умовах ефективного використання наявних релігійних сакральних ресурсів та створення сприятливих умов для розвитку туристичної діяльності, Україна має можливість вийти на міжнародний ринок та щороку приймати значно більшу кількість іноземних туристів, що сприятиме соціально-економічному розвитку країни та її міжнародному авторитету.

#### **Список використаних джерел:**

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року».

2. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf).

### **НАПРЯМКИ РОСТУ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ**

**Дяченко П. В., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мельник В. В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Статистичні дані Всесвітньої організації туризму про співвідношення туристичного потоку й туристичних надходжень в Україні дозволяють зробити висновок, що переважна більшість відвідувачів під час подорожі користувалась тільки мінімальним набором туристичної пропозиції: розміщення та харчування.

Особливості розвитку туристичного сектору України та світу досліджено у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників та науковців.



Більшість наукових досліджень, присвячених проблемам туристичної конкурентоспроможності України на міжнародних теренах, спрямована на вивчення рекреаційно-культурного спадку або окремих її частин. При цьому комплексний підхід до вивчення конкурентних позицій України в системі туристичних послуг майже відсутній. Прогалини дослідження також стосуються і наукових розробок та пропозицій щодо покращення конкурентного позиціонування України.

В економіці окремої країни міжнародний туризм виконує ряд функцій: є джерелом валютних надходжень для країн і засобом для забезпечення зайнятості; розширює вкладення у платіжний баланс і ВВП країни; сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, які обслуговують сферу туризму; із зростанням зайнятості у сфері туризму збільшуються доходи населення і підвищується рівень добробуту нації [1; 2; 3].

Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз. Витрати на створення одного робочого місця тут у 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу у чотири рази вища, ніж в інших галузях господарства [2].

В Україні ж по-перше, сконцентрована величезна кількість культурно-історичних ресурсів. Так, Центральна Україна багата на історичні пам'ятки, пов'язані із запровадженням і розвитком української державності та культури, Південна Україна є територією, де виявлено чимало пам'яток античної культури, Західна Україна виділяється етнічними особливостями, пам'ятками фольклору, народної архітектури і т.п. В Україні налічується понад 200 тисяч об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв. Всесвітньо відомими є історико-культурні заповідники: Києво-Печерський, Луцький, Острозький, Бердичівський, Переяслав-Хмельницький, Хортиця, Поле Полтавської битви; історико-архітектурні заповідники – Львівський, Кам'янець-Подільський, Чернігівський, Новгород-Сіверський, Софіївський (Київ) тощо. Важливе значення мають палацово-паркові комплекси Криму (Воронцовський, Лівадійський та ін.) та Поділля, старовинні замки (Олевський, Мукачівський на Закарпатті, Луцький на Волині), фортеці (генуезькі фортеці в Криму – Судак, Ялта, Феодосія; Хотинська на Буковині, Кам'янецька на Поділлі), залишки стародавніх міст – Ольвії (Очаківський р-н), Херсонеса (Севастополь), Неаполя Скіфського (Сімферополь), численні скіфські кургани (напр., Нечаєва могила у Нікополі) [4].

По-друге, важливим ресурсом є місця паломництва – православних (Печерська, Почаївська Лаври), греко-католиків (Зарваниця на Тернопільщині, Крехів на Івано-Франківщині), хасидів (Умань) тощо. Етнографічне походження мають туристичні центри Коломия (Гуцульщини і Покуття), Косів (Гуцульщини), Сколе (Бойківщини). Туристичними ресурсами є і місця, пов'язані із життям та діяльністю видатних вітчизняних та зарубіжних митців, вчених, громадських і військових діячів, що приваблюють туристів із численної української діаспори [4].

Таким чином, збереження культурної спадщини, вирішення проблем охорони та збереження природного середовища із підтримкою туристичної привабливості території в значній мірі допоможе використання міжнародного досвіду.

### Список використаних джерел:

1. Вуйчик О. Вплив рекреаційно-туристичного комплексу на розвиток економіки держави / О. Вуйчик // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – Львів, 2008. – № 24. – С. 35-42.
2. Суходуб В. С. Роль міжнародного туризму в економічному розвитку країн світу / В. С. Суходуб // Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. – Луцьк, 2007. – № 12. – С. 245-251.
3. Темник І. О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму / І. О. Темник // Ефективна економіка: [електронне наукове фахове видання] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
4. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України : навчальний посібник / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – Київ: Альтерпрес. – 2007. – 369 с. : іл., картосхеми

## ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Капітанчук Л. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Кирилюк І. М.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм як багатогалузеве і багатофункціональне явище відіграє важливе значення в створенні економіки країни, поліпшенні соціальної складової, збереженні довкілля та культурної спадщини.

В загальному розумінні, термін «внутрішній туризм» можна визначити, як туризм в межах однієї «своєї» держави, тобто без виїзду за кордон. Внутрішній туризм має свої переваги, наприклад, не потрібно робити закордонний паспорт, знати іноземну мову, витратити значні суми грошей на авіа перельоти і бронювання готелів, також немає складнощів з обміном валюти та інше. Попитом серед українських мандрівників користуються найбільш популярні види туризму:

– лікувально-оздоровчий туризм – це поїздки в санаторії, профілакторії та курорти з метою покращити стан здоров'я. Як правило, туристами обирається курорт, що позитивно впливає на організм і надає комплекс оздоровчих процедур, спрямованих на лікування хронічних захворювань (Моршин, Трускавець, Солотвино, Східниця та інші);

– лижний туризм є одним з найбільш популярних різновидів спортивного туризму і передбачає проходження маршрутів різної складності, гірськолижні спуски по спеціальних трасах. Такі види туризму вимагають особливої підготовки учасників і наявності якісної екіпіровки (Драгобрат, Буковель, Яблуниця);

– рекреаційний туризм – один з найпопулярніших видів масового туризму. Він здійснюється виключно з метою відпочинку і відновлення

фізичних, емоційних і психічних сил. До цієї категорії входять екскурсійні поїздки за різними маршрутами, відвідування різноманітних розважальних та видовищних заходів, фестивалів тощо;

– водний туризм є активним або навіть екстремальним видом відпочинку. Подорожі в рамках водного туризму проходять з використанням різноманітних плавзасобів – човнів, байдарок, катамаранів та ін.;

пригодницький туризм пов'язаний з проведенням нестандартних подорожей в незвичайні місця нашої країни, а також в екологічно чисті резервації, з проведенням екскурсійних квестів. Нерідко такі тури проводяться з використанням нетрадиційного транспорту. Найбільш популярні види туризму пригод – виїзди на незвичайну риболовлю, полювання, подорожі на яхтах та інших плавальних засобах, різноманітні туристичні походи з палаткою та багаттям.

В Україні налічується 17 природних, 4 біосферних заповідники і більше 12 національних природних парків, у яких дика природа перебуває під охороною держави. Серед них – найбільший заповідник у Європі – Асканія-Нова, у якому можна побачити тварин представників майже всіх континентів планети. Саме тут пропонується єдиний в Україні тур-сафарі – 2,5-годинна екскурсія з можливістю сфотографуватися на фоні тварин.

В інші ж заповідники й природні парки вхід для туристів-натуралістів закритий. Це пояснюється тим, що одержання дозволу на організацію туризму на природоохоронній території пов'язане з труднощами бюрократичного характеру. Крім того, при організації сафарі справді необхідно забезпечити максимально дбайливе ставлення до природи. Але, з іншого боку, у багатьох країнах організація сафарі налагоджена так, що за рахунок коштів, отриманих від тур-сафарі, можна організувати збереження й відновлення навколишнього середовища [1].

Незважаючи на такі багаті ресурси країни, на бажання туристів відпочивати і подорожувати своєю країною, внутрішній туризм в Україні має певні проблеми розвитку. Перша проблема – це недостатньо розвинута транспортно-дорожня система, тобто відсутність доріг та якісного, швидкого, доступного транспорту для туриста середнього класу. Внутрішній туризм не буде розвиватись, якщо люди фізично не зможуть добратися до об'єктів, які вони прагнуть побачити. Якщо дорога буде займати більше шести-семи годин, то простіше буде сісти на літак і за чотири-п'ять годин дістатися на берег Адріатичного чи Середземного моря.

Друга проблема – сервіс. Туристи не завжди мають змогу отримати достойний європейський сервіс (особливо в курортних зонах) та якісне обслуговування. Лише за 2016 рік майже 1,5 млн. українців замість українських Одеси, Миколаєва відвідали Туреччину та Єгипет. Причинами цього є те, що основний матеріально-технічний комплекс є застарілим, інфраструктура потребує реконструкції та відновлення, рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам, індустрія розваг фактично не розвинена та не організована [2].

Третя проблема – законодавча та регуляторна база України не повністю розкриває та підтримує туристичний потенціал країни.

Отже, внутрішній туризм в Україні існує, але потребує розвитку, підтримки з боку держави, інвестицій, створення належного якісного обслуговування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Явкін В. Г. Проблеми географії та менеджменту туризму / В. Г. Явкін, В. П. Руденко, О. Д. Король. – Чернівці: Рута, 2006. – 260с.
2. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / І. Ангелко // Український соціум. – 2017. – № 2 (49). – С. 71–79.

### **ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

**Кугач М. В., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Всебічне дослідження аспектів туризму є актуальною проблемою, яка обумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Можна впевнено сказати, що туризм став однією із невід’ємних складових життєдіяльності людей у більшості країн світу, та є одним із найперспективніших напрямків соціально-економічної діяльності у ХХІ сторіччі. Варто також зазначити, що туристична діяльність ввійшла до найбільших експортних галузей світу та стала найрентабельнішою галуззю світової економіки, що визначає актуальність і практичну значимість проблеми та вимагає всебічного її вивчення.

Економічна та соціальна значущість туризму в сучасних умовах визначається тим, що туристичний бізнес сприяє розвитку економіки, розвиваючи такі галузі промисловості як сільське господарство, торгівля, будівництво, зв'язок, виробництво товарів широкого попиту, сприяє зайнятості населення, зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, є вагомим джерелом валютних поступлень та засобом забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни. Окрім прибутку, туризм став значущим чинником посилення престижу країни. А також туризм сприяє підвищенню освітнього рівня жителів країни.

Саме поняття «туризм» стало формуватися завдяки масовому переміщенню досить значної кількості людей, які поставили собі за мету змістовно проводити своє дозвілля. Хоча не можна заперечувати того факту, що подорожування завжди було притаманне людині як біологічній істоті.

Закон України «Про туризм» подає наступне тлумачення: «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає». Серед основних функцій туризму слід зазначити

рекреаційну, соціальну, культурну, екологічну, економічну, просвітницьку та виховну .

Багатогранність туризму виявляється у різних його видах і формах, які можна покласти в основу його класифікації. Широковживаною є класифікація видів туризму у залежності від походження туристів:

1) внутрішній туризм – тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання в межах національних кордонів своєї країни з метою відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом, лікування та в інших туристичних цілях;

2) міжнародний туризм – систематизована і цілеспрямована діяльність підприємств сфери туризму з надання туристичних послуг та туристичного продукту іноземцям на території конкретної країни (в'їзний туризм) та громадянам даної країни за кордоном (виїзний туризм).

Використовується також поняття національний туризм – це діяльність з обслуговування туристів-громадян конкретної країни (тобто внутрішній та виїзний туризм).

Беручи за основний критерій мотивацію туристів, можна виділити такі види туризму: спортивний туризм, відпочинковий туризм, родинний туризм, екстремальний туризм, спортивний туризм, пізнавальний туризм, релігійний туризм, рекреаційний туризм, екологічний туризм, діловий туризм та інші.

На даний час туристичний бізнес став однією найбільш динамічною галуззю, що швидко набирає темпи у господарській діяльності країн світу. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), чисельність міжнародних туристів на кінець 2016 року склала майже 1,2 млрд. чол., тобто приблизно кожен шостий мешканець планети відпочивав і подорожував за межами своєї країни.

Чинники, які будуть безпосередньо впливати на розвиток туристичного бізнесу, багатогранні та різноманітні. Наявність сприятливих чинників призведе до лідерства окремих районів країн у світовому туристичному бізнесі, і навпаки, небажані чинники безпосередньо будуть знижувати туристичні потоки. Чинники упродовж певного часу можуть підсилитися або послабитися, що у свою чергу впливає на структуру та обсяги туристичних потоків у конкретно взятій країні та у світі загалом. На жаль, за останні роки (починаючи з 2013 р.) туристичні потоки в Україні значно зменшились, що було викликане чинниками економічного та соціально-політичного характеру. На сьогоднішній день туристична галузь України перебуває на стадії проведення реформ. За останні роки туристична галузь України зробила значний поступ у використанні інформаційних технологій на своїх теренах. Розвиток Інтернет-технологій (системи пошуку та бронювання турів, квитків, Інтернет-путівники, сервіси відгуків та рекомендацій) та широкі можливості їх впровадження у діяльність туристичних підприємств роблять подорожі ще доступнішими широким масам населення.

Сучасний світовий туризм перетворюється на глобальний чинник розвитку цивілізації, всіх її складових – економіки, соціальної сфери, духовної культури. Туризм виступає як надзвичайно багатий за змістом і розмаїтий за проявами

соціальний феномен. Своїми функціями – світоглядною, культурно-пізнавальною, соціальною, комунікативною, інтегративною, рекреаційною – він істотно впливає на людину, її ціннісні орієнтації, процеси самопізнання і самовдосконалення. Розбудова індустрії туризму в Україні та розвиток національного ринку туристичних послуг позитивно відзначиться на соціально-економічному становищі нашої держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про туризм», №324/95-ВР. Редакція від 11.02.2015 р. [Електронний ресурс]. – Доступний з: [http://tourlib.net/zakon/pro\\_turyzm.htm](http://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm).
2. Звіт управління туризму Львівської міської ради (в тому числі ЛКНП «Центр розвитку туризму м. Львова») за 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/lmrdownloads/Zvity/zvitturyzm2015.doc>.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
4. Миронов Ю. Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні / Ю. Б. Миронов // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип.23.11. – С.117-122.
5. UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition [Electronic source]. – Access mode: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2015.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2015.pdf).

### **«ТЕМНИЙ» ТУРИЗМ ЯК НОВИЙ ВИД ТУРИЗМУ**

**Кравець Л. О., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

«Темний» туризм – це вид пізнавального туризму, що передбачає відвідування місць, які пов'язані зі смертю та стражданнями людей.

До складових «темного» туризму слід віднести:

- туризм катастроф (відвідування місць, які постраждали від стихійних лих, «токсичні тури» по місцях екологічних катастроф);
- містичний туризм (подорожі по місцях з паранормальною активністю);
- туризм по кладовищах;
- туризм «смерті» (цей вид спрямований на відвідування місць з трагічною історією: концентраційні табори смерті в Польщі, «Поля смерті» «червоних кхмерів» у Камбоджі, місця Голодомору в Україні, музеї тортур, в'язниці з суворим режимом, місця історичних битв (наприклад, Геттисберг і Босворт) і страт, райони, де скоювали злочини серійні вбивці, наприклад Джек Різник) [4, с. 35].

Людство сьогодні все менше бажає подорожувати і відпочивати пасивно, в результаті чого виробники туристичного продукту пропонують активний відпочинок, який супроводжується багатьма атракціями з наявними гострими

відчуттями. Саме тому популярністю серед туристів користуються екстремальні та нетрадиційні види туризму. Одним з таких є «темний» туризм.

Відповідно, розробка теоретичних науково-практичних основ «темного» туризму має важливу перспективу для української науки і споживача.

Останнім часом відбувся надзвичайно потужний вибух у попиті туристів на даний вид подорожей, особливо після вибуху літаків на руйнуванні Всесвітнього торговельного центру в Нью-Йорку. За світовою статистикою «темний» туризм активізується після потужних ураганів, тайфунів, цунамі, інших природних, техногенних лих та антропогенних явищ [1, с. 67-69].

Зацікавленість у об'єктах «темного» туризму пояснюється такими причинами:

- отримання нових вражень та емоцій;
- бажання уславити пам'ять загиблих;
- дослідити нові горизонти власної держави;
- дізнатися про нові об'єкти «темного» туризму;
- почуття патріотизму [2, с. 78-80].

«Темний» туризм – це один з видів туризму, який пов'язаний з відвідуванням кладовищ та захоронень, місць катастроф, стихійних лих та масових смертей людей, а також місць, пов'язаних з містикою. Для характеристики даного виду туризму в однаковому смисловому сенсі використовується і інший термін - «похмурий» туризм, оскільки для різновидів туризму, як правило, використовується синоніми, як, наприклад, сільський (зелений) туризм, релігійний (ностальгійний) і т.д. Ми не погоджуємося з використанням журналістами в Інтернет-виданнях терміну «чорний» туризм, оскільки вважаємо за доцільне використовувати термін, який більш вірно розкриває сутність даного виду туризму – «темний» («похмурий») туризм.

Тури до місць катастроф (землетрусів, повеней, вулканізму, техногенних катастроф – Чорнобиллю, Фукусіми, місць страти, публічних езекуцій) отримали назву «disaster tour» («тури лиха») [3, с. 89-91].

Ще одні подорожі до об'єктів людських трагедій – місць, де існували концентраційні табори під час другої світової війни – Бухенвальд, Дахау (на території нацистської Німеччини), Освенцим, Саласпилс, Собібор, Треблінка (на територіях, окупованих Німеччиною), або відвідування місць злочинів (Джека Різника, Соньки Золотої Ручки, Андрія Чикотіло і ін.) отримали назву «тури смерті».

Перші туристичні оператори, які розробили та реалізували «темний» тур, мали американську прописку. Перші туристичні агентства з даним видом спеціалізації, почали діяльність до місця катастрофи дирижабля «Гінденбург», що в штаті Нью-Джерсі (США). Відомі «темні» тури України, які існують доволі давно – це тури, під час яких відвідуються Личаківське кладовище (Львів), некрополь М. Пирогова (Вінниця), Бабин Яр (Київ) і інші.

### **Список використаних джерел:**

1. Стадницький Ю. І. Просторові аспекти конкуренції технологій: монографія / Ю. І. Стадницький, О. Е. Товкан, А. В. Симак, Л. М. Коваль. – Хмельницький: ХНУ, 2014. - 95 с.

2. Мельник О.В. Природно-рекреаційний потенціал у процесі моделювання оцінки рівня туристичної привабливості території / О. В.Мельник // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Природно-ресурсний потенціал в системі просторового розвитку. - Збірник наук, праць. – Вип. 2 (XLVI): НАН України, Інститут регіональних досліджень. Ред.-кол.: відп. ред. академік НАН України М.І. Долішній. -Львів, 2015. – С 259-265.

3. Музиченко-Козловська О. В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / О.В. Музиченко-Козловська // Регіональна економіка. – 2016. – №1. – С 218-227.

4. Baptista R. / Geographical Clusters and Innovation Diffusion / R. Baptista // Technological Forecasting and Social Change/ – 2015/ – № 66. – P.31 – 46.

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

**Климчук А. Т., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л.А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сучасному етапі розвитку економічних відносин глобалізаційні процеси охопили всі сфери світового господарства, в тому числі і туристичну галузь. Сьогодні туризм визначають як «феномен ХХІ ст.», що став одним з провідних напрямків соціально-економічної діяльності. Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом ХХІ ст., тому що він є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. Про глобальність туризму та пріоритетність у світовій економіці свідчать досить значні доходи від туризму, що складають 8% світового експорту і 30% міжнародної торгівлі послугами та щорічне зростання світових туристичних потоків на 4–5% [3].

Для України, яка стоїть на шляху формування ринкової економіки, туризм сьогодні є важливим чинником соціально-економічного розвитку як усередині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності. Вже зараз туристична галузь виробляє близько 4–6% валового національного продукту та 20% зовнішньоторговельного обороту України, близько 15% робочої сили в Україні зайнято в туристичному бізнесі та супутніх галузях.

Вітчизняний туризм може стати однією з найприбутковіших сфер економіки України. Пріоритетність розвитку туристичної галузі для України можна визначити рядом причин:

- наявність значного різностороннього туристичного потенціалу;
- туризм сприятиме надходженню валюти в країну, отже і поповненню державного бюджету;
- туризм пов'язаний з багатьма іншими галузями економіки, тому розвиток цієї індустрії покличе за собою розвиток багатьох супутніх галузей;
- розвиток туризму в регіонах спричинить збільшення доходів місцевих бюджетів [2].



Україна має величезний туристичний потенціал, який, нажаль не використовується у повному обсязі. Унікальні природні ресурси, якими володіє Україна, могли б підняти державу на перші сходинки у світовій туристичній індустрії, а це означає суттєве наповнення бюджету, зайнятість населення, є стимулом для швидкого розвитку економіки, що яскраво підтверджує світовий досвід.

Кількість туристів, що відвідують Україну зростає, обсяги наданих послуг теж, а доходи бюджету від туризму зростають меншими темпами. Це зумовлено тим, що темпи і якість зростання не відповідають сучасним світовим тенденціям і реальному туристичному потенціалу нашої країни. Для того, щоб реалізувати наявний потенціал, туристична галузь України, потребує значних коштів для розвитку туристичного бізнесу.

В сучасних умовах інвестиції виступають важливим джерелом розвитку туризму. В Україні, останнім часом, спостерігається поступове збільшення інвестицій в туризм, але їх величина залишається недостатньою для ефективної і повноцінної діяльності галузі. При цьому основна частина (близько 80%) інвестицій припадають на технічне переоснащення і реконструкцію і тільки 20% на нове будівництво. Інвестиційні кошти вкладаються в лише найперспективніші та найрентабельніші об'єкти та регіони, а саме міста Київ, Запоріжжя, Одеса [1].

Загальними причинами, що перешкоджають залученню іноземних інвестицій капіталу в туристичну сферу з метою створення конкурентоздатного на світовому ринку національного туристичного продукту є:

- відсутність якісної інформації про туристичні регіони;
- нерозвиненість загальної інфраструктури, особливо в рекреаційних територіях;
- корумпованість фіскальних та регуляторних органів;
- відсутність стабільної політичної та економічної ситуації;
- низький рівень законодавчого та інституційного забезпечення інвестиційної діяльності;
- втручання місцевих органів влади та організацій контролю у туристичний бізнес [3].

Стратегічними цілями інвестиційної політики в галузі туризму повинні бути:

- створення законодавчої бази в області забезпечення гарантій на іноземні інвестиції в туристичний бізнес;
- створення сприятливого інвестиційного клімату;
- формування привабливого туристичного образу України у світі, найповніше використання культурних і природних ресурсів України;
- стимулювання приливу капітальних вкладень у реконструкцію і будівництво туристичних комплексів, санаторіїв, готелів, що відповідатимуть міжнародним стандартам;
- запровадження нових дієвих механізмів державної підтримки туристичної справи [3].

Отже, гостра потреба туристичної галузі в інвестиціях вимагає продуманої державної стратегії інвестиційної діяльності, яка повинна спрямовуватись на

створення сприятливого інвестиційного клімату за допомогою комплексного використання інструментів державної інвестиційної політики.

#### **Список використаних джерел:**

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг [Електронний ресурс] / О. О. Любіцева. – Режим доступу: [http://www.tourlib.net/books\\_ukr/lubiceva\\_rtp34.htm](http://www.tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp34.htm)
2. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

### **ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**Кузьменко О. А., к.е.н., доцент**

*Національний транспортний університет*

Україна має багаті туристично-рекреаційні ресурси, які за належного використання можуть сприяти швидкому і високоефективному розвитку туристичної індустрії країни. Попри незначні позитивні зрушення, розвиток туризму гальмується багатьма факторами, серед яких найсуттєвішими є відсутність туристичної інфраструктури, повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази галузі.

Інвестиційні пріоритети тієї чи іншої галузі визначаються здатністю підприємств забезпечити високу і швидку рентабельність інвестицій. З цієї точки зору Україна, зі значним рекреаційним потенціалом, сприятливими природними та кліматичними умовами, необхідною для обслуговування рекреаційної галузі інфраструктурою є дуже перспективним регіоном. До того ж, як свідчить світова практика, саме галузь туризму є однією з найбільш ефективних для інвестування [1].

Привабливою для інвестування є і Західна Україна, зокрема Львівська, Івано-Франківська, Волинська, Закарпатська області, що межують з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією. Західна Україна відрізняється від інших регіонів країни вигідним транспортно-географічним положенням. Збільшення потоку іноземних туристів сприяє розвитку туристично-рекреаційних комплексів України і, насамперед, розвитку готельного господарства.

На сьогодні привабливими для інвестування є проекти, пропозиції щодо будівництва туристичних і спортивних гірськолижних трас, канатних доріг, спортивно-оздоровчих комплексів. Карпати є тим регіоном України, який має всі можливості для розвитку гірськолижного спорту. Вже сьогодні в Закарпатті працюють близько шестидесяти гірськолижних трас. За обсягами інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури Закарпатський регіон входить до п'ятірки найбільших регіонів країни.

Іноземні інвестиції, які надходять в Україну, спрямовуються переважно в промисловість та агропромисловий комплекс. Проте готельний і рекреаційно-туристичний бізнес також потребують інвестиційних ресурсів, і зокрема прямих іноземних інвестицій, що дасть можливість підвищити прибутковість цієї галузі та збільшити надходження до бюджету [2].

Активне зростання туристичного підприємництва залежить від реалізації прийнятих державних програм розвитку туризму, законодавчої бази, яка стимулює та підтримує механізми фінансування та інвестування в галузь туризму, розвитку економічної діяльності підприємств курортно-рекреаційного господарства, активізації інвестиційної політики в галузі туризму.

Необхідність активізації інвестиційного процесу в галузі туризму зумовлюється також взаємозв'язком розвитку ділового туризму і процесом іноземного інвестування: чим більше іноземців прибуває в Україну з діловими цілями, тим більше країна має можливостей залучити іноземні інвестиції. Проведення в Україні інвестиційних форумів, міжнародних симпозіумів, конференцій, виставок відкриває можливості для збільшення припливу в країну іноземних інвестицій.

Іноземні інвестиції в Україні мають короткостроковий характер і розраховані на швидке обертання у сфері торгівлі та послуг. Середній іноземний інвестор, здатний задовольнити багатомільйонні інвестиційні потреби, ще не прийшов в галузь туризму України. Серед іноземних співзасновників переважають дрібні фірми і фізичні особи. Ситуація ускладнюється низьким іміджем України на світовому інвестиційному ринку. У всіх рейтингах вона посідає останні місця за привабливістю інвестиційного клімату і перші — за ризиками інвестування [1].

Важливим кроком у напрямі залучення інвестицій є співпраця з Європейським інвестиційним банком щодо надання пільгових довгострокових кредитів під гарантії уряду для розбудови туристичної інфраструктури України.

Важливою складовою інвестиційного клімату в рекреаційно-туристичній сфері є реєстрація прав власності, включаючи права на нерухомість, земельні ділянки, цінні папери. Велику перспективу для розгортання інвестиційної діяльності має стимулювання лізингових операцій у рекреаційно-туристичній сфері, формування механізму залучення іноземних інвестицій. Одним з ефективних шляхів залучення іноземних інвестицій є створення спільних лікувально-оздоровчих та туристичних комплексів, високорентабельних туристських центрів на базі сучасних технологій світового туризму. Важливим є механізм реалізації пільг для інвесторів.

Отже, створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні дозволить вирішити проблему залучення інвестицій у туристичну сферу, що забезпечить високі темпи економічного розвитку рекреаційно-туристичної сфери, ефективність інвестиційної діяльності та розширення її обсягів, створення відповідної інфраструктури курортів і рекреаційних зон на рівні міжнародних стандартів, максимізацію прибутку від інвестиційної діяльності і мінімізацію інвестиційних ризиків.

Розробка конкретних пропозицій по удосконаленню податкової політики у сфері туризму, зокрема пропозицій щодо спрощення обчислювальної бази оподаткування, диференціації принципів оподаткування за видами туризму, зниження податкового тиску на туристичні фірми, прискорить розвиток міжнародного туризму в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Худо В. Інвестиційні можливості туристичної сфери України / В. Худо // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 351-358.
2. Туріянська М. М. Інвестиційна привабливість туристичної галузі / М. М. Туріянська // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2005. – №9. – С. 110-113.

### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ**

**Ломтєва С. Р., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л.А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм вважають особливим феноменом ХХ-ХХІ ст. Сьогодні визнається значущість туризму як особливого соціокультурного феномена, що сприяє взаємопроникненню культур; спроможний виступати інструментом формування толерантності, єдності, взаєморозуміння.

Усвідомлюючи місце та роль туризму в житті суспільства, вчені гуманітарних наук досліджували певні аспекти цього явища.

У соціологічній науці туризм вивчається в межах однієї з наймолодших галузей соціології - соціології туризму, яка вивчає структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного явища в його зв'язку із соціальними, політичними, економічними та культурними сферами суспільства [1, с.167]. В соціології туризму доречним стає аналіз об'єктів та суб'єктів туристичної діяльності, а також основних функцій туризму.

Звертаючись до поняття «соціальний інститут туризму», визначаємо його як форми організації і регулювання суспільного життя, що історично склалися, які забезпечують виконання життєво важливих для суспільства функцій, включають сукупність норм, ролей, розпоряджень, зразків поведінки, спеціальних установ, систему контролю [4, с.105]. Соціальний інститут туризму можна розглядати також як види соціальних взаємодій в сфері туристичної діяльності [3, с. 215].

З соціологічного погляду туризм можна визначити як здійснення туристської активності та організацію туристичної діяльності, що спрямована на задоволення рекреаційних, пізнавальних та духовних потреб особи шляхом переміщення соціальних суб'єктів у соціальному просторі. Туристська

активність розуміється як подорожі по країні або виїзд за кордон соціальних суб'єктів з метою безпосереднього задоволення своїх фізичних, пізнавальних, оздоровчих, спортивних, ділових, релігійних, духовних та інтелектуальних потреб. А туристична діяльність – це діяльність підприємств, установ, організацій, фірм на туристичному ринку, спрямована на задоволення потреб суб'єктів туризму [2, с. 143].

Будь-яка діяльність, яку організовує й удосконалює людина, має певну соціальну функцію або кілька функцій. Л. Кривега та О. Головащенко виділяють такі функції туризму [2, с.143]:

- функція соціалізації, яка полягає в тому, що туризм з притаманними йому засобами пов'язує людину з суспільством, справляє на неї багатосторонній вплив, відновлюючи її фізичні сили, духовний світ;
- виховна функція тісно пов'язана з пізнавальною, сутність якої полягає в наданні можливостей пізнання навколишнього світу, накопичення досвіду, формування світогляду, підвищення рівня знань та практичних навичок, що, своєю чергою, сприяє розвитку науки, мистецтва, культури і є важливим чинником суспільного розвитку;
- компенсаційна та катарсична функції. Туризм ідеально відтворює витрачені людиною під час повсякденної рутини емоційні та фізичні сили, разом з релігією, мистецтвом, а подекуди і соціально неконструктивними видами діяльності - наркоманією, алкоголізмом. З компенсаційною функцією пов'язана катарсична («така, що очищує»), яка знімає насамперед емоційну напруженість;
- гедоністична та розважальна функції. Гедоністична функція туризму полягає в підвищенні ступеня задоволення людей своїм буттям. Даючи насолоду і будучи засобом відпочинку, туризм може якоюсь мірою розважити людину. В цьому полягає розважальна функція туризму;
- гуманістична функція. Гуманістична функція визначається тим, що ми розглядаємо туризм як засіб для реалізації міжособистісних відносин, форму міжособистісних комунікацій.

Інші автори пропонують також розрізняти такі функції туризму:

- пізнавальна функція. У подорожі чоловік пізнає навколишній світ як логічними, так і чуттєвими засобами. При цьому логічне пізнання включає мислення і пам'ять, а пізнання - відчуття, сприйняття, уявлення;
- соціально-комунікативна функція визначається як можливість учасників подорожі спілкуватися один з одним у неформальній обстановці без виробничої субординації, обліку соціального статусу, віку, національності, громадянства та інших ознак, вказують на відмінності людей;
- естетична і емоційно-психологічна функції. Під естетичною функцією туризму розуміється можливість насолоджуватися красою природи, творіннями архітекторів, скульпторів, художників, що надається в туристичній подорожі;
- творча функція. Величезний творчий потенціал туристичної подорожі полягає в тому, що його учасники виходять за рамки стереотипного існування, відволікаються від побутових дрібниць, зосереджуються на

розв'язанні нових проблем. Передусім сюди відносять: наукові відкриття; прозаїчні і віршовані твори, як художні, так і документальні та науково-популярні; винахід нових зразків спорядження, одягу, взуття, транспортних засобів; нових продуктів харчування для різних видів туризму; нові засоби і методи навчання людей - учасників активних і спортивних подорожей;

– паломницька функція. Паломництвом називаються мандри з метою здійснення поклоніння святим місцям. Назву цей вид туризму одержав від звичаю християнських паломників привозити з Палестини пальмову гілку;

– оздоровча, або рекреаційна функція. Туризм як різновид рекреації, активного відпочинку сприяє зміцненню здоров'я людини, відновленню її працездатності і як наслідок – підвищенню продуктивності суспільної праці.

### **Список використаних джерел:**

1. Горський С. В. Соціологія туризму / С. В. Горський // Філософія туризму. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.
2. Кривега Л. Д. Туризм як одна із форм соціалізації людини / Л. Д. Кривега, О. В. Головащенко // Постметодика. – 2000. – №7-8(45-46).
3. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Т. Г. Сокол; за заг. ред. В. Ф. Орлова. - К.: Грамота, 2006. – 264 с.
4. Сапелкіна З. П. Рекреаційно-освітня функція туризму: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/sapelkina2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/sapelkina2.htm).

## **ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ**

**Литвин О. В., викладач**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм являється високоефективною галуззю економіки та важливим засобом економічного та соціального розвитку громадян. Тому на сучасному етапі свого розвитку приваблює інтерес багатьох вчених і фахівців.

Формування високорозвинутої національної індустрії туризму та її інтеграція у світовий ринок туристичних послуг пов'язані з необхідністю вирішення гострих організаційно-економічних та соціальних проблем в ході трансформації суспільно-економічних відносин.

Таким чином, спосіб активізації використання потужного туристичного потенціалу в сьогоденні є найбільш реалістичним, враховуючи вкрай обмежені можливості держави в аспекті фінансової підтримки розвитку туристичної сфери. В Україні туризм ще не має належного місця в структурі господарського комплексу, незначною є його економічна віддача. Причини такого становища полягає у недостатньому теоретичному осмисленні соціально-економічної суті туризму.

Прискорене формування цивілізованої сфери туристичних послуг є одним з ключових завдань туристичної політики, відповідно до яких слід розуміти систему намірів і дій, спрямованих на створення необхідних умов для виробництва туристичних послуг та забезпечення їх реалізації за допомогою засобів і методів, адаптованих до конкретної соціально-економічної ситуації.

В Україні туристична політика залежить від економічних чинників. В таких умовах вихід із ситуації вбачається в активізації туристичної політики на регіональному рівні, пошуку нетрадиційних джерел фінансування туристичної сфери та впровадженні методів економічного стимулювання її розвитку [1, с. 2]

Основними принципами формування та реалізації регіональної туристичної політики є:

- принцип узгодженості з регіональною політикою;
- принцип ієрархічності, де кожна ланка управлінської вертикалі туристичної галузі повинна чітко виконувати свої функції в управлінні, які повинні бути відведені регіональним та місцевим органам управління;
- принцип раціонального поєднання економічного та соціального критеріїв у туристичній політиці, що забезпечить, поряд з економічною вигодою, одночасно і фінансову підтримку для реалізації соціальних завдань;
- принцип комплексності ілюструє розвиток туристичної галузі у комплексі з іншими, що забезпечують туристичну сферу і визначають соціально-інфраструктурний стан регіону;
- принцип синхронізації означає, що швидкість реалізації туристичних програм та ініціатив має відповідати темпам здійснюваних економічних реформ;
- принцип забезпечення внутрішньої та зовнішньої конвертованості туристичних послуг орієнтується на відродження.

При формуванні туристичної політики важливим є не тільки питання забезпечення міжгалузевих пропорцій в господарському комплексі регіону, а й узгодження темпів і масштабів розвитку туристичної індустрії з процесами економічних перетворень в державі. В цілому можна стверджувати, що на сьогодні більшість туристичних фірм країни працюють переважно на вивіз туристів, а отже і капіталу, за кордон, тобто на "імпорт вражень". При цьому, сфера відпочинку і туризму в Україні пройшла етап спаду та поступово покращує свої економічні показники [2, с. 260].

Тенденції, які з'явилися за останні роки щоб збільшити "експорт вражень" в галузі міжнародного туризму, виявили також проблеми, з якими стикаються туристичні організації в процесі своєї діяльності, і які, в основному, полягають в складності візових процедур, низькою якістю вітчизняних автодоріг, недостатньо розвиненою рекреаційною інфраструктурою, її піковим переповненням чи навіть, в окремих випадках, її відсутністю. Це спонукає до прийняття термінових юридичних, економічних та проектних заходів як на загальнодержавному так і на регіональному рівнях. Такий підхід сприятиме процесу вирівнювання розвитку рекреаційної галузі в регіонах країни, та значно покращить загальні показники розвитку даної сфери в Україні загалом [3, с.459].

Отже, сучасний стан розвитку регіонального туризму в Україні не відповідає наявному потенціалу туристичних ресурсів, низькою є її економічна ефективність. Однією з основних причин такого становища є недостатній рівень теоретичного осмислення соціально-економічної суті туризму як суспільного явища та його економічної значимості як прибуткової галузі. При цьому політика формування ринку туристичних послуг має відповідати критеріям економічної результативності та соціальної ефективності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Захарчук С. С. Фінансово-економічні проблеми функціонування туристичної галузі в Україні / С. С. Захарчук // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – № 1. – С.56-59.
2. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): навч. посіб. // О.О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2012. – 436 с.
3. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії // За ред. проф. І.М.Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2013. – 662 с.

### **СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ - ПРІОРИТЕТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

**Мельник А.Ю., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Поворознюк І. М.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Протягом існування та розвитку нашої держави, українське село завжди відігравало значну роль, адже так історично склалося, що українці вели осілий спосіб життя, який полягав в обробітці землі, веденні домашнього господарства. Одним із способів заробітку та розвитку сучасного українського села є впровадження перспективних видів діяльності, зокрема сільського зеленого туризму.

Сільський туризм — це надання (чи отримання) послуг туристичних атракцій, асоційованих з відпочинком, по використанню екосистемного потенціалу агропромислового комплексу та локальної інфраструктури певного регіону сільської місцевості або ж її характерної колоритної особливості (культурної, архітектурної, етнічної, господарської тощо) [2].

Основною умовою розвитку сільського туризму, як форми відпочинку на селі, є нічліжна база селянської садиби та спроможність надання послуг харчування й рекреаційної активності. Він пов'язаний з функціонуванням особистого селянського господарства і його оточенням, створює широкі можливості для покращення умов життя не лише окремих господарів, а й усієї сільської спільноти. Велике зацікавлення сільським туризмом пояснюється, з одного боку, розширенням потреб у такому виді відпочинку, а з іншого — потребою селян мати додаткові джерела доходу від несільськогосподарської



діяльності. Змінилися також запити городян, які тепер переважно прагнуть затишного, екологічно безпечного відпочинку, що безпосередньо наближений до природи.

Сільський туризм і агротуризм виконують певні функції, а саме: пізнавальну, оздоровчу, виховну, культурно-освітню, творчу та економічну. Кожна з них приносить селу, сільській громаді, селянському господарству певні вигоди. Однак для повної реалізації цих функцій необхідна плідна співпраця органів місцевого самоврядування з місцевою громадою, активними і підприємливими селянами та підготовка фахівців, які розуміють важливість цього виду туризму [1].

Сьогодні, туристична галузь в Україні є лише п'ятою за значенням складовою поповнення бюджету і її питома вага має значно зрости з огляду на такі об'єктивні передумови, як вигідне геополітичне розташування України в центрі Європи, наявність значного туристично-рекреаційного потенціалу, сприятливий клімат, багаті флора і фауна, чисельні культурно-історичні пам'ятки світового рівня.

Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється нагальною необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села. За роки незалежності України в сільській місцевості спостерігається зменшення населення, зростання безробіття, масова заробітчанська міграція [2].

Для забезпечення пріоритетності розвитку сільського зеленого туризму в Україні і наближення його до стандартів ЄС вбачається доцільним:

- упорядкувати нормативно-правову базу прийняттям Верховною Радою закону прямої дії «Про сільський зелений туризм» та Постанови Кабінету Міністрів з питань стандартизації його діяльності «Послуги туристичні. Туризм сільський зелений. Основні вимоги»;

- розробити регіональні програми розвитку сільського зеленого туризму з інтеграцією їх до Програми розвитку сільського зеленого туризму в Україні, яку має затвердити Уряд держави;

- визначити методологію розроблення та впровадження моніторингу досягнення цільових показників зазначених програм на регіональному та загальнодержавному рівнях;

- завершити реформування системи державної статистики, провести її технічне переоснащення, зокрема, для забезпечення формування електронних систем моніторингу регіональних та державної програм розвитку сільського зеленого туризму;

- створити інфраструктури державної фінансово-кредитної підтримки розвитку сільського зеленого туризму;

- організувати вивчення потреб ринку послуг сільського зеленого туризму у фахівцях і врегулювати чисельність їх набору у вищі навчальні заклади на основі державного замовлення за цільовими напрямками регіонів;

- створити в системі навчальних закладів різного рівня курси перепідготовки кадрів для цієї сфери туризму;

– створити систему інформаційно-аналітичного забезпечення сфери туризму, зокрема і сільського зеленого туризму, як складової державної інформаційної системи;

– делегувати Спілці сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, як органу фахового і громадського самоврядування, повноваження щодо розробки та впровадження загальноукраїнських стандартів сільського зеленого туризму, а також здійснення зовнішнього незалежного моніторингу державної та регіональних програм розвитку сільського зеленого туризму [3].

Отже, кожний з наведених напрямів забезпечення пріоритетності розвитку сільського зеленого туризму в Україні потребує посилення регуляторної функції держави, що має спиратися на результати попередніх науково-дослідних розробок.

### **Список використаних джерел:**

1. В Україні активно розвивається зелений туризм, але немає відповідних законів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.aratta-ukraine.com/news\\_ua.php?id=2901](http://www.aratta-ukraine.com/news_ua.php?id=2901).

2. Парубок Н.В. Розвиток сільського туризму в Україні. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції / Н.В. Парубок [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.greentour.com.ua/ua/news/>.

3. Сільський зелений туризм: що це таке? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bucoda.cv.ua/tour/1/2\\_1.html](http://www.bucoda.cv.ua/tour/1/2_1.html).

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

**Москаленко К. С., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм – перспективна галузь світової економіки, яка розвивається найбільш динамічно. Згідно даних ЮНВТО, стаття витрат на туризм займає 5 позицію, після загальних витрат від експорту нафти, продукції хімічної, харчової та автомобільної галузей промисловості.

Незважаючи на фінансову кризу в світі соціальне загострення конфліктів, в цілому, спостерігається позитивна динаміка туристичної індустрії. Світовий ринок туристичних послуг є надзвичайно динамічним. Туристична діяльність охоплює усі світові країни для багатьох з яких індустрія подорожей є основною економічною галуззю та вирішує соціальні проблеми.

Проблемам становлення та функціонування туристичного бізнесу присвячено праці багатьох вітчизняних і закордонних вчених: М. Портер, В. Головінець, С. Гаврилюк, І. Школа, О. Любіцева, Н. Кудла. В своїх роботах автори розглядали різні аспекти суті, особливостей функціонування та розвитку

туристичного бізнесу. Попри це, деякі проблеми є нерозкритими та потребують детального розгляду.

Туристичний бізнес виступає єдиною економіко-технологічною системою формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги. Він охоплює чотири основних елементи:

- 1) виробництво туристичних послуг;
- 2) комплектування туристичного продукту;
- 3) реалізація туристичного продукту або окремої послуги;
- 4) споживання туристичного продукту [1].

Основним об'єктом туристичного бізнесу є туристична послуга, яка в економіко-технологічній системі бізнесу виступає товаром, а суб'єкт туристичної діяльності - підприємницькою структурою, що створює, пропонує і реалізує на ринку ці послуги споживачам, тобто туристам.

Окрема туристична послуга (розміщення, харчування, транспортування, екскурсії, побутові послуги, культурно-видовищні заходи, спортивні, рекреаційно-оздоровчі послуги і т. п.) може задовольнити тільки якусь конкретну потребу туриста, а не комплекс його потреб. Тому виникає об'єктивна необхідність об'єднання всіляких за призначенням туристичних послуг у єдиний комплекс, який прийнято називати туристичним продуктом. Необхідність формування комплексу туристичних послуг у вигляді продукту з метою задоволення потреб туристів стала основою створення таких підприємницьких структур як туристичні оператори та агенти.

Туристичний бізнес є міжгалузевим комплексом економічних структур, які взаємодіють між собою та створюють якісний туристичний продукт для міжнародного та внутрішнього туризму.

Основними суб'єктами туристичного бізнесу є:

- виробники туристичних послуг (туристичні бази, бази відпочинку, лікувально-оздоровчі установи);
- туристичні оператори (формують та продають туристичний продукт посередникам);
- туристичні агенти – продавці туристичного продукту (посередники);
- спеціалізовані суб'єкти підприємництва, що надають послуги з розміщенням туристів (готелі, пансіонати, санаторії);
- підприємства харчування (ресторани, кафе, бари, їдальні);
- транспортні підприємства (авіаційний, автомобільний, залізничний, річковий);
- торговельні підприємства, що реалізують додаткові послуги;
- установи сфери дозвілля й культури;
- рекламно-інформаційні підприємства (рекламні агентства, бюро, інформаційно-туристичні центри).

Тотожне поняття туристичному бізнесу є індустрія туризму. Індустрія туризму – це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні тур продукту, здатного задовольняти потреби населення у проведенні

дозвілля, у подорожах, відпочинку та оздоровленні шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення [2].

Але це поняття характеризує лише сфери, які задіяні в процесі туристичного обслуговування та включає наступні пункти:

- розміщення;
- перевезення;
- харчування;
- дозвілля і розваги;
- лікування та оздоровлення [2].

Обидва поняття туристичний бізнес та індустрія туризму є синонімічним. Однак туристичний бізнес характеризує економічне підґрунтя та вигоди які можна отримати від сфери послуг індустрія туризму - ті складові, які забезпечують надання повноцінної послуги. Але обидва ці терміни відносяться до елементів загальної світової галузі туризму та є тими складовими, які забезпечують розвиток світового туризму.

Туристичний бізнес – це складний механізм, який є складовою багатьох економічних одиниць. Надання якісної туристичної послуги залежить від багатьох факторів. Недосконале функціонування одного із суб'єктів структури туристичного бізнесу, спричиняє значні труднощі з реалізації туристичного продукту. Представлена структура туристичного бізнесу є основою функціонування туризму, як економічної галузі. Проте, процес глобалізації, розвитку нових технологій зможуть доповнити цю структуру і звести до мінімуму функціонування деяких суб'єктів туристичного бізнесу. Так може виникнути новий суб'єкт – інтерактивне забезпечення туристичного обслуговування. Цей термін може набути популярності, оскільки розвивається новий вид туризму – віртуальний, який не потребує традиційних форм обслуговування мандрівників та потребує використання новітніх технологічних досягнень людства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Туристичний бізнес як економіко-технологічна система [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/dyadechko12.htm](http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko12.htm).
2. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник. / Н. В. Чорненька. – К: Атіка, 2006. – 264 с.

## СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ТА ДЕТЕРМІНАНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ

**Мурза І. С., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Міжнародна спільнота визнає, що соціальний туризм є механізмом забезпечення права на відпустку і свободу подорожей незабезпечених верств населення при реалізації їхнього права на відпочинок.

Програми соціального туризму, як правило, охоплюють наступні категорії громадян, як:

- діти, молодь, що навчається (школярі, студенти);
- діти з неблагополучних сімей;
- ветерани війни;
- інваліди, пенсіонери, ветерани праці;
- малозабезпечені верстви населення [2].

Для літніх людей такі програми є поза сезонними (цілорічними), для молоді – мають інституційні обмеження (переважним терміном реалізації є канікули).

Програми соціального туризму охоплюють:

- спортивно-оздоровчий, лікувально-оздоровчий, зелений, екологічний, сільський і культурно-пізнавальний туризм;
- сімейні подорожі;
- туристські поїздки Україною зарубіжних співвітчизників;
- міжнародні обміни по лінії соціального туризму.

Фінансують програми соціального туризму (на умовах повного або часткового відшкодування вартості):

- держава;
- недержавні фонди;
- добровільні організації;
- роботодавці [1].

Чинними сьогодні в Україні є механізми розподілу пільгових санаторних путівок й курсівок пенсіонерам і ветеранам, пільгового відшкодування - учням і студентам. Крім того, позабюджетні фонди, некомерційні організації а рамках адресних програм частково або повністю відшкодовують вартість туристичних путівок малозабезпеченим верствам населення, інвалідам, тощо. Держава фінансує програми соціального туризму в тому числі з коштів, що виділяються в рамках державної соціальної допомоги. Як конструктивний міжнародний досвід розвинений країн можна виділити державні програми грантів на організацію соціальних турів (як правило, орієнтованих на дитячу й молодіжну аудиторію).

Доступний відпочинок своїм співробітникам створюють роботодавці. Частина українських підприємств утримує відомчі бази і табори для відпочинку працівників і членів їх сімей. Крім того, великі підприємства реалізують в області туризму добродійні адресні програми в контексті інтеграції в бізнес

практик корпоративної соціальної відповідальності, що зумовлює доступність і можливість відпочинку для людей, що обмежені в засобах (студенти, випускники дитячих будинків, члени багатодітних сімей, сім'ї з невеликим рівнем доходів) або потребують особливих фізичних умов і доступного середовища (інваліди).

Опосередковано соціальна туристська пропозиція реалізується через систему акцій, знижок та спеціальних пропозицій [2].

Проте, забезпечення загальної доступності туристського відпочинку незахищеним верствам населення потребує розробки цільової державної соціальної туристської політики, направленої на створення законодавчої бази, ухвалення нормативних актів. Нагальним завданням в Україні також є розвиток соціальної інфраструктури, підготовка кваліфікованих кадрів для організації інформаційної роботи і надання допомоги різним верствам населення в реалізації їхніх прав на відпочинок.

Таким чином, соціальний туризм як система, є сукупністю контрагентів, економічних, соціальних і культурних чинників, інфраструктурних об'єктів, а також цілей, регламентів, принципів, засобів, включаючи пільги (що дозволяє малозабезпеченим верствам населення реалізувати право на туризм і відпочинок).

Враховуючи практики міжнародного досвіду, система соціального туризму має окреслювати не тільки надання окремим категоріям населення пільгових путівок, але й істотних знижок в засобах розміщення, харчування, а також пільг на придбання квитків на різні види транспорту при самостійній організації подорожі. Наприклад, в усьому світі сьогодні функціонує система молодіжних хостелів, яка дозволяє істотно заощаджувати на розміщенні; міжнародний студентський квиток гарантує знижки на транспортні послуги.

Враховуючи викладене, слід підкреслити, що розвиток соціального туризму в Україні потребує нагального розроблювання чітких локальних програм (що охоплюють територію міста, регіону), які мають ґрунтуватися на державній туристській політиці та враховувати конструктивний досвід реальних міжнародних практик туризму. Локальні програми соціального туризму в Україні мають бути розрахованими на самофінансування, що зумовить певну міру незалежності у виборі стратегії й тактики роботи.

Крім того, соціальний туризм є не тільки механізмом забезпечення права на відпустку і свободу подорожей малозабезпечених верств населення, але й ресурсом забезпечення продуктивної зайнятості населення території, інструментом регіонального розвитку, механізмом формування позитивного іміджу й популяризації дестинації.

### **Список використаних джерел:**

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О. О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.

2. Про затвердження Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011–2022 рр. : Постанова КМУ № 707 від 29 червня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/707-2011-п>

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ТА ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ**

**Ніколаєва І. С., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Істотні зміни в світовому політичному і економічному житті, а також зміни в споживанні, викликані процесами глобалізації призводить до зростання обсягів ділових подорожей.

Діловий туризм – подорожі, що здійснюються з метою участі в конгресах, зборах, семінарах і інших важливих заходах, залежно від мети, ділові подорожі можуть включати зустрічі і конференції, торгові виставки і ярмарки, а також інтенсив-подорожі. Найзначніший із постійно зростаючим впливом сегмент туристичного ринку, орієнтований на проведення й обслуговування конгресів, симпозіумів, з'їздів, конференцій, зборів, є туризм конгресовий, який посідає друге місце серед інших сегментів готельного бізнесу.

Туризм належить до надзвичайно динамічних соціально - економічних явищ. Зміни стосуються різноманітних аспектів туристичної діяльності, підходів до обслуговування туристів, напрямків туристичних потоків, мотивації подорожей континенту туристів.

Класичні ділові поїздки – це свого роду відрядження працівників, які, згідно з загальноприйнятим переконанням, мають на меті виконання службових та ділових обов'язків, укладення необхідних угод з метою підвищення ділової активності підприємства. Вони включають тури, де працівники обмінюються досвідом, ближче знайомляться з діловими партнерами, зокрема у неформальній обстановці, працюють на перспективу, поширюючи потрібну інформацію про функціонування організації серед зовнішніх агентів, відновлюють свої сили задля продуктивнішої роботи і розвитку творчого потенціалу [3].

Діловий туризм включає різноманітні види подорожей. В його структурі близько 73% припадає на корпоративні поїздки (або corporate travel), як індивідуальні, так і групові. Набувають поширення й інсентив-тури. Поняття «incentive» перекладається з англійської як «спонукальний, що заохочує». Під цим видом туризму мають на увазі поїздки, якими комерційні компанії нагороджують своїх співробітників за високі показники в роботі або які стимулюють їх більш продуктивну працю в майбутньому. Ці подорожі компанії

організують із метою мотивації, зокрема, тих співробітників і клієнтів, в функціональні обов'язки яких входить переважно просування і продаж продукції та послуг підприємства. 16% всієї структури світового ділового туризму становлять поїздки, прямо пов'язані з участю співробітників у семінарах, з'їздах, конференціях, організованих за участю політичних, економічних, культурних, наукових, релігійних та інших організацій. Тоді як 11% від обсягу ділового туризму складають поїздки, організовані для відвідування виставок, ярмарків та участі в їх роботі [1]. Інсентив-тури створюють найбільший вплив на середовище компанії, коли підприємство пропонує своїм премійованим туристам змішані інсентив-програми: навчання з відпочинком, конференції з екскурсіями, конгреси з участю у спортивних змаганнях, семінари з відвідуванням культурних заходів [2]. Усе назване дає змогу підприємству, яке прагне сформувати або поліпшити свій імідж, знайти оптимальні способи налагодити чудові зв'язки та створити дружні стосунки зі своїми клієнтами, працівниками, адже найкраще формуються довірчі відносини у неформальному середовищі. Такі тури можуть розглядатись як важлива частина рекламної кампанії та PR-підприємства. Вони сприяють налагодженню ділових контактів та залученню клієнтів [3].

Діловий туризм є одним із найбільш прибуткових видів туризму для туристичних фірм-організаторів, адже витрати на його проведення є значними і складають левову частку витрат організації-замовника. Проте результат проведення такого роду турів приносить ряд позитивних ефектів для організації, яка практикує їх замовлення. Зокрема, це переговори з партнерами по бізнесу та укладення ділових договорів, мотивація та професійний ріст співробітників, необхідні ділові контакти тощо, що позитивно відображається на результативних показниках діяльності організації. Доведено, що зміна обстановки, укладення довгострокових угод у неформальних обставинах зближують партнерів та націлюють на продуктивну співпрацю. Як правило, підвищується ефективність функціонування організації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Прохорчук І. В. Теоретичні аспекти розвитку міжнародного ділового туризму в Україні / І. В. Прохорчук // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип. 110. – С. 118.
2. Дехтяр Н. А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму / Н. А. Дехтяр // Проблеми економіки. – 2014. – № 1. – С. 43–51. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.problecon.com/pdf/2014/1\\_0/43\\_51.pdf](http://www.problecon.com/pdf/2014/1_0/43_51.pdf).
3. Кулініч Т. В. Вплив ділового туризму на ефективне управління організацією / Т. В. Кулініч // Економіка і суспільство. – 2016. - №6. – С. 176.



## ТУРОПЕРАТОРИ ТА ЇХ РОЛЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

**Пецьков Д. Л., студент**

*Науковий керівник: викладач Литвин О.В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм відіграє одну з головних ролей у розвитку світової економіки, забезпечуючи десятку частину світового валового продукту. Ця галузь економіки розвивається досить стрімко.

Щорічне зростання інвестицій у індустрію туризму становить близько 30%. Останніми роками туризм став однією з найприбутковіших видів бізнесу у світі.

Важливу роль в організації туристичного бізнесу відіграють туроператори, діяльність яких направлена на організацію та забезпечення створення туристичного продукту, реалізацію та надання туристичних послуг, а також посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність [4].

За видами своєї діяльності туроператори бувають:

1. Оператори масового ринку вони продають велика кількість турпакетів, у яких часто використовуються чартерні авіарейси у визначені місця призначення, головним чином місця призначення масового туризму.

2. Спеціалізовані оператори – це туроператори, які спеціалізуються на певному продукті чи сегменті ринку (на країні, певному виду туризму й т.д.).

Основне завдання діяльності туроператора є створення туру, підкріпленого відповідною програмою обслуговування. Цей продукт і є основним туристичним продуктом туроператора, випущений і реалізований через агентську мережу.

Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку [1, с. 382].

Сучасний стан туристичного попиту й пропозиції диктує те, що туристичний продукт, сформований туроператором і реалізований турагентом, може бути досить диференційованим. Щоб вижити завтра, вже нині потрібно знайти свій, незайнятий сегмент ринку.

Туроператор допомагає у якісному виборі і комплектації відповідних одна одній за змістом і якістю послуг, роблячи оптові закупівлі (оптову оренду) місць у засобах розміщення і перевезення, він сприяє зниженню ціни на відповідні послуги.

Загалом, як і будь-яка інша сфера діяльності, агентсько-операторська діяльність в туризмі вимагає високої кваліфікації і професіоналізму, глибоких знань технології, маркетингу і ринку [3, с. 96].

Основними моментами, на які повинні постійно звертати пильну увагу туристичні оператори і агенти є:

- майбутнє туристичної фірми залежить від того, на скільки послідовно і рішуче вона буде боротися за своє місце на ринку;

- кон'юнктура ринку мінлива, старі можливості можуть вичерпатися, а нові, навпаки, змінитися; слід сприймати як належне той факт, що якщо в даний момент фірма з успіхом продає який-небудь продукт, це зовсім не означає, що так буде завжди. Тому необхідно постійно шукати нові можливості, розробляти нові види туристичної пропозиції;

- в даний час більше, ніж раніше, від турфірми потрібні знання, ефективні дії, тобто те, що можна виразити одним словом - професіоналізм. Продавати поїздки і надавати кваліфіковані поради клієнтам означає дещо більше, ніж просто приймати заявки;

- краще спеціалізуватися на високоприбутковому і якісному продукті, відкинувши все інше, тобто працювати «вузько» і «глибоко»;

- необхідно постійно піклуватися про оновлення свого продукту, оновлення й удосконалення складу послуг, диверсифікації, слідувати за мінливими потребами клієнтів, з огляду на такі речі, як мода і ринкові тенденції.

Змінюються часи, змінюється ментальність, змінюється і ставлення до подорожей. Буде і далі розвиватися туризм, вдосконалюватися і доповнюватися сервісні послуги. Але при всіх його трансформаціях туризм був, є і буде невід'ємною частиною людського соціуму [2, с. 142].

Отже, індустрія туризму в своєму розпорядженні має величезну матеріальну базу, забезпечує зайнятість мільйонів людей і взаємодіє майже з усіма галузями господарства. В економіці сучасної України туризм також займає важливе місце. Однією з пріоритетних завдань цільової програми «Розвиток туризму в Україні» є становлення в Україні сучасного висококваліфікованого та конкурентоспроможного туристичного комплексу.

#### **Список використаних джерел:**

1.Белявцева М. І. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / М. Белявцева, В. Воробйова. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 407 с.

2.Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 224 с.

3.Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: навч. посібник / Ю.Б. Забалдіна. – К.: Музична Україна, 2011. –196 с.

4. Туроператоры Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/>

# РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

**Ралець Д. С., студент**

**Подлевська О. М., к.е.н., доцент**

*Національний університет водного господарства та природокористування*

Туризм в Україні – це ключова галузь економічної системи держави, розвиток якої повинен забезпечити відкритість вітчизняної економіки, підсилити демократичність та євроінтеграційний курс держави.

Сьогодні туризм виступає однією з високодохідних галузей господарювання, яка в сучасних умовах глобалізації безперервно та динамічно розвивається, сприяючи вирішенню цілого комплексу соціально-економічних проблем. Розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем. У багатьох країнах світу саме за рахунок туризму виникають нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Таким чином, туризм у сучасній світовій системі господарювання займає провідні позиції та виступає невід'ємною складовою розвитку світового ринку.

Сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч у його організаційній структурі, спрямованості розвитку, стані якісних і кількісних характеристик.

З одного боку, сучасний стан туризму в Україні розцінюється як кризове, пов'язане з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристських послуг, скороченням матеріальної бази у сфері туризму й значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах.

З другого боку, відзначаються високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значне збільшення виїздів українців у закордонні поїздки, зростання числа туристичних організацій по всій території України [3, с.120].

Наразі до нашої держави привернута увага більшості світу. Через відомі нам події ми викликаємо співчуття, а повинні викликати зацікавленість. Жодна галузь економіки не готова до інтеграції в світову політику так, як до цього готова туристична галузь.

Центральне положення на європейському континенті, м'який клімат, вихід до моря, родючі ґрунти, унікальні поклади природних ресурсів, два гірських хребти, що не поступаються один одному за мальовничістю та природною довершеністю, вдалий історичний транзитний коридор, привітне населення, самобутні традиції регіонів. Це все може стати нашим головним козирем. Раціональне використання та розумне поєднання цих багатств є одним з критеріїв успіху.

Але нажаль, сучасний стан туристичної галузі в нашій країні залишає бажати кращого: нерозвиненість системи, застаріла інфраструктура і логістика, відсутність відомства яке б опікувалося галуззю, непривабливість України як

осередку відпочинку для громадян інших країн. Це мінуси, які значно гальмують розвиток туристичної індустрії.

В основному нашою країною подорожують іноземні туристи з країн, які є нашими сусідами: Польща, Угорщина, Словаччина, Білорусь, Молдова. Частка іноземних туристів з пострадянських країн складає більше 60%. Причому частка туристів які подорожували в складі туристичних груп зовсім незначна, менше 1,5%. Це найяскравіше свідчить про неорганізованість такої складової туризму. Найбільший попит має Карпатський регіон. Наступним за популярністю є Причорноморський регіон, який славиться виходом до моря. Безліч міст України мають надзвичайно велику історико-культурну спадщину, там можна цікаво і пізнавально провести час. Серед них Київ, Львів, Луцьк, Чернівці, Остріг, Кам'янець-Подільський та ін.

Розглянемо більш суттєво проблеми які потребують першочерговості їх вирішення. Вони стосуються аналізу як зовнішнього так і внутрішнього середовища країни.

1. Недостатній рівень розвинутості безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Більшість інфраструктурних об'єктів сформувалась за радянських часів, тому рівень комфортності часто залишає бажати кращого. Більшість готелів не відповідають міжнародним стандартам.

2. Одним із дійових засобів прискорення розвитку туризму в Україні є розвиток туристичної інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів.

3. Відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій з проведення туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати. Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів.

4. Технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної реальності: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються; у світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному вигляді.

5. Низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі. На сьогодні в Україні практично відсутні відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги.

На нашу думку вирішити ці проблеми реально, адже Україна, з її унікальним мальовничим ландшафтом та привітними людьми, є ідеальною площиною для розвитку туризму.

Ефективним вирішенням цих проблем є популяризація України, як туристичної дестинації. Для цього потрібно проводити Дні України в кожній європейській столиці, це можна зробити за кошти дипломатичних представництв та представників приватного турбізнесу. Важливим є також створення окремого відомства, яке б вирішувало нагальні питання галузі.

Тому, на нашу думку, першочерговим завданням у сфері побудови потужної туристичної індустрії в Україні є розробка стратегії адаптації вітчизняного туристичного бізнесу до сформованих лідерських стандартів країн ЄС і світу в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про туризм» // [http://tourlib.net/zakon/pro\\_turyzm.htm](http://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm).
2. Travel & Tourism 2015. - London: World Travel & Tourism Council, 2015. – 44 с.
3. Арбузова Ю.В. Перспективні напрями розвитку зеленого туризму в Україні / Ю.В. Арбузова, В.Д. Яковенко // Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві. – 2014. – Вип.3(4). – С.120-128.
4. Гордієнко В. Туризм - рушій соціально-економічного розвитку країни [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/gordienko.pdf](http://tourlib.net/statti_ukr/gordienko.pdf).

### **ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**Рябков Г. А., студент**

**Зайченко Р. С., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У багатьох державах світу туризм розвивається як система, що надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни і її народу, і дає дохід у державний бюджет. Крім значної статті доходу туризм є ще й одним з могутніх факторів посилення престижу країни, росту її значення в очах світового співтовариства і рядових громадян. Сьогодні туризм виступає важливою частиною світової економіки. За даними Міжнародної туристичної організації частка туризму в світовому ВВП становить близько 9 % та близько 30 % в світовому експорті послуг та 6 % від обсягів світової торгівлі. В галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб або кожний 12 працівник [1].

Україна – це країна, яка займає одне з найвигідніших положень у Європі. Вона розташована на перехрестях транспортних та людських потоків з Півночі на Південь та із Заходу на Схід. На території держави переважно рівнинний ландшафт, різноманітна флора та фауна, сприятливі кліматичні умови. З цього випливає, що сама природа заклала в нашу країну перспективи розвитку і функціонування туристичної галузі. Тому ми повинні задуматися, над тим, щоб корисно використати даний «дарунок», який не лише принесе значні кошти до державного бюджету, а й покращить імідж нашої держави в туристичній галузі, дозволить ефективно використати туристичні ресурси і допоможе в інтеграції до європейську спільноту.

Туристичний потенціал України на сьогодні розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5-2,5% частка туристичної галузі в структурі ВВП країни.

Основними перепонами, що перешкоджають розвитку туристичного сектору в Україні, сьогодні виступають переважно чинники управлінського, фінансово-економічного, фіскального, екологічного, інформаційного, соціального та культурного характеру.

Спостерігаючи історію нашої країни, можна побачити, що до 1914 туризм в Україні був мало розповсюджений. До перших спроб належить студентська екскурсія 1876 року у Криму, мандрівки студентів у Галичині у 1880 роках, заснування Гуртка любителів природи, гірського спорту і кримських гір у 1880 роках у Ялті та Кримського гірського клубу у 1890 роках [2].

У складі СРСР у 80–90 роках туристична галузь занепала, через несприятливе економічне становище, що не дозволяло фінансувати пріоритетні туристичні зони, призвівши до зменшення чисельності іноземних туристів і як наслідок, зменшення надходження коштів у державний бюджет. Проте, починаючи з 2002 року керівництво нашої країни зацікавилася в розвитку туризму. Було створено Державну туристичну адміністрацію, внесено зміни до Закону України «Про туризм», за яким у ст. 6 зазначено, що держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності, забезпечує становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочує національні та іноземні інвестиції у розвиток індустрії туризму, розвиває в'їзний та внутрішній туризм, розширює міжнародне співробітництво для утвердження України на світовому туристичному ринку.

Здійснення таких заходів не пройшло марно. Дослідивши ситуацію туристичних потоків, можна побачити, що кількість іноземних громадян, які відвідали нашу мальовничу природу збільшилася майже у 4 рази у 2008 році, порівняно із 2000 роком, але з 2009 року спостерігається тенденція їх зменшення. У свою чергу кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України збільшилася у 1,5 рази в 2009 році [2].

Після анексії півострова Крим Російською Федерацією та початку антитерористичної операції на сході України можна констатувати істотні втрати та негативні тенденції розвитку туристичної галузі у 2014-2016 рр. порівняно з попередніми докризовими роками, а саме:

- позбавлення Україною третини її національного туристично-рекреаційного потенціалу та активів в Криму (природно-заповідні території, історико-архітектурні та культурні об'єкти, санаторно-курортні та рекреаційні заклади тощо);

- тимчасова втрата багатого туристично-рекреаційного потенціалу тимчасово окупованої території Донецької області (за кількістю санаторно-курортних та оздоровчих закладів Донецька область у 2013 р. займала 2 місце після АР Крим серед регіонів України);

- скорочення іноземних туристів, які прибувають з метою відпочинку в Україну внаслідок військових подій на сході країни та неспокійної обстановки у великих містах (Києві, Одесі) (у 2014 р. спостерігається скорочення іноземних громадян, які відвідали Україну вдвічі, так у 2013 р. їх кількість складала - 24,7 млн. осіб, а у 2014 р. - лише 12,7 млн. осіб, у 2015 р. - 12,4 млн. осіб);

- повний занепад круїзного туризму в Україні внаслідок втрати більшої частини пасажирських портів, розміщених на території анексованого півострова Крим та істотного зменшення заходів пасажирських лайнерів у порт міста Одеси через питання безпеки пересування акваторією Чорного моря;
- девальвація гривні, зменшення доходів населення та зміни у оформленні Шенгенських віз призвели до істотного скорочення обсягів виїзних потоків українських громадян за кордон;
- зміни споживчих настроїв громадян України щодо відпочинку (погіршення споживчих настроїв громадян України щодо відпочинку в частині відмови від відпочинку, відмови від організованого туризму за кордон, довготривалих подорожей, і, як наслідок, перерозподіл туристичних потоків в середині країни) [4].

Виходячи з окреслених проблем і негативних аспектів розвитку туристичної галузі України, а також перешкод поступу галузі, зокрема в умовах тимчасової окупації частини території України, необхідно реалізувати низку важливих дієвих заходів:

1. Для реалізації Стратегії сталого розвитку «Україна - 2020», схваленої Указом Президента України та Стратегії розвитку туризму до 2020 р. внести відповідні запити та подання щодо фінансування сфери розвитку туризму в Україні.

2. Взяти під контроль Адміністрації Президента України виконання рекомендацій парламентських слухань «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України».

3. Пришвидшити процес створення громадської організації «Національна туристична організація» шляхом вивчення успішного світового досвіду європейських туристичних країн та наділення організації відповідними повноваженнями [3].

4. На регіональному рівні у західних прикордонних регіонах, які межують з країнами-членами ЄС, органам місцевої та регіональної влади спрямувати зусилля й організаційну та фінансову підтримку на підготовку, проходження і реалізацію проектів в межах нової редакції Програми добросусідства Польща-Білорусь-Україна 2014-2020.

5. На регіональному рівні (Одеська область) для відновлення та активізації круїзного туризму й створення комфортних умов з прийому іноземних туристів необхідно покращувати технічні та інфраструктурні можливості прийому та обслуговування круїзних суден, розвивати міську інфраструктуру (аеропорти, якісні дороги, місця для паркування екскурсійного автотранспорту), сприяти якісній та безпечній організації берегового та екскурсійного обслуговування суден у портах заходу [4].

Таким чином, реалізація економіко-правових, організаційно-координуючих заходів сприятиме створенню конкурентоспроможного туристичного ринку в Україні.

Отже, туризм в Україні є важливою економічною гілкою, що може принести значний прибуток в економіку держави. Розвиток цієї пріоритетної галузі виведе нашу країну та новий рівень розвитку, що у свою чергу збільшить прибутковість у таких суміжних секторах економіки, як транспорт, торгівля,

будівництво, зв'язок, сільське господарство і позитивно вплине на структурну економіку країни.

#### **Список використаних джерел:**

1. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
2. Криховецький І. З. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні / І.З. Криховецький // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. - №3. – С. 37-38.
3. Мережа суб'єктів туристичної діяльності у 2015 році. Експрес-випуск. – 25.04.2016. – №109/0/05.4 вн-16 // Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Програми добросусідства Польща-Білорусь-Україна 2014-2020. Українсько-польсько-білоруське співробітництво понад кордонами (12.10.2016 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pl-by-ua.eu/ua,news,186>.

### **РОЗВИТОК ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**Слатвінська Л. А., к.е.н., доцент**

**Бойко М. В., студентка**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У всьому світі сьогодні туризм є загально визнаним засобом відпочинку, оздоровлення, пізнання навколишнього світу, спорту. В систему туристичних заходів щорічно включаються десятки мільйонів людей. Разом з тим, дослідженню туризму як соціальному інституту, зокрема для людей з інвалідністю було приділено мало уваги.

Інклюзивний туризм – вид рекреаційного туризму, розрахованого на людей з обмеженими фізичними можливостями.

Туризм для людей з інвалідністю є порівняно новим та соціально значимим напрямком туристичної діяльності. Це пов'язано і безпосередньо з тим, що кількість осіб з різними видами обмеження життєвих можливостей щорічно зростає.

Найбільше туристичних фірм які надають послуги для людей з різними фізичними вадами, зосереджено у США та Європі. Хоча розвиток даного напрямку спостерігається у всіх розвинутих країнах, з'являється дедалі більше країн які можуть приймати у себе туристів на інвалідних візках та надати потрібний транспорт.

Туризм для осіб із інвалідністю – поняття досить широке, що поєднує в собі різні види туризму. Інклюзивний туризм включає наявність спеціальних зручностей, створених для інвалідів на пляжах, в готелях і транспорті, особливо важливо для інвалідів на візках, відпочивати, їздити на екскурсії, нарівні зі здоровими людьми.

Згідно вимог прийнятих ЕТАН доступний для осіб з інвалідністю туризм повинен включати:

- безбар'єрні напрямки: інфраструктура та споруди;



- транспорт: повітряний, сухопутний і на морі, підходить для всіх користувачів;
- висока якість послуг: досягнута навченим персоналом;
- розваги, виставки, атракціони: дозволяє усім брати участь у подіях;
- маркетинг, системи бронювання, веб-сайти і послуги: інформація доступна для всіх.

Сьогодні проблема інклюзії є вкрай актуальною, оскільки за попереднім моніторингом в Україні людей з особливими потребами близько 15%. Тому було прийнято рішення про запуск проекту, який матиме шляхи вирішення цього питання. Так, в рамках нової ініціативи планується створити туристичні маршрути історичними об'єктами України, проте наразі це неможливо з декількох причин.

Перша – нерозвинена інфраструктура, дуже багато місць, особливо музеїв, не обладнані пандусами чи поручнями для людей з інвалідністю. Друга – це відсутність кваліфікованих кадрів, які можуть працювати з такою категорією населення.

Поточна економічна та соціально-політична ситуація в Україні, її незахищеність на міжнародній арені сприяють росту кількості осіб з обмеженими можливостями, погане фінансування інвалідного спорту, зниження завдань екологічного захисту. Ланцюг проблем людей з обмеженими можливостями полягає у їхній виключеності із соціального середовища. Включення таких людей в усі можливі аспекти соціального життя є основою вирішення цих проблем. Активні способи діяльності, особливо ті, які мають соціальну цінність є одним із найефективніших методів ресоціалізації.

Світовий досвід інклюзивного спорту і туризму свідчить про доступність, при певних умовах, цих форм активного відпочинку для осіб з особливими потребами. На сьогодні дбайливе ставлення до оточуючого середовища є важливою соціальною, державною і міжнародною задачею, вирішення якої створює потужну мотивацію для соціальної активності різних верств населення. Залучення інвалідів до вирішення екологічних проблем шляхом участі у екологічних подорожах на вітрильних човнах може бути потужним інструментом їх ресоціалізації.

В Україні в рамках заходів, спрямованих на розвиток інклюзивного туризму, передбачається створення активу людей, які будуть займатися пошуком рішень для проблем в туристичній галузі та налагодження співробітництва з українськими туроператорами.

Поширення явища обмеженості людських можливостей ставить і перед міжнародною громадськістю та окремими державами обов'язок щодо відповідальності та прийняття певних дій, що запобігатимуть його виникненню. Такі дії мають реалізуватися урядами, соціальними інститутами та локальною громадськістю. Тільки широкі узгоджені соціальні дії можуть принести вимірні ефекти. Допомога на користь осіб з інвалідністю потребує диференційованих, мультидисциплінарних (медичних, освітніх, соціальних, виробничих) дій.

### **Список використаних джерел:**

1. Інклюзивний реабілітаційно-соціальний туризм / Електронний ресурс [Режим доступу]: <https://udpu.org.ua/files/news/2016/11/03/file/6-7-8-9.pdf>
2. Войтовська А. І. Особливості інклюзивного туризму / Електронний ресурс [Режим доступу]: [https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page\\_id=4988](https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=4988)

## **ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Слюсаренко А. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Кирилюк І. М.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У сучасних кризових умовах рівень розвитку економіки, зростання кількості збиткових компаній з надання туристичних послуг та високий рівень банкрутства в галузі спонукають до пошуку шляхів підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання, забезпечення їх стабільного та ефективного функціонування. Одним із таких напрямів є формування на підприємстві організаційної культури. Як підтверджує досвід провідних туристичних компаній, спрямування інтелектуальних зусиль, матеріальних й нематеріальних ресурсів на зміцнення організаційної культури сприяє отриманню підприємством конкурентних переваг. Водночас ігнорування організаційної культури в цілому або її окремих складових спричинює непередбачувані наслідки, наприклад, утрату контролю над процесом надання послуг, фінансовими потоками, а в найгірших випадках – ліквідацію підприємства. Перераховане зумовлює актуальність вивчення як практичних, так і теоретичних аспектів проблеми формування та розвитку організаційної культури на туристичних підприємствах.

Організаційна культура – це система формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, що формує особливості поведінки працівників в певній компанії, стиль керівництва, що ідентифікує працівників з підприємством і цілями його розвитку. Вона відіграє важливу роль в забезпеченні економічної безпеки підприємства, генеруючи конкретні цінності, що задають людям орієнтири їх поведінки [1, с. 70].

Особливості формування організаційної культури туристичних підприємств обумовлені, перш за все, специфічними характеристиками туристичної послуги [2]. Підприємства туристичної сфери послуг повинні швидше освоювати управління власними стратегічними ресурсами – персоналом та інформацією. У центрі уваги мають бути нові підходи, що дозволяють досягти істотного виграшу, як у часі, так і в ефективності.

Перехід до сучасних методів менеджменту на туристичних фірмах може бути тільки при формуванні ефективної організаційної культури, носіями якої

перш за все є працівники туристичної фірми. Саме вони розробляють, продають, надають послугу та здійснюють безпосередній вплив на споживачів (клієнтів), які, орієнтуючись на стиль спілкування, професійну культуру працівників фірми та імідж організації, здійснюють вибір [3].

Входячи до офісу туристичного підприємства, клієнт з перших кроків занурюється в його атмосферу, яка складається не тільки з внутрішньої обстановки офісу, але й зі ставлення працівників один до одного, до свого керівництва, до підприємства в цілому і до відвідувача. Відвідувачі туристичних підприємств чутливі до зовнішніх (відчутних) проявів організаційної культури: специфіки мови, стилю розмови з клієнтами, представниками інших організацій, спілкування по телефону, загальної професійної культури менеджерів. Цю «чутливість» можна розглядати як особливість сприйняття споживачем зовнішніх проявів організаційної культури підприємств сфери послуг.

Культура обслуговування клієнтів визначається такими параметрами як: оперативність, якість, асортимент, стиль обслуговування персоналу, прояв турботи про клієнта шляхом оцінки та урахування його фінансового та психологічного стану й соціального статусу.

У сфері туризму більшість підприємств в якості домінуючих цінностей, що визначаються організаційною культурою, називають: задоволеність клієнтів; лояльність по відношенню до клієнтів, фірми, колег і співробітників; здатність до постійного розвитку і змін; прагнення до постійного навчання; турботу про фінансовий успіх підприємства (високі доходи, низькі витрати); визнання успіху/вкладу в успіх підрозділу, підприємства; зацікавленість в реалізації посадових обов'язків; використання потенціалу співробітників підприємства; зважений розвиток філософії бізнесу при збереженні прийнятих раніше ціннісних орієнтирів; командну роботу.

Унікальність такого чинника, як організаційна культура полягає в тому, що продукція, технологія, структура, методи праці швидко переймаються конкурентами, а культуру можна скопіювати лише після тривалого проміжку часу. Тому одним із завдань сучасного ефективного менеджменту є цілеспрямоване формування власної культури організації. Менеджер повинен послуговуватись тонкими, а інколи незримими засобами й умовами, які формують образ і забезпечують успіх організації на ринку [4, с. 303].

Отже, організаційну культуру можна розглядати як потужний стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всі підрозділи й окремих працівників організації на виконання загальних цілей підприємства, зумовлюючи тим самим підвищення його конкурентоспроможності на туристичному ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Королева Л. А. Организационная культура и экономическая безопасность предприятия // Л.А. Королева / Российское предпринимательство. – 2010. – № 2. – С. 70-75.
2. Білецька І. М. Особливості стратегічного управління при виборі конкурентної позиції туристичного підприємства / І.М. Білецька [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/39/3520-osoblivosti-strategichnogo-upravlinnya-pri-viborikonkurentno%D1%97-pozici%D1%97-turistichnogo-pidpriyemstva.html>.

3. Трафимова Л. И. К вопросу о культуре гостиничного обслуживания туристов / Л. И. Трафимова., Е. Б. Плотникова [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.scienceforum.ru/2014/pdf/1619.pdf>

4. Управління людськими ресурсами: філософські засади: навч. посібник / За ред. В.Г. Воронкової – К.: Професіонал, 2006. – 576 с.

## ТУРИЗМ ЯК ДЖЕРЕЛО ДОХОДІВ

**Чернець І. А., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Кирилюк І. М.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм протягом усієї історії свого економічного існування переконливо утримує репутацію специфічної сфери, яка динамічно розвивається у складі галузей обслуговування і посідає все більш помітне місце у світовій економіці за показником швидкості обігу капіталу, числом зайнятих, обсягом експорту послуг, як джерело доходів для національних бюджетів. Рівень споживання туристичних послуг є одним із важливих індикаторів якості життя.

Сучасна індустрія туризму – одна з найприбутковіших і динамічніших галузей світового господарства. Частка туризму становить близько 10% світового валового національного продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 11% світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі послугами [1].

Доходи від туризму (разом із даними про туристичні прибуття) є одним із ключових показників, що висвітлюються у численних публікаціях різних міжнародних туристичних організацій. Особлива роль у цьому належить Всесвітній туристичній організації – WorldTourismOrganization (UNWTO) [3]. Її статус зобов'язує акцентувати увагу на міжнародному туризмі. Відповідно й інформація, яку поширює дана організація через свої основні видання: UNWTO TourismHighlights, UNWTO WorldTourismBarometer та деякі інші здебільшого стосується саме міжнародних потоків

Як наслідок, створюється уявлення про домінуючу роль міжнародного туризму серед інших форм сучасного туризму. Не випадково, наприклад, в Україні більша частина туристичних компаній спеціалізується саме на міжнародному туризмі, приділяючи не виправдано мало уваги внутрішньому туризму. Між тим, реальна ситуація свідчить про те, що у доходи на туристичному ринку розвинених країн світу формуються зазвичай за рахунок не міжнародного (точніше, іноземного), а внутрішнього туризму[2].

Сумарний обсяг товарів і послуг, вироблених туріндустрією за визначений період часу (переважно за рік), визначається як валовий туристичний продукт. Валовий турпродукт може розглядатися в двох аспектах:

1) як сума всіх витрат на виробництво туристичних товарів і послуг за визначений період;

2) як сума всіх доходів від реалізації туристичних товарів і послуг за визначений період.

Розглянемо варіант визначення валового туристичного продукту як суми всіх витрат. Витрати на виробництво туристичних товарів і послуг можна класифікувати в такий спосіб:

1) витрати на туристичне споживання – всі туристичні витрати на купівлю товарів і послуг;

2) приватні туристичні інвестиції, які включають витрати на впровадження технологічних нововведень;

3) державні туристичні витрати, включаючи загальні, здійснені державою для купівлі туристичних товарів і послуг;

4) туристичний експорт мінус туристичний імпорт. У цій категорії сума витрат на експорт туризму з країни повинна бути додана до обсягу валового туристичного продукту, і навпаки, загальний обсяг імпорту турпродукту повинен відніматися від обсягу валового туристичного продукту [3].

Поширене уявлення про іноземний туризм, як основне джерело доходів є не виправданим. Адже аналіз статистичних даних щодо надходжень від іноземного та внутрішнього туризму у світі загалом, а також у провідних DESTINACIYAX різних регіонів свідчить про домінуючу роль внутрішнього туризму. В Україні упродовж останніх 20 років так само спостерігається тенденція зростання частки доходів від внутрішнього туризму у загальному обсязі надходжень від реалізації туристичного продукту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Апонін В.В. Організація і технологія надання послуг : навч. посібник за редакцією професора В.В. Апоніна / В. В. Апонін, І.І. Олексин, Н. О. Шутовська, Т.В. Футало. – К.: Видавничий центр «Академія», 2006. – 311 с.

2. Бобирєва О.В. Менеджмент курортного господарства: навчальний посібник/ О.В. Бобирєва. – Сімферополь: «Таврія», 2008. – 120 с.

3. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. Ф. Кифяк. – Ч. : Зелена Буковина, 2003. – 312 с.

## ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

**Цуркань Д. М., студент**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах загострення конкурентної боротьби з іноземними компаніями впливу інноваційного розвитку вітчизняних підприємств на кінцеві результати їх діяльності стає особливо актуальною.

Останнім часом, особлива увага обернена на вдосконалення інноваційних процесів в області науки і техніки, матеріального виробництва і менеджменту. Інновації – це не що інше, як дія з впровадження досягнень науки і техніки в технології і управління, у тому числі і в соціальній сфері, тобто в організаціях, що займаються наданням послуг населенню [1, с. 20].

Нововведення характерні для різних сфер людської діяльності. Інноваційні процеси мають специфічні особливості, хоча і підкоряються загальним закономірностям економічного розвитку. Це стосується і туристського бізнесу.

Впродовж другої половини ХХ ст. спостерігається прискорення темпів інновацій і зростання масштабів інноваційної діяльності у всіх секторах економіки, включаючи соціально-культурний сервіс і туризм. Туризм, будучи в даний час глобальним соціально-економічним явищем, що функціонує в умовах деколи вельми жорсткої конкуренції, характеризується великою мірою схильності інноваційним процесам, дотримання яким частенько є основним детермінуючим чинником конкурентоспроможності туристських організацій.

Нововведення (інновації) можливі у всіх сферах діяльності людини. Виходячи з багатоваріантних можливостей, інновації розрізняються по сфері додатка, масштабам поширення і по характеру. По сфері додатка інновації підрозділяються на науково-технічні, організаційно-економічних, соціально-культурних і державно-правових. По масштабах поширення розрізняють глобальні, національні, регіональні, галузеві і локальні (на підприємстві, компанії) інновації. По характеру вони можуть бути еволюційними і радикальними [4, с. 47].

Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну і що приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні. Так, ідея створення і реалізація туристських проектів, що навіть не приносять спочатку істотного прибутку, може дати поштовх розвитку туризму і тим самим активно сприяти створенню додаткових робочих місць і зростанню доходів населення.

Інновації викликають технічне і технологічне вдосконалення виробництва, встановлення нових рівнів правління корпоративними компаніями, поліпшення надання послуг населенню, підвищення якості продукції.

Для вирішення проблем інноваційного шляху економічного розвитку туристичної галузі України, перш за все, мають бути розроблені політика і

стратегія розвитку галузі, де були б визначені найбільш важливі завдання галузі і необхідні для цієї дороги, методи і інструменти. Лише за наявності такої політики і стратегії виникає можливість розробки і здійснення програм відповідних інноваційних процесів. Тому, для подальшого розгляду проблеми з'ясовано, що метою розвитку туризму в Україні, є створення сприятливого організаційно-правового і економічного середовища для розвитку даної галузі, формування конкурентоздатного, на світовому ринку, вітчизняного туристичного продукту на основі використання природного і історико-культурного потенціалу України, а стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні полягає в розробці державної політики у галузі туризму як пріоритетного напряму розвитку національної культури і економіки.

Заслужує на увагу той факт, що у вирішенні проблем інноваційного шляху економічного розвитку зацікавлені підприємницькі структури, оскільки інновації забезпечують зниження собівартості продукції і послуг, зростання рентабельності виробництва і конкурентоспроможності продукції. У цьому зацікавлена і держава, оскільки за рахунок вказаних чинників зростає його економічна потужність, збільшуються вступи до бюджету, з'являються великі можливості для забезпечення зростання добробуту населення [2, с. 36].

Інноваційний процес в туризмі досить специфічний. Він отримує, як правило, своє визнання, з одного боку, через туристський ринок і міру задоволеності клієнта, а з іншого боку, в основному, завдяки ухваленню спільних рішень туристськими організаціями, органами управління галуззю в регіоні, органами місцевого самоврядування і громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з туризмом, а також завдяки оцінці галузі місцевим населенням. Лише така взаємодія всіх елементів (суб'єктів і об'єктів) інноваційного процесу може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого у якості зростання (розвитку) сфери туризму. Комплексність і трансформованість відкриттів, коли впровадження нового в одній області дають ефект (і можливо, сильніший), в іншій, що становить їх суть в галузі, тому потребують у науково обґрунтованій організації і управлінні [3, с. 48-49].

Основу інноваційної діяльності у всіх секторах економіки складає реалізація досягнень науково-технічного прогресу. Сказане повною мірою відноситься і до сфери соціально-культурного сервісу і туризму.

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних і інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

### **Список використаних джерел:**

1. Космідайло І. В. Проблеми інноваційного розвитку в Україні та шляхи їх вирішення/ І. В. Космідайло // Актуальні проблеми економіки. – 2014. - №2(68). – С.20.

2. Лепейко Т. І., Коюда В. О., Лукашов С. В. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2015. – С.36.
3. Мізюк Б. М. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії / Б. М. Мізюк, Б. Я. Полотай // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. – 2016. – Вип. 51. – С.45-49.
4. Федулова Л. І. Інноваційна економіка: Підручник. – К.: Либідь, 2006. – 480 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

**Юмагулова А. М., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Всебічне дослідження аспектів туризму є актуальною проблемою, яка зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Можна стверджувати, що туризм став однією із невід'ємних складових частин життєдіяльності людей у більшості країн світу, та є одним із найперспективніших напрямків соціально-економічної діяльності у ХХІ ст. Варто також зазначити, що туристична діяльність ввійшла до найбільших експортних галузей світу та стала найрентабельнішою галуззю світової економіки, що визначає актуальність і практичну значущість проблеми та потребує всебічного її вивчення.

На сьогодні Україна є своєрідним інвестором зарубіжних країн, хоча, за розрахунками фахівців, туризм, тільки у вигляді податків, міг би щороку приносити в державний бюджет до 4 млрд дол. Причини такого становища – у складній соціально-економічній ситуації в державі, у недостатньому приділенні уваги механізмам стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі. Ситуація, що склалася в туристичній сфері, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту із забезпеченням необхідної його якості. Великого значення набуває використання інструментів маркетингу туристичних послуг як різновиду маркетингу послуг.

На відміну від промислового маркетингу, маркетинг сфери послуг, у тому числі туризму, розвивався з суттєвим запізненням. Причинами цього запізнення стала відсутність економічних передумов для використання принципів маркетингу в туризмі [1, с. 143 ].

Туризм по своїх основних характеристиках не має яких-небудь принципових відмінностей від інших форм господарської діяльності. Тому всі істотні положення сучасного маркетингу можуть бути цілком застосовані і в туризмі. Маркетинг туризму, що розвивається із суттєвим запізненням стосовно інших видів маркетингу, останнім часом набув значення соціального явища.



Високі темпи його розвитку, великі обсяги валютних надходжень активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню туристичної індустрії.

Маркетинг туристичних послуг можна визначити як комплекс заходів, пов'язаних із визначенням і розроблення туристичного продукту, а також його просуванням відповідно до психологічних та соціальних факторів, які необхідно враховувати для задоволення потреб індивідуумів і груп людей у відпочинку, розвагах за допомогою надання їм житла, транспортних засобів, харчування, організації дозвілля тощо. Маркетинг у галузі туризму є системою вивчення туристичного ринку, всебічного впливу на покупця, його запити з метою надання максимальної якості туристичному продукту і одержання прибутку туристичною фірмою.

Особливості ринку послуг також значно впливають на інструментарій просування і організацію маркетингової комунікаційної політики. Засоби маркетингу просування на ринку послуг майже ті самі, що й на товарному ринку: реклама, персональний продаж, прямий маркетинг, зв'язки з громадськістю, але специфіка послуг зумовлює значну складність інформування про них і демонстрування потенційним споживачам [3, с. 25].

Мета маркетингу – розпізнати, ідентифікувати і оцінити існуючий або прихований попит на товари і послуги, які підприємство пропонує або може запропонувати, і спрямувати зусилля фірми на розробку, виробництво, розподіл, продаж і просування цих товарів і послуг.

Як будь-яке економічне явище, маркетинг в туризмі вимагає для свого вживання і ефективного розвитку певних умов, а саме:

- глибоке насичення ринку послугами, тобто існування ринку покупця;
- гостра конкурентна боротьба туристичних фірм;
- вільні ринкові відносини, тобто можливість без адміністративних обмежень вибирати ринки збуту, ділових партнерів, встановлювати ціни, вести комерційну роботу;
- вільна діяльність адміністрації усередині туристичного підприємства за визначенням цілей фірми, стратегії, управлінських структур, розподілу засобів по статтях бюджету.

В комплекс маркетингу послуг туристичного бізнесу доцільно врахувати такі складові:

- програмування;
- комплектування;
- партнерство [1, с. 145 ].

Програмування – це різновидність проектної діяльності щодо створення турпродукту, яка здійснюється в декілька етапів, починаючи від розробки загальної концепції турів і закінчується «зборкою» послуг і товарів у єдину оболонку – «тур».

Комплектування – заключний розділ проектування, в процесі якого комплексний характер турпродукту за рахунок співвідношення всіх необхідних

його елементів, здатних задовольнити пізнавальні, оздоровчі потреби мандрівника.

Партнерство – результат роботи по розробці турпродукту, є продуктом зусиль підприємств, кожне з яких має свої принципи роботи, специфічні потреби та різні комерційні цілі.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для проведення ефективних маркетингових заходів процесів є дуже високим. По-перше, в Україні сконцентрована величезна кількість культурно-історичних ресурсів. По-друге, важливим з них є місця паломництва – православних. По-третє, в Україні значна кількість унікальних та естетично привабливих природних ландшафтів, що придатні для тривалого відпочинку та пригоспудження в поєднанні з місцевими пам'ятками культури та природи. За оцінками експертів, одночасна місткість ландшафтів України з урахуванням допустимих навантажень та вимог охорони природи становить 48,5 млн. чол., фактичне ж їх використання – 8,5 млн. чол. [1, с. 95].

Наша країна належить до тих, що мають значний, але нереалізований туристичний потенціал, що зумовлено, зокрема, застарілою матеріально-технічною базою, яка включає туроператорів і тур-агентів, підприємства розміщення туристів, заклади харчування і торгівлі, автотранспортні організації, бюро екскурсій тощо. Очевидним є зниження показників у галузі туризму.

З метою перетворення України в туристичну державу світового рівня необхідно забезпечити чітку організацію самого туризму, створити і зміцнити матеріально-технічну базу, залучити до неї досвідчені та кваліфіковані кадри. Держава має сприяти розвитку туризму, раціональному використанню та збереженню туристичних ресурсів.

Отже, маркетинг забезпечує не тільки ефективне задоволення потреб ринку, але й успіх підприємств в конкурентній боротьбі. Зародившись у виробничій сфері, маркетинг достатньо тривалий час не знаходив впровадження у сферу туризму. Проте, зростання конкуренції, комерціалізації туристичної діяльності привели до необхідності найшвидшого впровадження основних елементів маркетингу в ринок туристичних послуг.

### **Список використаних джерел:**

1. Будя О. П., Вертелева О. В. Інноваційні напрямки розвитку маркетингу в сфері туризму і гостинності / О. П. Будя, О. В. Вертелева // Зовнішня торгівля: право та економіка. – № 6.-2015. – С. 142-149.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник / Л. І. Гонтаржевська – Донецьк: Східний видавничий дім, 2012. – 180 с.
3. Телетов О. С. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні / О. С. Телетов, Н. Є. Косолап // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 21-34. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2012\\_1\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2012_1_4).

## УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ РЕКРЕАЦІЙНО-ОЗДОРОВЧОЇ ГАЛУЗІ

Юхновська Ю. О., к. е. н., доцент

Васильєва Ю. В., студентка

*КВНЗ «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» ЗОР*

У світі надзвичайно високими темпами розвивається сфера послуг, у якій значна частина припадає на рекреаційно-оздоровчу галузь. Українські підприємства цієї галузі поступово заявляють про себе у високо конкурентному глобальному середовищі, яке визначає необхідність швидкої реакції на зміни та здатності управляти змінами на своєму ринку. Прискорити і полегшити виконання цих вимог до українських підприємств можна завдяки розробці заходів щодо управління формуванням конкурентного середовища, перетворивши стратегію пристосування до вимог ринку на стратегію управління середовищем існування.

На сьогоднішній день досить актуальним є питання управління конкурентоспроможністю рекреаційно-оздоровчої галузі.

Стосовно рекреаційної економіки поняття "конкурентоспроможність" багатогранне і поширюється на такі складові діяльності відповідних підприємств, як рекреаційно-оздоровчий продукт і основні його характеристики: якість та технологію виробництва. Кількість складається з наступних елементів: висока якість рекреаційно-оздоровчого продукту, додатковий сервіс, обслуговування протягом усього циклу оздоровлення; цільове вирішення завдання з продажу рекреаційно-оздоровчого продукту в конкретній ситуації (конкретний покупець з індивідуальними потребами, його можливість і здатність обирати з безлічі конкуруючих на ринку організацій за власною шкалою переваг).

Оцінка стану конкурентного середовища є комплексною характеристикою стану певного ринку з точки зору рівня розвитку на ньому конкуренції: визначення товарних та географічних меж ринку; визначення складу учасників ринку; кількісні розрахунки структури товарного ринку (частка суб'єктів господарювання ринку); кількісна оцінка концентрації та монопольної влади на ринку, наявність та вид вхідних бар'єрів на ринок; визначення типу ринку та прийняття рішення про вжиття заходів, спрямованих на розвиток на рекреаційно-оздоровчому ринку конкуренції [1].

Поява нових конкурентів призводить до перерозподілу (зменшення) часток ринку підприємств сфери послуг, що зумовлює загострення конкуренції і, як наслідок, зменшення цін і зниження рентабельності. Серйозність такої загрози залежить від двох факторів: рівня «вхідного бар'єру» в певну сферу (сукупності економічних, кадрових і організаційних умов для створення нової послуги) і реакції діючих підприємств на появу нових конкурентів [2].

Ключовим фактором впливу на формування конкурентного середовища є конкуренція, і можна назвати кілька загальних факторів, що впливають на темп розвитку конкуренції в рекреаційно-оздоровчій галузі [3]:

1. Конкуренція зростає мірою зростання кількості конкурентів і мірою того, як конкуренти стають порівняно рівними в розмірах і можливостях.

2. Конкуренція зазвичай посилюється, коли попит на продукцію рекреаційно-оздоровчої галузі росте повільно. При падінні попиту конкуруючі фірми можуть використовувати будь-які заходи для збереження ринків збуту своєї продукції: зниження цін, реклама, додаткові послуги і т.д.

Існуючи в конкурентному середовищі, підприємство повинно мати певні привілеї в порівнянні з іншими підприємствами. Це так звані конкурентні переваги, якими володіє підприємство, що визначають її конкурентоспроможність у порівнянні з іншими підприємствами.

Основними проблемами рекреаційно-оздоровчої галузі є – відсутність якісних доріг, які сполучали б курортні території; забезпеченість цих територій прісною водою; рівень забезпеченості рекреаційно-оздоровчих підприємств фінансовими ресурсами; рівень забезпеченості рекреаційно-оздоровчих підприємств висококваліфікованими трудовими ресурсами є недостатнім; слаба конкурентоспроможність на світовому туристичному ринку; недосконала нормативно-правова база галузі.

Для того, щоб вдало виступати на ринку та захистити фірму від негативного впливу конкурентних сил, менеджери повинні розробити стратегії, які б: ізолювали компанію настільки, наскільки це можливо, від конкурентних сил; вплинули на закони конкуренції в рекреаційно-оздоровчої галузі у вигідному для фірми напрямку та забезпечили сильну та надійну позицію, що гарантувала б успіх у конкурентній боротьбі.

Для підвищення ефективності конкурентоспроможності рекреаційно-оздоровчих підприємств України необхідні: реконструкція санаторно-курортної мережі, підвищення лікувально-реабілітаційного потенціалу рекреаційно-оздоровчих підприємств – зростання чисельності кваліфікованих медичних кадрів з удосконаленою (оновленою) апаратурою; підвищення комфортності закладів відпочинку, підвищення якості сервісу, розвиток інфраструктури торгівлі та розваг; розширення рамок сезону (травень-жовтень).

### **Список використаних джерел:**

1. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства : навч.-практ. посібник для студентів економ. спец / О. М. Сумець, О. Є. Сомова, Є. Ф. Пеліхов. – К.: Професіонал, 2007. – 208 с.

2. Сатраков А.О. Стратегический менеджмент. – К. : Альма-Матер, 2006 – 120 с.

3. Стех С. М. Аналіз і перспективи розвитку туризму на Бойківщині / Стех С. М., Глазкова К. О., Цмєць Й. І. // II Міжнародний конгрес: Інформатизація рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку. – Трускавець. – 6-9.10.2003 р. – с.114 – 115.

# ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Ящук А. Р., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Стойка В. О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Українське село має надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Наші села багаті індивідуальним житловим фондом та добрими і працьовитими людьми. Водночас гострою проблемою багатьох сіл є зростаючий надлишок робочої сили. Враховуючи відсутність капіталовкладень на створення нових робочих місць у сільській місцевості України, на загальнодержавному рівні більше уваги варто приділяти тим галузям, які не потребують для свого розвитку великих коштів. До таких галузей належить сільський туризм, який давно практикується в Україні. Адже в селах з відповідною рекреаційною базою завжди було багато відпочиваючих [1].

Існують різні тлумачення щодо сільського туризму: сільський туризм, сільський (зелений) туризм, агротуризм, зелений туризм. Сільський туризм – вид підприємницької діяльності і форма відпочинку в сільській місцевості, яка приваблює туристичними пам'ятками. Основні мотиви – це комплекс чинників, що сприятливо впливають на людину: оздоровчий, естетичний, пізнавальний. Послуги, що надаються в межах програм сільського туризму, зазвичай включають: проживання в затишних приватних садибах; харчування на замовлення екологічно чистими продуктами; знайомство з історією краю; походи за грибами і ягодами; участь у народних обрядах, святах; катання на човнах і конях [2].

Сільський (зелений), екологічний і агротуризм розвинений в усіх регіонах України та має певну специфіку. Середня місткість туристичних об'єктів у різних регіонах – різна. Так у Вінницькій області це 14-15 місць (мах – 24); у Закарпатській – 12-15 (мах – 20); у Івано-Франківській – 10-14 (мах – 21); у Львівській області – 7-16 (мах – 60); у Одеській 10-14 (мах – 19); у Чернігівській – 10-16 осіб. [3]

Усі ці регіони мають різну сільськогосподарську спеціалізацію, різний рельєф, є місцями компактного проживання українців, молдаван, болгар, гагаузів, росіян, що має певний колорит і може використовуватися у сільському зеленому туризмі.

Сильними сторонами розвитку сільського туризму в Україні є: наявність екологічно-чистих місцевостей; багатонаціональний полікультурний етнос зі своєрідним національним колоритом; наявність мисливських угідь (Дунайські і Дністровські плавні, Савранські ліси); лікувальні грязі лиманів, джерела мінеральної води; екологічно-чисті продукти харчування; етнографічне різноманіття; археологічні пам'ятки; наявність розроблених екскурсійних маршрутів; багата історична і культурна спадщина [3].

Слабкими сторонами виступають: погані дороги і загалом комунікації; незадовільне транспортне сполучення; відсутність якісної питної води (часто вода засолена); відсутність необхідних знань у сільських жителів для роботи у сфері сільського туризму; складні відносини з контролюючими органами; відсутність законодавства щодо сільського туризму, відсутність чітко прописаного статусу об'єктів сільського туризму, відсутність пільг і допомоги з боку держави; відсутність каталогів, топографічних карт і детальних путівників з описом об'єктів сільського туризму і переліком можливих послуг; відсутність дорожніх показників, які інформують про туристичні маршрути, об'єкти сільського туризму; низький рівень медичного обслуговування сільського населення і туристів; відсутність національних стандартів і нормативів проживання населення у сільській місцевості, які б відповідали стандартам ЄС; відсутність стандартів безпеки якості продуктів харчування і сільськогосподарської продукції [3].

Потенційними можливостями та перевагами розвитку сільського зеленого туризму для України є наступні: розвиток сільського зеленого туризму значно збільшить доходи селян, що поліпшить економічний розвиток сіл, збільшиться зайнятість сільського населення, особливо жінок, приїзд туристів сприятиме більшому піклуванню, а відтак, кращому збереженню культурно-історичних пам'яток регіонів, будуть створюватися нові робочі місця в сфері обслуговування, медицини, транспортній мережі, які зможуть надати роботу і випускникам вищих навчальних закладів [1].

Таким чином, лише сільський зелений туризм у сучасних економіко - демографічних умовах здатний реально допомогти малим селам і селищам України вижити, адже саме малі села своєю специфічністю притягують туристів та відпочиваючих. Перспективи розвитку сільського відпочинку виглядають потенційно сприятливими з огляду на наявність значних рекреаційних ресурсів. Зокрема, розквіт сільського відпочинку має відбуватися при активній співпраці з рекреаційними природно-заповідними установами регіону. На загальнодержавному рівні доцільно розробити загальні далекоглядні стратегії, законодавчі акти, постанови та інші урядові заходи для досягнення цілей сталого розвитку сільського зеленого туризму. Підтримка сільського зеленого туризму – це підтримка сільського населення і розвитку сільських територій в цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Проект Закону України «Про сільський зелений туризм» [Електронний ресурс] // Веб-сайт Верховної ради України. – Режим доступу: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=4299&skl=5](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=4299&skl=5).
2. Сільський зелений туризм – пріоритетна сфера розвитку туризму у період економічної кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uzhgorod.net.ua/news/34499>.
3. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/union/history>.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ  
В УКРАЇНІ

---

ІННОВАЦІЙНІ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ КУРОРТНИХ  
ГОТЕЛІВ

Антонюк В. В., студентка

Науковий керівник: викладач-стажист Маринюк А. Ю.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

На сьогодні процеси глобалізації зачепили всі сфери світової економіки, в тому числі світовий ринок готельних послуг, який зазнає істотної трансформації, починаючи з другої половини ХХ ст. Це багато в чому визначається виникненням і просторовим поширенням інновацій.

Готельний бізнес в останні десятиліття дуже сильно змінився в результаті впровадження інновацій. Основними тенденціями його розвитку є [1]:

- утворення готельних ланцюгів;
- поглиблення спеціалізації готельних закладів;
- розвиток мережі малих підприємств;
- введення комп'ютерних технологій;
- орієнтація на екологічність;
- збільшення місткості деяких нових готелів.

У глобалізації готельного бізнесу Україна поки що робить перші кроки. Відомі світові готельні ланцюги почали активно освоювати український готельний ринок у зв'язку з проведенням фінальних матчів європейського чемпіонату з футболу у 2012 році. Перший готель міжнародної мережі «Radisson» був побудований в 2005 р. у дипломатичній зоні Києва.

У діяльності закладів гостинності керівники готелів використовують найрізноманітніші способи залучення відвідувачів.

У наш час вже нікого не здивуєш шикарною обробкою номерів з видом на океан. Сьогодні любителі люкс-подорожей воліють побачити екстравагантні форми і унікальні розташування. Готелі майбутнього будуть розташовані не на землі – вони будуть приховані в глибинах океану, і будуть ширяти в космосі над мегаполісами [2].

Підводні готелі під назвою Water Discus (“Водний диск”) уже відкрилися на Мальдівах і у Флориді. Але найбільш масштабний проект буде втілено в Дубаї.

Як повідомляє CNN, розкішна будівля складатиметься із двох основних дисків. Верхній, із рестораном, СПА-саломом, вертолітним майданчиком і відкритим басейном, розташується над поверхнею моря, а нижній — на 30-метровій глибині. Ці частини буде з'єднано п'ятьма колонами. Готельні номери — загалом 21 розкішна кімната — міститимуться в нижньому диску.

На верхніх дисках передбачено вертолітний майданчик NASA доручило команді студентів Массачусетського технологічного інституту придумати те, що в один прекрасний день може бути використано мандрівниками на Марсі [3].

Готель призначений для заміни Міжнародної космічної станції і скорочення витрат NASA. У кожному номері, де зупинятимуться гості, – і взагалі у всьому готелі, відкриються приголомшливі види на Землю. Готель буде включати: бар і ресторан; тренажерну залу і стіну з панорамними проекціями поверхонь Місяця або Марса.

Вартість туру оцінюється в 5 мільярдів доларів на два тижні, готель планують побудувати і ввести в експлуатацію до 2025 року.

Отже, у наш час готельна індустрія являє собою галузь із високим рівнем конкуренції. В умовах сьогоденної конкуренції підприємства індустрії гостинності, якщо вони хочуть вижити, не можуть більше опиратися на традиційні неефективні консервативні форми культури виробництва.

Обґрунтовуючи той чи інший варіант інноваційної стратегії, необхідно враховувати й те, що вона має відповідати загальній стратегії розвитку готелю, бути прийнятною для нього за рівнем ризику й передбачати готовність ринку до сприйняття нововведень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі / О. Юрченко // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. – 2014. – Вип. 34. – С. 292–300.
2. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник / Н. В. Чорненька. – К.: Атіка, 2006. – 264 с.
3. Як виглядає готель майбутнього [Електронний ресурс] / Все о туризме – Туристическая библиотека – 31.01.2014 – Режим доступу <http://infotour.in.ua/gostinica-buduschego.htm>

### **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛІВ**

**Григоренко М. С.**, студентка

*Науковий керівник: викладач Коган Н. Ю.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У сучасних умовах господарювання, якість послуг закладів готельного господарства залежить від корпоративної культури підприємства. Корпоративна культура підприємства забезпечує адаптивну поведінку організації в зовнішньому середовищі. Вона допомагає підприємству вижити, перемогти в конкурентній боротьбі, надавати якісні послуги і успішно розвиватися. Але при цьому її основою є внутрішня консолідація, взаємодія і взаємокоординація, засновані на чіткому розподілі праці, відповідальності й узгодженні інтересів. Корпоративну культуру підприємства визначає формула: загальні взаємовигідні цінності відносини і співпраця – добросовісна організаційна поведінка. Як



культура взагалі базується на загальновизнаних цінностях і загальноприйнятих нормах (правилах) поведінки, так і корпоративна культура на підприємстві формується на основі визнаних цінностей і прийнятих норм поведінки саме в даному колективі й даній організації. Носіями корпоративної культури є люди. Проте, в організаціях із сталою культурою вона стає атрибутом організації, її частиною, що активно діє на працівників, модифікує їх поведінку відповідно до тих норм і цінностей, які складають її основу. Таким чином, корпоративна культура задає певну систему координат, яка пояснює, чому і як організація функціонує [2].

Відомі світові готельні корпорації сьогодні мають сформовану корпоративну культуру – систему цінностей і переконань, колективну свідомість, менталітет організації, якого дотримуються всі працівники. Корпоративна культура визначає поведінку працівників готелю, їхні стосунки з клієнтами, керівниками, постачальниками, іншими задіяними у бізнесі категоріями працівників. Корпоративна культура серед працівників створює почуття відданості організації, намагання досягти поставлених цілей [4].

Важливою складовою корпоративної культури є система Загального управління якістю (TQM), зорієнтована на задоволення попиту клієнтів. Основу TQM формують такі принципи:

- орієнтація на споживача. Готельне підприємство повинно передбачити поточні і перспективні потреби своїх клієнтів, виконувати їхні побажання і намагатись перевершити їхні очікування;

- лідерство керівника. Керівники забезпечують єдність цілі і напрямку діяльності організації. Вони повинні створювати і підтримувати внутрішню культуру, забезпечувати повне залучення персоналу готелю у вирішення завдань організації;

- залучення працівників. Персонал усіх рівнів становить основу організації, повне залучення зумовлює найповніше використання їхніх здібностей;

- підхід до системи якості як процесу. Цілі готельного підприємства досягаються значно швидше тоді, коли діяльність і управління ресурсами здійснюється як процесом;

- системний підхід до управління. Управління якістю ефективно у випадку всебічного розуміння проблем і ефективного менеджменту взаємопов'язаних процесів як системи підвищення ефективності організації при досягненні її цілей;

- постійне підвищення результатів діяльності організації – в цілому необхідно розглядати як головну, незмінну ціль готельного підприємства [1].

Головні вимоги якісного обслуговування щодо персоналу у готельних підприємствах:

- ввічливість – персонал повинен бути люб'язним, привітним, уважним у стосунках з клієнтами;

- компетентність – незалежно від посадових обов'язків персонал повинен володіти необхідними знаннями і навиками здобутими в процесі професійного навчання і стажування;

– комунікабельність – швидка реакція персоналу і виконання у найкоротші терміни побажань клієнтів;

– розуміння темпераменту клієнта – обслуговуючий персонал готелів повинен розуміти особливості психології кожного клієнта;

– готельні підприємства та готельні послуги повинні бути безпечними для життя та здоров'я клієнта, комфортними, персонал повинен користуватись довірою клієнта;

– доступність – готельні послуги повинні бути доступними в потрібний час і потрібному місці в необхідному обсязі [3].

Витрати на підвищення якості обслуговування це внесок на перспективу реалізований у залученні нових та утриманні постійних клієнтів. Це твердження підтверджується дослідженнями згідно висновків яких - залучення нового клієнта зумовлює у п'ять разів більше витрат за утримання постійного клієнта шляхом надання якісного обслуговування. Адже постійний клієнт не зумовлює витрат на маркетинг, водночас за умови задоволення від обслуговування здійснює безкоштовну рекламу готельного підприємства.

Корпоративна культура підприємства має безпосередній вплив на обслуговування в готелях, так як налагоджена робота в колективі позначається на роботі персоналу загалом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Головка О.М. Організація готельного господарства: Навчальний посібник/ Головка О. М., Кампов Н.С., Махлинець С. С., Симочко Г. В. – К. : Кондор – Видавництво, 2012. – 338с.

2. Бесєдіна Т. Комунікація з гостем: несекретні правила. Журнал «Академія гостеприимства» №3 червень 2016 [Електронний ресурс].– Режим доступу - <http://hotel-rest.com.ua/article/kommunikaciya-s-gostem-nesekretnye-pravila>

3. 5 правил успішної взаємодії з клієнтами [Електронний ресурс].– Режим доступу – <http://medbib.in.ua/kultura-spilkuвання-etiket.html>

4. Корпоративна культура організації: Навчально-методичний посібник/ [Юрченко В. В., Мельник Ю. В., Богданова Н. В.]. – К. 2014 – 44 с.

5. Подзігун С. М. Формування маркетингових комунікацій у готельно-ресторанному бізнесі [Електронний ресурс] / С. М. Подзігун. – Режим доступу : <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/handle/6789/5594>.

### **ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА ТУРИЗМУ**

**Дмітрієв С. М., студент**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Планування інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму і прогнозування їх розвитку в межах загальної стратегії

охоплює такі етапи: аналіз вимог зовнішнього середовища і закономірностей внутрішнього середовища, визначення загальної стратегії функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму, визначення інноваційних можливостей, формування стратегічних інноваційних завдань, розробка концепції інноваційної стратегії, та бізнес-планів і програм інноваційної діяльності, реалізація інноваційних проектів [1].

Керівники структурних підрозділів готельно-ресторанного бізнесу та туризму у своїй діяльності стикаються з цілою низкою проблем кризового характеру, зокрема, серед факторів зовнішнього середовища на їх діяльність найбільший вплив мають соціальні, фінансово-економічні, політичні та виробничо-технологічні фактори [3].

Дослідження інноваційного потенціалу та ефективність його використання повинні враховувати комплекс факторів зовнішнього і внутрішнього впливу, але на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, які наближені до споживача, у першу чергу, необхідно направляти зусилля на цільові фактори соціально-економічного становища працівників, розвивати їх інтелектуальну складову та творчу активність [2, с. 67].

Аналіз сучасного стану готельно-ресторанного бізнесу в Україні свідчить про те, що ця сфера в останні роки має різні тенденції: ресторанне господарство - до скорочення, а готельне господарство - до деякого збільшення.

У розвитку сфери готельно-ресторанного бізнесу є негативні риси. Наприклад, суттєво зменшилась кількість їдалень, які спрямовані на задоволення попиту в їжі широких верств населення. Якщо брати до уваги особливості розвитку цієї сфери, то потрібно відзначити розвиток спеціалізованої мережі ресторанів з національними кухнями, яких в Україні налічується понад 45 видів і спостерігається стійка тенденція до збільшення цих видів кухонь. Але при цьому кількість ресторанів з українською кухнею, особливо регіональною, не має тенденції до зростання [4, с. 311].

Недоліком розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму є швидке їх будівництво, особливо до великих подій загальноукраїнського формату, наприклад, проведення чемпіонату Європи з футболу. Але при цьому були допущені деякі прорахунки. Розташування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму не враховувало розвиток інфраструктури міст, розвиток транспортної мережі, адресну спрямованість на потенційного споживача, відразу ж пропонувалася висока вартість ціни послуги та інше. В цілому це призвело до того, що зараз такі підприємства поступово стають не конкурентоздатними і мають значні збитки, також і внаслідок невисокого заповнення потенційними споживачами послуг [3].

В більшості випадків підприємства готельно-ресторанного бізнесу та туризму, працюють на фундаменті збанкрутілих або перепроданих закладів, за старими технологіями, в деяких випадках на застарілому обладнанні, в більшості випадків використовується екологічно небезпечна сировина, (що диктується економією витрат виробництва і обслуговування), зустрічаються випадки порушення вимог щодо дотримання технології процесів виробництва страв.

Незадовільною залишається система підготовки та перепідготовки кадрів спеціалістів і фахівців сфери обслуговування. Всі ці чинники вплинули на зменшення конкурентоздатності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні [1].

Одним з напрямів виходу з цієї ситуації є активне впровадження інноваційної діяльності в сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму. Крім здійснення організаційних заходів з проведення наукових досліджень, їх впровадженню в практику, застосування новітніх технологій обробки сировини, технологій виробництва страв, застосування різноманітних систем інформаційного забезпечення та інше, потрібне здійснення відповідних економічних розрахунків і особливо фінансового забезпечення.

В готелях також відсутні нові технології обслуговування клієнтів, недостатня автоматизація більшості процесів, в тому числі поселення та розрахунків, обслуговування мешканців готелів тощо. Дуже обмежена кількість послуг, які надаються мешканцям готелів в Україні в порівнянні з іншими країнами світу. Це впливає на високий рівень видатків, які зменшують розмір отриманого прибутку. Висока ціна за готельний номер суттєво зменшує конкурентоспроможність вітчизняних готелів, суттєво зменшує кількість вітчизняних споживачів, які можуть користуватися готелями України. Зменшується попит іноземних туристів у зв'язку з обмеженим обсягом послуг, які надаються, і їх низькою якістю надання, незручним розташуванням та нерозвинутою інфраструктурою [3].

Сьогодні послуги готельно-ресторанного бізнесу та туризму українці затребувані та вимагають поліпшення якості обслуговування на високому рівні і різноманітності, з метою залучення більшої кількості клієнтів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гостиничный и ресторанный бизнес в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.hotelbiz.com.ua](http://www.hotelbiz.com.ua)
2. Дмитриев М. Н. Экономика туристского рынка: учебник / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 312 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tourlib.net/books\\_tourism/dmitriev.htm](http://www.tourlib.net/books_tourism/dmitriev.htm).
3. Здоров А. Б. Экономика туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_tourism/zdorov.htm](http://tourlib.net/books_tourism/zdorov.htm).
4. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк – 2-е вид. перероб. та доп. - К.: Центр учбової літератури, 2014. – 472 с.

## АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ В МАЛИХ МІСТАХ

**Женовчук Т. С., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Готелі та інші засоби розміщення є дуже важливим компонентом розвитку економіки краю. Готелі є каталізатором для працівників та комерційного зростання для великого та малого бізнесу. Можна відмітити особливу важливу роль готелів для економіки невеликих регіонів. В малих містах є велика кількість переваг, котрі можна використовувати для просування їх на туристичному ринку. Маленькі міста більш придатні для туризму, менше завантажені і з більшою кількістю можливостей для пішоходів. Також в них менша кількість традиційних для великих міст проблем, таких як перевантаженість, злочинність. Унікальність кожного маленького міста це якраз і є шлях до великого туристичного ринку. Багато туристів шукають автентичний досвід. Це може бути вивчення місцевості, місцевої культури та історичної спадщини через гастрономію, організовані екскурсії, їзду на велосипеді, піші прогулянки, спілкування з місцевим населенням. Малі міста можуть розвивати себе через гастрономічний туризм, агротуризм, фестивалі, події та безліч інших можливостей.

Туризм та індустрія гостинності це великий сектор економіки міста; відзначається перевага від відкриття нових закладів розміщення, а саме через створення нових робочих місць, через збільшення доходів місцевих підприємств та через збільшення податкових надходжень; респонденти відмічають, що готелі та інші заклади розміщення забезпечують найкращі можливості, переваги і заробітну плату в індустрії туризму; готелі приваблюють нових відвідувачів та туристів; відзначається роль готелів та інших закладів розміщення в залученні та проведенні різноманітних конференцій, заходів, спортивних подій.

Також виокремлюється роль готельної індустрії в спонсорській та благодійній діяльності в своїх містах.

Безумовно позитивного впливу на готельний бізнес можна очікувати від нових політичних та економічних чинників, таких як впровадження безвізового режиму Європейським союзом, вихід на український ринок двох великих авіакомпаній, проведення низки подій міжнародного значення. Для нас важливим є орієнтація на світові тренди та тенденції та при цьому зберегти і власну ідентичність.

### **Список використаних джерел:**

1. Travel and Hospitality Industry Outlook 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.reportlinker.com/travel/reports](http://www.reportlinker.com/travel/reports)
2. Корнеєва Д. А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні / Д. А. Корнеєва // Вісник ДШУБ. – 2011. – №15. – С. 174-180.

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

**Жульковська Д. Ю., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Індустрія туризму – сукупність різних суб’єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства ресторанного господарства, транспорту, заклади культури, спорту), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів. Одночасно зі збільшенням загальної кількості туристів помітний розвиток одержала інфраструктура туризму й основний її компонент – готельний сектор, що прагне одержати свою частку бізнесу. У сучасних умовах готелі змушені боротися за «місце під сонцем», а за наявності можливості – прагнути до розширення свого бізнесу. Останнім часом у зв’язку з недавнім економічним спадом у розвинених країнах світу різко загострилася конкурентна боротьба в індустрії гостинності [2].

Вживання й ріст ділової активності – найважливіші напрямки в діяльності готельних підприємств в усіх країнах світу. Деякі з них уже усвідомили цей факт і вживають необхідних заходів, щоб забезпечити собі стабільне майбутнє шляхом задоволення мінливих потреб споживачів і стимулювання повторних обігів за наданням готельних послуг [2; 3].

Готельний бізнес – один із найперспективніших і успішно розвинутих напрямків бізнесу в Україні. Особливістю цього бізнесу є орієнтація на Європейські сервісні стандарти й стрімкий перехід до них. Як і будь-який бізнес готельний бізнес прагне до збільшення доходу й шукає ефективні шляхи для досягнення бажаного фінансового результату.

В Україні туристична індустрія як самостійний сектор економіки перебуває в стадії свого становлення. Спостерігається збільшення інвестицій у готельний бізнес, як основного компонента інфраструктури туризму. Тому необхідно визначити основні напрямки розвитку готельного бізнесу в Україні з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності на ринку готельних послуг.

Багато високорозвинених країн, таких як: Іспанія, Швейцарія, Австрія, Франція, Бельгія побудували та підвищили свій економічний стан, значною мірою, за рахунок туризму. Під час цього багато залежатиме від політики держави на ринку.

З метою реалізації готельного потенціалу України, державі необхідно вжити таких заходів:

- забезпечити туристам комфортні й безпечні умови для приїзду та перебування в Україні;
- проводити ефективну політику розвитку масового туризму;
- вжити заходів щодо поліпшення стану визначних пам’яток;

- внести зміни в закони про землекористування,
- внести зміни до правил видачі відповідних дозволів організаціям суміжних галузей, щоб залучати інвестиції у відкриття нових об'єктів масового туризму.

У своєму становленні готельний ринок України зіткнувся з низкою проблем. Однією з них є слабкість внутрішньої конкуренції, що пояснюється відсутністю вільних засобів та високих податкових ставок, через це складно забезпечити економічну стабільність, максимізувати прибуток, підвищити конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності на ринку готельних послуг, а також відсутність потужних міжнародних готельних мереж.

Показник низької конкурентоспроможності готельних послуг формується за рахунок рівня ціни та якості послуг. Через високі податкові ставки готелі змушені встановлювати високі ціни. Ціни визначаються умовами конкуренції, станом та співвідношенням попиту й пропозиції.

Також відбулись зміни у правилах обов'язкової сертифікації готельних послуг. Нові правила сертифікації впливають на динаміку розвитку готельного бізнесу та сприяють підвищенню якості послуг, що надаються. Це стане основою стабільності й процвітання готельного бізнесу в Україні.

Необхідно зазначити, що в Україні, особливо у великих містах, у тому числі й у Києві, необхідно розвивати сегмент недорогих готелів з доступними цінами для людей із середнім рівнем достатку. З урахуванням підвищення внутрішньої ділової активності, у регіонах тризіркові готелі можуть бути привабливими і іноземному інвесторові.

Сьогодні все більше міжнародних операторів виявляють цікавість до керування вже готовими об'єктами. Міжнародний оператор дозволяє готелю швидше інтегруватися в міжнародні мережі, гарантує впізнаність бренду, надає доступ до міжнародних систем бронювання.

Кількість готелів можна збільшити за рахунок реконструкції та модернізації вже існуючих. Проводячи об'єктивний аналіз існуючої бази, можна відмітити, що вона спроможна задовольнити потреби в готельних місцях. Для цього необхідно привести у відповідний стан побудовані раніше готелі, звернути увагу на об'єкти незавершеного будівництва, відомчі будинки й гуртожитки.

Готельний бізнес в Україні перспективний як мінімум за чотирма причинами. По-перше, у країні спостерігається підвищення ділової активності, що, як правило, неминуче викликає збільшення обсягів «ділового туризму», причому не лише внутрішнього, але й в'їзного. По-друге, підвищення доходів населення України призводить до збільшення кількості людей, які подорожують, що викликає необхідність збільшити засоби розміщення та надання якісних готельних послуг. По-третє, Україна, що заявила про свою інтеграцію до європейського простору, поступово стає привабливою для європейців. По-четверте, скасування готельного збору призвело до зниження податкових обов'язків для готелів [3].

Таким чином, український готельний ринок має великі прерогативи і є одним із самих перспективних у Східній Європі, але за всього потенціалу

розвитку готельного бізнесу в Україні, кількість наявних готелів недостатня для країни з високою інвестиційною привабливістю, багатим історичним минулим і великими туристичними можливостями.

#### **Список використаних джерел:**

1. Заваріка Г. М. Курортна справа [текст]: навч. посіб. / Г. М. Заваріка. – К. «Центр учбової літератури», 2015. – 264 с.
2. Ковешніков В. С. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб. / В. С. Ковешніков, М. П. Мальська, Х. Й. Роглев. – Київ: Кондор-Видавництво, 2015. – 752 с.
3. Державна служба туризму і курортів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://tourism.gov.ua>.

### **ІННОВАЦІЙНІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Маціборчук Ю.В., студент**

*Науковий керівник: викладач-стажист Маринюк А.Ю.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Інноваційні технології – радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі виступають товаром. Зазвичай мають знижену капіталомісткість, характеризуються більшою екологічністю й меншими енергопотребами. Їх впровадження є необхідністю для залучення нових клієнтів та зменшення затрат на утримання бізнесу в цілому.

Світ невпинно рухається вперед по кривій науково-технічного прогресу та цей прогрес не обходить стороною готельно-ресторанний бізнес. Впровадження цікавих новинок в цій галузі тісно пов'язано з маркетингом. В наш час в світі склалася потужна система засобів розміщення та обслуговування гостей, яка сформувала матеріально-технічну основу індустрії туризму – готельне господарство [1]. У широкому розумінні під готельним господарством слід розуміти індустрію гостинності, що передбачає проживання, харчування та інші додаткові послуги, надані готельними підприємствами. Тому впровадження новинок не тільки створить чудову рекламу, а й складе позитивний вплив на конкурентну здатність підприємства. Також існують інновації, що здатні не тільки спростити управління бізнесом та автоматизувати управлінський апарат, а й здатні зекономити не малі кошти власника бізнесу.

Digital signage – новий канал комунікації з потенційним клієнтом.

Digital signage – це форма зовнішньої реклами, в якій контент та повідомлення відображаються на електронних екранах з метою донесення цільового повідомлення у визначене місце та визначений час. Елементами digital signage можуть бути рідкокристалічні чи плазмові панелі, електронні білборди, проекційні чи інші типи екранів, що можуть контролюватись комп'ютером чи



іншим приладом, дозволяючи користувачу чи групам користувачів віддалено змінювати та контролювати контент (зазвичай через Інтернет) [2].

Контент, що відображається на екранах, може варіюватись від простого тексту та статичних зображень до відео, зі звуком або без. Деякі оператори digital signage мереж розглядають свої мережі як порівнянні до телевізійних каналів, показуючи рекламу в перервах між розважальним та інформаційним контентом.

Digital signage використовується для великої кількості задач, найпоширеніші з них [4]:

1. Публічна інформація – актуальні новини, погода, локальна інформація, наприклад про місце знаходження ресторану, їдальні, spa-комплексу чи навіть пожежного виходу.

2. Внутрішня інформація – внутрішньо-корпоративні новини, специфічна інформація призначена для інформування персоналу.

3. Реклама – як специфічна для аудиторії по місцю розташування дисплея, так і розрахована на традиційні ЗМІ.

4. Імідж – з ціллю підвищення статусу ресторану чи готелю, створення необхідної атмосфери.

5. Вплив на поведінку споживача – залучення споживача до певних зон, збільшення часу перебування в готелі чи ресторані.

6. Розширення споживчого досвіду – додатки, призначені для відволікання уваги клієнта під час очікування в черзі, наприклад, демонстрація нових товарів чи послуг.

7. Покращення навколишньої обстановки – інформаційні кіоски та динамічна навігація.

Швидке зниження цін на плазмові та рідкокристалічні панелі та доступність широких Інтернет-каналів призвело до популярності digital signage, і екрани тепер можна побачити в таких різноманітних місцях, як банки, магазини, вокзали, лікарні, готелі, ресторани та навіть автозаправні станції.

Digital signage в широкому розумінні використовувалось десятки років назад у вигляді LED-тікерів та LED-відео стін. Хоча тільки нещодавно це стало одним з основних рекламних засобів [3].

Головними факторами, що стримували розвиток, були:

- невизначене повернення інвестицій – ціна розгортання digital signage може бути дуже високою. Наприклад, ціна встановлення одного екрану у кожному закладі великої мережі готельно-ресторанного комплексу може сягати мільйонів доларів. Будь-яка інвестиція такого масштабу перед затвердженням повинна бути підкріплена чітким планом повернення інвестицій.

- непідтверджена рекламна ефективність – як Інтернет на початку 90-х digital signage ще широко не сприймається як ефективний рекламний простір в порівнянні з традиційними засобами (телебачення, радіо тощо).

- нестача надійних технологій – більшість технологій, що використовуються досі, призначені для персонального використання, і не в змозі працювати в режимі 24×7×365, що необхідно для професійних digital signage

систем. Часто при навантаженні дані системи виходять з ладу, викликаючи суперечки між рекламодавцем та оператором digital signage мереж.

На сьогоднішній день подолано більшість цих проблем, а саме:

- вивчення повернення інвестицій показало, що digital signage ефективно впливає на відгук та збереження показаної клієнту інформації, особливо враховуючи тенденцію до зниження ціни на рідкокристалічні, плазмові панелі та пристрої відтворення.

- зовнішня реклама набирає обертів – рекламні кошти поступово переміщуються із традиційних медіа (телебачення і радіо) в зовнішню рекламу, що сприяє росту цього сегменту, що включає в себе digital signage. Хоча, рекламні агенції все ще досить мляво досліджують потенціал телебачення поза домівкою.

- розробка відповідних платформ — розроблені нові технології, з підвищеною надійністю у порівнянні з технологіями для персонального використання. Як професійні системи для телевізійної трансляції, нові технології дозволяють розповсюджувати контент по всьому світі і стабільно його відтворювати протягом тривалого часу.

Запровадження Digital signage уже відбулося у багатьох готелях світу, наприклад, готель «Дель Коронадо», «Коронадо», «Каліфорнія». Мережа готелів «Van der Valk» (Нідерланди). Готель «Прем'єр Палас» (Київ, Україна).

На прикладі останнього можна розглянути результати впровадження інновацій на прикладі України.

Всі готелі мають певну ауру та настрій, а в «Прем'єр Палас» традиції гостинності поєднуються з сучасними рішеннями. В квітні 2012 року в «Прем'єр Палас» встановили три цифрові лайтбокси та шість екранів в ліфтах. А через рік інтегрували систему «Віртуальний консьєрж-сервіс». Щоденно на дисплеях поновлюють інформацію про погоду, курс валют, акціях ресторанах і барах, а також транслюють іміджову відеорекламу.

Як зазначає начальник відділу продажів і маркетингу готелю «Прем'єр Палас» Олексій Метельський, що багато людей користуються різними електронними приладами. І вони звертають на це увагу. А залучаючи їх увагу, ми отримуємо більше відвідувачів, перш за все, в наших ресторанах, тому що це продукт, який продається найшвидше.

Як бачимо, технології Digital Signage працюють в стабільному, передбачуваному режимі, не завантажують непотрібними турботами обслуговуючий персонал, завдяки чому постояльці і гості готелів отримують висококласний сервіс.

### **Список використаних джерел:**

1. Wikimedia Foundation: Вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Digital\\_Signage](https://ru.wikipedia.org/wiki/Digital_Signage)
2. Wikimedia Foundation: Вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Digital\\_signage](https://uk.wikipedia.org/wiki/Digital_signage)

3. «Інновації в готельному бізнесі» Digital Signage UA Review [Електронний ресурс] / Р. Кравченко – Режим доступу: <http://digitalsignage.ua/ru/2014/02/innovation-in-hotel-business/>

4. Виртуальный консьерж-сервис в «Премьер Палас» [Електронний ресурс] / А. Ковальов. – Режим доступу: <http://digitalsignage.ua/ru/2014/02/virtual-concierge-service-in-premier-palace/>

## **ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ: ПРОБЛЕМА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВИРІШЕННЯ**

**Ковальова А. В., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Поворознюк І. М.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сучасному ринку харчування існує дуже велика кількість закладів, які забезпечують населення їжею та напоями.

За всю історію існування людини харчування завжди було і залишається найсуттєвішим чинником, який здійснює постійний вплив на її здоров'я.

Їжа – це мультикомпонентний фактор навколишнього середовища, що містить понад 600 речовин, необхідних для нормального функціонування організму людини. Кожна з цих речовин посідає певне місце в складному гармонійному механізмі біохімічних процесів і сприяє належному фізичному розвитку людини. Особливої уваги заслуговує стан здоров'я та умови харчування молоді нашої держави, тому що здоров'я молоді є умовою створення міцного суспільства. Їжа, яку ми вживаємо є джерелом енергії, яку організм витрачає у процесі своєї життєдіяльності. Саме вона дозволяє нашим клітинам і тканинам оновлюватися. Чим краще харчування ви собі забезпечуєте, тим швидше оновлюється ваш організм і тим він стає молодшим. Здорове харчування – це здорове життя і молодість. Ось чому здорове харчування є таким важливим для кожної людини.

Здорове харчування – одна з найважливіших проблем сьогодення, яка формує здоров'я і добробут нації в цілому. Правильне харчування забезпечує нормальний ріст і розвиток організму, визначає розумовий і фізичний розвиток, оптимальне функціонування всіх органів і систем, формування імунітету та адаптаційних резервів організму.

Раціональне збалансоване та здорове харчування – це фізіологічно повноцінне харчування людини з урахуванням її статі, віку, характеру праці, кліматичних та географічних умов, індивідуальних особливостей. Воно передбачає своєчасне постачання організму смачною їжею, що містить поживні речовини – білки, жири, вуглеводи, вітаміни, макро- та мікроелементи, які людина повинна одержувати в оптимальній для організму кількості та в певних співвідношеннях, що забезпечує нормальне функціонування всіх систем і органів.

Правильне та раціональне харчування містить всі необхідні вітаміни, поживні речовини, білки, жири і вуглеводи також зміцнює організм і підвищує імунітет, а значить і покращує здоров'я. Таким чином стає ясно, що наше здоров'я прямо залежить від нашого харчування [2].

Проблем, через які люди харчуються неправильно:

- використання неякісних продуктів;
- купівля продуктів, пошук рецептів та приготування страв – трудомістка праця, яка забирає багато сил та часу, а в сучасному житті його так не вистачає;
- загальний стан організму, його активність і працездатність залежать від режиму харчування. Приймати їжу необхідно не рідше 3-4 разів на добу, бажано в один і той же час;
- вибір неправильного співвідношення білків, жирів і вуглеводів, тому для нормальної життєдіяльності організму необхідно збалансоване надходження з їжею основних її компонентів;
- однією із складових частин нашого раціону повинні бути вітаміни, мінерали і мікроелементи, які мають життєво-важливе значення в складній схемі біохімічного обміну у людини.

Повноцінне раціональне харчування, як доведено світовим медичним досвідом і численними науковими дослідженнями, є фундаментом профілактики багатьох неінфекційних захворювань. Доведено, що рівень здоров'я на 50% залежить від соціально-економічних умов і способу життя, найважливішою складовою якого є харчування.

Основою раціонального харчування є сім головних законів, які сформульовані на основі сучасних наукових уявлень:

1) Закон кількісної достатності харчування. Енергоцінність раціону має відповідати енерговитратам організму. Маса тіла повинна бути оптимальною та в дорослої людини залишатися незмінною.

2) Закон якісної повноцінності харчування. У харчовому раціоні має бути достатня кількість усіх харчових речовин, необхідних для пластичних, енергетичних процесів та регуляції фізіологічних функцій.

3) Закон збалансованості. Харчовий раціон має бути збалансованим за вмістом різноманітних харчових речовин.

4) Закон часового розподілу їжі (режиму харчування). Їжа має надходити до організму у певний час, через рівні проміжки часу. Найкраще 4-5 разове харчування.

5) Закон адекватності. Склад їжі має відповідати не лише індивідуальним потребам (енерговитрати, стать, вік), але і можливостям організму (стан травлення, обмін речовин, стан здоров'я).

6) Закон естетичного задоволення. Їжа повинна мати приємний зовнішній вигляд, смак, аромат.

7) Закон безпеки харчування. Їжа має бути нешкідливою та безпечною, тобто не містити хвороботворні мікроорганізми, радіонукліди, токсини, важкі метали.

Дотримуючись цих законів, можна зробити ще один крок на користь власного здоров'я [1, с. 11].

Отже, поліпшення здоров'я населення України можливо лише в результаті проведення комплексу заходів, в яких провідну роль зіграло б пропаганда здорового способу життя, поліпшення структури харчування, підвищення якості харчових продуктів та створення закладів здорового та швидкого харчування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Банковська Н.В. Гігієнічна оцінка стану фактичного харчування дорослого населення України та наукове обґрунтування шляхів його оптимізації: автореф. дис. канд. мед. наук: 14.02.01 / Н.В. Банковська. – К.: Нац. мед. ун-т ім. О.О. Богомольця, 2008. – 24 с.

2. Принципи здорового харчування: посібник для поліпшення якості роботи. – CINDI, Україна. – К., 2001. – 29 с.

### **МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Кирилюк І. М., к. е. н., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах жорсткої конкуренції та чутливості споживачів до ціни продукції важливим елементом ефективного розвитку готельної індустрії є розробка та реалізація ефективного комплексу маркетингових комунікацій. Особливості маркетингу готельної індустрії значною мірою обумовлені специфікою ринку. Ринок готельних послуг має досить складну структуру, тому що на ньому переплітаються як внутрішні так і зовнішні зв'язки, він є відкритою системою елементи якої взаємодіють із зовнішнім середовищем.

Маркетинг у сфері готельного господарства – це наука та система практичних заходів, пов'язана із налагодженням виробничо-збутової діяльності суб'єктами господарювання, що включає процеси аналізу попиту на ринку готельних послуг з метою виявлення основних потреб споживачів та формування системи задоволення цих потреб на послугу розміщення з метою отримання прибутку [1].

Традиційний маркетинговий комплекс ефективно працює в матеріальному виробництві, оскільки готельне господарство є сферою надання послуг виокремлюють додаткові фактори, що потребують особливої уваги (рис. 1).

Плануючи свою діяльність готель самостійно обирає орієнтацію на найбільш прийнятну концепцію маркетингу для себе. Правильна розробка концепції готельно-ресторанного бізнесу і реалізація його стратегії розвитку є запорукою успішної діяльності підприємства і дає можливість стати найулюбленішим закладом відпочинку для споживачів наданих послуг.



**Рис. 1. Складові комплексу маркетингу стосовно до ринку послуг підприємств готельного господарства**

Джерело: [2, с. 492]

Концепція вдосконалення виробництва передбачає, що готель намагатиметься зробити свої послуги більш доступними за рахунок розповсюдження своїх послуг та зниження витрат. Проте це може негативно позначитися на результатах його діяльності, якщо не буде приділятися належна увага роботі з клієнтами.

Концепція вдосконалення товарів (послуг) направлена на зосередження основних складових комплексу маркетингу готельного підприємства на постійне покращенні якості надання послуг шляхом їх вдосконалення. У цьому випадку готель часто випускає з виду реальні потреби клієнта, який може бути зацікавлений у комфортному проживанні за прийнятною ціною і не готовий платити за отримання додаткових послуг, при цьому він часто має альтернативні варіанти задоволення своїх потреб.

Концепція інтенсифікації комерційних зусиль направлена на проведення заходів зі стимулювання збуту своїх послуг. При орієнтації на цю концепцію готельні підприємства витрачають значні кошти на пропаганду, проведення рекламних компаній, тощо.

Концепція загального(класичного) маркетингу передбачає, що у центрі уваги підприємств готельного господарства є спостереження за станом цільового ринку, виявлення потреб клієнтів та проведення комплексу маркетингових заходів для задоволення цих потреб.

Концепція соціально-етичного маркетингу направлена на виявлення та задоволення готелем потреб клієнтів. При цьому задоволення інтересів суспільства в цілому має відігравати ключову роль, що формуватиме позитивний імідж готелю та забезпечить йому позитивні результати діяльності.

Одним з основних індикаторів конкурентних переваг готелю є лояльність до нього споживача тому побудова взаємовідносин із споживачем готельних послуг означає постійне відстеження його поведінки. На успішну діяльність на ринку і одержання доходів підприємство може розраховувати завдяки лояльності споживачів, партнерів і співробітників.

Постійний процес відстеження підприємством інформаційних впливів, що надходять з навколишнього середовища, лежить в основі механізму формування сприйняття споживача. Споживач приймає рішення щодо взаємодії з підприємством на основі накопиченого досвіду. Отримуючи певну цінність (здійснюючи покупку або отримуючи послугу), клієнт порівнює свої очікування від придбаної послуги з тим, що він отримав в реальності.

У випадку коли споживач у відносинах з підприємством бачитиме самостійну цінність з його боку буде виникати потреба в маркетингу взаємовідносин і він не буде купувати аналогічні послуги у конкурентів. Саме в результаті взаємодії зі споживачем послуг підприємство отримує вигоди і на основі цього визначає цінність клієнта для підприємства.

Система оцінювання результатів маркетингових відносин зі споживачами забезпечує комплексну оцінку і аналіз факторів, які впливають на їх ефективність і дають змогу швидко адаптуватися до зростаючих вимог цільового ринку та узгодити інтереси і претензії споживача.

#### **Список використаних джерел:**

1. Березин И. С. Маркетинг и исследования рынков / И. С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 1999. – 416 с.
2. Романенко О.О. Особливості використання комплексу маркетингу та його концепцій на підприємствах готельного господарства / О. О. Романенко // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – № 1. – 2011. – С. 490-494.

### **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

**Клодницька В. І., студентка**

*Науковий керівник: викладач Литвин О.В.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Індустрія гостинності відіграє велику роль у сфері обслуговування та є одним з головних сегментів туристичної галузі. На розвиток в'їзного та внутрішнього туризму впливає стан розвитку матеріально-технічної бази готельних підприємств, рівень використання комп'ютерних та інформаційних технологій в системі бронювання та резервування, застосування провідних

технологій управління, впровадження екологічних засобів під час надання готельних послуг тощо.

Ведення готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах характеризуються загостренням конкурентної боротьби серед суб'єктів підприємницької діяльності. Характерною рисою, що виділятиме успішне підприємство, є інтенсивність використання у своїй діяльності інноваційної активності.

Дослідженню інноваційних процесів в різних сферах економіки присвячена велика кількість робіт.

С. М. Ілляшенко визначає інноваційний розвиток як «... процес господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і який пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту» [3, с. 23].

О. М. Барикін та І. М. Ніконов розглядають поняття «інноваційного розвитку комерційної організації», під яким розуміють «... прогресивну форму розвитку соціально-економічних систем, виражену в зміні їх якісного стану в рамках прийнятої моделі в результаті приросту компетенцій в області ведення інноваційної діяльності» [1, с. 19].

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає інновації як новостворені і вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери; а інноваційну діяльність – як діяльність, що спрямована на вирішення і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [2].

Середовище в якому функціонує заклад готельно-ресторанного господарства зумовлює впровадження інноваційної стратегії розвитку підприємства за такими основними напрямками: інновації в структурі системи правління підприємства, маркетингові інновації, продуктові інновації, організаційні нововведення.

Варто зазначити, що здійснення ефективної інноваційної діяльності неможливо без прагнення керівництва готелю або ресторану до проведення стратегічних заходів. Тому слід приділяти велику увагу системі управління інноваційним розвитком, від якої залежить ефективне функціонування організації [4, с. 314].

Прагнучи створити сприятливі умови для розвитку готельно-ресторанного бізнесу важливе значення має і співпраця різних структурних підрозділів регіону, що зацікавлені та забезпечують процес даного розвитку.

Основними організаційними структурами, що можуть забезпечити поєднання інтересів різних секторів управлінської діяльності в індустрії



гостинності, можуть бути маркетингові консорціуми, конгломерати, громадські організації при навчальних закладах, які готують фахівців сфери обслуговування, об'єднання створені з метою просування конкретного туристичного продукту, туристично-інформаційні центри.

Умови надання послуг та процес обслуговування клієнтів є визначальними параметрами гуманітарної концепції гостинності, яка орієнтована на формування позитивного іміджу готелю у споживачів [4, с.115].

Отже, досягти успіху у конкурентній боротьбі можливо в результаті провадження ефективної політики готельно-ресторанного підприємства за умови його інноваційного розвитку, що передбачає розширення асортименту послуг, підвищення якості обслуговування, застосування провідних інноваційних технологій та використання новітніх методів управління готелем та рестораном.

#### **Список використаних джерел:**

1. Барикін А. Н. Рішення динамічних задач інноваційного розвитку комерційних організацій: основи методики: підручник / А.Н. Барикін. – К.: Менеджмент інновацій, 2014. – 196 с.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40- IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційними розвитком: проблеми, концепції, методи: підручник / С. М. Ілляшенко – Суми: ВТД «Університетська книга», 2014. – 278 с.
4. Щоголева І. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства / І. В. Щоголева // Сталий розвиток економіки. – 2012. – №5. – С. 113-116.

### **РОЛЬ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**

**Кравченко Л.В., к. пед. н., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасна вища школа переживає болісний процес становлення, відходу від тотальної уніфікації та стандартизації навчально-виховного процесу. Проблеми педагогічної інноватики висувуються на рівень пріоритетних серед проблем наукової педагогіки. Тому для вирішення педагогічних проблем характерним є широкий інноваційний пошук, сфера якого носить досить масштабний характер. Це, зокрема, організаційні, функціональні та змістові перетворення. Особливого значення в сучасній педагогіці набувають технології моделювання та проектування навчально-виховного процесу. Реформування форм та методів

навчання і виховання проявляється у виникненні діалогових форм спілкування суб'єктів навчально-виховної діяльності, трансформації методів контролю знань і умінь студентів у самоконтроль та рейтинговий контроль.

Пошук умов, які б активізували пізнавальну діяльність на рівні інновацій, що стосуються організації, форм і методів навчання, можна сказати, закономірно призвів до впровадження в навчально-виховний процес інтерактивних методів навчання.

Дидактичні та методичні основи активізації пізнавальної діяльності наведені у працях Л. П. Арістової, М. А. Данилова, Л. В. Занкова, В. І. Лозової, М. І. Махмутова, Д. Ф. Ніколенко, О. М. Пехоти, О. Я. Савченко, М. Н. Скаткіна, Н. Ф. Тализіної, І. Ф. Харламова та ін.

Загальновідомо, що формування знань йде тим успішніше, чим вище активність тих, кого навчають, і це призводить не тільки до кращого розуміння, запам'ятовування, збереження і відновлення нової інформації, але й виробляє уміння застосовувати отримані знання на практиці. Активна пізнавальна діяльність - це перш за все інтелектуальна робота, направлена на формування нових знань, які отримані на основі використання власного досвіду, співставлення, аналізу і синтезу фактів. Включення в активність тих, кого навчають досягається тоді, коли навчання за своїм характером наближається до дослідного процесу, а творче середовище створюється за рахунок підвищеного інтересу до предмету.

Активізація процесу навчання обов'язково передбачає реалізацію принципу проблемності у навчанні, який поєднує в собі наукову проблемність з психологічною. Перший її аспект передбачає представлення змісту навчання у вигляді системи наукових проблем, а другий – акцентує увагу на необхідності створення в навчанні безперервного ланцюжка проблемних ситуацій, що викликають активну діяльність суб'єкта.

Під час навчання значна увага приділяється формуванню у студентів різних практичних умінь та навичок, які реалізуються через систему практичних занять. Основою ж для даних форм навчання слугує теоретичний матеріал, який студенти отримують на лекційних заняттях. Теоретичний матеріал займає провідну роль в навчальному процесі і повинен бути не лише проблемним і науковим за змістом, а й забезпечувати створення необхідної орієнтовної основи для наступної самостійної роботи студентів.

Навчально-виховний процес повинен включати поєднання індивідуальних форм роботи з колективними.

До перших можуть бути віднесені, наприклад, такі форми як: самостійна робота під час проведення заняття, самопідготовка і т.д.

У ході таких занять формується і збагачується індивідуальний досвід роботи. В число колективних форм входять різноманітні види аудиторних занять, методи «круглого столу», фронтальні способи виконання графічних робіт.

Вони виховують почуття колективізму, що виявляється у єдності дій та відповідальності за кінцевий результат.

Одна з важливих особливостей концепції інтерактивного навчання полягає в тому, що вона передбачає активну пізнавальну діяльність при будь-якій формі навчання: колективній або індивідуальній. Справа тут не в організаційній формі навчання, а в організації навчання як діяльності самого студента, тобто в рівні індивідуалізації навчання, міри самостійності та активності його мислення. Навчити чого-небудь неможливо; можливо лише навчитися - це одне із вихідних положень інтерактивного навчання. Воно й складає головну суть принципу поєднання індивідуальної форми роботи з колективною.

Запровадження інтерактивних методів навчання дозволяє сформувати у студентів відповідний тип мислення, стимулює їх пізнавальну діяльність, розвиває самостійне мислення.

Інтерактивні методи навчання дозволяють оптимально вирішувати три навчально-організаційні задачі: створити оптимальні умови для контролю за процесом навчання; забезпечити включення в активну навчальну роботу студентів з різною підготовкою і здібностями; встановити безперервний контроль за процесом засвоєння навчального матеріалу.

Використання інтерактивних методів навчання може бути ефективним шляхом до оптимізації навчального процесу. Але не варто забувати і про традиційні методи навчання. Переоцінка ролі активності і самостійності студентів, як засвідчує педагогічний досвід, може призвести до негативних наслідків. Не на кожному занятті можуть бути використані методи інтерактивного навчання, зважаючи на його зміст, склад навчальної групи і т. д. При відносному пріоритеті інтерактивних методів навчання на заняттях повинні займати своє місце самостійна робота з науково-технічною літературою, індивідуальна практична діяльність, інші форми та методи навчання.

### **Список використаних джерел:**

1. Алексюк А. М. Педагогіка вищої освіти України / Алексюк А. М. – К.:Либідь, 1998. – 560 с.
2. Ковешников В. С., Бунтова Н. В. Проблеми підвищення ефективності управління готельним господарством в сучасних умовах. / В. С.Ковешников, Н. В. Бунтова. - К.: Вид-во КІТЕП. – 2012. – 268 с.
3. Кужельний А. В. Проблема готовності студентів до саморозвитку у галузі професійної освіти / А. В. Кужельний // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т.Г. Шевченка [Текст] / [гол. ред. Носко М. О]. – Чернігів: ЧНПУ, 2013. – Вип. 108. – Т. 2. – С. 151 – 153. – (Серія: Педагогічні науки).

# СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

**Наумець Я.В., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л. А.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Ресторанне господарство – це сфера людської діяльності, що в останні роки стрімко розвивається. У всьому цивілізованому світі воно є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому між закладами та підприємствами постійно точиться боротьба за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів.

Експерти вважають, що український ресторанний ринок розвивається дуже динамічно: збільшилась кількість ресторанів та інших підприємств ресторанного господарства; поліпшилися їх зовнішній вигляд і асортимент пропонованих страв і напоїв. Однак до повного насичення ще далеко. Наприклад, в Америці на 600-700 мешканців припадає 1 ресторан, а в Києві - 1 на 3,5 тисяч. Отже, кількість ресторанів буде зростати, водночас і конкуренція стане жорсткішою.

Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається характером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ у недомашніх умовах. Ресторатори в конкурентній боротьбі за споживачів використовують різні інструменти: авторську, креативну та кухню ф'южн спрямування, в останні роки – молекулярну; високоякісне спеціалізоване та поліфункціональне устаткування; висококласні посуд та аксесуари сервірування; сучасний дизайн; музичне обслуговування, в тому числі шоу-програми, пропонують послуги сомельє, фумельє, бариста, впроваджують різні дисконтні програми та інші атрактивні елементи тощо.

Послуги закладів ресторанного господарства є важливим елементом обслуговування туристів. Ця сфера в комплексі туристичних послуг швидко розвивається і в майбутньому може стати важливим сектором туристичної діяльності. Зберігаючи кращі традиції національної кухні, заклади ресторанного господарства є візитною карткою гостинності кожного міста та й усієї України, популярною формою проведення дозвілля та спілкування, ознакою престижу і добробуту [4].

Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «коворкінгами», «некафе» або «smart cafe». Вони можуть розташовуватися в центрі міста, або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів – безкоштовно все, крім часу. Ці заклади працюють за системою «все включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час) і являють собою нерухомість нового формату, яка спеціально пристосована для фрілансерів, стартаперів, ІТ-підприємців та маркетологів.

Коворкінг – це модель роботи, коли працівники залишаються вільними і незалежними, і використовують вільний простір для своєї діяльності. Займатися своїми справами вони можуть у коворкінг-центрах або у креативних просторах, винайнявши робоче місце на місяць, день або декілька хвилин.

Найбільш відомими креативними просторами в Києві є: «Часопис», «БеседниZza», «Циферблат», «BIBLIOTECH», «Freud House», «12», «Kyivworking», «Work-and-Roll». Формат таких закладів передбачає наявність кухні, де відвідувачі можуть знайти каву, чай, снеки, фрукти і печиво (у необмеженій кількості). Можна користуватися оргтехнікою та засобами зв'язку, сейфом, робочими кабінетами, кімнатою для переговорів, бібліотекою (діє буккросінг), кімнатою для відпочинку. Тут можна влаштовувати ділові зустрічі, семінари, майстер-класи, перегляди кінофільмів і концертів, просто спілкуватися або відпочивати. Це місця для тих, хто комфортно відчуває себе в демократичній атмосфері і знаходиться у пошуках нових трендів, знань і вражень. Креативні простори і коворкінги являють собою свого роду культурно-освітні кластери, які поєднують в собі кафе, офісні та освітні центри, магазини, велопрокати, кінозали, конференц-зали, дизайн-бутіки, шоу-руми, лекторії і майданчики для тусовки [6].

З появою в Україні традиції повноцінного сімейного відпочинку почали активно розвиватися заміські ресторани, особливо на ключових трасах. Формат заміських ресторанів передбачає: ресторан, готель на 15-25 номерів (одна будівля або будиночки), мангал, дитячий майданчик, звіринець, басейн, автостоянка.

Усе більшої популярності у великих містах набуває мода снідати у ресторанах, а тому деякі заклади починають свою роботу з 6-7 години ранку. Пропонуються як окремі страви, так і комплексні сніданки в українському, французькому, англійському, німецькому, італійському та американському варіантах. Середня ціна сніданку складає 25-65 грн. в залежності від закладу.

Позитивними наслідками розвитку ресторанного господарства в Україні є:

- ресторанне господарство дає істотну економію суспільної праці завдяки раціональному використанню техніки, сировини, матеріалів;
- надає відвідувачам протягом робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зміцнює здоров'я;
- дає можливість організації збалансованого раціонального харчування в дитячих і навчальних закладах.

Отже, можна сказати, що з кожним роком в Україні з'являються все нові види громадського харчування, починаючи від фаст-фудів і закінчуючи тематичними і високо елітними ресторанами, тому необхідно значну увагу приділяти особливостям розвитку даної сфери, а особливо темпам та динаміці його розвитку, слідкувати за тим як реагують на той, чи інший тип ресторанного господарства споживачі, розглядати у контексті їх уподобання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. / В. В. Архіпов. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
2. Домбик О. М. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу / О. М. Домбик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/dombyk.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/dombyk.htm).

3. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 16 с. – (Національний стандарт України).

4. Мальська М. П. – Ресторанна справа // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/93166-14-suchasn-tendents-rozvitku-restorannogo-gospodarstva-u-svt-ta-ukran.html>

5. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник / За ред. Н. О. П'ятницької. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.

6. Харченко А. Между офисом и домом: 7 коворкингов и креативных пространств Киева [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua/2013/01/22/108929>.

## **КОУЧИНГ ЯК ОДИН ІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

**Поворознюк І. М., к.е.н., доцент**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасний розвиток індустрії гостинності набирає швидкі темпи в Україні. Тому, для злагодженої роботи підприємствам індустрії гостинності необхідно створити команду професіоналів, яка б могла впоратися з будь-якої задачею і залишила незабутні, гарні враження у гостей готельно-ресторанного господарства нашої країни.

Чому гарні враження? Тому, що саме сфера гостинності детально вивчає та аналізує людину. Ні один із видів сучасного бізнесу не приділяє скільки уваги поведінці персоналу, як саме сфера індустрії гостинності.

В індустрії гостинності має значення все: посмішка, очі, руки, гнучкість тіла, інтонація. І для цього щоб мінімізувати фактори роздратування гостей необхідно працювати над поведінкою працівника. І саме коучинг є одним із ефективних способів у боротьбі з плинністю персоналу, яка є основною проблемою більшості підприємств індустрії гостинності.

Коучинг націлений на те, щоб максимально повно розкрити можливості нового працівника і добитися від нього повної віддачі в роботі. Коучинг не вчить, а допомагає навчатися [2, с.17].

Коучинг виник у 1990 роках, як окрема професія і представляє собою взаємодію (тренера коуча) з працівником або групою працівників для досягнення мети підприємства.

Коучинг відрізняється від тренінгу тим, що тренінг направлений на формування навиків, умінь, оволодіння різним видом устаткування, різними сучасними технологіями, а коучинг направлений перш за все на розкритті потенціалу працівника, який безпосередньо пов'язаний з потребами та інтересами особистості [1, с. 256].

Отже, застосування коучингу в закладах індустрії гостинності дозволить в повній мірі розкрити потенціал працівника, тим самим зменшиться плинність

кадрів і з'явиться у працівника бажання обслуговувати споживачів готельно-ресторанного господарства ще краще, що так важливо для цих підприємств.

Коучинг є основою розвитку та ефективним способом управління персоналом, який здатний прискорити і реалізувати стратегічні цілі підприємств індустрії гостинності, тим самим дає усі шанси виграти в конкурентній боротьбі.

### **Список використаних джерел:**

1. А. Э. Сак. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостинницы и рестораны): учебное пособие / А.Э.Сак, М.В. Якименко. – СПб.: Питер, 2012. – 432 с.

2. Уитмор Дж. Коучинг высокой эффективности / Дж. Уитмор; [пер. с англ.]. – М.: Междунар. академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. – 168 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ БРОНЮВАННЯ МІСЦЬ І НОМЕРІВ У ГОТЕЛІ**

**Поліщук А. Ю., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Кирилюк І. М.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Останнім часом інтерес людей до подорожей постійно зростає, туризм стає все більш привабливим і цікавим для туристів.

Задля отримання максимального прибутку власники бізнесу туристичної галузі шукають різноманітні способи, щоб залучити максимальну кількість турагентів. Задля цього компанії розширюють сферу застосування систем бронювання, включаючи в їхню програму широке коло послуг – бронювання готельних місць, прокат автомобілів, страхування авіапасажирів, оформлення квитків, закордонних паспортів тощо.

Бронювання – це попереднє замовлення місць і номерів у готелі. Бронюванням номерів займаються менеджери відділу бронювання або служби прийому і розміщення. Саме до цих підрозділів надходять заявки на бронювання від клієнтів. Постійні джерела заявок на бронювання – туристичні компанії, фірми, що займаються організацією виставок, симпозіумів, семінарів тощо, промислові та інші компанії, що мають в тому місці, де знаходиться готель, свій бізнес і що потребують розміщення своїх співробітників або партнерів по бізнесу. До постійних джерел бронювання, відноситься також централізоване резервування (GDS) [5].

Разові, епізодичні джерела заявок на бронювання – це, як правило, фізичні особи або компанії, в яких виникла необхідність в разовому розміщенні в готелі. Завантаження готелю залежить від сезону, ділової активності в даному регіоні, економічної і політичної ситуації. В часи політичної нестабільності інтерес туристів до туристичних об'єктів знижується через неможливість забезпечити безпеку перебування. У пік сезону готель може йти на подвійне бронювання.

Подвійне бронювання – це підтвердження майбутнього надання місць у готелі одночасно двом клієнтам на ту саму дату [1, с.100]. Йдучи на це, готель

іде на ризик, оскільки можуть одночасно приїхати обидва клієнти. Цей ризик виправдовується тоді, коли він ретельно вираховується на основі багаторічного досвіду роботи готелю, на основі знання того, яку кількість в середньому складають анульовані заявки. Але якщо обидва клієнти приїхали в готель, то місце одержує той, хто приїхав раніше. Для розташування клієнта готель має зв'язок з фірмами, що здають в оренду житло, або з поруч розташованими готелями, куди можна переадресувати клієнта. Іноді відділ бронювання пересилає заявку на бронь в інший готель, що і підтверджує клієнтові, що йому буде надане місце, але в іншому готелі. У цьому випадку необхідно одержати згоду клієнта на зміну готелю.

Використовують різні технічні засоби й організаційні форми для резервування. Серед технічних засобів типові: телефон; мережа Інтернет; факс; телеграма; лист [2, с.43].

З-поміж організаційних форм бронювання розрізняють: централізоване; між готельними агентствами; центральний офіс із бронювання; туристичними підприємствами; транспортними агентствами; організаторами конференцій і нарад; безпосередньо у готелі.

Використання телефону й Інтернету - найпоширеніші способи бронювання. Перший спосіб має певні переваги порівняно з іншими видами, оскільки забезпечується «живе» спілкування клієнта й оператора. Внаслідок цього клієнт отримує перші враження про готель, тому службовець повинен виявити майстерність і вплинути на вибір клієнта, зазначити переваги готелю над іншими. Водночас оператор з бронювання має змогу одержати значно повнішу інформацію про клієнта, запропонувати йому, крім основних, додаткові послуги [3,с.147].

Робота в системі бронювання полегшує організацію процесу, оскільки готель отримує єдину довідкову систему, побудовану за єдиною схемою. Сучасні системи бронювання становлять широкий спектр засобів надання інформації – використання світлин, детальний опис готельних номерів. Деякі готельні комплекси застосовують тривимірну графіку – клієнт може віртуально ознайомитись з готелем [4, с. 348].

Готель може використовувати і інші варіанти бронювання за допомогою комп'ютера: власну Інтернет-сторінку або бути членом однієї із систем Інтернет-бронювання. Системи стають все більш популярними через дуже широкі пропоновані можливості при досить невеликих витратах[1, с. 67]. Грамотна організація обміну інформацією між двома цими ланками дозволяє скоротити час одержання клієнтом підтвердження до мінімуму (в ідеалі так званий on-line має займати не більше 7 секунд).

Таким чином, у сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без упровадження й застосування новітніх інформаційних комп'ютерних технологій для здійснення бронювання. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість туристичних послуг.

#### **Список використаних джерел :**

1. Байлик С. І. Готельне господарство. Організація, управління / С. І. Байлик. – К: ВІРА-Р, 2002. – 202 с.



2. Ляпіна І. Ю. Організація і технологія готельного обслуговування: підручник для поч. проф. освіти: / І. Ю. Ляпіна; під ред. А.Ю. Ляпіна. – 5-е вид., випр. і доп. – М.: Видавничий центр «Академія», 2007. – 208 с.
3. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: навчальний посібник / Х. Й. Роглев. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
4. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах/ Т. Г. Сокол. – К.: Альтепрес, 2009. – 447 с.
5. Типи бронювання номерів у готелі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.mygel.ru/2010-08-26/tipy\\_bronirovaniya\\_nomerov\\_v\\_gostinitse](http://www.mygel.ru/2010-08-26/tipy_bronirovaniya_nomerov_v_gostinitse)

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

**Робейко І. В., студент**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Поворознюк І. М.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки є провідним напрямом економічного і соціального розвитку нашої країни. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура.

Сьогодні туризм формує економіку багатьох країн, регіонів та є дуже важливим чинником стабільного розвитку сучасної індустрії гостинності.

Сучасний стан і тенденції розвитку готельної індустрії країни можна охарактеризувати наступними положеннями:

1. Досягнення готельної індустрії України є дуже скромними на тлі загальносвітової тенденції неухильного зростання, процвітання і розвитку даної сфери діяльності.

2. Основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам.

3. Високо комфортабельні готелі в Києві введені в експлуатацію за участю іноземних компаній дозволили істотно скоротити дефіцит готелів високого класу для багатой клієнтури. Вартість розміщення в цих готелях порівнянна з вартістю розміщення в найбільших столицях світу [1, с.56].

Готелі в різних містах України стикаються з однаковими проблемами: жахливий стан матеріально-технічної бази, падіння рентабельності, коефіцієнт завантаження на рівні близько 25%, вимушено високі ціни, що не відповідають регіону. Україна серйозно відстає в якісних показниках у порівнянні з найближчими сусідами – вони ж і конкуренти на світовому туристичному ринку, і при простому еволюційному розвитку інфраструктури засобів розміщення наша держава буде просто неконкурентоспроможною [2, с.114].

На сучасному етапі життя, нашій країні потрібно виконати ряд завдань для того щоб така сфера діяльності, як готельно-ресторанна індустрія була на конкурентоспроможному рівні в порівнянні з іншим державами та регіонами світу. По-перше, необхідно збільшити кількість засобів розміщення різних категорій з чіткою диференціацією в спеціалізації пропонованих послуг гостинності, вдосконалити управління готельними підприємствами в умовах динамічного соціально-економічного простору та розширення туристичної діяльності, поліпшити якість готельних послуг, ефективність маркетингу і взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів, а на державному рівні максимально підтримувати формування національних готельних ланцюгів, які впроваджують нові стандарти готельного сервісу, єдині підходи організації управління [3].

В той же час ресторанне господарство також займає важливе місце у реалізації соціально-економічних задач. Його основним призначенням є забезпечення населення кулінарною продукцією та організація високого рівня обслуговування відповідно до його потреб.

З початком економічних трансформацій прибутковість закладів ресторанного господарства стала основною метою діяльності підприємств, досягти якої, працюючи на обмеженому сегменті споживчого ринку, що обумовлений низьким рівнем життя українців. Вплив зовнішніх факторів призвів до того, що більше половини підприємств ресторанного господарства в Україні є збитковими.

Українським рестораторам доводиться враховувати національні нюанси – низьку купівельну спроможність більшої частини населення, відсутність налагодженої системи постачання, дефіцит висококваліфікованого персоналу [4, с. 66]. Однією з найгостріших проблем ринку є проблема постачання продуктів та спиртних напоїв. Ресторатори стверджують, що постачальники, які пропонують якісну продукцію невинновдано завищують ціни, у той час як ресторатор, зважаючи на конкуренцію, не може збільшити ціну на страви, а тому зменшується прибутковість [5, с. 88].

Сьогодні важко здивувати чимось новим у сфері ресторанного господарства, то перед українським ресторатором постає досить складне завдання: придумувати щось нове буквально кожного дня. Тому він повинен або постійно знижувати ціну, або за ту ж ціну пропонувати більше послуг.

Останнім часом людському чиннику в індустрії гостинності приділяється важлива увага. Створення для робітників і службовців сприятливого клімату для роботи робить можливим вищий рівень трудової активності, який стимулює високу трудову активність кожного і відбивається на доходах підприємства в цілому. Надання працівникам можливості кар'єрного росту позитивно впливає на моральний стан колективу [4, с.112].

Отже, не зважаючи на проблеми, які затримують розвиток готельно-ресторанної справи в Україні, вона все ж залишається перспективною при умові, якщо наша країна зможе виконати ряд умов та завдань щодо розвитку готельно-ресторанної індустрії.

Готельний та ресторанний бізнес є перспективний за різними причинами. Останнім часом в нашій країні спостерігається стрімкий розвиток ділового туризму. Якщо буде відбуватися підвищення доходів населення України, то буде збільшуватися кількість людей, яка буде подорожувати в просторах нашої країни, а це викликає необхідність збільшити засоби розміщення і відповідно покращити якість. Також, наша країна заявила про свою інтеграцію до європейського простору і співпраця та досвід, який ми можемо отримати від країн Європи може покращити розвиток готельно-ресторанної індустрії в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бородіна В. В. Ресторанно-готельний бізнес: Облік, податки, маркетинг, менеджмент / В. В. Бородіна. – М.: Книжковий світ, 2009. – 165 с.
2. Єфімова О. О. Економіка готелів і ресторанів / О. О. Єфімова, Н. О. Єфімов. – М.: Нове знання, 2008. – 279 с.
3. Поворознюк І. М. Шляхи підвищення якості готельних послуг в Україні / І. М. Поворознюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/5582/1/>
4. Чудковський В. Н. Ресторанний бізнес / В. Н. Чудковський. – М.: Академія, 2004. – 156 с.
5. Шулік Н. В. Організація обслуговування в ресторанах: навчальний посібник / Н. В. Шулік. – Київ: Вища Школа, 2009. – 189 с.

### **ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

**Ряба А. Ю., студентка**

*Науковий керівник: д. тех. н., професор, Штангеева Н. І.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасна ринкова економіка має соціальну спрямованість та націлена на створення умов для забезпечення гідного рівня життя населення, зокрема такої важливої його складової, як відпочинок. Саме на реалізацію цієї функції і спрямовані підприємства готельного господарства. Головний потенціал готелю полягає в кадрах. Які б прекрасні ідеї, новітні технології, найсприятливіші зовнішні умови не існували, без добре підготовленого персоналу високої активності домогтися неможливо.

У наш час гостро стоїть питання проблеми управління персоналом. Адже запорука продуктивної роботи будь-якого підприємства, а особливо це стосується підприємств готельного господарства, – задоволений персонал [1].

Сучасні методи управління пропонують використання так званих 3-х стилів:

– стиль участі (пояснити чому працівник важливий у команді, створити відчуття власної значущості; застосовується для нових членів команди та працівників низових ланок);

– стиль безпосереднього керівництва (дати працівникам відповідь на 5 запитань Що? Де? Як? Чому? Коли?; працівники повинні знати що повинні робити, які їхні обов'язки, коли робота повинна бути завершена; як приклад, цей метод часто застосовується в організації роботи працівників клінінгових служб готельних підприємств);

– стиль командної роботи (обмін досвідом, спільне вирішення проблем, колективні поради; як приклад, застосовується при організації банкетів і подібних заходів в ресторанах) [2].

Останнім часом значної популярності серед багатьох компаній індустрії гостинності, особливо в корпоративному секторі, набула ідея сприйняття персоналу як стратегічного ресурсу. Для ефективного управління цим ресурсом необхідно максимально використовувати його явний та прихований потенціал. Основу даного потенціалу складає не тільки професійна майстерність, а й здатність до творчості, до креативного мислення та генерації нових ідей. Саме останні складові можуть стати вагомим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства та розширення сегменту потенційних споживачів.

До сучасних методів пошуку інноваційних ідей серед персоналу можна віднести наступні [3]:

«Альтер-его» (вирішення будь-якого питання з точки зору відомої людини). Для того, щоб вирішити конкретну проблему за цим методом, необхідно подивитись на неї очима історичної особи, персонажу книги, видатного спеціаліста в певній сфері, відомого корпоративного лідера. Застосування цього методу дозволяє прогнозувати рішення, використовуючи стиль та ідеї відомих особистостей.

«Символ» (представлення проблеми чи питання певним символом, який максимально відповідає цій проблемі; кожний елемент символу може бути відповіддю на питання). За цією методикою керівник формулює проблему та пропонує групі працівників придумати аналогію у вигляді певного символу, який би максимально відповідав висунутій проблемі по суті та характеру. За складеним списком атрибутів даного символу група продумує способи їх застосування для вирішення проблеми.

«Виклик» (керівник формує уявну проблему, а персонал повинен вирішити її без будь-якої допомоги). За цим методом керівник кидає виклик підлеглим, впливаючи на їх підсвідоме бажання довести свою спроможність самостійно вирішувати проблеми та приймати рішення.

«Метод SCAMPER» (вирішення проблеми шляхом заміни, комбінації, адаптації, модифікації, застосування, ліквідації, створення протилежності). Назва методу включає перші букви дій, які потрібно зробити персоналу над продуктом, послугою чи явищем в організації. Це дозволить знайти безліч несподіваних ідей для модифікації існуючих та створення нових продуктів чи

послуг.

«Метод провокацій» (пошук вигоди від незвичайних, навіть безглузвих ідей). Цей метод сприяє генеруванню серед персоналу ідей, які виходять за межі стандартних моделей мислення і особливо корисний, коли підприємство хоче створити абсолютно новий товар, розпочати новий бізнес.

«Рефреймінг» (використовується для вирішення важливих бізнес-проблем). Найбільш поширеною формою рефреймінгу є оцінка працівниками проблеми з точки зору людей різних професій. Керівник доручає підлеглим грати різні ролі при критичній оцінці різних складових продукту чи послуги підприємства та вислуховує їх думку, фіксуючи нові ідеї [4].

«Метод інверсії» (пошук раціональних рішень проблеми при аналізі протилежного завдання). За цим методом керівник ставить перед підлеглими завдання, протилежне тому, яке він хоче вирішити. В результаті можна отримати перелік дій та рішень, які не допустимі для даного продукту чи послуги і використати ці знання для їх покращення. Цей метод дозволяє працівникам побачити те, чого б вони не помітили при прямому формулюванні проблеми.

Отже, важливим відповідальним завданням для готельних підприємств є створення репутації, високої якості обслуговування гостей, яке забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб підприємства, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення та впровадження передового досвіду. Сучасний процес управління персоналом містить у собі комплекс інноваційних механізмів, організованих навколо взаємодії працівників, активізації творчого й організаційного персоналу, інтеграції його зусиль на досягнення поставлених цілей. Абсорбуючи традиційні світові підходи до управління людськими ресурсами, він розширює існуючі рамки, виводячи управлінські процеси на потенційно новий рівень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Булатов А. С. Экономика [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://epi.cc.ua/sovremennaya-ryinochnaya-ekonomika.html>
2. Developing and Managing Hotel Staff For Increased Productivity and Superior Guest Experiences [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.best-in-class.com/bestp/domrep.nsf/products/developing-and-managing-hotel-staff-for-increased-productivity-and-superior-guest-experiences>
3. Креативное вооружение. Источники и методы генерирования идей [Электронный ресурс] / Т. Кузнецова // Новый менеджмент – 2009. – № 9. – Режим доступа: <http://www.new-management.info/issues/2009/9/732/>
4. На гребне. Тенденции инновационного менеджмента, на которые стоит обратить внимание [Электронный ресурс] / Т. Кузнецова // Новый менеджмент – 2008. – № 11. – Режим доступа: <http://www.new-management.info/issues/2008/11/315/>

#### **СУЧАСНІ EVENT- ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

З кожним роком на території України з'являється все більше закладів ресторанного господарства.

Вважається, що ресторанний бізнес – один з найбільш складних напрямків в підприємстві. З метою піднесення престижу і збільшення прибутку ресторану, а також підвищення якості обслуговування власники використовують найсучасніші методи підвищення ефективності маркетингу.

Однією із таких інноваційних методик залучення клієнтів, одним із найбільш ефективних інструментів маркетингової політики у ресторанному бізнесі є event-менеджмент.

Event-менеджмент – це практичне застосування менеджменту в області проектування проведення та організації заходів та подій. Загалом також існує безліч визначень поняття «захід». Одним з найкоротших та вдалим є: захід - це те, що відрізняється від звичайного життя. Це визначення належить Роберту Ф. Джані, одному з керівників парку розваг Уолта Діснея.

Ціллю event-менеджменту в закладах громадського харчування є залучення та утримання клієнтів і як результат – отримання більшого прибутку.

Сьогодні важко здивувати відвідувача звичайним концертом чи дегустацією нових страв. Тому власники закладів щоразу шукають нові ідеї для залучення та утримання клієнтів.

Сучасним трендом ресторанному бізнесі є використання інноваційних комп'ютерних технологій. Одне з таких нововведень – це проекційний дизайн, повноцінний інструмент для PR ресторанів і кафе. За допомогою відеопроєкції стіна кафе перетворюється на великий акваріум, а через 5 хвилин перед здивованими клієнтами розстеляється зелений луг, на якому розпускаються квіти і літають метелики, а через якийсь час відвідувачі вже в космосі серед мільйонів зірок. Це ідея для кафе і ресторанів, яка дивує відвідувачів ресторану, та кафе; створює ексклюзивний дизайн кафе, ресторану або іншого закладу; дає можливість рекламувати страви, акції та пропозиції; дозволяє заробляти більше на весіллях та інших святах. Система eMenu – це інтерактивна система замовлень, що дозволяє гостю легко і швидко ознайомитися з усім різноманіттям пропонованих страв і напоїв, в будь-який момент без допомоги офіціанта зробити замовлення або попросити рахунок. eMenu підвищує загальну ефективність бізнесу і рівень сервісу: оперативне і чітке виконання замовлень збільшує доходи закладу, а повна автоматизація замовлення знижує навантаження на персонал. Інтерактивні комп'ютерні столи - це майбутнє ресторанного бізнесу. Стіл дає можливість робити замовлення, грати в ігри, дивитись кіно або приготування замовлених страв на кухні. Такі сучасні новинки розробляють українські розробники, які стають популярними у всьому світі.

Ефективним варіантом для розважального закладу громадського харчування є тематичні вечори. При їх організації на вищому рівні, можна залучити гостей, створити для них незабутню атмосферу, невимушено змусити з'їсти і випити більше, залишити позитивний відгук, і що найголовніше, порекомендувати заклад своїм друзям, колегам, знайомим. При організації тематичного вечора важлива кожна деталь. Добре продумані і реалізовані найдрібніші деталі, допомагають створити атмосферу урочистості і затишку.

Дитяча тематика стає популярною в ресторанному бізнесі. Все більш стає поширеним правило: шлях до серця гостя лежить також через їх дітей. Можна запропонувати цікаве меню для дітей, в якому будуть страви з оригінальним дизайном. Цікавою ідеєю є організація дитячих майстер-класів з приготування нескладних фірмових страв. При цьому батьки також зможуть приймати участь або ж скуштувати фірмові новинки закладу.

Так, приміром, автор О. Є. Завгородня у своїй статті «Додаткові послуги та інновації в соціокультурному просторі ресторанного бізнесу» [4, с. 131] пропонує впроваджувати такі інноваційні послуги у сфері event-менеджменту ресторанного бізнесу, зокрема:

- організацію та проведення різних заходів, зокрема таких як офіційні прийоми, фуршети і бенкети,
- святкування ювілеїв і весіль, днів народжень, барбекю на природі та ін.;
- забезпечення доступу відвідувачів до караоке-залів;
- кейтеринг,
- надання послуг флориста, дизайнера, букінг-артиста, фото і відео зйомки;
- організацію святкування з послугами відомих артистів різних жанрів, музичних колективів;
- надання послуг піротехніків, кондитерів;
- проведення дитячих свят з використанням дитячого меню, клоунів, улюблених персонажів казок, героїв мультфільмів, фокусників, ілюзійоністів, лялькового театру, шоу мильних бульбашок, рухливих ігор,
- кулінарних майстер-класів, турнірів із караоке;
- надання дитячого майданчика;
- надання VIP будиночків;
- забезпечення та організація активного відпочинку – катання на квадро циклах, велосипедах, лижах, тощо;
- організацію риболовлі, полювання, збирання грибів та ягід;
- організацію пейнтболу, гри в теніс, купання в басейні та перебування в сауні.

Отже event-менеджмент є одним з найбільш істотних інструментів паблік рілейшнз, який спрямований на отримання не одноразового ефекту, а довготривалого процесу у формуванні іміджу закладу громадського харчування, його впливу на суспільні інтереси і потреби.

Сьогодні заклади громадського харчування повинні враховувати сучасні event-технології для ефективного залучення своїх гостей.

### **Список використаних джерел:**

1. Гладских Е. О. Бум концептуальных ресторанов заканчивается. Что дальше? – обзор ресторанного рынка.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eda.vlasnasprava.ua/raznoe/analitika/um-kontseptualnyh-restoranol-zakanchivaetsya-chto-dalshe-obzor-restorannogo-rynka/>
2. Завгородня О. Є. Додаткові послуги та інновації в соціокультурному просторі ресторанного бізнесу// Культура України. – 2016, Випуск 52 – С. 129-139.
3. Карпюк, О. А., Сингаєвська, А. О. Event-менеджмент ресторанного бізнесу України як інструмент маркетингових комунікацій / О. А. Карпюк, А. О. Сингаєвська // Імплементація наукових засад та перспективи досконалої маркетингової діяльності підприємств як ринково-орієнтованої концепції їх розвитку: колект. монографія. Житомир: Вид-во Євенок О. О., 2017. С. 331-359.
4. Музикант В. Л. Комунікації в маркетингу: [підручник] / В. Л. Музикант. – СПб.: «Інфра», 2012. – 287 с.
5. Подольна В. В. Особливості просування закладу у сфері ресторанного бізнесу / В. В. Подольна, М. В. Вартова // Ефективна економіка. – 2017. – №3. – <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5479>
6. Шумович А. В. Великолепные мероприятия: Технология и практика event-management / А. В. Шумович. – 3-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ В УКРАЇНІ**

**Цимбалюк Ю. А., студентка**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Поворознюк І.М.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У ресторанному бізнесі триває жорстока боротьба за споживача. Конкурентоспроможному підприємству варто постійно впроваджувати новітні прогресивні технології, підвищувати рівень обслуговування, надавати нові ексклюзивні послуги тощо. Одним із напрямком впровадження новітніх прогресивних технологій у ресторанному бізнесі є кейтеринг, який є досить важливою і затребуваною формою введення ресторанного бізнесу.

Слово «кейтеринг» походить від англійського дієслова «cater», що в перекладі означає «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», та словосполучень «public catering» – ресторанне господарство, а також «catering trade» – ресторанний бізнес. Так, на думку П'ятницької Н. суть кейтерингового обслуговування полягає в тому, що ресторан за спеціальним замовленням



забезпечує замовнику приготування і доставку готової продукції ресторанного господарства у зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, в місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних сервісних послуг [2, с. 25].

На практиці під кейтерінгом мається на увазі не тільки приготування їжі і доставки, а й обслуговування персоналом, сервіровка, оформлення столу, розлив і подача напоїв гостям і тому подібні послуги.

Кейтеринг являє собою високоприбутковий та перспективний вид діяльності для готелів та ресторанів, які планують організовувати послуги постійно, а не періодично з метою долучити додатковий дохід для закладу [1, с. 38].

На жаль, ринок кейтеринг-послуг насичений тільки в напрямі обслуговування торжеств і фуршетів. А от у сфері офісних обідів він, на думку експертів, заповнений не більш ніж на 20% і є дуже перспективним. При цьому практично ніхто не займається доставкою обідів у чистому вигляді – такі послуги є побічним видом діяльності різноманітних ресторанів і кафе [3].

Вагомим аспектом успішного розвитку ринку кейтерингових послуг в Україні є наявність належного конкурентного середовища. Історично так сформувалося, що кейтерингові послуги започатковувались у столицях країн і тому в регіональному масштабі ми маємо відсутність сформованих споживчих переваг, наявність на ринку крупних ресторанних закладів з високим та середніми ціновими сегментами, що зменшує їх доступність усім категоріям споживачів.

Ще однією з проблем розвитку ринку кейтерингових послуг є недостатність інформаційного поля, що дозволить інформувати як споживача про наявність та асортимент послуг кейтерингових фірм, так і самої компанії про новинки в технології та організації цих послуг.

Шляхами вирішення проблем розвитку кейтерингу в загальнодержавному та регіональному масштабах в Україні є:

- підвищення мобільності кейтерингових компаній, що першочергово пов'язана з їх матеріально-технічною базою та наявними кваліфікованими кадрами;
- розширення асортименту страв у меню із врахуванням потреб споживачів у здоровому харчуванні, вживанням низькокалорійної та смачної їжі та релігійними особливостями;
- вдосконалення асортименту та підвищення якості пропонованих кейтерингових послуг;
- впровадження науково-обґрунтованих логістичних прийомів та вдосконалення маркетингової політики кейтерингових компаній;
- оптимізація роботи та пошук нових каналів просування і збуту кейтерингових послуг;
- застосування нових інформаційних технологій та тенденцій на ринку кейтерингу, зокрема стимулювання розвитку «екологічного кейтерингу».

Отже, виходячи з того, що сфера ресторанного бізнесу в нашій державі рухається вперед досить стрімко, підкоряючись економічним законам попиту і пропозиції, а також конкуренції за споживача, кейтеринг може стати дуже прибутковою справою. Подальші перспективи на ринку повинні бути пов'язані із залученням інвестиційних коштів з метою реалізації розглянутих перспектив.

#### **Список використаних джерел:**

1. Апопій В. В. Організація і технологія надання послуг: навч. посіб. / В. В. Апопій, І. І. Олексин, Н. О. Шутовська, Т. В. Футало – К.: Видавничий центр «Академія», 2006. – 311 с.
2. Погодин К. С. Ресторан выездного обслуживания (кейтеринг): с чего начать, как преуспеть: учебник / Погодин К. – Санкт - Петербург: Питер, 2014. – 210 с.
3. Кононенко Т. П. Сучасний кейтеринг та обладнання / Т. П. Кононенко, В. О. Єфімова // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2006. – Вип. 2(4). – С. 264–270.

### **ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

**Чирва О. Г., д. е. н., професор**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Більшість підприємств індустрії гостинності лише нещодавно почали освоювати технологію стратегічного управління. Тому часто продумані в теорії стратегічні плани, на створення яких підприємства витрачали багато часу та коштів (у тому числі, запрошуючи зовнішніх консультантів), залишаються нереалізованими. Із цього зрозуміло, що розроблення стратегії ще не означає, що підприємство впроваджує стратегічне управління. І навпаки, формальне існування стратегічного менеджменту не застрахує підприємства індустрії гостинності від невдач.

Основними помилками підприємств, що ведуть до неефективної реалізації стратегій є:

- нерозуміння менеджерів конкретних завдань і термінів досягнення цілей, та необхідних змін в поведінці та діях кожного з них;
- ригідність існуючих організаційних структур, які слабо піддаються змінам відповідно до обраної стратегії та обґрунтування стратегічних змін;
- низька ефективність механізмів моніторингу результативності реалізованих стратегій і внесення необхідних корегувань при виявленні відхилень;

- неповне опрацювання питань ідентифікації, забезпечення і розподілу необхідних ресурсів для реалізації стратегій, у тому числі фінансових, інформаційних, людських і ресурсів часу;
- відсутність системи колективного прийняття рішень про напрями стратегічного розвитку підприємства;
- відсутність у колективі почуття відповідальності за досягнення стратегічних цілей впродовж усього періоду їх реалізації;
- неготовність керівників до подолання опору, пов'язаного з новими стратегічними змінами.

Тому для безперебійної та злагодженої роботи на підприємствах індустрії гостинності слід вчасно і якісно розробляти стратегії управління. До основних стратегій управління в індустрії гостинності слід віднести: BTL-стратегію, що включає в себе проведення промоакцій, семплінгу, демонстрацій, надання знижок, бонусів тощо [1]; бізнес-стратегію, що передбачає розробку комплексного плану управління, яка спрямована на зміцнення становища підприємства на ринку готельних та ресторанних послуг і забезпечує координацію зусиль, залучення та задоволення потенційних споживачів, успішну конкуренцію і досягнення глобальних цілей; стратегію диференціації, що передбачає надання послугам особливих властивостей, які важливі для гостей готелю чи ресторану та які відрізняються від послуг конкурентів; інноваційну стратегію; стратегію конкуренції готелів та ресторанів; стратегію маркетингу готельного та ресторанного бізнесу; стратегію маркетингу персоналу готелю та ресторану.

Отже, для злагодженої роботи підприємств індустрії гостинності у процесі управління необхідно проводити своєчасні стратегічні зміни, та враховувати високу динамічність і різну масштабність об'єктів управління, ступінь невизначеності зовнішнього середовища і високій рівень диференціації видів економічної діяльності в індустрії гостинності, та слабкі стартові позиції входження вітчизняних підприємств на світовий готельно-ресторанний ринок.

Адже правильна підібрана стратегія управління підприємством дасть можливість підвищити ефективність роботи підприємств індустрії гостинності та досягнути основних результатів його діяльності.

### **Список використаних джерел:**

1. Стратегічні підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/7\\_ukr/45.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/45.pdf)

*Наукове видання*

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИНАМІКИ**

**МАТЕРІАЛИ**

**IV Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції  
молодих учених та студентів**

**30 листопада – 1 грудня 2017 року**

Видається в авторській редакції

Підписано до друку 07.12.2017 р. Формат 60х84/16.

Папір офсетний. Ум. друк. арк. 21,3

Тираж 100 прим. Замовлення № 1111

Видавничо-поліграфічний центр «Візаві»

20300, м. Умань, вул. Тищика, 18/19

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 2521 від 08.06.2006.

тел. (04744) 4-64-88, 4-67-77, (067) 104-64-88

[vizavi-print.jimdo.com](http://vizavi-print.jimdo.com)

e-mail: [vizavi008@gmail.com](mailto:vizavi008@gmail.com)