

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Академія соціального управління
Кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва



МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОГО СЕМІНАРУ:
«Особливості розвитку
соціального бізнесу в умовах
інтеграційних перетворень»

17 жовтня 2017 року
Тернопіль

Особливості розвитку соціального бізнесу в умовах інтеграційних перетворень:
матеріали науково-практичного семінару, (Тернопіль, 17 жовтня 2017 року) / МОН України, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя [та ін.]. – Тернопіль: 2017. – 49 с.

У збірнику представлено тези доповідей науково-практичного семінару «**Особливості розвитку соціального бізнесу в умовах інтеграційних перетворень**»

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова оргкомітету

Рогатинський Р.М. – д.т.н., професор, проректор з наукової роботи, ТНТУ імені Івана Пулюя

Члени оргкомітету:

Ціх Г.В. – к.е.н., доцент, декан факультету економіки та менеджменту, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Андрушків Б.М. – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, заслужений діяч науки і техніки України, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Малюта Л.Я. – к.е.н., доцент, заступник завідувача кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Владимир О.М. – к.е.н., доцент, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Вовк І.П. – к.е.н., асистент, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Дудкін П.Д. – к.е.н., доцент, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Мельник Л.Я. – к.е.н., старший викладач, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Нагорняк Г.С. – к.т.н., доцент, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Островська Г.Й. – к.е.н., доцент, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Стойко І.І. – к.т.н., доцент, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Федишин І.Б. – к.е.н., асистент, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Шерстюк Р.П. – докторант, к.е.н., асистент, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

Комп'ютерний набір, верстка та редагування: Шерстюк Р.П., Федишин І.Б.

Адреса науково-практичного семінару:

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

Тернопіль, вул. Микулинецька, корпус № 7, к.305

тел. (0352) 519738

e-mail: nauka.mp.tntu@gmail.com

ЗМІСТ

СЛОВО РЕКТОРА Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доктора технічних наук, професора, лауреата державної премії України, заслуженого діяча науки і техніки України Петра Володимировича Яснія	5
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО до учасників науково-практичного семінару з нагоди ювілею – 15-ти річчя кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва ученого секретаря університету Галини Михайлівни Крамар	6
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО з нагоди ювілею декана факультету економіки та менеджменту, кандидата економічних наук, доцента Галини Володимирівної Ціх	7
Богдан Андрушків Моя роль у роботі кафедри яка 15 років функціонує в університеті прозаїчна. 10-ть рутинних років пройшло як один день	8
Андрушків Б.М., Погайдак О.Б., Кирич Н.Б., Шерстюк Р.П. ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПЕРІОД РЕФОРМАЦІЙНОГО ОБ'ЄДНАННЯ ФОНДІВ	9
Ціх Г.В., Погайдак О.Б., Шерстюк Р.П. ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РІВНЯ КАДРІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	11
Богайчук О.Л., Федішин І.Б. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ	13
Витягловська Н., Федішин І.Б. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ	15
Владимир О.М., Паляниця В.А. СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ – ЗАПОРУКА УСПІШНОГО ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	17
Вовк І.П., Григорович В.П., Островська Г.Й. ВИЗНАЧАЛЬНА РОЛЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ	19
Галушак М.П., Галушак О.Я. АКТУАЛЬНІСТЬ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ	21
Дудкін П.Д. SMART КОМПОНЕНТИ У ЛОГІСТИЦІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	22
Дудкін П.Д., Крупа В.В. ГНУЧКІСТЬ В СИСТЕМІ МАТЕРІАЛЬНО ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА МАШИНОБУДІВНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ДРІБНОСЕРІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА.....	23
Кремінський Я.В., Малюта Л.Я. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ З ВИКОРИСТАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ	24
Луциків І.В. РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ .	26

Машлій Г.Б., Крепич Ю. МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	28
Машлій Г.Б., Мосій О.Б. СУЧАСНИЙ СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	29
Мельник Л.М., Беркіта Н.В., Боднар Н.Г. ІМПЕРАТИВИ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В ТУРИЗМІ	30
Нагорняк Г.С. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ АКТИВІЗАЦІЇ СЕРВІСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РЕФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН.....	32
Остапчук П., Машлій Г.Б. СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	34
Островська Г.Й., Василевська К.А., Саламі О.І. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО І КУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА КРОС-КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	35
Островська Г.Й. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ: СТАЛИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИЙ РОЗВИТОК	37
Пельчер М.В., Малюта Л.Я. ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ .	39
Стойко І.І. ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	41
Федишин І.Б. ІНТЕРНЕТ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ РОЗВИТКУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	43
Химич І.Г., Тимошик Н.С., Винник Т.М. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА КОМПАНІЇ – ОСНОВА СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ	45
Шерстюк Р.П., Шеліхевич Д., Максимов І. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	47
РЕКОМЕНДАЦІЇ науково-практичного семінару «ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ»	49

СЛОВО РЕКТОРА

Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доктора технічних наук, професора, лауреата державної премії України, заслуженого діяча науки і техніки України
Петра Володимировича Яснія



Аналізуючи роботу кафедри, якій у поточному році минуло 15 років не можливо не згадати поряд з її засновником Мартиненком В.Я., Андушківа Б.М. який 10-ть років вдало ув'язуючи університетські, місцеві та регіональні та загальнодержавні проблеми, запропонував свої шляхи стабілізації економіки у постконфліктний період та, відповідно до цих обставин, кафедрою адаптував навчальні процеси. Згальновідомо, що радикальні економічні реформи є одним із шляхів виходу нашої країни з чисельних

криз. У цивілізованих державах їх провідником є економічна наука, яка торує дорогу, ставить віхи на шляху розвитку як національної економіки, так і народногосподарського комплексу.

Справді, п'ятнадцять років тому, керівництво університету прийняло рішення про створення кафедри менеджменту підприємницької діяльності, яка потім трансформувалася у кафедру менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва. У кожній кафедрі, як і вузу в цілому, своя біографія, своя мета і свої набутки. У вищезгаданій кафедрі – життєпис особливий, бо вона покликана забезпечувати виробничу сферу кадрами інноваційного, бізнесово-підприємницького профілю. Слід відзначити, що колектив визначені завдання виконує успішно, неодноразово займаючи лідируючі місця в університеті за рейтинговою оцінкою. Створено відповідну матеріально-технічну базу, навчально-методичне підґрунтя для забезпечення та організації навчального процесу, відкрито нові спеціальності. Кафедра плідно співпрацює з громадськими формуваннями творчого інженерно-технічного, соціального та економічного характеру. Відкрито актуальні нині інноваційні спеціальності, які тісно ув'язують інженерно-технічну діяльність з економічною доцільністю. Кафедра йде у фарватері успішного використання новітніх методів навчання, інформаційних технологій, інтерактивного спілкування тощо, в результаті чого неодноразово відзначалася при підведенні підсумків загальноуніверситетського суперництва.

Заслужовують на увагу пропозиції щодо стажування та підвищення кваліфікації наших викладачів у ВУЗах Європи, оновлення комп'ютерного парку та матеріально технічної бази загалом, видавничої діяльності тощо. Питання та проблеми будуть вирішуватися. Час і гроші всьому лік...

Користуючись нагодою, від імені ректорату, вченої ради університету сердечно вітаю весь професорсько-викладацький склад кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, інженерів, лаборантів, аспірантів і студентів з цим маленьким ювілеєм. Зичу усім нових наукових здобутків, творчих злетів в удосконаленні навчального процесу, достатку і злагоди в сім'ях, а її завідувачу, з нагоди його 70-ти ліття, здоров'я, натхнення, задоволення від усвідомлення творчих здобутків.

Вітальне слово до учасників науково-практичного семінару з нагоди ювілею – 15-ти річчя кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва ученого секретаря університету



Вже багато років ученим секретарем ТНТУ імені Івана Пулюя є к.т.н. доц. **Галина Михайлівна Крамар**. У своєму поздоровленні кафедри з ювілеєм вона відмічає:

У 2017 році виповнюється 15 років кафедрі менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, пересічного ВУЗівського структурного підрозділу. Здається, що тут такого? В університеті нині функціонує 37 кафедр та і 15 років – термін невеликий, але він достатній для того, щоб отримати позитивний досвід та визнання...

Чим заслужила такої уваги ця кафедра?

Особливість у тому, що на прикладі цього структурного підрозділу в короткий час яскраво продемонстровано досвід ефективного поєднання наукової, науково-дослідницької та навчально-методичної роботи. Справді, позиції кафедри міцніють за успішної організації навчального процесу, виконання науково-дослідної тематики. На кафедрі вже тривалий період утримується стійка творча атмосфера. Викладачі кафедри систематично публікуються у всеукраїнських фахових виданнях, активно здійснюється видавнича діяльність. В ногу з вимогами Міністерства освіти і науки України відбувається оновлення навчально-методичної бази, відкриваються нові спеціальності, зростає якісний склад і рівень професорсько-викладацького складу. Є плідна співпраця з науковими та громадськими формуваннями краю тощо.

Як результат, за рейтинговими оцінками кафедра вже тривалий період займає перші місця. Справді, як показує життя, 15 років – термін невеликий, але він достатній для того, щоб отримати позитивний досвід та визнання. Велика роль у справі розвитку кафедри належить не лише завідувачеві кафедри професору Андрушківу Б.М., а й викладачам, професорсько-викладацькому складу.

***Хочеться всім побажати терпіння,
досягнення заповітних мрій –
захисту докторських дисертацій.***

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

**з нагоди ювілею декана факультету економіки та менеджменту,
кандидата економічних наук, доцента Галини Володимирівної Ціх**



Дорогі друзі, шановні колеги, учасники науково-практичного семінару!

У 2010 році громадськість Тернопільщини відзначила великий ювілей – п'ятидесяти річчя створення Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, до якого має причетність майже кожний житель не лише нашого прекрасного Тернополя, а й краю та, без перебільшення, України. На скільки відомо, до успішності університету присвоєння цього високого імені «Національний» мали відношення всі кафедри в тому числі і кафедра менеджменту інноваційної

діяльності та підприємств, яку вже 10 – ть років очолює Богдан Андрушків.

Нині університет відмічає невеликий, але значимий ювілей 15-річчя створення кафедри яку він очолює вже 10 років. Справді, в кафедрі є значимі наробки, що дає підстави до певних змін. Кафедра лідирує в університеті за рейтинговими оцінками, займаючи перші місця. Завдячуючи таким кафедрам зміцнюється економічний напрям університету. Наші випускники сьогодні працюють на підприємствах, що розкинулись на широких просторах від Карпат до Чорного моря, від Харкова до Одеси. Дуже приємно сьогодні відзначити, що серед них є випускники і Вашої порівняно «молодої» кафедри – спеціалісти з менеджменту інноваційної діяльності та підприємства, магістри з менеджменту, управління інноваційної діяльності. Ви причетні до становлення університету як інструментарію «...досягнення достатку кожного, та економічного зростання держави у цілому». Ваша робота потрібна для професійного, грамотного і цивілізованого входження виробників у Європейське ринкове середовище.

Від деканату та вченої ради факультету бажаємо Вам, крім нових наукових здобутків та успіхів в організації навчального процесу, задоволення від життя, молодим вченим – досягти омріяних вершин.

***Здоров'я усім – найміцнішого,
благополуччя – найсвітлішого – на щодень,
на многії і благії літа!***

Моя роль у роботі кафедри яка 15 років функціонує в університеті прозаїчна. 10-ть рутинних років пройшло як один день



15-ти річний ювілей створення кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва подія якій присвячений науково-практичний семінар, не така вже і значима у масштабах регіону, міста. Проте в умовах університету її важко не зауважити. Вона суттєво впливає на життя університету. Реалізація чисельних заходів зі зміцнення матеріально-технічної, та навчально-методичної баз, організація науково-практичних конференцій, семінарів, активність видавничої та науково-дослідної діяльності, самостійна кадрова політика справді заслуговують на справедливе наслідування.

Ми закликаємо піднятися вище дріб'язкових захоплень місцевими перемогами. За цими захопленнями ми інколи втрачаємо орієнтацію до чого справді покликані. Забуваємо що повинні не лише добре навчати студентів, виховувати майбутніх українців, повинні це робити з задоволенням, з перспективою.

Зрештою, проведення цього семінару теж сприятиме підвищенню не лише творчої активності її працівників, а й авторитету університету.

У відповідь на привітання ректора, ученого секретаря, декана, друзів, хочу сказати, що ректорат, учена рада працюють злагоджено. Відчувається командний підхід до вирішення проблем. Як побажання, хочу висловити думку – не можна миритися з скороченням державного бюджетного фінансування навчального закладу, який розвивається, демократичні підходи в управлінні повинні використовуватися тільки з принципових питань. Для того, щоб виглядати пристойно на Всеукраїнському та міжнародному рівнях, необхідно вимагати допомоги від держави, звертатися за допомогою до бізнесменів, організувати внутрішні резерви не лише для зміцнення, а й для оновлення матеріально-технічної бази університету відповідно до Європейських вимог, створення належних умов праці, підвищення заробітної плати ученим. Миритися з існуючою ситуацією не можна. Ігнорування освіти та науки – дорога до занепаду культури, виробництва, загибелі держави. Хто цього не розуміє – ворог України.

***Вітаючи колектив кафедри з ювілеєм
хочу побажати здібних студентів,
Миру, добра, задоволення від життя.***

УДК 364.2

Андрушків Б.М., Погайдак О.Б., Кирич Н.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПЕРІОД РЕФОРМАЦІЙНОГО ОБ'ЄДНАННЯ ФОНДІВ

Andrushkiv B., Pohaydak O., Kyrych N.

ORGANIZATION OF SOCIAL INSURANCE IN THE CONDITIONS OF ENTERPRISES OF HOTEL RESTAURANT BUSINESS ON THE PERIOD OF THE REFORMATION FOUNDATION SETTING

Як відомо, система соціального страхування, переживає реформаційний процес. На даний час триває об'єднання фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності з фондом від нещасних випадків на виробництві. Тим часом, законодавче та нормативне забезпечення залишається без особливих змін. Зокрема основним нормативним актом, що регулює правові відносини між роботодавцем та найманим працівником в умовах готельно –ресторанного бізнесу, за трудовою угодою, є Кодекс законів про працю України. Особи, які працюють за трудовим договором, підлягають загальнообов'язковому державному соціальному страхуванню. Це в свою чергу обумовлює активізацію страхового ланцюжка, який на даний час функціонує у перед реформаційному режимі.

Суб'єкти готельно-ресторанної діяльності, які використовують найману працю (в тому числі і ті, що працюють у сфері інших послуг за спрощеною системою оподаткування), повинні сплачувати внески на загальнообов'язкове державне соціальне страхування за найманих (за трудовим договором) працівників у терміни і розмірах, встановлених Законами. Фізична особа, - підприємець повинен також зареєструватися у відповідному фонді загальнообов'язкового державного соціального страхування та зареєструвати в них найманих працівників, утримувати та сплачувати з їх заробітної плати внески до цих фонду, подавати звітність щодо нарахованої, сплаченої заробітної плати та сплати страхових внесків у фонди. Фізична особа, - підприємець вважається податковим агентом найманої ним за трудовим договором особи або фізичної особи, що перебуває з ним у цивільно-правових відносинах, стосовно будь-яких оподаткованих доходів, нарахованих на користь такої особи відповідно до вимог закону з питань оподаткування доходів фізичних осіб, та несе відповідальність за порушення його норм.

Із заробітної плати найманих готельно-ресторанних працівників, роботодавець повинен утримувати податок з доходів фізичних осіб.

За цивільно-правовим договором (наприклад, підряду, надання послуг) оплачується не процес праці, а її результат. У такому випадку працівники готельно-ресторанного бізнесу, самостійно беруть участь у страхуванні на випадок безробіття, у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності й витратами, зумовленими похованням, і страхуванні від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності, на добровільних засадах.

Тобто, якщо працівники бажають отримувати виплати в разі настання страхового випадку, вони мають самостійно зареєструватися в робочому органі виконавчої дирекції або відділення управління виконавчої дирекції фонду і сплачувати страхові внески в розмірах та порядку, встановленому для цієї категорії осіб. У цьому випадку

фізична особа, - підприємець – платник єдиного податку не сплачує за них внески у фонди загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття, з тимчасової втрати працездатності та страхування від нещасних випадків на цих осіб, пенсійний збір з фізичних осіб, податок з доходів фізичних осіб, оскільки правовідносини базуються на цивільно-правовому договорі і підрядники сплачують їх самостійно. Пенсійний збір та податок з доходів фізичних осіб сплачує наймана особа обов'язково, на загальних підставах.

Таким чином, в умовах реформи фондів соціального страхування вирішення новітніх функцій і завдань підкреслює важливість людського ресурсу, в цих умовах, та забезпечує ефективність функціонування не лише територіального господарства та готельно-ресторанного бізнесу загалом що функціонує в умовах населених пунктів низових адміністративних районів, а і усіх суб'єктів господарювання на їх території

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б.М., Шерстюк Р.П. Основні напрями (компоненти) розвитку вітчизняних підприємств як складової організаційного процесу економічних реформ України (на прикладі туристично-рекреаційної та готельно-ресторанної справи) / Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 25 листопада 2016 року). - Х.: ХНАДУ. - Т. 3. - с. 90-92.

2. Андрушків Б. М. Ефективне управління інноваційними, ресурсними та логістично-маркетинговими чинниками забезпечується використанням багатокомпонентної моделі / Богдан Андрушків, Роман Шерстюк, Віктор Паляниця // Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції „Інноваційні засади управління підприємствами в умовах сталого розвитку“, 25 березня 2016 року — Т., 2016 — С. 127-128.

3. Андрушків Б. Теоретичні засади організації внутрігосподарського партнерства та управління соціогуманітарною сферою в умовах промислового підприємства [Електронний ресурс] / Богдан Андрушків, Ольга Погайдак, Наталія Слободян // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2014. — Вип. 1 (10). — С. 8-21. — Режим доступу до журн.:

<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14abmupp.pdf>.

4. Нагорняк Г.С. Дослідження чинників впливу на рівень конкурентоспроможності вітчизняних закладів сфери готельно-ресторанного бізнесу на сучасному етапі / Г.С. Нагорняк, Л.Я. Мальота, Р.П. Шерстюк // Економіка і управління. - №3(71).- 2016. - С. 77-86.

5. Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті [Електронний ресурс]/ Галина Нагорняк, Людмила Мальота, Лілія Мельник, Роман Шерстюк//Соціально-економічні проблеми і держава. — 2017. — Вип. 1(16). — С. 148-158. — Режим доступу до журн.:

<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf>.

6. Шерстюк Р. П. Багатокомпонентний підхід до управління інноваційними, ресурсними та логістично-маркетинговими чинниками для ефективної діяльності промислового підприємства / Роман Шерстюк // Матеріали шостої всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка „Інноваційний розвиток: стратегічний погляд у майбутнє“, 06 квітня 2017 року. — Т. : ФОП Паляниця В. А, 2017. — С. 73.

УДК 364.2

Ціх Г.В., Погайдак О.Б., Шерстюк Р.П.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РІВНЯ КАДРІВ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В
УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

Tcih H., Pohaydak O., Sherstiuk R.

**FEATURES OF INCREASE OF PROFESSIONAL LEVEL OF HOUSES OF
HOTEL RESTAURANT BUSINESS IN THE CONDITIONS OF EURO-
INTEGRATION CONVERSIONS**

Пошук шляхів та особливості підвищення професійного рівня кадрів готельно-ресторанного бізнесу, в умовах Євроінтеграційних перетворень передбачають свою, особливу, багатофункціональну роль не лише за умов Європейської адаптації національної економіки, а і обумовлені необхідністю забезпечення ефективної адміністративно-територіальної реформи в Україні ін.

Необхідно звернути увагу на те що організація адміністративно-територіальної реформи насправді у значній мірі торкається і готельно - ресторанного бізнесу при тому у більшій мірі вона стосується його в низових адміністративних районах де вона відбувається та вимагає системного підвищення професійного рівня кадрів. Знову ж таки необхідно відзначити що власне у цій сфері у зв'язку з активізацією Євроінтеграційних перетворень зростатиме вимогливість до таких якостей обслуговування як культура, своєчасність, повнота і комплексність ін. та значимість різнохарактерних готельно-ресторанних послуг що обумовлює потребу різносторонніх здібностей і талантів та робить такі кадри високопрофесійними.

Тому без відповідних програм підвищення кваліфікації кадрів, які будуть втілювати плани, стратегію та специфіку галузі і традиції населеного пункту в житті, всі фінансові розрахунки та прогнози не матимуть ні економічного, ні соціального ефекту. Саме тому, питанню підготовки та перепідготовки кадрів, в умовах адміністративно-територіальної реформи, повинна приділятися конкретна увага як одному з шляхів вирішення цієї проблеми. Неодмінною умовою цього процесу є вивчення особливостей функціонування суб'єктів господарювання та організація роботи з ними. У зв'язку з цим виникає потреба застосування соціологічних методів дослідження в т.ч. опитування, анкетування значної кількості підприємств готельно-ресторанного бізнесу. В малому бізнесі, де через брак коштів керівник часто вимушений поєднувати різноманітні ролі і функції, питання правильного підбору кадрів стоїть значно гостріше, ніж у середніх і великих компаніях. Тому там залишається високою ціна помилки в прийнятті управлінських рішень.

Як показало вивчення, через означені чинники багато суб'єктів господарювання в готельно-ресторанному бізнесі, (включаючи інші малі підприємства і компанії) закриваються, так і не реалізувавши до кінця свого покликання. Дослідження показали що такі суб'єкти господарювання, підприємства, як правило, не виконують навіть третини запланованого.

На етапі стратегічного і тактичного планування готельно-ресторанної справи, наприклад, в умовах адміністративного району упирається знову ж таки в перелік різнохарактерних проблем. Для їх вирішення необхідно створити робочу групу професіоналів у галузі ресторанно-готельного бізнесу принаймні з 3-ох людей з відповідними якостями. Якщо оцінювати за ролями чи функціями для них, то для

успішної генерації ідей і наступного їх реалізації, виконання необхідне поєднання наступних якостей:

- скептика, який відсіває нереальні фантазії;
- реаліста, який конкретизує задуми, аналізує їх, складає систему послідовної реалізації;
- оптиміста – генератора ідеї.

На жаль, сумістити означені функції важко. Кваліфікація названих вище працівників повинна бути приблизно на одному рівні, щоб уникнути дисбалансу.

Підбір кваліфікованих співробітників з застосуванням тестування та інших засобів атестації кадрів може бути вирішальним чинником для продовження ефективної роботи не лише підприємства, а і його структурних підрозділів, підсобного господарства ін. Управлінський та обслуговуючий персонал, налагодження конструктивної співпраці між ними – забезпечує високий рівень якості продукції, робіт та послуг служить гарантією успіху функціонування як готельно-ресторанного підприємства так і територіальної одиниці.

Отже пошук шляхів підвищення професійного рівня кадрів готельно-ресторанного бізнесу (готельно-ресторанної справи) в умовах Євроінтеграційних перетворень передбачає різні напрями. В цих умовах, є доцільним застосування власне соціологічних підходів до підвищення професійного рівня кадрів готельно-ресторанного бізнесу забезпечуючи вимоги Євроінтеграційних перетворень. В цій ситуації доцільне оформлення трудових відносин фізичної особи – підприємця з найманими працівниками. Їх (трудові відносини) можна оформляти з найманими працівниками шляхом укладання відповідних трудових угод або цивільно-правових договорів, виходячи з потреб підвищення якості обслуговування, економічної доцільності та об'єктивних обставин (тривалість та регулярність трудових відносин, кількість працівників, ставки їх заробітної плати (розмір отриманої винагороди за цивільно-правовим договором).

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б. М. Ефективне управління інноваційними, ресурсними та логістично-маркетинговими чинниками забезпечується використанням багатокомпонентної моделі / Богдан Андрушків, Роман Шерстюк, Віктор Паляниця // Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції „Інноваційні засади управління підприємствами в умовах сталого розвитку“, 25 березня 2016 року — Т., 2016 — С. 127-128.

2. Нагорняк Г. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті [Електронний ресурс]/ Галина Нагорняк, Людмила Малюта, Лілія Мельник, Роман Шерстюк//Соціально-економічні проблеми і держава. — 2017. — Вип. 1(16). — С. 148-158. — Режим доступу до журн.:

<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf>.

3. Шерстюк Р. П. Багатокомпонентний підхід до управління інноваційними, ресурсними та логістично-маркетинговими чинниками для ефективної діяльності промислового підприємства / Роман Шерстюк // Матеріали шостої всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка „Інноваційний розвиток: стратегічний погляд у майбутнє“, 06 квітня 2017 року. — Т. : ФОП Паляниця В. А, 2017. — С. 73.

УДК 338.054.23

Богайчук О.Л., Федішин І.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ

Bohaichuk O., Fedyshyn I.

SOCIAL RESPONSIBILITY OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES WITH FOREIGN INVESTMENTS

У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній по всьому світу. З огляду на надзвичайну суспільну та економічну користь, що містить у собі соціальна відповідальність бізнесу іноземними інвестиціями, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади багатьох країн світу та провідних міжнародних організацій.

Соціальна відповідальність бізнесу – це компетенція, що стимулює підприємства брати на себе зобов'язання з реалізації значущих внутрішніх і зовнішніх соціальних програм, результати яких сприяють розвитку підприємства, підвищуючи його конкурентні переваги у довгостроковій перспективі, поліпшенню його репутації та іміджу як соціально відповідального суб'єкта, а також розвитку суспільства в соціальній, економічній та екологічних сферах [1, с.53].

Завдання малого підприємства з іноземними інвестиціями полягає у створенні гідно оплачуваних робочих місць, формуванні середнього класу, школи ініціативи. Завдання середнього бізнесу з іноземними інвестиціями полягає у забезпеченні розвитку міста, області чи регіону. Великий бізнес з іноземними інвестиціями, який створює робочі місця сотням тисяч людей, відповідальний як за їх матеріальне благополуччя, умови їх розвитку, так і за розвиток великих регіонів і країни в цілому.

Основою соціальної відповідальності бізнесу є оцінка комерційної діяльності компанії з метою визначення її загального впливу на суспільство. До сфери соціальної відповідальності компанії відносять соціальну відповідальність перед працівниками, охорону навколишнього середовища, поведінку на ринку, залучення до життя громадськості [2].

Відповідно до матриці бізнес-можливостей соціальної відповідальності (SustainAbility International 2004) для компаній країн, що розвиваються, виділяються наступні бізнес вигоди від використання практик корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у своїй діяльності:

- розширення доступу до нових ринків за рахунок використання міжнародних стандартів;
- формування позитивного іміджу компанії за рахунок підвищення лояльності клієнтів, вартості бренду, налагодження партнерських зв'язків;
- удосконалення виробничих процесів – зростання продуктивності праці, ріст прибутковості діяльності, економія витрат при використанні екологічно безпечного устаткування;
- стабільність трудових ресурсів;
- ефективний ризик – менеджмент;
- залучення коштів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під програми КСВ для відповідальних бізнес-лідерів [3].

Для стимулювання КСВ, у деяких країнах виокремлюють категорію нагород для малого та середнього бізнесу (МСБ), наприклад, існують ірландська, британська,

малайзійська нагорода прем'єр-міністра, в Україні - в рамках Національного Конкурсу бізнес-кейсів з КСВ також є окрема категорія «краща практика з КСВ серед малого та середнього бізнесу».

Отже стереотип, що КСВ - це «забаганка» великих корпорацій із мільйонними бюджетами, аж ніяк не відповідає дійсності - запровадження КСВ не залежить від бюджету. Однак підприємства можуть уникати регуляторних вимог що, наприклад, відносяться до охорони навколишнього середовища, якщо виробництво знаходиться у країнах, які не мають жорстких екологічних норм. На Світових ринках підприємці часто стикаються із дилемою зниження витрат на ведення бізнесу за рахунок нівелювання соціально відповідальних аспектів своєї діяльності з метою забезпечити конкурентоспроможність чи підвищити витрати на соціально важливі проблеми своєї діяльності, але втратити конкурентні позиції.

Інший аспект проблеми полягає у тому, що для підвищення соціальної відповідальності бізнесу, зокрема українського, передусім необхідно створити сприятливий клімат для його функціонування, вирішити базові проблеми, що стосуються його діяльності. Звичайно це стосується високого податкового навантаження, низької платоспроможності покупців, тиску з боку контролюючих органів, правової незахищеності бізнесу, високого рівня корупції, нестабільної економічної і політичної ситуації. Неможливо правомірно говорити про будь-яку соціальну відповідальність бізнесу, коли, за оцінками експертів майже 60% бізнесу знаходиться в тіні. Про це засвідчує дослідження Світового банку «Shadow Economies All Over the World». В абсолютних цифрах це виглядає так: якщо в 1999 році в тіньовій економіці України оберталось трохи більше 67 млрд. грн, то тепер - понад 400 млрд. грн. [4].

Безумовно, соціальна відповідальність компаній є вкрай важливою, особливо що стосується екологічної сфери, і вимагає жорсткого регулювання і контролю з боку державних органів. Необхідно забезпечити особисту фінансову відповідальність керівників державних і недержавних підприємств за недотриманням вимог щодо скорочення екологічної шкоди, незаконне, нецільове і неефективне використання коштів, які були спрямовані на дані потреби.

Вирішення даних питань значно вплине на цивілізовані соціально-відповідальні відносини всередині українського бізнесу, зменшить тінізацію фінансів, оплати праці, сприятиме покращенню соціально-економічного стану держави, регіону і підприємства зокрема.

Список використаних джерел:

1. Власова Т.Р. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та тенденції / Т.Р. Власова // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2013. – Вип.1. – С. 52-57
2. Зверева Т. В. Социальная ответственностью как способ гармонизации интересом бизнеса и власти / Т. В. Зверева // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2011. – №4. – С. 86-93.
3. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? Журнал «Києво– Могилянська Бізнес Студія», №10, 2005: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>
4. Мазур І.І. Тінізація економіки України в сучасних умовах / І.І. Мазур // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 18: Економіка і право. - 2012. - Вип. 20. - С. 33-44.

УДК 338.1

Витягловська Н., Федішин І.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Vytiahlovska N., Fedyshyn I.

FEATURES OF SOCIAL BUSINESS DEVELOPMENT

В кінці ХХ століття почали проявлятися суспільні вади існуючих систем і в розвинених країнах стали виділяти різні соціальні проблеми, що привело до розвитку інституту соціального підприємництва (social enterprise), під яким, головним чином, розуміється діяльність, закріплена юридично і спрямована на виробництво благ і / або послуг, метою яких є вирішення соціальної проблеми. Зазвичай, соціальне підприємництво має два вираження: перше - це соціальність вироблених послуг або товарів, тобто їх призначення для певної соціальної групи; поширення за неринковими цінами і т.д. Другий вираз соціального підприємництва полягає в участі в його виробництві представників соціально-незахищених груп, що мають труднощі у працевлаштуванні - інваліди, безробітних тощо.

Сьогодні ідея соціального підприємництва розглядається як громадська інновація, що припускає активність людей, що опинилися у важкій життєвій ситуації. Соціальне підприємництво – це діяльність, яка має три орієнтири: соціальний, ринковий та інноваційний [1]. Створення соціального підприємства – це певна реакція громади на соціальну проблему, яка стає актуальною і пріоритетною на даний момент за відсутності коштів у бюджеті [2].

Під поняттям соціального підприємництва розуміють ведення бізнесу для досягнення прямого соціального ефекту. Іншими словами, першочергова мета акціонерів такого підприємства - не отримання прибутку, а сприяння у вирішенні або пом'якшенні соціальних та екологічних проблем.

Соціальне підприємництво відповідає таким критеріям [2]:

- сприяє вирішенню соціальних проблем суспільства або його окремих категорій;
- побудоване як рентабельний бізнес (має прибуток);
- не менше 10% прибутку витрачається на благодійні або соціальні цілі.

Гідний приклад, на який варто рівнятися Україні, - Великобританія. Тут функціонує понад 60 тис. комерційних організацій із соціальною місією. Річний оборот цих підприємств можна зіставити з бюджетом України. В Україні вже існує ряд підприємств, які беруть активну участь у вирішенні соціальних проблем населення нашої країни. Вони віддають свої кошти у фонди допомоги незахищеним верствам населення, медичні центри роблять знижки для хворих із малозабезпечених сімей.

Якщо подивитися на приклади успішних соціальних підприємств в Україні, то складно простежити якусь найбільш популярну сферу діяльності. Бізнеси, які створювалися для працевлаштування вразливих груп населення, враховували освіту, кваліфікацію, професійні навички цих людей, тому можна побачити розмаїття ідей, починаючи від виробництва продуктів харчування до надання бухгалтерських послуг.

Якщо підприємство мало на меті отримання прибутку задля його подальшого інвестування у соціальні проекти, то тут теж не спостерігається якась тенденція. В Україні відомі приклади соціальних підприємств і у сільському господарстві, і в ресторанному бізнесі, і у виробництві [2].

Для людей бізнесу, які часто виступають інвесторами соціальних програм, технологія соціального підприємництва виявилася не просто етично правильною, але й вигідною, що більш зрозуміло для звичайного підприємця: «кошти, вкладені в

благодійність з використанням принципів венчурної філантропії і соціального підприємництва, приносять набагато більш відчутні результати, ніж кошти, які просто віддаються на благодійність.

Можна виділити 5 критеріїв, що визначають соціальне підприємництво:

1. Основна мета спрямована на допомогу місцевій громаді:

Робота організації спрямована на обслуговування місцевої громади або певної групи людей. Властивістю соціального підприємництва також є бажання поширити ідею соціальної відповідальності на місцевому рівні.

2. Ініціатива, що реалізується групою громадян:

Соціальне підприємництво - це результат групової динаміки спільноти людей або тієї цільової групи, для якої реалізується діяльність.

3. Принцип прийняття рішень, заснований не на володінні капіталом:

Застосовується принцип «одна людина - один голос».

4. «Принцип залучення сторін», залучення різних груп:

Залучення користувачів або споживачів послуг соціального підприємництва до прийняття управлінських рішень, що сприяє розвитку демократичних принципів на місцевому, локальному рівнях.

5. Обмеження розподілу прибутку:

Соціальне підприємництво включає в себе не тільки організації, які забороняють розподіл прибутку між учасниками, а й організації, яким дозволяється це робити обмежено. При цьому, основною метою має залишатися рішення суспільної проблеми.

На даний час в Україні немає спеціальних регуляторних актів, які закріплюють правила діяльності соціальних підприємств. Проте є установи, які займаються розвитком цього напрямку. Можна вважати, що основний бар'єр розвитку соціального підприємництва в Україні - недостатня інформованість населення і відсутність у нього знань у цій області. Щоб виправити ситуацію, в 2010 році в Україні був запущений проект «Розвиток соціального підприємництва». Для його реалізації свої зусилля об'єднали найбільші українські фонди і банки. Вони розподілили між собою обов'язки з поширення інформації про соціальне підприємництво і надання методичної та фінансової підтримки для зацікавлених представників бізнесу.

Зміцнення взаємин держави, бізнесу і суспільства в рамках парадигми соціального підприємництва дасть новий імпульс до формування інститутів громадського суспільства. Орієнтація на комплексне розв'язання гострих соціальних проблем, мережевий принцип поширення, здатність до активної інтеграції в існуючі проекти зроблять соціальне підприємництво потужним джерелом громадських ініціатив.

Соціальне підприємництво динамічно розвивається у світі, і приносить соціальний і економічний позитивний ефект як державі так і бізнесу. При цьому він створює людей бізнесу, що сприяють вирішенню соціальних проблем за допомогою нестандартних, інноваційних методів.

Список використаних джерел:

1. Матеріали исследования, проведенного Региональным бюро ПРООН для Европы и СНГ совместно с EMES – Проектом Европейская исследовательская сеть: «Social Enterprise: A new model for poverty reduction and employment generation. An examination of the concept and practice in Europe and the Commonwealth of Independent States». – 2008. – С. 191.

2. Ідеї для бізнесу. Соціальне підприємництво [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=26158>

УДК 330.1

Владимир О.М., Паляниця В.А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ – ЗАПОРУКА УСПІШНОГО ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Vladymyr O.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY'S ECONOMY - BASIS OF SUCCESSFUL ENTREPRENEURSHIP IN INTEGRATED TRANSFORMATIONS CONDITIONS

Особливістю сучасного світу є усестороння глобалізація, яка супроводжується зростаючою взаємозалежністю економік різних держав; зростаючою єдністю світового господарства; посиленням відкритості національних ринків; поглибленням міжнародного поділу і міжнародної кооперації праці.

Разом тим, очевидним є те, що від процесів глобалізації виграють передусім конкурентно сильні гравці – країни з високими показниками економічного розвитку та підприємства і організації із застосуванням інноваційних технологій ведення бізнесу.

На жаль, яскравим підтвердженням цьому є 26 річний досвід розбудови нашої країни. Безумовно, за весь період досягнути чимало здобутків та високих результатів у різних сферах суспільного життя. Але відсутність стратегічної програми розвитку країни не дозволяє досягнути синергетичного ефекту координації та узгодженості дій держави з різними установами, підприємствами, громадськістю. А причиною сучасної соціально-економічної кризи є не лише воєнний конфлікт, але й ряд управлінських рішень різних рівнів у різних сферах суспільного життя.

Сьогодні засвідчило, що недалекоглядні управлінські рішення не лише не дозволяють реалізувати численні реформи у різних сферах народного господарства, але й часто призводять до негативних наслідків – до суперечності інтересів та досягнення негативних результатів.

Такий стан справ не сприяє успішності ведення підприємницької діяльності. Вітчизняні підприємці діють у складних умовах, орієнтуючись на швидкі терміни окупності бізнесу та менше зацікавленості проявляють для розвитку крупного бізнесу, власне через невизначеність довгострокових перспектив розвитку економіки країни. Загальновідомо, що середовище для успішного ведення бізнесу складають економічні, політичні та правові умови. Вважаємо, що кожна з цих умов потребує вдосконалення та реформаций, але на умовах взаємоузгодження цілей та координації дій. В свою чергу це можливо при врахуванні усіх ресурсних можливостей країни, визначення її загальнонаціональних інтересів та стратегічно важливих векторів розвитку як на національному, так і на міжнародних ринках. Зрозуміло, що відсутність такого комплексного підходу до формування успішного бізнес-середовища не лише негативно відображається на умовах та результативності підприємницької діяльності на місцевому ринку, але й не сприяє зміцненню позицій України як стратегічно важливого партнера на зовнішніх ринках, а поглиблює фінансову залежність від міжнародних кредиторів та сировинну орієнтацію в експортній діяльності, що не відповідає національним інтересам.

Не маючи розробленої комплексної стратегічної програми загальнодержавного розвитку розвиток економіки країни відбувається невизначеним шляхом. Кожному економісту відомо, аби досягнути успіху у справі необхідно розробити бізнес-план. Це ж стосується і країни.

Відтак вважаємо за невідкладне, на основі проведення об'єктивної оцінки й

аналізу усіх стратегічно-важливих напрямів розвитку суспільного життя та діяльності суб'єктів господарювання, на основі реальних можливостей та потенціалу країни, з врахуванням національних інтересів, розробити таку програму стратегічного розвитку держави, яка б забезпечувала можливості сталого розвитку економіки країни та усіх її суб'єктів господарювання.

Згідно існуючих визначень та трактувань сталий розвиток – це такий розвиток, який задовольняє потреби сьогодення, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [1]. І.Б. Дегтярьова, О. І. Мельник, Я. В. Романченко зазначають, що терміну «сталий розвиток» властива певна внутрішня суперечливість. Вона полягає в тому, що в одному понятті об'єднані два слова, що мають внутрішньо-протилежний смисловий зміст: «стійкість» припускає деяку стаціонарність стану, а «розвиток» можливий лише за умови постійного виведення системи з такого стану. Таким чином, сталий розвиток за своїм внутрішнім змістом передбачає перманентне відтворення так званого стану гомеостазу (динамічної рівноваги) з періодичною зміною його рівня, при якому б відбувалося постійне вирішення суперечностей між внутрішніми компонентами системи, і зміна параметрів біосфери не виходила за межі катастрофічних трансформацій.

Ми ж у своєму підході до розуміння сталого розвитку економіки країни пропонуємо визначити усі ті компоненти, які визначають особливості державотворення нашої країни та формування успішного бізнес-середовища у ній на засадах динамічної рівноваги та поступу.

Політика сталого розвитку економіки країни повинна розроблятися відповідно до її ресурсного потенціалу та можливостей, із врахуванням елементів економічної безпеки та повинна бути направленою на забезпечення сприятливих умов реалізації інтересів особистості, підприємництва, народного господарства на засадах довготривалої еволюції та із збереженням національної самобутності.

Складовими економічної безпеки країни згідно з «Методикою розрахунку рівня економічної безпеки України», затвердженою Міністерством економіки України, є: макроекономічна, фінансова, зовнішньоекономічна, інвестиційна, науково-технологічна, енергетична, виробнича, демографічна, соціальна, продовольча безпека [2].

Вважаємо за доцільне виокремити, також, культурно-освітню (соціогуманітарну, інформаційну та історико-політичну складову у формуванні загальної економічної безпеки країни.

Кожна із цих складових чинить неабиякий вплив на формування ефективного бізнес-середовища. Кожна із цих складових вимагає ґрунтовного вивчення та аналізу та вдосконалення. Але таке вдосконалення повинно відбуватись у зведенні до спільного знаменника – сталого розвитку економіки країни.

Список використаних джерел:

1. Дегтярьова І.Б. Економічні та фінансові інструменти забезпечення сталого регіонального розвитку: досвід ЄС / І.Б. Дегтярьова, О. І. Мельник, Я. В. Романченко // Mechanism of Economic Regulation, 2014, No 3. – Електронний ресурс. – Режим доступу: file:///C:/Temp/Mre_2014_3_4.pdf
2. Мандзіновська Х. О. Економічна безпека держави: сутність, складові елементи та проблеми забезпечення / Х. О. Мандзіновська // Наукові записки. – 2016. – 2 (53) – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-53/19.pdf>

УДК 338.486

Вовк І.П., Григорович В.П., Островська Г.Й.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИЗНАЧАЛЬНА РОЛЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Vovk I., Hryhorovych V., Ostrovska H.

THE EXISTING ROLE OF HOSPITALITY INDUSTRY IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND WAYS OF GROWTH OF EFFECTIVENESS IT'S FUNCTIONING

Дослідження феномену туризму в Україні, одній з найбільш привабливих для цього виду діяльності країни Європи й світу, тісно пов'язані з розвитком індустрії гостинності – сукупності підприємств, які надають клієнтам різноманітні послуги на комерційній основі, що безпосередньо пов'язані з проживанням, харчуванням, розвагами та іншими невід'ємними атрибутами туристської діяльності. Гостинність вважають гармонійним поєднанням продукування туристських послуг, комфортності середовища відпочинку і відкритої, дружньої атмосфери з боку обслуговуючого персоналу для задоволення потреб гостей і гарантій їхньої безпеки. Гостинність є найважливішою споживчою властивістю туристського продукту, зокрема, уміння передавати для клієнта відчуття комфорту, продемонструвати, що йому раді, засвідчити свою повагу та уважність.

Індустрія гостинності є складним та багатогранним явищем, яке неможливо сформулювати однозначно. Зазначимо, що існують різні точки зору на те, які галузі слід відносити до індустрії гостинності. Висвітлені на сьогодні визначення індустрії гостинності включають в це поняття такі галузі як: готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок та розваги, організація конференцій та зустрічей, надання житла, транспорт. Підтвердженням цьому є визначення, приведені нижче.

Л. Ваген вважає, що індустрія гостинності – це сектор індустрії туризму, що відповідає за розміщення туристів, а також галузі, діяльність яких спрямована на продаж алкогольних напоїв, надання житла, їжі і розважальних заходів [1]. Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок та розваги, організацію конференцій та зустрічей [2]. На думку Р. Браймера, індустрія гостинності є збірним поняттям для чисельних і різноманітних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаних з прийомом і обслуговуванням гостей. Дослідник вказує на те, що “не існує переліку всіх основних видів діяльності, які вона охоплює. Але можна виокремити наступні основні напрями: громадське харчування, розміщення, перевезення та відпочинок (рекреація) [3]. Таким чином, гостинність – це філософія поведінки, але індустрія це вже сервіс за винагороду. Згідно толкового словника Д. Уебстера індустрія гостинності є сферою підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципі гостинності і характеризуються щедрістю і дружелюбністю по відношенню до гостей [4]. Сучасні моделі індустрії гостинності, дозвілля і туризму, представлені вище, вказують на неоднозначність концептуального визначення змісту і меж індустрії гостинності, а також складність її співвіднесення з індустрією туризму і індустрією дозвілля. Разом з тим ми вважаємо, що індустрії гостинності та туризму не можна розглядати як абсолютно різні, оскільки мандрівники є, перш за все, споживачами, які мають різноманітні потреби, в тому числі і специфічні туристські, що залежать від цілей і мотивів подорожей, а також від низки інших мотиваційних факторів. Отже, індустрія туризму, на наш погляд, повинна входити до складу індустрії гостинності, яка

розглядається як єдине ціле завдяки нерозривній спільності її цілей та завдань. Разом з тим, організаторська роль щодо формування потоків туристів, без сумніву, належить туристським фірмам і організаціям, які разом з екскурсійними фірмами утворюють туристську індустрію.

Згідно запропонованої моделі, індустрія гостинності формується з підприємств, які безпосередньо створюють індустрію гостинності та надають послуги кінцевим споживачам, та підприємств, що опосередковано підтримують індустрію гостинності. До першої групи ми відносимо готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, пасажирський транспорт, туризм та екскурсії, організацію відпочинку, а також професійну підготовку фахівців для вказаної галузі економіки. При цьому бізнес індустрії гостинності залучає такі сфери діяльності, як: парки культури та відпочинку, зоопарки, національні парки та заповідники, цирки, кіноконцертні і виставкові зали тощо. До другої групи, що підтримує індустрію гостинності, ми включаємо підприємства машинобудування та автомобілебудування, дорожнього, житлового та капітального будівництва, харчової та хімічної промисловості, паливної промисловості та енергетики, охорони здоров'я, сільського господарства, виробництво предметів туристського побуту тощо.

Таким чином, індустрія гостинності є самостійною та певним чином відособленою соціально-економічною системою, яка приваблює колосальні матеріальні, фінансові і трудові ресурси. Таке уявлення індустрії гостинності сприяє формулюванню її закономірностей, обґрунтованому оцінюванню основних характеристик. При вивченні цієї галузі виявляються взаємні відносини компонентів системи і їхнього взаємозв'язку із зовнішнім середовищем. Виокремлення учасників цієї соціально-економічної системи за різними ознаками дає змогу розглядати її багатовимірність, до якої входять також інші галузі, які не мають яскраво вираженого туристського характеру. У цьому трактуванні ми можемо точніше встановлювати обсяги попиту та пропозиції, глибину ринку на конкретному географічному сегменті, виходячи за умовні рамки внутрішнього, в'їзного та рекреаційного туризму, які не враховують споживчий попит з числа осіб, які не входять до категорії туриста. Як наслідок, вказаний підхід дає змогу більш ефективно здійснювати стратегічне планування підприємств, орієнтованих на дану галузь економічної діяльності. Узагальнюючи міжнародний та вітчизняний досвід у сфері розвитку сучасної індустрії гостинності, пропонуємо в контексті підвищення ефективності управління розвитком індустрії гостинності мотивувати приватних інвесторів на будівництво готелів, що орієнтовані на масовий туризм, першою чергу, класу трьох зірок, оскільки вони відповідають європейському рівню якості; покращувати ситуацію в сфері екології, безпеки; сприяти вихованню населення в дусі гостинності та взаємодопомоги.

Список використаних джерел:

1. Ваген Л. Гостиничный бизнес / Л. Ваген; пер с англ. – М. : Феникс, 2001. – 412 с.
2. Уокер Дж. Введение в гостеприимство: учебник / Дж. Уокер. пер с англ. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 463 с.
3. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р.А. Браймер. – М. : Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
4. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие / Д.И. Елканова [и др.]. – М. : Дашков и КО, 2016. – 304 с.

УДК 340.1

Галушак М.П., Галушак О.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АКТУАЛЬНІСТЬ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ

Halushchak M., Halushchak O.

ACTUALITY OF LEGISLATIVE REGULATION OF PUBLIC PROCUREMENT IN UKRAINE

На ринку закупівель за державні кошти в Україні склалася практика, згідно якої всі процедури поділяються на надпорогові і допорогові. Незважаючи на неофіційність даних термінів, вони наповнені чітким змістом. Надпороговими вважаються закупівлі, які однозначно регламентуються Законом України від 25.12.2015 № 922-VIII «Про публічні закупівлі» та здійснюються виключно шляхом використання електронної системи. Допороговими є закупівлі, вартісні межі яких не перевищують граничних сум, встановлених зазначеним вище Законом. Вибір порядку їх проведення винесено на розсуд самих замовників, за одним винятком: при укладанні прямих договорів обов'язковим є оприлюднення в електронній системі звіту за офіційною формою, якщо очікувана вартість предмета закупівлі дорівнює або перевищує 50 тис. грн. Водночас у Законі передбачена норма, яка дозволяє замовникам використовувати електронну систему закупівель з метою проведення конкурентного відбору постачальників товару, надавачів послуг та виконавців робіт і для допорогових закупівель. Регламентація цієї сфери здійснюється наказом ДП «Зовнішторгвидав України від 13.04.2016 р.№35 «Порядок здійснення допорогових закупівель».

За даними сайту офіційної статистики ProZorro bi.prozorro.org за півтора роки в Україні через електронну систему проведено 1 млн 150 тис процедур загальною очікуваною вартістю 832,78 млрд. грн, з них – 970650 процедур або 84,4 % з вартістю 173,83 млрд. грн (20,9%) склали допорогові закупівлі. З одного боку, це свідчить про довіру до електронної системи, адже, ще раз підкреслимо, замовники обрали ProZorro абсолютно добровільно. Правильність вибору підтверджує значна економія державних коштів, яка в середньому складає 6% або понад 10 млрд. грн. у масштабах всієї України. При цьому в допорогових закупівлях подавали пропозиції у тричі більше постачальників, ніж у тих, що регламентуються Законом. З іншого боку, саме допорогові закупівлі, проведені навіть з використанням електронної системи, свідчать про значну кількість потенційних ризиків, уникнути яких сучасна законодавча база не дозволяє. При цьому проблеми виникають як у замовників (через дії недобросовісних учасників, спрямовані на зрив торгів або демпінгове заниження ціни пропозиції під час аукціону для досягнення перемоги у торгах з наступними вимогами збільшення ціни договору, відмову переможців від підписання договору, постачання товару з характеристиками, відмінними від заявлених тощо), так і в учасників (встановлення замовниками необґрунтованих вимог щодо комплектів документів, вимагання інформації, яка не стосується предмета закупівлі, безпідставні відхилення пропозицій або й скасування проведених торгів, практично абсолютна відсутність можливостей оскарження дій замовника, адже рішення органу, в який подають скаргу, носять лише рекомендаційний характер і не є обов'язковими до виконання та ін).

За результатами опитування, проведеного в Україні міжнародною організацією Transparency International, 64% підприємців для вирішення зазначених проблем вважають за необхідне внести зміни до Закону України «Про публічні закупівлі» в частині встановлення чітких правил проведення допорогових закупівель.

УДК 658.511

Дудкін П.Д.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

SMART КОМПОНЕНТИ У ЛОГІСТИЦІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Dudkin P.

SMART COMPONENTS IN LOGISTICS OF HOTEL-RESTAURANT BUSINESS

Впровадження інновацій у будь-які сфери людської життєдіяльності є запорукою поступального розвитку суспільства в цілому та усіх його складових, зокрема. Сфера послуг є однією із галузей національної економіки, яка динамічно розвивається. Зростають потреби споживачів, і відповідно обсяги послуг, що надаються їм.

Проте, без відповідної якості, зростанням кількісних параметрів досягнути збільшення привабливості запропонованого продукту для споживачів є проблематичним. Тому smart ідеї (розумні ідеї) [1], або smart компоненти, як елементи smart ідей, повинні стати своєрідними “точками росту” та уваги для будь-якої сфери життєдіяльності.

Готельно-ресторанний бізнес є одним із індикаторів, за яким можна зробити відповідні висновки щодо стану економіки та місця в ній споживача товарів та послуг. Якщо підійти до організації ведення будь-якої справи з врахуванням інтересів споживача, то успіх гарантовано. Проте вирішення цієї задачі є не з легких, адже складників успішності є чимало. Одним із них є грамотна організації логістики у галузі.

Складовими елементами формування логістичної системи будь-якого бізнесу є оптимальна організація використання матеріальних, інформаційних та фінансових ресурсів у їх поєднанні, та створення безконфліктної системи їх функціонування. Чи можливо створити таку систему у відриві від функціонування інших забезпечуючих систем? Однозначної відповіді не існує, оскільки є ряд внутрішніх та зовнішніх чинників, що можуть впливати на бізнес.

Впровадити smart ідею одномоментно - важко, а от її елементи, в певній послідовності, це більш реалістична задача. Які ж smart компоненти слід розглядати під час формування логістичної системи у готельно-ресторанному бізнесі? Перш за все – унікальність, звичайно, якщо це не франшиза. Наступний – відповідне фінансове, кадрове та інформаційне забезпечення. Але основне, це уникнення зустрічно діючих цілей під час функціонування бізнесу. Логістичний принцип “точно-вчасно” є одним із базових під час надання сервісних послуг, оскільки послуга, на відміну від товару, реалізовується одномоментно, тобто вона або є, або відсутня.

Споживач, який планує отримати відповідний рівень сервісу, надіється, що заклад до якого він звернеться, у змозі забезпечити його сподівання. Інформаційна система, сформована суб’єктом готельно-ресторанного бізнесу, повинна надати потенційному споживачеві максимально доступну інформацію щодо всього спектру товарів і послуг, їх якості, термінів надання, вартості та супутніх сервісних функцій. Це якраз і є smart компоненти, на які необхідно в першу чергу звертати увагу.

Список використаних джерел:

1. Дудкін П.Д. SMART ідеї і розвиток територіальних громад / Матеріали шостої всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційний розвиток: стратегічний погляд у майбутнє» - Тернопіль: ТНТУ, 2017 – С. 31–32.

УДК 338

Дудкін П.Д., Крупа В.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ГНУЧКІСТЬ В СИСТЕМІ МАТЕРІАЛЬНО ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
НА МАШИНОБУДІВНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ДРІБНОСЕРІЙНОГО
ВИРОБНИЦТВА**

Dudkin P., Krupa V.

**FLEXIBILITY IN THE SYSTEM OF MATERIAL TECHNICAL SUPPLY FOR
MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DRYBONSERY
PRODUCTION**

Збільшення номенклатури виробів на сучасних машинобудівних підприємствах з дрібносерійним типом виробництва вимагає від заводів частих переналагоджень обладнання та наявність сировини, а в сучасних умовах задля задоволення потреб споживача підприємство зобов'язане скоротити час виробництва продукції, при цьому складність виробів та вимоги до їх точності і якісних показників постійно зростають. Процес набуває особливо актуального значення, оскільки відсутність стійкого технологічного процесу, тривалий виробничий цикл, високий відсоток ручних робіт, низька продуктивність праці та ряд інших факторів спонукає до розробки методів та моделей, які враховують сучасні тенденції розвитку підприємництва та жорстку конкуренцію.

Аналіз систем матеріально-технічного забезпечення, які використовують на машинобудівних підприємствах в сучасних умовах [1] дає підстави зробити ряд висновків, а саме:

- здійснюється своєчасне забезпечення підрозділів підприємства відповідними видами ресурсів необхідної кількості і якості;

- поліпшується використання ресурсів, що підвищують продуктивність праці, фондівіддачу, скорочення тривалості виробничих циклів виготовлення продукції.

Проте основним недоліком діючих систем є те, що вони не враховують гнучкість виробничого процесу, яка притаманна саме дрібносерійному виробництву. Важливий аспект гнучкості полягає в доцільності її розгляду з точки зору забезпечення гнучкості виробничого процесу, або з позиції всього підприємства до реагування на зміну попиту на ринку.

В одиничному та дрібносерійному виробництві, що на даний час стає все більш популярним у машинобудуванні, підвищення ступеня автоматизації досягається за рахунок використання обробних центрів із числовим програмним керуванням, що вбудовуються в автоматизовані комплекси, завдяки високим показникам ступеня гнучкості та продуктивності.

Суттєвий вклад у розробку наукових засад розвитку гнучкості підприємства внесли такі вчені, як І. Ансофф, М. Х. Блехерман, А. П. Градов, Ю. П. Коробецький, Є. С. Пуховський, В. Н. Самочкін, Р. Л. Сатановський та ін.

Вважаємо саме гнучкість системи матеріально технічного забезпечення в умовах дрібносерійного виробництва є одним з ключових факторів ефективної діяльності підприємства, що в подальшому буде нашим предметом наукових інтересів.

Список використаних джерел:

1. Мазалов Н. Е. Экономика производства и применения средств гибкой автоматизации / Н. Е. Мазалов. – СПб : Изд-во СПб УЭФ, 2006. – 159 с.

УДК 330.338

Кремінський Я.В., Малюта Л.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ З ВИКОРИСТАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Kreminsky Ya., Maliuta L.

FEATURES OF DEMAND FORMATION OF FOOD INDUSTRY WITH THE USE OF MARKETING INSTRUMENTS

Метою написання даної публікації є дослідження особливостей формування попиту на продукцію харчової промисловості (зокрема хлібопродукти), яка обрана об'єктом нашого дослідження.

Як відомо, на сьогоднішній день вітчизняний ринок хліба і хлібобулочних виробів характеризується різноманіттям асортименту продукції, високою конкуренцією за рахунок великої кількості підприємств-виробників. Попит на хлібопекарську продукцію носить споживчий характер і є відносно стабільним, але спостерігається тенденція до поступового скорочення обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів. Так, як свідчать статистичні дані, за останні десять років відбулося скорочення промислового виробництва й реалізації хлібопродуктів більше, ніж на 30% (для порівняння – 2307 тис. т продукції, виробленої у 2005 році і 1560 тис. т продукції, виробленої у 2015 році) [1]. З огляду на це слід розглянути концептуальні основи та особливості формування попиту на продукцію, що є предметом нашого дослідження.

В контексті підтвердження актуальності обраної проблематики дослідження, відмітимо, що основним завданням попиту є виявлення тенденцій і закономірностей розвитку: загального обсягу попиту на товарну групу та обсягу попиту на окремі види товарів; асортиментної структури попиту; попиту на однакові товари різних підприємств; попиту на товари, що відрізняються упакуванням та ємністю фасування; сезонних коливань попиту на окрему продукцію; ступеня задоволення попиту на окремі види; можливостей збалансування попиту на товари та обсягами їх виробництва; вимог покупців до якісних та споживчих характеристик продукції, що пропонується на ринку.

За результатами дослідження попиту підприємства здійснюють формування попиту. Формування попиту – дії підприємства, метою яких є повна інформованість потенційних покупців про товар, його особливості, економічні, цінові та споживчі характеристики, додаткові послуги, які можна отримати при придбанні товару, про сервіс, а також про фінансову надійність самої фірми-продавця, її репутацію. Особливу важливість формування попиту набуває у двох випадках при виході підприємства на ринок: на якому воно раніше не працювало, а покупцям його товар невідомий; з новим товаром, якщо покупці не володіють інформацією про його споживчі властивості [2, с.67].

Як відомо, споживання матеріальних благ – це кінцева мета їх виробництва, заключний етап розширеного відтворення. Особисте споживання матеріальних благ виступає необхідною умовою відтворення життя у системі ринкових відносин, де асортимент продукції, напрямки розвитку виробництва та торгівлі визначає споживач [3]. З огляду на це вичення та створення попиту повинно стати об'єктом уваги підприємств.

Споживчий попит можна розглядати як складову сукупного попиту, що представляє собою обсяг товарів, які споживач хоче і може придбати протягом певного періоду часу на певному ринку. Таким чином, бажання купити товар

перетворюється на попит тільки тоді, коли воно підкріплене фінансовими можливостями покупця [4].

Для попиту характерні зміни, які відбуваються в часі. Ці зміни можуть бути викликані дією чинників, які визначають поведінку споживачів, і які можна поділити на об'єктивні та суб'єктивні. При цьому об'єктивними чинниками можна визнати: економічні, соціальні, демографічні, а в якості суб'єктивних чинників частіше за все мають на увазі психологічні, естетичні, природно-кліматичні, соціо-культурні тощо.

Формування попиту на харчові продукти, у тому числі на хлібобулочну продукцію, має свої особливості, що характеризують продовольчі товари як товари повсякденного попиту, товари з обмеженим терміном зберігання, товари, які мають високу питому вагу у структурі витрат домогосподарств.

Основним чинником формування попиту на харчові продукти, визначення його структури та обсягу, характеру споживання та інших ознак виступає населення, яке характеризується рядом процесів: демографічним, урбанізаційним, агломераційним, етнокультурним, релігійним тощо, які суттєво впливають на якість та стиль життя. Сукупна дія вказаних чинників формує рівень та умови життя населення, значно впливає на формування потреби та забезпечує механізм формування платоспроможного попиту населення на продовольчі товари, визначає його структуру та характер споживання [5].

Процес формування попиту складний та багатогранний. Від вміння підприємств визначати попит та пропонувати товари залежить ефективність його діяльності. Правильне прогнозування попиту на продукцію визначає обсяги реалізації продукції, прибутковість діяльності підприємства та можливості його розвитку.

Щодо визначення попиту на харчові продукти, у тому числі хлібопродукти, то правильність його прогнозування дозволяє оптимально завантажити виробничі потужності, забезпечити стійкість ринку до сезонних коливань, збалансувати платоспроможний попит та обсяг пропозиції на продовольчому ринку, зменшити обсяги повернення хлібопродуктів із торговельної мережі.

Таким чином, для зростання попиту підприємства харчової промисловості, як і інші, використовують дієві маркетингові інструменти, які можуть впливати на поведінку споживачів. За допомогою вивчення попиту можна здійснювати моделювання поведінки споживача, формування його потреб, пріоритетів та культури споживання, тощо.

Список використаних джерел:

1. Статистичний щорічник України за 2016 рік : [Електронний ресурс]. –Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm
2. Балабанова Л. Маркетинг: Підручник для студ. вищ. навч. закладів./ Л. Балабанова. – Донецьк, 2002. – 562 с.
3. Гуренко В.І. Категорія споживчого попиту як об'єкт дослідження / В.І. Гуренко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 4 (47). – С. 282-288.
4. Краузе О. Маркетинговий інструментарій формування споживчого попиту / О.Краузе // Галицький економічний вісник. – 2011. – №2(31). – С. 183-189.
5. Вишневська Н.М. Механізм формування попиту населення України на продовольчому ринку: [Електронний ресурс] / Н.М. Вишневська. – Режим доступу: irbis.uv.gov.ua/.../

УДК 351;354

Луциків І.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Lutcykiv I.

THE ROLE OF INNOVATIVE COMPONENT IN THE PUBLIC MANAGEMENT SYSTEM

Завдання щодо розробки і впровадження інноваційних технологій у діяльність органів державного управління є принципово новим напрямом наукових досліджень. Його розв'язання спрямоване на вдосконалення механізму державного регулювання, організаційне упорядкування управлінської діяльності, раціональне використання соціально-економічного потенціалу територій, створення інноваційного середовища в системі органів регіонального управління.

Необхідність запровадження у державі реформ та якнайшвидшого усунення негативних явищ у процесах публічного управління є нагальною потребою для України та вимагає створення та впровадження ефективних сучасних управлінських стратегій, інструментів і технологій.

На сьогодні, в більшості країн світу не існує досконалої системи публічного управління чи ідеальної моделі державного апарату, яка б цілком задовольняла потреби суспільства та окремих громадян. Між тим у багатьох країнах ще наприкінці ХХ ст. була проведена своєрідна ревізія ефективності системи публічного управління і здійснено відповідне реформування.

Як показує світовий досвід результативність публічного управління залежить, перш за все від використання достатнього обсягу інноваційних форм і методів управління, адже старі методи вже є малоефективні. Від так, важливим постає питання щодо виокремлення окремої складової, а саме інноваційної у складі системи публічного управління та вироблення заходів щодо забезпечення її розвитку.

Аналіз сучасного стану розвитку системи публічного управління дозволяє зробити висновок про необхідність її переорієнтації на інноваційний тип, зокрема через наявність сукупності негативних тенденцій:

- невідповідність інституціональної структури апарату публічного управління потребам суспільству, бізнесу, внутрішнім та зовнішнім пріоритетам держави;
- висока вартість публічного управління, його недостатня керованість;
- низька якість і прозорість надання публічних послуг;
- сучасна структура органів публічної влади обмежує можливості для економічного, соціального та людського розвитку;
- дефіцит висококваліфікованих фахівців в органах публічної влади;
- недостатнє застосування результатів наукових досліджень при виробленні та реалізації державної кадрової політики;
- високий рівень корупції в органах публічної влади;
- низький рівень конкурентоспроможності країни, зокрема за показником якості державних інституцій, внутрішньої та зовнішньої безпеки;
- дефіцит інформації про відповідні практики (є відсутньою інформація про стан науково-методичного забезпечення діяльності органів публічної влади);
- бюрократичні перешкоди щодо впровадження інновацій в систему органів державної влади України;
- низький рівень задоволеності громадян діяльністю органів публічної влади;

- депопуляція, старіння населення, бідність, міграція кваліфікованої робочої сили за кордон, маргіналізація підготовлених фахівців;

- приватизація більшості промислових підприємств, нерухомого майна, розпаювання землі сільськогосподарського призначення.

Ці та інші проблеми зумовлюють сучасний стан речей у сфері публічного управління та потребу у її модернізації й науковому переосмисленні існуючих концептуальних підходів до її розвитку.

Як показує світова практика, лише інноваційний розвиток системи публічного управління є необхідною складовою забезпечення ефективності політичного розвитку країни, а також важливим елементом конкурентоспроможності національної економіки та всіх інших сфер життєдіяльності суспільства.

Критичний аналіз наукової літератури дозволив нам дати наступне визначення інноваційної складової системи публічного управління: “як важливої і окремої системи, що має визначену структуру, сукупність правових норм, методів і інструментів, що забезпечуватиме поступальний інноваційний розвиток цілої системи публічного управління з метою досягнення цілей органів публічної влади”.

Отже, інноваційний розвиток публічного управління являє собою якісно новий тип управління, який спрямований на впровадження сучасних управлінських підходів, технологій та інструментів, а також партнерський стиль взаємовідносин органів публічної влади, бізнесу і громадян. Досягнення бажаного ефекту взаємодії громадського суспільства та владних структур дозволяє рухатися по шляху поступального розвитку економіки і держави вцілому.

На основі вище викладеного матеріалу можна зробити висновок, що інноваційна складова системи публічного управління також передбачає комплекс інноваційних змін і впроваджень, які повинні торкатися:

- впровадження інноваційних технологій та інструментів, що дозволять раціоналізувати управлінські практики та забезпечити модернізаційну здатність;

- мотиваційної творчої діяльності персоналу органів публічної влади (створення можливостей для розкриття креативного потенціалу державних службовців – головне завдання управлінських інновацій);

- оцінювання орієнтирів і показників виконання обов'язків державних службовців і керівників;

- впровадження корпоративної культури управління з формуванням нової етики державної служби.

На сьогодні світова практика пропонує широкий спектр інноваційних інструментів, підходів до управління, які можна використовувати в діяльності органів публічної влади України. Такими інноваціями в державному управлінні є: аутсорсинг, бенчмаркінг, електронне урядування (e-government), збалансована система показників, концепція “ощадливого управління” та інші.

Отже, підвищення ефективності і результативності публічного управління, посилення відповідальності органів публічної влади за надання якісних послуг населенню стає все більш взаємопов'язаним з розвитком її інноваційної складової, що зумовлює використання широкого спектру інноваційних методів, технологій та інструментів управління. Впровадження інновацій та новітніх технологій стимулює інноваційний розвиток всіх сфер публічного управління, а також здешевлює утримання державного апарату та покращує його роботу. Разом з тим, вироблення та впровадження інновацій в публічному управлінні пов'язано з комплексом відповідних умов та потребує належного забезпечення: нормативно-правового, кадрового, науково-методичного, інформаційного, мотиваційного та фінансового.

УДК 658.8:336.764

Машлій Г.Б., Крепич Ю.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Mashliy H., Krepych Yu.

MARKETING AS A FACTOR OF ACTIVATION OF EXCHANGE ACTIVITIES

На сьогоднішній день одним з важливих завдань розвитку вітчизняної економіки є активізація біржової діяльності. Як свідчить досвід, біржі у світі є потужними центрами виявлення цін як на стратегічно важливі для кожної країни сировинні товари, так і фінансові інструменти. Ці елементи ринкової інфраструктури виконують також ряд інших функцій, необхідних для учасників ринку, зокрема, дають можливість значно зменшити цінові ризики на базові активи, а також використовувати цінові коливання з метою одержання прибутку.

Значну роль в зростанні обсягів біржових операцій може відіграти маркетинг. Його заходи передбачають аналізування, реалізацію, а також контроль за прийняттям рішень з метою задоволення потреб клієнта та його очікувань як ключових моментів на шляху досягнення цілей і виконання завдань біржових структур. Завдяки досвіду закордонних бірж можна зробити висновок, що процес маркетингу включає цілий ряд дій, що в остаточному результаті зводяться до таких функцій: формування попиту на брокерські й біржові послуги та задоволення інтересів учасників біржової торгівлі. Функція формування попиту на послуги брокерських контор та самих бірж реалізовується у використанні певних методів впливу на потенційних клієнтів з метою перетворення їх в реально діючих учасників ринку: реклами, комплексу заходів щодо укладання договорів, об'єднання посередницьких послуг із формами торгового і юридичного обслуговування.

Біржі та брокерські контори повинні спрямовувати чималі зусилля на формування ефективно діючого персоналу, який здатен забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів завдяки наданню якісних послуг, а також здійснювати заходи щодо формування позитивного іміджу своїх посередницьких біржових структур й удосконалення процесу укладання договорів.

Швидке та грамотне оформлення укладеного договору на брокерське обслуговування є початком відносин між біржовим посередником і клієнтом. Але для налагодження ефективних та довготривалих ділових стосунків потрібно докласти чимало зусиль, адже на їх формування мають вплив ряд чинників, які формують враження потенційного клієнта: ділова обстановка, відношення персоналу, ефективність організації зустрічі, швидкість та повнота надання необхідної ділової інформації та одержання консультаційних послуг. Отже, чим вищий рівень сервісу, що надається брокерською конторою та самою біржею, тим більший попит на біржові послуги. Важливою задачею при цьому є знаходження оптимального співвідношення між рівнем обслуговування клієнтів та витратами, пов'язаними з його формуванням.

Список використаних джерел:

1. Романов А.Н. Маркетинг: Учебник /А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. — М.: Банки и биржи, 1995. — 560 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетингу: Переклад з англ./Ф. Котлер. - М.: Прогрес, 1990.

УДК 658.152.012.2

Машлій Г.Б., Мосій О.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СУЧАСНИЙ СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Mashliy H., Mosiy O.

CURRENT STATE OF INNOVATIVE ACTIVITY IN UKRAINE

Однією з необхідних умов забезпечення зростання вітчизняної економіки є широке здійснення суб'єктами господарювання інноваційної діяльності. Саме вона здатна забезпечити високу конкурентоздатність окремих підприємств та держави в цілому на внутрішньому та зовнішньому ринках. Проведені дослідження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014–2016 рр. засвідчили, що в цілому частка інноваційно активних підприємств за цей період була на рівні 18,4%. Серед них впровадження технологічних інновацій було здійснене на 5,0% обстежених підприємств, технологічних та нетехнологічних – 6,8%, а суто нетехнологічних (організаційних та/або маркетингових) – 6,6%. Найбільша питома вага інноваційної активності, а саме 39,6% спостерігалася на підприємствах з кількістю працюючих 250 осіб і більше, а найменша (14,8%) - на підприємствах з чисельністю персоналу до 49 осіб. Усі види інновацій при цьому найбільш активно впроваджувалися великими підприємствами. Що стосується галузей діяльності, де спостерігався найвищий рівень інноваційної активності, то до них відносяться підприємства сфери інформації та телекомунікації (22,1%) та переробної промисловості (22,0%) [1].

Впровадження інновацій майже завжди вимагає вкладень необхідних для їх розробки та реалізації коштів, тому дослідження процесу залучення фінансових ресурсів на інноваційні цілі дає можливість зробити висновки щодо можливостей забезпечення інноваційного процесу. За даними Державної служби статистики України, у 2016 р. загальний обсяг витрат на виконання наукових досліджень і розробок власними силами організацій становив 11530,7 млн. грн., з них 49,9% склали витрати на оплату праці. Частка фінансування витрат на виконання НДР за рахунок державного бюджету за цей період становила 32,1%, що на 3,5% менше від рівня 2015 року. В цілому у виконанні робіт науково-дослідного характеру було залучено у 2016 році 97,9 тис. працівників. З них близько 65,1% припадало на дослідників, 24,7% - на допоміжний персонал, а 10,2% - на техніків. Науковим ступенем доктора наук при цьому володіло 7,2% загальної кількості працівників, а доктора філософії (кандидата наук) - 34,2% [2]. Слід враховувати, що впровадження інновацій вимагає як наявності у підприємств та організацій не лише власних трудових, фінансових, матеріальних, інформаційних ресурсів, а й активної підтримки держави через механізм надання податкових пільг, більш широкого фінансування наукових розробок з держбюджету, розробки та реалізації комплексу інших заходів у рамках інноваційної стратегії.

Список використаних джерел:

1. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України. Експрес-випуск Державної служби статистики України від 06.10.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
2. Здійснення наукових досліджень і розробок у 2016 році. Експрес-випуск Державної служби статистики України від 12.05.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

УДК 338.486.3

Мельник Л.М., Беркита Н.В., Боднар Н.Г.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІМПЕРАТИВИ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В ТУРИЗМІ

Melnyk L., Berkyta N., Bodnar N.

IMPERATIVES OF INTEGRATIONAL TRANSFORMATIONS IN TOURISM

На рубежі XXI ст. спостерігаються активні, динамічні та глобальні трансформації у розвитку світового інформаційного суспільства і структурні та секторальні зміни у підприємницькому середовищі, які потребують розроблення новітньої наукової парадигми, що адекватно відображає сучасні закономірності та тенденції соціально-економічного зростання на засадах інтеграції. Інтенсивний розвиток туристичної галузі за умов подолання кризового стану економіки України можливий лише у разі орієнтації на вектор розвитку новітніх технологій, що запроваджуються на платформі інтеграції. Приєднуємось до думки українського науковця В. Гейця в контексті того, що "...тільки забезпечення взаємовигідного обміну інноваційними розробками на підґрунті виникнення різних форм інтеграції суб'єктів господарювання дасть змогу вивести економіку у напрямі прискореного випереджаючого зростання. За таких умов актуалізується потреба вивчення взаємозв'язку інтеграції з особливостями розвитку економічного середовища та співвіднесення їх в аспектах конкуренції, глобалізації, інформатизації, інтернаціоналізації, експансії (через проблеми, пов'язані із формуванням конкурентних переваг, зростанням масштабів діяльності, розширенням територіальних меж, обсягів інформаційного навантаження у межах інтеграційних утворень), організації (через необхідність вироблення дієвої форми співпраці агентів) й управління (для підвищення ефективності і результативності життєдіяльності інтеграційних структур)"[1].

Варто погодитися з твердженням, що наприкінці XX – початку XXI ст. туризм як соціальний та культурний феномен сучасності перетворився на прогресуючу та високорентабельну галузь господарювання. За інформацією Всесвітньої туристської організації – ЮНВТО (англ. World Tourism Organization, UNWTO) та Міжнародного валютного фонду (МВФ), туризм завоював перше місце за обсягом світового експорту товарів та послуг [2].

За даними експертів ЮНВТО за останні п'ять років міжнародний туристичний потік щорічно зростає на 3,8–5 %, що вище середньорічних темпів зростання світової економіки (2,2 %), а світова індустрія туризму у 2016 р. забезпечила відпочинок для більш ніж 1087 млн чол. Кількість міжнародних туристичних відвідувань зросла протягом 1950–2016 рр. у понад 45 разів, а обсяг надходжень від туризму збільшився у 572 рази [2]. Разом з цим, у звіті "Туризм: перспектива 2030" зазначено, що темпи зростання туристичних потоків зберуться на рівні 3,6–5 %, зокрема у 2020 р. чисельність туристів становитиме 1360 млн чол, також в 2030 р. кількість туристів у світі складе 1809 млн чол, а валютні надходження – 1,8 трлн дол США [3]. Внаслідок цього, більша половина світової спільноти буде залучена до міжнародного туристичного руху, який набуває масового характеру.

У той же час визнаймо, що Україна значно поступається світовим тенденціям розвитку туристичного ринку. За інформацією Всесвітньої ради з туризму та подорожей, рейтинг економічного розвитку сфери туризму в Україні за 2016 р. згідно усіх позицій має показники нижчі за середні світові, і, згідно прогнозів експертів, в

довгостроковій перспективі до 2022 року втрачатиме власні позиції на світовому туристичному ринку [4, с. 10].

Проведений нами аналіз динаміки видів туризму та структури туристичних потоків за 2012-2015 рр. вказує на те, що найбільша питома вага в Україні припадає на виїзний туризм, а його динаміка в структурі туристичних потоків безперервно зростає (табл. 1).

Таблиця 1

Види та структура туризму в Україні за 2012-2015 рр.

Види туризму	2012		2013		2014		2015	
	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %
Внутрішній	773970	25,8	537546	17,0	322746	13,3	357027	17,6
Виїзний	1956662	65,2	2482375	78,6	2085273	86,0	1647390	81,6
В'їзний	270064	9,0	137237	4,4	17070	0,7	15159	0,8
Усього	3000696	100	3157158	100	2425089	100	2019576	100

Примітка: складено на основі [5]

Враховуючи вищесказане, зазначимо, що розвиток інтеграційних процесів сприяє узгодженню економічних інтересів учасників інтеграції, підвищенню ефективності їхньої діяльності і є стратегічним пріоритетним орієнтиром розвитку національної та світової економіки. За цих умов формування дієвих механізмів та інструментарію управління інтеграційними процесами у сфері туризму сприяє зростанню валового національного продукту, збільшенню валютних надходжень, створенню нових робочих місць, залученню іноземного капіталу, формуванню ринку збуту товарів вітчизняного виробництва, оптимізації портфеля напрямів діяльності та стійкому функціонуванню індустрії туризму загалом. Таким чином, необхідно докласти усіх зусиль в контексті інтегрування вітчизняного туристичного ринку в міжнародний туристичний бізнес з метою забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Геєць В.М. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / В.М. Геєць. – К. : Ін-т екон. прогнозування ; Фенікс, 2003. – 1008 с.
2. WTO Statistics (ЮНВТО, Всесвітня організація туризму). 1990–2015, Madrid [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wtoelibrary.org/content/>; Барометр міжнародного туризму ЮНВТО (The World Tourism Organization). 1990–2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mkt.unwto.org/en/barometer>
3. Исследование ЮНВТО “Туризм: перспектива 2030” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mkt.unwto.org/en/barometer>.
4. Travel & Tourism Economic Impact 2016 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London, 2016. – 20 с.
5. Туристична діяльність в Україні [статистичний збірник] / Державна служба статистики України. – К. : Державне підприємство “Інформаційно-аналітичне агентство”, 2016. – 76 с.

УДК 338.27

Нагорняк Г.С.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ АКТИВІЗАЦІЇ СЕРВІСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РЕФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН

Nahorniak H.S.

ACTUAL QUESTION OF ACTIVATION OF SERVICE SUPPLY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN CONDITIONS OF REFORMATION CHANGES

Упродовж ринкових перетворень вітчизняна сфера послуг сформувалася, як масштабний і досить стійкий сектор вітчизняної економіки, що проявилось у процесі подолання наслідків світової фінансової кризи. Застосовувані прийоми та методи обслуговування переважно відтворюють традиційні сервіси, використовуючи сформовані технології. В умовах адміністративної економіки сфера послуг розвивалася планово, послідовно формувалася її матеріально-технічна база, а також розвивалися технології обслуговування. У цей період сфера сервісу була слабко орієнтована на задоволення запитів покупців, були відсутні конкурентні механізми надання послуг, що, у свою чергу, призводило до монополізму та низької якості обслуговування. Наукова та впроваджувальна діяльність в галузі передових технологій сервісу забезпечувалася підприємством, і вона проводилася зусиллями галузевих інститутів на базі розвитку різноманітних форм обслуговування населення. Однак у процесі економічних реформ сфера сервісу перейшла на ринкові механізми господарювання, засновані на самоокупності та задоволенні попиту. Регулювання сферою обслуговування було перенесено на регіональний рівень, держава відмовилася не тільки від ряду функцій управління, але й від підтримки технологічного розвитку сфери послуг, фінансування прикладної, галузевої науки.

З точки зору споживача машинобудівної продукції, система сервісного забезпечення є формою управління експлуатацією устаткування протягом усього терміну його життя як однієї з підсистем управління власним виробничим процесом. Доцільно поділити всіх споживачів продукції машинобудівних підприємств за метою купівлі на кінцевих (покупців, що купують продукцію машинобудування для особистого використання) та індустріальних (покупців, що купують продукцію машинобудівних підприємств для використання у процесі подальшого виробництва та / або перепродажу); за способом прийняття рішення стосовно купівлі – на індивідуальних (покупців, що приймають рішення стосовно купівлі незалежно (одноосібно)) та корпоративних (покупців, що приймають рішення стосовно купівлі колегіально) [1, с. 6]. Тому, формування та реалізація адекватної та ефективної сервісної підтримки продукції підприємств машинобудування – один з найважливіших чинників забезпечення ефективності бізнес-процесів і якості продукції, що виготовляється ними. З плином часу вимоги до раціонального сервісного забезпечення машинобудівної продукції змінюються й ускладнюються у зв'язку із зростанням її конструктивної складності, зміни умов експлуатації, а також характеру сфер споживання. Внаслідок високих темпів розвитку науки та техніки відбувається швидке оновлення типу виробів сфери машинобудування, прискорюється їх моральне зношування, що також вимагає одночасно з розробленням нових виробів вдосконалення сервісних підсистем, створення інформаційної бази, що забезпечує управління обслуговуванням і відновленням втраченої працездатності виробів [2, с. 4]. З точки зору виробника промислової продукції, система сервісного супроводу сприяє

формуванню перспективного та досить стабільного ринку збуту супроводжуваної продукції, встановлення бар'єрів на шляху проникнення у машинобудівну промисловість нових конкурентів, забезпечення довгострокових партнерських відносин зі споживачами, отриманню додаткових доходів, участі в інноваціях, сприяння у вивченні конкурентного середовища.

За роки реформування економіки України сервісна база зазнала суттєвих змін. Спостерігається переорієнтація сервісних підприємств на інші роботи й обслуговування непрофільних споживачів. Система комплексного управління сервісною службою порушена, підприємства сервісу були реформовані. Деякі розширюють номенклатуру послуг, змінюють форми взаємовідносин з клієнтами, інші перепрофілюються або закриваються. На їх основі виникають нові, з іншими організаційно-правовими функціями, новими власниками засобів виробництва. Отже, питання сервісного забезпечення машинобудівної продукції з тривалим циклом споживання актуальні в сучасних складних умовах трансформаційних перетворень у зв'язку з такими найбільш важливими причинами, як висока функціональна залежність від постачальників машинобудівної продукції у споживача, істотна значущість сервісного фактора вибору постачальника для споживача та забезпечення довгострокових конкурентних переваг для виробника. Тому, у таких умовах потрібні нові рішення по створенню умов освоєння передових технологій, формування "точок зростання", "каталізаторів" розвитку високотехнологічних систем обслуговування. Вирішення таких завдань безпосередньо пов'язане з проблемою подолання сировинної залежності економіки України та створення умов для інноваційного зростання. Виробництво технічно складної машинобудівної продукції супроводжується пропозицією та наданням додаткових послуг, у тому числі, сервісне обслуговування, що зумовило виділення деяких видів діяльності машинобудівного підприємства як відокремлені напрямки.

У сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки знань діяльність машинобудівних підприємств здійснюється у межах жорсткої конкурентної боротьби, що обумовлює найбільш раціональний розподіл ресурсів у виробничій сфері, що сприяє формуванню умов для делегування функцій вузькоспеціалізованим підприємствам і створення систем і механізмів їх взаємодії. При передачі окремих функцій новим підприємствам виникають проблеми, пов'язані з моніторингом функціонування системи, із забезпеченням ефективності співпраці та спільної взаємодії з метою приведення у стійкий стан всіх елементів системи. Особливості організації технічного обслуговування та ремонту продукції машинобудівного комплексу та тенденції його розвитку визначають особливості підходу до побудови системи взаємодії всіх учасників. Тому, також важливою та актуальною на сьогодні є організація технічного обслуговування та ремонту продукції машинобудівного комплексу та необхідність розроблення ефективної системи взаємодії підприємств галузі.

Список використаних джерел:

1. Бокулева М. О. Ціноутворення на продукцію машинобудівних підприємств з урахуванням поведінки споживачів / М. О. Бокулева // Автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – 24 с.
2. Загорянська О. Л. Проблеми становлення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку / О. Л. Загорянська // Ефективна економіка. Електронне наукове фахове видання – 2011. – №6. – С. 1-7.

УДК 338.48

Остапчук П., Машлій Г.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Ostapchuk P., Mashliy H.

THE STATE AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF TOURIST- RECRUITMENT SPHERE IN TERNOPIIL REGION

На сьогоднішній день туристично-рекреаційна сфера є однією з надзвичайно важливою складовою економіки, що характеризується високими темпами свого розвитку. Так, у галузі туризму у світі працює більше 10% усієї робочої сили, а її внесок у ВВП складає біля 11%. Тому дана сфера виступає фактором сталого розвитку людства, який активізує розвиток національних економік, забезпечує зростання зайнятості та доходів населення, сприяє наповненню бюджетів [1, с. 170].

Проаналізуємо сучасний стан розвитку туристично-рекреаційної сфери в Тернопільській області. Починаючи з 2013 року загальна кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України в Тернопільській області, відзначалися стабільною тенденцією до спаду (табл. 1). Щодо кількості внутрішніх туристів, то їх чисельність знижувалась протягом всього досліджуваного періоду.

Таблиця 1

Динаміка туристичних потоків в Тернопільській області за 2012-2016 роки*

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, чол.	Внутрішні туристи, чол.	Частка внутрішніх туристів у загальній кількості, %
2012	12320	6283	51,0
2013	13490	5561	41,2
2014	9066	4375	48,3
2015	6668	1643	24,6
2016	7536	1935	25,7

* Побудовано автором за даними [1]

Як свідчить проведений аналіз частки внутрішніх туристів у загальній кількості, протягом останніх п'яти років даний показник знизився приблизно у два рази і досяг у 2016 році рівня 25,7%. Така динаміка була зумовлена, зокрема, військовими подіями на Сході України, нестабільністю ситуації в державі, частковою еміграцією населення та недостатньо високим рівнем туристичного обслуговування в нашій країні порівняно із зарубіжними. Отже, нагальним є вирішення проблеми зростання масштабів насамперед внутрішнього туризму в Україні, що призведе до ряду позитивних змін в економіці.

Список використаних джерел:

3. Машлій Галина. Туризм як перспективний напрямок економічного розвитку/ Галина Машлій, Світлана Машлій// Галицький економічний вісник. – 2016. -№1 (50). – С. 169-176. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elartu.tntu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/18631>.

4. Туристичні потоки. Головне управління статистики у Тернопільській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.te.ukrstat.gov.ua/files/T/T1.htm>.

УДК 316.774

Островська Г.Й., Василевська К.А., Саламі О.І.

Тернопільський національний політехнічний університет імені Івана Пулюя

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО І КУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА КРОС-КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Ostrowska H., Vasylevska K., Salami O.

DEVELOPMENT OF TOURISM AS A SOCIAL AND CULTURAL PHENOMENON OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

Одним із пріоритетних векторів соціально-філософської науки в умовах креативної економіки є вивчення соціальних тенденцій розвитку туризму, які актуалізуються у спрямуванні до діалогу культур і цивілізацій. Науково-технічний прогрес, розвиток нових технологій, телекомунікаційних та комп'ютерних мереж, створення консолідованого інформаційного простору, філософське осмислення культури і цивілізаційних процесів, так звана м'яка бар'єрна функція відкритих кордонів розкривають перед сучасною людиною необмежені можливості для контакту з представниками інших культур. В Україні дослідження сфери туризму, як соціального і культурного явища та одного з феноменів крос-культурних комунікацій, представляє значний інтерес для науковців і практиків.

Крос-культурну комунікацію в галузі туризму можна розглядати за двома аспектами: співробітництво у міжнародному туризмі та просування національного туристичного продукту на міжнародному туристичному ринку. Інакше кажучи, найбільш важливими для туризму є сфери діяльності крос-культурного маркетингу та менеджменту [1, с. 198]. Практика міжнародного менеджменту дає змогу виокремити та сформулювати низку основних проблем, з якими стикається менеджер компанії у своїй повсякденній роботі та які суттєво впливають на культурний фон: етика, невербальне спілкування, інформація у системі управління, обставини часу та місця, етноцентризм, стереотипи, сприйняття, мовні бар'єри. З уваги на крос-культурний маркетинг туризму зазначимо, що культурні чинники мають пріоритетний вплив на поведінку та потреби споживачів.

На думку української дослідниці В. Воронкової “туризм є наслідком динамізму сучасної епохи та технологічного розвитку постіндустріальної епохи, за якої відбувається структуризація функціонально-видової спрямованості туризму” [2, с. 23]. Варто додати, що туризм є вельми багатоманітним і суперечливим явищем, на яке справляють значний вплив економічні, політичні, соціокультурні та демографічні чинники, а також базові цінності як головний елемент раціональної культури. Видатні американські вчені Р. Макінтош, Ч. Голднер та Б. Рітч в контексті аналізу туризму як соціального і культурного феномена розглядають такі підходи, як: 1) інституційний; 2) соціологічний; 3) системний; 4) історичний; 5) економічний; 6) географічний; 7) управлінський, 8) міждисциплінарний.

У нових умовах стає очевидним, що розвиток міжнародного туризму характеризується як нерівномірний – це мотивується, першою чергою, рівнем та характером соціально-економічного розвитку країн світу. Внаслідок цього найбільшого свого розквіту індустрія туризму набуває у європейських країнах, де забезпечує близько 8 % валового національного продукту та близько 11 % економічного зростання, створює від 5 до 12 % робочих місць від загальної чисельності зайнятого населення у регіоні, акумулює 52 % міжнародних туристичних прибуттів, презентуючи Європу як найбільш відвідуваний регіон світу. При цьому на європейські країни припадає майже 60 % світового ринку туристичних послуг та 50 % валютних

надходжень. Принагідно зазначимо, що на США припадає менш ніж 18 % світового туристичного ринку та 20 % надходжень валюти і близько 8 % світового ринку туристичних послуг та 5 % надходжень валюти припадає на Африку та Близький Схід загалом [3]. Таким чином, наведені дані вказують на високий рівень концентрації туризму в незначній кількості країн.

Україна значно поступається світовим та європейським тенденціям розвитку туристичного ринку. У Європі частка ринку України становить 4,25 % за чисельністю туристів та майже 1 % за надходженням від туристичної галузі. Частка зайнятих у вітчизняній туристичній галузі упродовж цих років не досягала 0,1 % від усіх зайнятих в Україні, а вклад доходів від надання послуг суб'єктами туристичної діяльності у ВВП країни коливалися в межах 1,5–2,5 %. Припущення про неповне використання потенціалу туризму як потужної складової національної економіки до певної міри підтверджується стрімкістю розвитку цієї галузі.

Основною детермінантою прискореного розвитку туризму є інтеграційні процеси на різних рівнях економічної системи, які спрямовані на створення туристичної інфраструктури, збереження унікальних природно-рекреаційних ресурсів, створення ефективної системи обслуговування туристичних потоків, розроблення комплексних туристичних продуктів. Також варто зазначити, що вагомість туризму базується на ефекті мультиплікації, який значно масштабніший, порівняно з іншими галузями економіки. За словами польської дослідниці І. Енджейчик, “завдяки мультиплікативному ефекту одне робоче місце в туризмі створює сім нових робочих місць в інших суміжних галузях та секторах, пов'язаних з туризмом кооперативним ланцюжком” [4, с. 10].

Розвиток міжнародного туристичного бізнесу ринку базується на економічному та соціальному партнерстві. Тому вважаємо за потрібне зацентрувати увагу на соціальних перевагах сфери туризму, до яких віднесемо такі: 1) задоволення потреби населення у відпочинку; 2) підвищення рівня та якості життя населення з урахуванням валютних надходжень; 3) створення нових робочих місць; 4) мультиплікативний ефект туризму; 5) розвиток регіонів за умов глобалізації і крос-культурної комунікації; 6) реалізація механізмів соціальної політики держави [5, с. 36].

Таким чином, Україна, дотримуючись принципів міжнародного співробітництва, повинна створювати соціально-економічні та організаційно-правові основи для розвитку туристичної індустрії. За цих умов соціальний туризм, який справджує Цілі тисячоліття ООН, має стати ключовим пріоритетом стратегії розвитку національного туризму, а заходи щодо його ефективного реалізації повинні носити не декларований, а практичний характер.

Список використаних джерел:

1. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації / М.В. Алдошина, Г.М. Брусільцева // Бізнес Інформ. – 2014. – № 3. – С. 197–202.
2. Воронкова В.Г. Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія : філософські науки. – 2010. – Випуск 8. – С. 23–35.
3. Звіт ЮНВТО. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Managing in a Time of Turbulence / World Economic Forum. – Режим доступу : www.weforum.org.
4. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экстратегии в управлении фирмой / И. Енджейчик ; пер. с польск. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
5. Khan M.M. Tourism development and dependency theory / M.M. Khan. Annals of Tourism Research. – Vol. 24. – № 1. – 1997. – P. 36–48.

УДК 330.341

Островська Г.Й.

Тернопільський національний політехнічний університет імені Івана Пулюя

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА
РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ: СТАЛИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ СОЦІАЛЬНО
ОРІЄНТОВАНИЙ РОЗВИТОК**

Ostrovska H.

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF A NEW
ECONOMY FORMATION AND REALIZATION: CONSTANT INNOVATIVE
SOCIAALLY-ORIENTED DEVELOPMENT**

Становлення економіки, заснованої на знаннях, на наш погляд, відбувається в умовах уніфікації всіх сфер життєдіяльності сучасного суспільства. Вказані процеси лежать в основі глобалізації сучасної світової економіки, яка може бути структурована таким чином: 2–3 % населення світу живуть в умовах суперцивілізації, яка вже реалізувала економіку, засновану на знаннях; 15 % – в постіндустріальному суспільстві з економікою інформаційного типу; 10 % – в індустріальних економіках; 70 % – в традиційних економіках [1, с. 49]. Таким чином, початок третього тисячоліття розвитку людської цивілізації є так званим “психологічним рубіконом”, націлює дослідників суспільно-економічного розвитку на нову якість осмислення змін, що відбуваються. Мається на увазі не абстрактна дослідницька повинність, а імператив виявлення соціокультурних, господарських і морально-економічних умов і чинників, що визначають стратегію розвитку цивілізації в доступному для огляду майбутньому. Цей етап технологічної еволюції для України є як викликом, так і “вікном можливостей”, визначальним стратегічним вектором розвитку.

Соціально-економічний, техніко-технологічний та виробничо-господарський стан національної економічної системи в сучасних умовах господарювання при ресурсних обмеженнях та посиленні зовнішніх і внутрішніх загроз суспільно-політичному розвитку актуалізує завдання оновлення теоретико-методологічних засад формування інтелектуального потенціалу сталого розвитку. У цьому контексті найбільш вагомими зміни у структурно-динамічних зрушеннях забезпечення сталості економічного розвитку репрезентують соціальний і людський потенціал.

Теоретико-методологічні узагальнення вектора формування й використання соціального потенціалу сталого розвитку дали змогу усвідомити та обґрунтувати вихідні положення стосовно їхнього перетворення в соціальний ресурс і механізми активізації цих процесів. Таким чином, першим імперативом формування і використання соціального потенціалу є характер відтворення населення, що полягає у підвищенні освітнього, професійного та соціально-культурного рівня, трудових компетенцій і можливостей до їх набуття); другим – передбачений рівень відтворення добробуту людей (збільшення життєвого капіталу людини, покращення і зміцнення здоров’я населення, продовження тривалості повноцінного життя і трудової активності) та відтворення соціальних структур; третім – заданий результат управлінської діяльності (забезпечення стійких процесів кількісного та якісного відтворення людського і трудового потенціалу, стійкого зростання людського, соціального та інтелектуального капіталу; розвиток здібностей до адаптації, можливостей до саморозвитку, самореалізації, самозахисту; використання інтеграційних і мотиваційних ресурсів); і нарешті, четвертим імперативом є наслідок відтворення духовно-моральних цінностей. Виходячи з визначених концептуальних положень, соціальний потенціал розглядається як фактор, а також умова досягнення певного рівня сталого розвитку.

У новій парадигмі суспільного розвитку головною соціальною метою має стати людина і її розвиток – інтелектуальний, культурний, трудовий, духовний, моральний, соціальний. Роль людини в економічній системі суспільства зводиться до розгляду її не тільки як найважливішого елементу процесу виробництва і управління, але й як потужного і перспективного ресурсу, що володіє багатим потенціалом і здатністю до саморозвитку. Тільки завдяки використанню такого специфічного ресурсу як людина, її знань, умінь, навичок у даний час можливо досягти значної переваги на ринках – як на внутрішньому, так і міжнародному. Однак для розумного та ефективного використання людського потенціалу потрібно застосувати відповідний інструментарій, що є сукупністю різних форм, методів, за допомогою яких реалізується можливість здійснення управляючих впливів на людину.

Динаміка людського потенціалу є важливою порівняльною характеристикою соціально-економічного розвитку країн і регіонів. В межах Програми розвитку ООН розроблена спеціальна методика розрахунку індексу розвитку людського потенціалу ((The Human Development Index), яка ґрунтується на трьох інтегруючих індикаторах якості життя: очікувана тривалість життя поколінь, освітній потенціал населення та обсяг валового внутрішнього продукту (ВВП) на душу населення. Зазначимо, що у 2016 р. Україна в рейтингу 188 країн та економік світу за Індексом розвитку людського капіталу – посідає 81 позицію [2].

В Україні офіційна оцінка рівня і якості життя населення регіонів здійснюється в складі вимірювання людського розвитку регіонів [3]. Для оцінки якості життя населення регіонів України пропонується така структура системи показників: матеріальний добробут (за інтегральним індексом рівня життя), забезпеченість прав і свобод людини, рівень людського розвитку (демографія, здоров'я, освіта), соціально-побутові умови життя населення, культурний розвиток, інформаційна забезпеченість, природне середовище, соціальна захищеність та безпека, соціальні взаємовідносини, згуртованість, громадська активність. Безперечним є той факт, що згідно узагальненого інтегрального оцінювання стосовно цільових стратегічних орієнтирів, значну більшість регіонів України можна характеризувати як регіони з низьким рівнем життя. До параметрів гідного рівня життя вони наближені на 50–60%. Разом з цим, тенденція щодо поліпшення рівня матеріального забезпечення підвищення добробуту населення на сьогодні відсутня.

Підсумовуючи, зазначимо, що сучасний нестабільний стан в Україні стає найбільш вагомою перешкодою сталого розвитку і реалізації соціального та людського потенціалу. У цьому контексті, скорочення терміну досягнення соціальної стабільності, тобто стійкого стану соціальної системи, призводить до зменшення втрат соціального потенціалу і досягнення глобальних цілей сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Михайлов А. М. Влияние на процессы глобализации трансформации взаимодействия факторов производства в постиндустриальном обществе / А. М. Михайлов // Экономические науки. – 2015. – № 6. – С. 49–54.
2. The Global Innovation Index 2015 [Electronic resource] / Effective Innovation Policies for Development. – Mode of access : www.globalinnovationindex.org.
3. Методика вимірювання людського розвитку регіонів України. Методологічні положення зі статистики. – К. : Держкомстат України, 2001. – 32 с.

УДК 338

Пельчер М.В., Малюта Л.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Pel'cher M., Maliuta L.

FEATURES OF COST MANAGEMENT SYSTEM AT THE ENTERPRISE

Дослідження процесу виробництва на підприємствах в усіх його проявах, його закономірностей і тенденцій є головною проблемою науки і практики. Основною складовою дослідження виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємства є його витрати, оскільки виробництво починається саме з витрат, а вже потім, як похідні від них, розглядаються питання організації управління і одержання ключових результатів.

На даний момент часу практика доводить, що керівництво підприємством в цілому неможливе без чітко сформованої системи управління витратами.

Метою написання даних тез є дослідження особливостей формування ефективної системи управління витратами на підприємстві. Оскільки величина витрат є важливим фактором оцінки ефективного його функціонування, а також здійснює безпосередній вплив на формування фінансової звітності будь-якої організації.

Як відомо, проблема управління витратами стосується кожного підприємства. Якщо при переході до ринкових відносин більшість підприємств намагались досягти підвищення рентабельності завдяки підвищенню відпускних цін на продукцію, то сьогодні, в умовах трансформаційних змін та жорсткої конкуренції у всіх галузях економіки, ці можливості різко скорочуються [1].

На даний час економіка України потребує інтенсивної роботи з удосконалення системи управління витратами на підприємствах усіх форм власності. Це зумовлено виникненням таких причин:

- основна роль у зміцненні і розвитку економічного потенціалу країни належить первинній ланці національної економіки – підприємству;
- собівартість характеризує витрати конкретних підприємств на виробництво і реалізацію продукції та розкриває економічний механізм відшкодування витрат з виручки від реалізації даного товару;
- собівартість визначається суттєвим впливом на економічний потенціал країни, його зміни у перспективі та зростання ефективності виробництва [3].

Як свідчить практика, щоб зміцнити своє становище на ринку, кожна фірма, насамперед, використовує нецінові фактори, тобто прагне покращити якість продукції, забезпечити високе сервісне обслуговування, надати додаткові послуги тощо. Ефективно сформована система управління витратами підприємства дозволяє знижувати ціни на його продукцію і цим самим допомагає зайняти йому провідне місце на ринку.

Раціональне використання усіх наявних видів ресурсів яскраво відображається на ефективності функціонування підприємства. Тому кожна організація зацікавлена в тому, щоб створити ефективну систему управління витратами.

Основними перевагами системи управління витратами є:

1. Виробництво конкурентноспроможної продукції за рахунок зменшення цін при зниженні витрат.
2. Доступ до якісної та достовірної інформації про собівартість окремих видів продукції та її стан на ринку у порівнянні з аналогічними товарами інших виробників.

3. Проведення аналізу діяльності кожного підрозділу підприємства, з точки зору фінансового забезпечення.

4. Прийняття дієвих управлінських рішень у даній сфері, тощо.

Дослідивши термін «управління витратами» ми зробили висновок, що це процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами згідно відомих класифікаційних ознак, за місцями їх виникнення та носіями, при постійному контролі й стимулюванні їх зменшення.

Процес управління витратами допомагає вирішити безліч завдань, зокрема, визначає та врегульовує ціни, оцінює ефективність виробництва і підприємства в цілому, забезпечує режим економії, а за рахунок цього – збільшує прибуток [2].

На величину витрат впливає низка чинників. Наприклад, унаслідок зниження чи збільшення одних витрат, інші також зменшуються чи збільшуються. Таким чином, якщо підвищується технічний рівень виробництва, удосконалюється організація виробництва та праці, то знижуються витрати на придбання сировини, матеріалів, на заробітну плату працівників. Для того, щоб зменшити витрати на сировину і матеріали необхідно зменшити норми їх використання, скоротити відходи у процесі виробництва та застосовувати можливості та механізми їх повторного використання.

Досить часто керівники прагнуть мінімізувати витрати, що своєю чергою впливає на якість готової продукції. Тому, необхідно, на перше місце ставити не їх мінімізацію, а економію та максимізацію віддачі від ефективного використання усіх ресурсів підприємства.

Підсумовуючи вищевикладене, можемо сказати, що неможливо переоцінити важливість системи управління витратами. Якщо керівник обґрунтовано зможе зменшити рівень витрат, при цьому не знижуючи якість продукції, то йому вдасться вивести підприємство на бажаний рівень прибутку. Та організація, де управління витратами здійснюється успішно та ефективно, показує швидку реакцію на зміни в зовнішньому середовищі, якісне обслуговування, високу мотивацію працівників тощо.

Список використаних джерел:

1. Жовнірова М.В. Удосконалення системи управління витратами на підприємствах / М.В. Жовнірова // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 19.2. – С. 126–132.

2. Крушельницька О. В. Удосконалення системи управління витратами на підприємствах / О. В. Крушельницька // Вісник ЖДТУ.– 2010.– № 1.– С. 125 – 129.

3. Малюта Л.Я. Управління витратами : конспект лекцій / Л.Я Малюта . – Тернопіль: ТНТУ, 2008 – 124с.

УДК 338.45

Стойко І.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Stoyko I.

INNOVATIVE ORIENTATION OF PEDAGOGICAL ACTIVITY

З недавнього часу різко зросла паперова бюрократизація в освіті. Кваліфікація викладача і його авторитет педагогічних знань визначається величиною паперових розробок у нього на столі. і все це згідно наказів міністерства, які суворо контролюються. А кафедра повинна мати стільки всяких папок, що стає незрозумілим, яке її призначення і куди вона тратить всі зусилля.

Закон України «Про вищу освіту» серед основних завдань вищих навчальних закладів передбачає «забезпечення органічного поєднання в освітньому процесі освітньої, наукової та інноваційної діяльності». Крім того, більшість законодавчих документів, національних програм стосовно вищої освіти наголошують на недопущенні зниження якості освіти, падінні рівня знань, моральному старінні методів і методик навчання. Саме суспільне консенсусне розуміння того, що освіта – це один із головних факторів цивілізаційного, економічного розвитку держави, дає сьогодні поштовх до стратегічного вирішення завдань і забезпечення системного реформування національної вищої школи, адекватної модернізації та інтеграції її до європейського економічного, культурного, інформаційного простору.

З огляду на сказане вважаємо, що у сучасному освітньому процесі проблема інноваційних методів навчання залишається однією із актуальних у світовій педагогічній і науково-дослідній діяльності. Однак в умовах трансформаційних змін у вищій школі потребують постійного ретельного вивчення та науково-практичного обґрунтування питання: кращого досвіду інноваційної освітньої діяльності; характеристики змісту інтерактивних форм навчання, специфіки їх використання у вищих навчальних закладах; індивідуалізовані, командні, проектні технології отримання знань, інформаційно-комунікаційні засоби навчання, онлайн-освіта та інші нововведення.

Поняттям "інновація" позначають нововведення, новизну, зміну, введення чогось нового. Стосовно педагогічного процесу інновація означає введення нового в цілі, зміст, форми і методи навчання та виховання; в організацію спільної діяльності викладача і студента, вчителя і учня, вихованця. Інновації самі по собі не виникають, вони є результатом наукових пошуків, передового педагогічного досвіду окремих викладачів, учителів і цілих колективів.

Інноваційне навчання – це постійне прагнення до переоцінки цінностей, збереження тих із них, які мають незаперечне значення, і відкидання тих, що вже застаріли. Інновації у навчальній діяльності пов'язані з активним процесом створення, поширення нових методів і засобів (нововведень) для вирішення дидактичних завдань підготовки фахівців у гармонійному поєднанні класичних традиційних методик та результатів творчого пошуку, застосування нестандартних, прогресивних технологій, оригінальних дидактичних ідей і форм забезпечення освітнього процесу

Сучасний етап розвитку освіти в Україні повинен характеризуватися відходом від тоталітарної уніфікації і стандартизації педагогічного процесу, інтенсивним переосмисленням цінностей, пошуками нового в теорії та практиці навчання і

виховання. Основу інноваційних процесів в освіті повинні складати дві важливі проблеми педагогіки – проблема вивчення, узагальнення і поширення передового педагогічного досвіду та проблема впровадження досягнень психолого-педагогічної науки в практику. Результатом інноваційних процесів слугує використання теоретичних і практичних нововведень, а також таких, що утворюються на межі теорії і практики. Викладач може виступати автором, дослідником, користувачем і пропагандистом нових педагогічних технологій, теорій, концепцій. Управління інноваційним процесом передбачає аналіз і оцінку введених педагогічних інновацій, створення умов для їх успішної розробки і застосування. Водночас керівники навчального закладу повинні проводити цілеспрямований відбір, оцінку й застосування на практиці досвіду колег, нових ідей, методик, запропонованих наукою.

Потреба в інноваційній спрямованості педагогічної діяльності в умовах розвитку освіти спричинена певними обставинами:

По-перше, у розбудові суверенної держави викликала необхідність докорінної зміни системи освіти, методології і технології організації навчально-виховного процесу у навчальних закладах різного типу: ліцеях, гімназіях, коледжах, університетах, приватних закладах тощо. Пошуки, які ведуть колективи навчальних закладів нового типу можуть збагатити не лише навчальну практику, а й педагогічну науку.

По-друге, виконання соціального замовлення сучасного етапу розбудови нашої держави – особистості, здатної засвоювати й творчо розвивати культуру, потребує постійного пошуку нових організаційних форм, індивідуального підходу до особистості, нових технологій навчання і виховання. В цій ситуації суттєво зростає роль і авторитет педагогічного знання, яке може стати теоретичною базою для нових пошуків, інновацій.

По-третє, необхідно змінити характер ставлення викладачів, учителів до факту засвоєння і застосування педагогічних нововведень. Якщо раніше інноваційна діяльність обмежувалася використанням рекомендованих зверху нововведень, то сьогодні вона повинна набути дослідницько-пошукового характеру: викладач обирає нові програми, підручники, використовує нові прийоми і способи педагогічної діяльності.

Відтак освітні інновації характеризуються цілеспрямованим процесом часткових змін, що ведуть до модифікації мети, змісту, методів, форм навчання, способів і стилю діяльності, адаптації освітнього процесу до сучасних вимог часу і соціальних запитів ринку праці. Крім того, впровадження й утвердження нового в освітній практиці зумовлене позитивними трансформаціями, а отже, має стати засобом вирішення актуальних завдань конкретного навчального закладу і витримати експериментальну перевірку для остаточного застосування інновацій. Передусім, це має полягати в сучасному моделюванні, організації нестандартних лекційно-практичних, семінарських занять; індивідуалізації засобів навчання; кабінетного, групового і додаткового навчання; факультативного, за вибором студентів, поглиблення знань; проблемно-орієнтованого навчання; науково-експериментального при вивченні нового матеріалу; розробці нової системи контролю оцінки знань; застосуванні комп'ютерних, мультимедійних технологій; навчально-методичної продукції нового покоління.

Отже, інновації в освіті є сьогодні чи не найважливішим завданням, тому державна підтримка в цій сфері є дуже важливою, оскільки вона дає можливість не тільки вирішити внутрішні економічні проблеми на якісно новому технічному рівні, але й створити реальну ситуацію конкурентоспроможності закладів освіти, що спричинило б входження загальноосвітніх навчальних закладів у ринкові відносини, створення нових типів навчальних закладів, у тому числі й недержавних.

УДК 338; 366.1

Федишин І.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНТЕРНЕТ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ РОЗВИТКУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Fedyshyn I.

INTERNET AND SOCIAL AND ECONOMIC CONSEQUENCES OF DEVELOPMENT OF NEW TECHNOLOGIES IN MODERN SOCIETY

Широке проникнення засобів і послуг зв'язку в усі сфери життєдіяльності суспільства змушує людей (від окремих громадян до фахівців у різних галузях економіки і менеджерів компаній-операторів) орієнтуватися в усьому їх швидкозмінливому різноманітті для здійснення найбільш ефективного вибору. За останні 10-15 років завдяки розвитку технологій і формуванню нового попиту користувачів докорінно змінилася і концепція розвитку бізнесу.

Зараз технології е-бізнесу – один із важливих інструментів сучасної конкурентної боротьби. Вплив електронного бізнесу змінює всі форми діяльності великих і малих підприємств – від розробки продуктів до продажу товарів на ринку. Головним джерелом ринкової сили стає інтелект, втілений у організаційні структури дослідницьких і ринкових корпорацій, які створюють нові ІТ й утримують контроль над ними [1].

Звичайно, суспільні відносини, що виникають при використанні інформаційно-комунікаційних технологій в підприємницькій діяльності, потребують регулювання, в тому числі і правовими засобами. Проте, на жаль, право сьогодення, базуючись на реаліях світу, яким він був до того, як “цифрова революція” стала реальністю, в більшості випадків виявляється нездатним адекватно реагувати на зміни у суспільних відносинах, викликані появою новітніх технологій. Бізнесмени, які займаються електронною комерцією вже сьогодні, не можуть з достатнім ступенем ймовірності передбачити, як питання, з якими вони стикаються в процесі здійснення підприємницької діяльності в Інтернеті, будуть вирішені при застосуванні сучасного права.

Інтернет – всесвітнє об'єднання мереж передачі даних – є продуктом конвергенції обчислювальних систем і телекомунікацій. Будучи мережею інтерактивних мереж та принципово новим засобом надання інформаційних послуг, Інтернет уникає переважної більшості правових обмежень щодо контенту, але, використовуючи канали зв'язку, функціонування яких унормовано телекомунікаційним правом, не може оминати регулювання інфраструктури. Так, наприклад, Директива щодо електронної комерції, не регулюючи змісту комерційної інформації, для якої Інтернет є каналом розповсюдження, містить низку правил, що стосуються постачальників послуг з передавання такої інформації – “провайдерів послуг інформаційного суспільства”.

Нові інформаційні технології дали не тільки унікальні можливості для більше активного й ефективного розвитку економіки, політики, держави й суспільства, але й стимулювали виникнення й розвиток негативних процесів. Одним з них є поява комп'ютерної злочинності.

Цьому сприяє і постійний ріст користувачів персональних комп'ютерів і мережі Інтернет. Це в свою чергу призвело до виникнення нових негативних явищ: атак хакерів на web-ресурси, Інтернет-шахрайств, поширення комп'ютерних вірусів і СПАМів, розповсюдження дитячої порнографії і виникнення кібертероризму.

По оцінках експертів з питань боротьби з комп'ютерною злочинністю правоохоронних органів країн Центральної й Східної Європи, прибутки від злочинної діяльності у сфері використання електронно-обчислювальних машин (назва із ст. 361 КК) посідають третє місце після доходів від наркоторгівлі і продажу зброї, а нанесені збитки уже зараз оцінюються мільярдами доларів. Тільки в США щорічно економічні збитки від такого роду злочинів становлять біля \$100 млрд.

Характерною рисою комп'ютерних злочинів є їх дуже висока латентність й надмірно великі розміри нанесених збитків. Інформація про комп'ютерні злочини не завжди стає загальновідома, як свідчать наукові дослідження, тільки 10 – 15% комп'ютерних злочинів стають надбанням гласності тому, що організації, які постраждали в їх наслідок, із боязні втратити репутацію чи його повторного вчинення у їх відношенні, досить неохоче надають інформацію про такі протиправні дії [1].

В даний час користувачі Інтернету як особлива цільова аудиторія стають об'єктом не тільки соціологічних, а й соціально-психологічних досліджень. Найактивніше досліджуються особливості групової взаємодії, закономірності формування і характеристики функціонування віртуальних спільнот, ймовірність виникнення "наркотичного" типу залежності від Інтернету, стереотипи створення і сприйняття соціальних об'єктів в кіберпросторі, перспективи перенесення в реальну діяльність людей навичок і умінь, придбаних у віртуальній реальності. Отже, говорячи про аудиторію Інтернету, необхідно брати до уваги, що існує певний освітній і майновий ценз для віднесення до цієї специфічної групи.

На думку ряду дослідників, негативний вплив Інтернету перебуває в прямій пропорції від особистості користувача. Завдяки спілкуванню в Інтернеті люди, схильні до створення залежностей, компенсують свої потреби в спілкуванні і почуття захищеності. Найчастіше Інтернет-залежність - це наслідок гіперкомпенсації внутрішньоособистісних проблем людини. Фахівці стверджують, що люди, «підсіли» на Інтернет, в дійсності дуже часто самотні або мають проблеми в спілкуванні. Кімберлі Янг з'ясувала, що велика частина Інтернет-залежних (91%) користується сервісами Інтернет, пов'язаними зі спілкуванням [2]. Іншу частину залежних приваблюють інформаційні сервіси мережі.

За даними досліджень, кількість молоді в Інтернеті росте швидше, ніж кількість представників інших вікових груп. В якості причин, що сприяють формуванню Інтернет-залежності, різні автори виділяють анонімність, доступність, невидимість, множинність, безпеку, простоту використання [2].

Слід підкреслити, що можливі підходи до формування соціально-збалансованої політики щодо використання інформаційних технологій в значній мірі пов'язані з розробкою цільових комплексних програм інформатизації на державному, галузевому та місцевому рівнях і виробленням загальних принципів і рекомендацій щодо розвитку технологій задля уникнення їх негативного впливу на суспільство.

Список використаних джерел:

1. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для магістрів спеціальності 8.18010012 «Управління інноваційною діяльністю») / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 155 с.

2. Кузнецов К.В., Данилейко А.А., Лагусев Ю.М. Исследования Интернет-зависимости [Електронний ресурс]. - Режим доступу:

<http://jurnal.org/articles/2011/psih8.html>

УДК 334.784 (658.5); 336

Химич І.Г., Тимошик Н.С., Винник Т.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА КОМПАНІЇ – ОСНОВА СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Khymych I., Tymoshyk N., Vynnyk T.

A CORPORATE CULTURE OF COMPANY IS A BASIS OF SOCIAL BUSINESS

В сучасному світі, що характеризується нестабільністю та швидкими темпами інноваційного розвитку, створилися всі необхідні умови для формування нового напрямку, так званого, соціального бізнесу. Тобто, такого структурного елементу, який надає змогу більш зорієнтувати діяльність компаній на потреби та вимоги людей.

Дана технологія виникла як звичайний інтерес споживачів до продукції та послуг компаній, що їх надають. А в зв'язку з глобальним розвитком Інтернет-мереж тільки набрала обертів.

На теперішній момент можна дуже швидко взяти багато цікавої та потрібної інформації від клієнтів та споживачів продукції (послуг) тієї чи іншої компанії на основі їхніх відгуків про неї.

Модель впливу соціального бізнесу на діяльність компанії відображено на рис. 1.

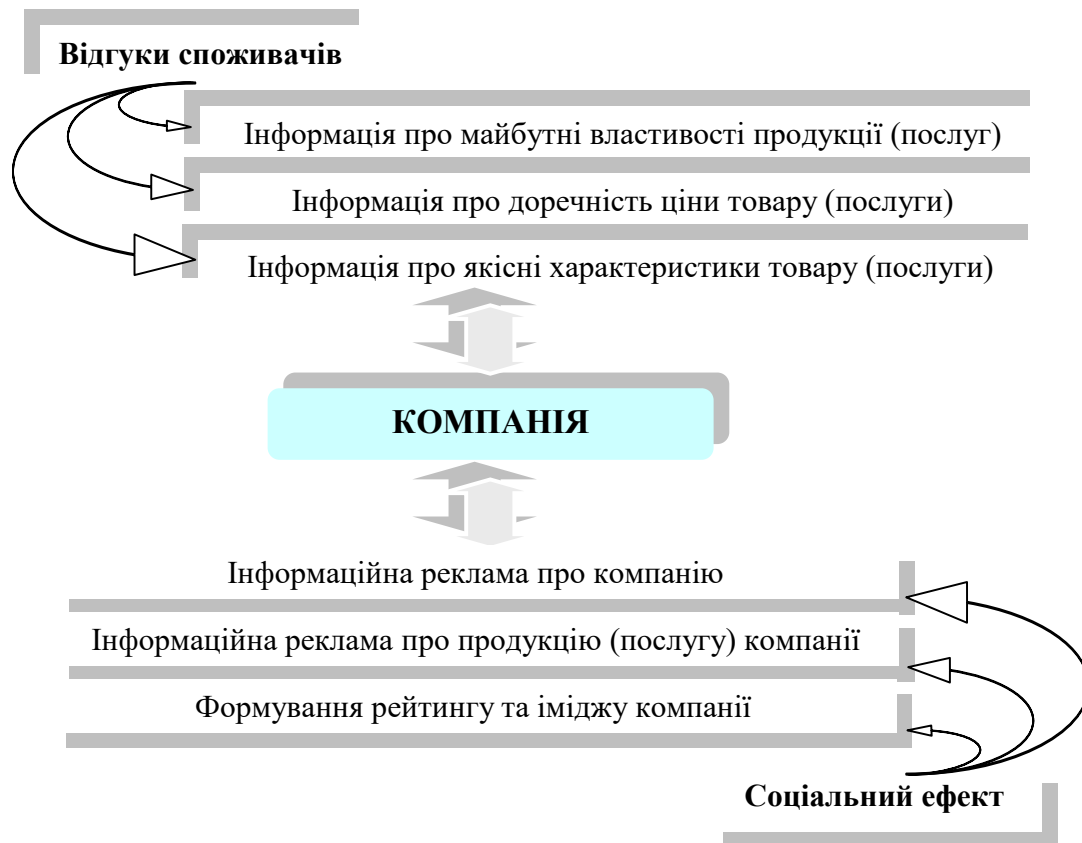


Рисунок 1. Вплив відгуків споживачів продукції (послуг) компанії на формування її соціального ефекту

Примітка: сформовано самостійно

Також, варто врахувати, що при застосуванні механізму соціального бізнесу, прийняття та реалізація кінцевих управлінських рішень компаній повинні залежати, в основному, від думки їхніх клієнтів, покупців, споживачів, тобто простих людей, які користуються їхніми товарами або послугами.

Започаткування та формування соціального бізнесу є вкрай важливим процесом розвитку компаній тому, що завдяки думці незалежних споживачів (звичайних людей) управлінці можуть ліквідувати власні недоліки у виробництві, запропонувати нову та необхідну, на даний час, продукцію (послугу), орієнтовану на певний ринковий сегмент, вдосконалити вже існуючі види товарів та взнати таку необхідну інформацію не вкладаючи надзвичайно багато фінансових ресурсів на її пошуки та дослідження.

Проте, потрібно пам'ятати, що в умовах ринкової конкуренції ефективність діяльності компаній є вирішальною передумовою не тільки ефективного функціонування, але і їхнього саморозвитку.

Відомо, що економічна та соціальна сфери компанії тісно взаємопов'язані між собою. Тому, без збалансованого розвитку самої компанії, неможливе і досягнення її соціальних цілей.

Для підтримки балансу між цими двома сферами доцільно застосувати таке поняття як корпоративну культуру, дотримання принципів якої направлене на отримання позитивних результатів діяльності компанії, очікування в досягненні яких виступає, так би мовити, рушійною силою.

Тобто, саме ці результати є рушійною силою існування корпоративної культури, і всі зусилля планування та реалізації спрямовані на їх досягнення. В цьому випадку персонал компанії можна інтерпретувати як зацікавлену сторону щодо одержання позитивних результатів (рис. 2).



Рисунок 2. Процес отримання позитивного результату компанією на основі дотримання принципів корпоративної культури

Примітка: сформовано самостійно

Представлений процес отримання позитивних результатів діяльності компанії із застосуванням принципів корпоративної культури виступає чіткою послідовністю певних дій, що призводить до зміни усіх її структурних елементів.

Іншими словами, коли компанія виступає як система управління, що складається із певних бізнес-процесів, то в цьому випадку процес виступає як формування певної цінності, яка автоматично трансформується у прибуток.

Отже, для того, щоб компанія отримувала позитивні результати, необхідно підтримувати баланс між її соціальною та виробничою сферами, зокрема, цього можна досягти на основі дотримання основних принципів корпоративної культури.

УДК 364.2

Шерстюк Р.П., Шеліхевич Д., Максимов І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

**РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ
УКРАЇНИ**

Sherstiuk R., Shelikhevyh D., Maksymov I.

**DEVELOPMENT OF INNOVATIONAL POTENTIAL OF SOCIAL BUSINESS
OF UKRAINE**

Практика успішних країн, які ми зазвичай називаємо країнами з розвиненою ринковою економікою, свідчить, що інноваційні підприємства є важливим чинником стабільної державної економіки.

Як свідчить більш детальний аналіз структури економік успішних країн світу, левову частку їхнього економічного потенціалу складає саме соціальний бізнес. В економіці США соціальний бізнес наразі створює досить велику кількість нових робочих місць.

Підвищення інноваційного потенціалу соціального бізнесу, зазвичай, має стати одним із провідних напрямків державної політики, а саме розвиток його інноваційної складової.

Сприяння формуванню інноваційного потенціалу соціального бізнесу в Україні обумовлено такими основними чинниками:

1. Відтік інтелектуальних кадрів. Найголовнішою складовою соціального інноваційного бізнесу є інтелектуальний потенціал. Як відомо у останні роки в Україні спостерігається відтік інтелектуальних кадрів з країни, необхідно створити відповідну мотивацію для представників інтелектуальної інтелігенції: матеріальну – гідну зарплату та моральну – статус, державну підтримку.

2. Терміново необхідно розробити програми і стратегії інноваційного розвитку держави і закріплення їх на законодавчому рівні.

3. У країні необхідно розвивати сприятливий кредитно-фінансовий механізм. Фінансування інноваційних проєктів повинно запроваджуватись і на державному рівні: це й інвестиційна підтримка впровадження передових технологій, й субсидування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, й стимулювання розробки енергозберігаючих заходів.

4. Актуальним є зменшення податкового навантаження на підприємства, які впроваджують інновації, знижка на науково-дослідні витрати; режим прискореної амортизації для устаткування: повне звільнення інноваційних підприємств від податків на прибуток впродовж перших двох років роботи, та поступово на протязі ще трьох.

5. Для підвищення привабливості інноваційних проєктів з боку інвесторів – комерційних банків, фінансових установ та промислово-фінансових груп – необхідне страхування на рівні держави інноваційних ризиків.

6. Необхідно зосередити увагу на науково-обґрунтованому маркетинговому прогнозуванні для визначення у майбутньому попиту на нову продукцію, технологію.

7. Співробітництво між бізнес-структурами і науковими інституціями, як у розрізі розробки та впровадження інновацій, так й підготовки високо кваліфікованих фахівців в інноваційній діяльності.

8. Поступове заміщення імпорту іноземної продукції, що має попит на ринку країни, на високоякісну та екологічно чисту продукцію вітчизняного виробництва, створену на основі інноваційних технологій.

Підсумовуючи інформацію можемо говорити про те, що в Україні на відміну від більшості країн ЄС інноваційна складова соціального слабо розвинена, відчувається гостра нестача фахівців в області управління інноваційними проектами. Вирішення проблеми успішної реалізації етапів інноваційного процесу аж до ефективної комерційної реалізації розробок можливо за умови наявності розвиненої інноваційної інфраструктури. Така інфраструктура включає: технологічні інкубатори, технопарки, інформаційні мережі, експертні і консультаційні бюро, патентні служби, інститути фінансової підтримки, систему страхування ризиків та ін. спеціалізовані організації, здатні забезпечити усебічну підтримку інноваційної діяльності. В Україні, через відсутність державної підтримки, малі підприємства соціального бізнесу, що займається інноваціями, самостійно не може конкурувати з великими підприємствами, а великий бізнес, у якого достатньо обігових коштів, не завжди зацікавлений у випуску інноваційних продуктів. Державна підтримка інноваційних процесів дасть можливість перейти до реалізації комплексних регіональних, галузевих і загальнодержавних програм соціального інноваційного бізнесу, а також сконцентрувати ресурси на пріоритетних напрямках їх розвитку та діяльності. Цей механізм дозволить реалізувати такі важливі функції: стратегію планування інвестицій, конкурсний механізм формування програм і відбору інноваційних пропозицій для їх реалізації, квотування бюджетних коштів для реалізації загальнодержавних програм і програм соціального інноваційного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва»: Закон від 19 жовтня 2000 року №2062-III // Урядовий кур'єр. – 2000. – 22 листопада.
2. Закон України «Про національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні»: Закон від 21 грудня 2000 року №2157-III/ Україна. Закон // Урядовий кур'єр. – 2001. – 25 січня.
3. Андрєєв Д. В. Інноваційний розвиток малого та середнього бізнесу: шляхи вдосконалення державної політики / Андрєєв Д. В. // Теорія і практика інтелектуальної власності 6/2016 – 69 с.
4. Зарубіжний досвід державної підтримки інноваційних малих та середніх підприємств. – <http://kfpp.ru/>.
5. Коваленко Г. М. Формування інноваційного потенціалу підприємств малого та середнього бізнесу//№09 (103) 2012. – 48-50 с.
6. Експертний звіт Проекту ЄС «Підтримка наукоємних та інноваційних підприємств, а також трансфер технологій в бізнес в Україні». – <http://innoenterprise.com.ua> .
7. Шерстюк Р.П. Особливості використання державних важелів управління інноватикою суб'єктів господарювання–як інструментом підвищення їхньої конкуренто спроможності.(Європейські акценти) / Б.М. Андрушків, Н.Б. Кирич, О.Б. Погайдак // Теорія та практика державного управління, 2/2015, с. 134-143

РЕКОМЕНДАЦІЇ
науково-практичного семінару
«ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ
ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ»

м. Тернопіль

жовтень 2017 рік

Узагальнення результатів дискусії з теоретичних та практичних досліджень щодо перспектив розвитку соціального бізнесу в умовах інтеграційних перетворень, менеджменту інноваційної діяльності, удосконалення організаційно-економічних механізмів його становлення дало можливість виробити наступні висновки і рекомендації:

1. Теоретико-методологічні засади розвитку соціального бізнесу організації менеджменту інноваційної діяльності в умовах інтеграційних перетворень, свідчить про необхідність системного удосконалення підходів до його організації як у державі загалом і регіонах та галузях національної економіки зокрема.

2. Інтеграційні процесом та перетворення у соціальній сфері, реформування вітчизняної інноваційної діяльності підтверджує правомірність застосовувати в Україні прогресивного досвіду у цій сфері діяльності із найвищим економічним ефектом.

3. У зв'язку з вище означеним вважаємо за доцільне рекомендувати регіональним органам управління повсякчас сприяти соціальному розвитку за рахунок бізнесових важелів, впровадженню досягнень науки і техніки, НТП в рамках реалізації відповідних програм в т.ч. розвитку інноваційної діяльності в Україні.

4. Впровадження економічних механізмів зацікавленості соціального розвитку інноваційної діяльності повинні вирішуватися комплексно, виходячи зі специфічних особливостей соціального розвитку регіону. Виходячи з цих міркувань, слід створити регіональну та центральну ради з розвитку соціальної сфери, рішення якої повинні мати в регіонах вагу рішень Уряду.

5. Розвиток ринкових відносин в Україні на сучасному етапі створює реальні передумови для набуття менеджменту інноваційної діяльності оптимальної функціонально-організаційної структури особливо у соціальній сфері.

6. Установам, підприємствам та організаціям що безпосередньо здійснюють управління соціальною діяльністю, доцільно перейти від прямого адміністрування до економічного впливу на управлінські процеси.

7. Подальша трансформація інноваційних процесів у руках держави дозволить перевести їх управління на якісно нову основу – "електронну нервову систему" – та здійснить на світових інноваційних ринках ефективну промоцію регіональному інноваційному продукту завдяки мережі Інтернет.

Втілення в життя усіх означених рекомендацій, стратегій та програм розвитку соціального бізнесу багато в чому залежить від ініціативи, професіоналізму працівників Державної служби та органів місцевого самоврядування, науковців та практиків. Запропоновані у дискусіях економічні механізми становлення соціального бізнесу менеджменту інноваційної діяльності та шляхи удосконалення методології та організації регіонального процесу, практична реалізація висновків і рекомендацій створюють необхідні умови ефективного господарювання як на рівні регіонів, так і інституційних одиниць, що його утворюють на рівні галузей Національної економіки.

Над рекомендаціями працювали:

Б.М. Андрушків, Г.В. Ціх, Л.Я. Малюта, Р.П. Шерстюк