

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний технічний  
університет імені Івана Пулюя  
Наукове товариство ім. Т.Г. Шевченка  
Академія соціального управління  
Кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва



## **МАТЕРІАЛИ**

VII Всеукраїнської науково-практичної конференції  
пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя,  
академіка НАН України М.Г.Чумаченка:

**«Інновації: соціально-економічні та  
безпекові стратегії розвитку»**

**23 березня 2018 року**

**Тернопіль**

**Інновації: соціально-економічні та безпекові стратегії розвитку:** матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України М.Г.Чумаченка (Тернопіль, 23 березня 2018 року) / МОН України, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя [та ін.]. – Тернопіль: 2018. – 82 с.

У збірнику представлено тези доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України М.Г.Чумаченка «Інновації: соціально-економічні та безпекові стратегії розвитку».

#### **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., ст.викладач, 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., доцент, 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., ст.викладач, кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, ТНТУ імені Івана Пулюя;

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

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

**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

|   |    |
|---|----|
| <b>Микола Григорович Чумаченко – біографія.....</b>   | 6  |
| <b>Рогатинський Р.М.</b><br><b>ВСТУПНЕ СЛОВО</b><br>Симбіоз соціально-економічних та безпекових стратегій – шлях до успіху та прогресу .....  | 7  |
| <b>Андрушків Б.М., Богданюк С.О., Шевчук Т.О.</b><br><b>ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ У СКЛАДНИХ УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ..</b>  | 9  |
| <b>Андрушків Б.М., Владимир О.М., Синюк І.І.</b><br><b>НАЦІОНАЛЬНЕ СУСПІЛЬСТВО – СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....</b>  | 11 |
| <b>Андрушків Б.М., Паляниця В.А., Погайдак О.Б., Ціх Г.В.</b><br><b>УДОСКОНАЛЕННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ СЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ В УМОВАХ ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНИХ РЕФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....</b> | 13 |
| <b>Бабюк А.Ю., Машлій Г.Б.</b><br><b>БІРЖІ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ.....</b>   | 16 |
| <b>Бондар Н. Г., Плита І.П., Бойко Н.М, Островська Г.Й.</b><br><b>ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....</b>  | 18 |
| <b>Бойко В.С., Стойко І.І.</b><br><b>РОЛЬ ОХОРОННОГО БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>  | 20 |
| <b>Гайдуцька Ю.Б., Боднар Р.С., Ставрुक Н.Б.</b><br><b>СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....</b>  | 21 |
| <b>Галушак М.П, Галушак О.Я.</b><br><b>ЗАКОНОПРОЕКТ "КУПУЙ УКРАЇНСЬКЕ, ПЛАТИ УКРАЇНЦЯМ" ЯК ПРИКЛАД ПОПУЛІЗМУ, ПРИКРИТОГО ГАРНИМ ГАСЛОМ.....</b>   | 23 |
| <b>Гарматюк О.О, Пельчер М.В.</b><br><b>ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....</b>   | 24 |
| <b>Гарматюк О.О., Ріпка О.М., Ферльовський В.В.</b><br><b>МОЖЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УКРАЇНІ.....</b>   | 25 |
| <b>Дудкін П.Д., Крупа В.</b><br><b>ВИМОГИ ДО СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНО ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ДРІБНОСЕРІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА.....</b>  | 27 |
| <b>Загородна О.М.</b><br><b>ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ.....</b>  | 28 |
| <b>Зелінська Ю.П, Федішин І.Б.</b><br><b>ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....</b>  | 30 |
| <b>Каліцинський В.С., Мосій О.Б.</b><br><b>ІННОВАЦІЙНІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ.....</b>  | 32 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Керничний А.Я., Керничний Б.Я.</b><br>ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ БЛОКЧЕЙНУ В УРАЇНСЬКІЙ ЛОГІСТИЦІ ТА МАРКЕТИНГУ .....  | 33 |
| <b>Кирич Н.Б., Лібусь Т.І.</b><br>РЕГУЛЮВАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ НА АТМОСФЕРНЕ ПОВІТРЯ НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ.....  | 34 |
| <b>Луциків І.В.</b><br>ПРИНЦИПИ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ.....   | 35 |
| <b>Малюта Л.Я., Пелипишин С.В., Баран І.М.</b><br>ІННОВАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ОЩАДЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА.....   | 37 |
| <b>Малюта Л.Я., Яськова Т.</b><br>ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ БЕЗВІДХОДНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....                               | 39 |
| <b>Мацюк О., Дудкін П.Д.</b><br>SMART КОМПОНЕНТИ У РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА.....  | 41 |
| <b>Машлій Г.Б.</b><br>СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....   | 42 |
| <b>Машлій Г.Б.</b><br>НАУКОВІ КАДРИ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....  | 43 |
| <b>Нагорняк Г.С.</b><br>ФОРМУВАННЯ, РОЗВИТОК ТА ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ НА ОСНОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ .....    | 44 |
| <b>Нагорняк Г.С., Малюта Л.Я., Мельник Л.М., Шерстюк Р.П.</b><br>СУЧАСНЕ ПРОГРЕСИВНЕ ОБЛАДНАННЯ Й ОСНАЩЕННЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....                   | 46 |
| <b>Островська Г.Й.</b><br>СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....  | 48 |
| <b>Островська Г. Й., Беркита Н. В., Василевська К. А.</b><br>ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ РЕГІОНУ.....                                     | 50 |
| <b>Павликівська О.</b><br>ОБГРУНТУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....   | 52 |
| <b>Пастух Х.Р, Юрик Н.Є</b><br>СТРАТЕГІЧНІ ДІЇ ТА СЦЕНАРІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОЇ УСТАНОВИ.....  | 54 |
| <b>Пельчер М., Галушак О.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЕВООБРОБНОЇ ГАЛУЗІ.....  | 56 |
| <b>Пельчер М.В., Малюта Л.Я.</b><br>ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ РЕСУРСНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....  | 57 |
| <b>Пижик О.А.</b><br>ГАРМОНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА ВНУТРІШНЬОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ, ТА ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ..... | 59 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Пищик О.А., Баган Г.І., Балицька Н.Р., Іванців О.І.</b><br>ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ<br>ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....  | 61 |
| <b>Серединська В.М.</b><br>МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ   | 63 |
| <b>Співак С.М.</b><br>СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО<br>ПІДПРИЄМСТВА.....   | 65 |
| <b>Старчик Н.В., Лебедева Д.О.</b><br>ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ОСНОВА ПРОГРЕСИВНОГО РОЗВИТКУ<br>ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....  | 66 |
| <b>Стойко І.І.</b><br>КОНКУРЕНЦІЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....   | 68 |
| <b>Туревич О.А., Довгань А.О.</b><br>ПРО НАУКОВУ НЕКОРЕКТНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ПОНЯТТЯ<br>«АГРЕСИВНІСТЬ» В ІННОВАЦІЙНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ  | 70 |
| <b>Федишин І.Б.</b><br>АКТУАЛЬНІСТЬ КРИТЕРІЇВ ОЦІНКИ ЯКОСТІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ....   | 72 |
| <b>Федорович Р.В.</b><br>СЕГМЕНТАЦІЯ ЯК АНАЛІТИЧНА ФУНКЦІЯ МАРКЕТИНГУ.....  | 74 |
| <b>Химич І.Г., Тимошик Н.С., Подвірна Т.В.</b><br>ЗАЛУЧЕНІ ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....  | 76 |
| <b>Чорнобай Н.І., Хиль Л.П.</b><br>ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В УКРАЇНІ.....  | 78 |
| <b>Яцик М.І., Шведа Н.М.</b><br>ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ<br>ПІДПРИЄМСТВАХ ЗА ДОПОМОГОЮ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ.....  | 80 |
| <b>РЕКОМЕНДАЦІЇ VII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті<br/>почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України<br/>М.Г.Чумаченка «Інновації: соціально-економічні та безпекові стратегії розвитку»</b> | 82 |



## Микола Григорович Чумаченко

народився 1 травня 1925 року в селянській родині в селі Гладківка (колишньому Келегеї) Голопристанського району Херсонської області. Учився в Келегейській неповній середній, а потім у Голопристанській середній школі №1. У 1943-1949рр. він – солдат Радянської Армії у складі військ 4-го Українського фронту. Після демобілізації з 1949 по 1961рр. працює на Кутаїському автомобільному заводі ім. Г.К. Орджонікідзе старшим бухгалтером, начальником сектора матеріального обліку, заступником головного бухгалтера і головним бухгалтером заводу. Робота на заводі для М.Г. Чумаченка була школою виробничого досвіду: в цей період він активно вивчає економіку і господарську діяльність підприємства. Без відриву від виробництва з відзнакою закінчує у 1957р. економічний факультет Тбіліського

державного університету і вступає до заочної аспірантури Київського фінансово-економічного інституту, одночасно займаючись виробничою та дослідницькою роботою. Результати останньої викладені в ряді публікацій та дисертації на здобуття вченого ступеня кандидата економічних наук «Питання аналізу рентабельності соціалістичних промислових підприємств (на прикладі промислових підприємств м. Кутаїсі)» (1962р).

У 1970р. Микола Григорович Чумаченко захистив у Московському економіко-статистичному інституті дисертацію на здобуття вченого ступеня доктора економічних наук на тему «Проблеми обліку і економічного аналізу в управлінні промисловим підприємством», у лютому 1971р. йому присвоєно вчене звання професора. З 1973р. він, професор обліково-фінансового факультету Донецького державного університету.

З вересня 1975р. М.Г. Чумаченко очолював відділ проблем управління виробництвом Інституту економіки промисловості АН УРСР.

У 1976р. М.Г. Чумаченко очолив вперше сформовану в Донбасі спеціалізовану раду по присудженню вченого ступеня доктора економічних наук.

У березні 1981р. М.Г. Чумаченко обирається академіком-секретарем Відділення економіки АН УРСР, а в лютому 1982р. Президія АН УРСР призначає його головою Донецького наукового центру АН УРСР.

В останні роки дослідження М.Г. Чумаченка були зосереджені на розробці концепції державної промислової політики та організаційного механізму управління державним сектором промисловості.

Микола Григорович має численні нагороди як учасник Великої вітчизняної війни.

У 1980р. за цикл праць з питань планування економічного і соціального розвитку територіально-виробничих комплексів і міст М.Г. Чумаченку присуджена премія Академії наук Української РСР ім. О.Г. Шліхтера.

За цикл робіт із економічних проблем автоматизації виробництва М.Г. Чумаченку присуджена премія Академії наук України за 1992р. ім. М.І. Туган-Барановського.

За активну участь у дослідженні проблем галузі М.Г. Чумаченко був нагороджений знаками «Шахтарська слава» I, II і III ступенів, йому присуджена премія ЦК ЛКСМ України і Міністерства вугільної промисловості Української РСР у галузі науки і техніки.

Помер у жовтні 2011 року.



## СИМБІОЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТА БЕЗПЕКОВИХ СТРАТЕГІЙ – ШЛЯХ ДО УСПІХУ ТА ПРОГРЕСУ



Проблеми формування і використання інновацій у реалізації соціально-економічних та безпекових стратегій розвитку, управлінні науково-освітньою сферою в умовах трансформаційної економічної системи досліджені у багатьох працях українських та зарубіжних учених. Необхідно зауважити, що дослідженню цієї проблематики (системності досліджень) присвячено чимало наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених. Тим часом розгляд проблем в означеному ракурсі, у згаданому контексті, практично залишилась за полем зору науковців

Власне ці та інші обставини обумовили вибір теми VII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора нашого університету, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка, яку організувала кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва.

Загальновідомо, що радикальні економічні реформи є одним із шляхів виходу нашої країни з чисельних криз. У цивілізованих державах їх провідником є наука, яка торує дорогу, ставить віхи на шляху розвитку національної економіки, галузей господарського комплексу, регіонів. У цьому процесі особливе місце займають галузеві ВНЗ, окремі з яких, не дивлячись на конфліктну ситуацію в державі, успішно розвиваються, відкривають нові спеціальності, реалізують науково-дослідну тематику тощо.

Неодмінною умовою цього процесу є вивчення особливостей функціонування суб'єктів господарювання та організація роботи з ними в умовах нестабільності. У зв'язку з цим виникає потреба розробки та застосування соціально-економічних і безпекових стратегій розвитку. У малому бізнесі, де через брак коштів керівник часто вимушений поєднувати різноманітні ролі і функції, безпекові питання стоять 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 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 жаль, сумістити означені функції важко. Кваліфікація названих вище працівників повинна бути приблизно на одному рівні, щоб уникнути дисбалансу.

Підбір кваліфікованих співробітників у цій сфері з застосуванням тестування та інших засобів атестації кадрів може бути вирішальним чинником для продовження безпечної та ефективної роботи не лише підприємства, а й 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 підприємства.

Отже розробка стратегій та пошук шляхів підвищення професійного рівня у сфері соціально-економічних та безпекових механізмів розвитку в умовах євроінтеграційних перетворень є доцільним і своєчасним. У цій ситуації, виходячи з потреб підвищення

якості управлінських рішень, економічної доцільності та об'єктивних обставин, згадана діяльність є дуже доречною. В свою чергу це обумовлює необхідність організації розробок соціально-економічних та безпекових стратегій розвитку підприємств у постконфліктних умовах.

Справді, 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, що особливо актуально в умовах державного та адміністративно-територіального реформування. Флагманом у реалізації таких інноваційних підходів є кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва.

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.. 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 академічними 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.

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 успішною підготовкою чергової Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Інновації: соціально-економічні та безпекові стратегії розвитку».

Зичу усім нових наукових здобутків, творчих злетів в удосконаленні навчального процесу, достатку і злагоди в сім'ях, здоров'я, натхнення, задоволення від усвідомлення творчих здобутків.

Проректор з наукової роботи  
Тернопільського національного технічного  
університету імені Івана Пулюя,  
доктор технічних наук, професор

**Р.М.Рогатинський**



**УДК 658.65**

**Андрушків Б.М., Богданюк С.О., Шевчук Т.О.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК  
ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ У СКЛАДНИХ УМОВАХ  
ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

**Andrushkiv B.M., Bohdanyuk S.O., Shevchuk T.O.**

**DEFINING OF THE INFLUENCE OF INNOVATIONS FOR DEVELOPMENT  
INDUSTRY OF UKRAINE IN COMPLEX CONDITIONS OF  
TRANSFORMATION CONVERGATIONS**

В умовах глобалізації усі галузі як матеріального, так і нематеріального виробництва, мають базуватися на проведенні досліджень і розробок, пошуку нових технологічних, організаційних та економічних рішень щодо підвищенні рівня інноваційності продукції та послуг з метою здобуття конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі. Пріоритетною передумовою інтенсифікації інновацій, як найголовнішого чинника економічного зростання, є формування системи управління інноваційної діяльності. Тому, інноваційна модель розвитку підприємства є домінуючою в умовах рішення задач структурно-технологічної модернізації промисловості України, яка забезпечує значні темпи зростання ефективності виробництва, підвищений рівень якості нової продукції, її перспективність та конкурентоспроможність, створює умови для довгострокового економічного зростання як окремого підприємства, так й промисловості в цілому. Успіх в здійсненні інноваційної діяльності залежить від багатьох чинників. Однією з необхідних умов досягнення значного рівня інноваційної активності є достатнє фінансове забезпечення цього виду діяльності підприємств. В основі реалізації інноваційної моделі розвитку промислового підприємства лежить низка інноваційних проектів. Реалізація інноваційних проектів на підприємствах машинобудування потребує значного обсягу коштів та різноманітності джерел і форм їх фінансування. Основними перешкодами, з якими зіткнулися підприємства в сучасних умовах господарювання, стали брак власних коштів, висока вартість та низький рівень доступу до довгострокових позикових коштів, недостатній розвиток дієвих механізмів фінансування, зокрема венчурних, що широко застосовуються у світовій практиці. Саме тому необхідно здійснювати пошук нових інструментів управління інноваційною діяльністю підприємства у сфері її фінансового забезпечення.

У сучасних складних умовах трансформаційних перетворень інноваційна діяльність є одним з ключових чинників успішного розвитку як економіки у цілому, так і кожного підприємства, зокрема, обумовлює особливу актуальність питань формування та забезпечення інноваційного потенціалу. В умовах розвитку інтелектуальної економіки важливого значення набуває ефективне використання та управління матеріальними і трудовими та, особливо, інтелектуальними ресурсами (розумовим потенціалом персоналу та робітників) на підприємстві. Успішна кадрова політика підприємства сприятиме підвищенню рівня кваліфікації персоналу підприємства та розвитку творчого мислення. важливе місце займає оцінка творчого та професійно-кваліфікаційного потенціалу працівників підприємства. До інноваційного потенціалу можуть бути віднесені всі ресурси, які забезпечують досягнення конкурентних переваг підприємства шляхом розроблення та впровадження інновацій. Інноваційний потенціал організації представляє собою рівень готовності організації до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін. Елементами

інноваційного потенціалу підприємства є його матеріальні, маркетингові, трудові й фінансові ресурси. Отож, інноваційний потенціал підприємства – це можливість підприємства здійснювати інноваційну діяльність шляхом використання сукупності різноманітних ресурсів.

Розвиток національного ринку інновацій потребує формування відповідної інфраструктури, функціонування елементів якої сприятиме швидкому впровадженню технологічних нововведень. Можливим у цьому аспекті видається роль суб'єктів малого та середнього підприємництва сфери інноваційного бізнесу та створення спільних з іноземними підприємствами структур, де має розвиватись обмін науково-технічними досягненнями шляхом розширення мережі технопарків, технополісів, інноваційних інкубаторів тощо. Потрібно зауважити, що у сфері агропромислового комплексу згадані форми інфраструктури розвиваються занадто повільно. Що стосується поняття інноваційного розвитку господарської діяльності, то під ним варто розуміти певні перетворення у діяльності підприємства, що призводять до посилення рівня використання інтелектуального потенціалу, зміцнення конкурентного статусу, збільшення обсягів діяльності та економічного зростання. За умов обмеженості матеріальних ресурсів дедалі більшого значення набуває забезпечення ресурсоощадного господарювання, отже, необхідність упровадження інновацій посідає у цьому аспекті вагомe місце.

Інноваційний тип економічного розвитку виступає фундаментом, який визначає економічну потужність країни та її перспективи на світовому ринку. Під інноваційним розвитком слід розуміти складний економічний процес щодо відтворення продукту, який забезпечує життєдіяльність людини на новому і вищому якісному рівні розвитку продуктивних сил і виробничих взаємозв'язків між його учасниками. Інноваційний етап розвитку нерозривно пов'язаний з пошуком джерел фінансових ресурсів та підвищенням ефективності використання фінансових важелів. Задля забезпечення інноваційних процесів і зрушень, окрім програм розвитку, політичної волі, відповідної інфраструктури, необхідні також фінансові ресурси, джерелом яких може стати фінансовий потенціал. Фінансовий потенціал інноваційного розвитку формується потенційними фінансовими можливостями та здатністю до масштабних інноваційних проектів на національному рівні у визначених галузевих векторах. За своєю суттю, це комплекс взаємопов'язаних фінансових ресурсів і здатностей до їх реалізації, що визначають його спроможність приводити у відповідність до зовнішніх вимог внутрішні можливості. Реалізація фінансового потенціалу інноваційного розвитку здійснюється на основі постійної взаємодії науково-дослідного, виробничого та фінансового сектору.

#### **Список використаних джерел:**

1. Андрушків Б. М. Інноваційно-комплексні шляхи розвитку малого підприємництва: [монограф.] / Б. Андрушків, Ю. Вовк, І. Крамар. – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2011. – 340 с.
2. Бабічев О. П. Організація управління промисловим підприємством: [науково-методичний посіб. для самост. вивч. дисц.] / О. П. Бабічев. – К.: КНЕУ, 2012. – 90 с.
3. Дзюбіна А. В. Розкриття змісту поняття “інноваційний потенціал” та визначення його складових / А. В. Дзюбіна // Вісник НУ “Львівська політехніка”. – 2012. – № 628: Проблеми економіки та управління. – С. 72-77.
4. Ілляшенко С. М. Інноваційні процеси в економіці. Порівняльний аналіз формальних методів генерації ідей інновацій [Текст] / С. М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2012. – № 3. – С. 66-76.

**УДК 323/338**

**Андрушків Б.М., Владимир О.М., Синюк І.І.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **НАЦІОНАЛЬНЕ СУСПІЛЬСТВО – СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Andrushkiv B.M., Vladymyr O.M., Syniuk I.I.**

### **NATIONAL SOCIETY – STRATEGY OF DEVELOPMENT OF UKRAINE'S ECONOMY**

Світова спільнота увійшла у XXI століття на хвилі глобалізації, лібералізації та технологічного прориву. Безумовно дані процеси мають неабиякий вплив на економічне пожвавлення суб'єктів господарювання, розширення ринків збуту, міграції капіталу, інтелекту, робочої сили. Дедалі гучніше та наполегливіше обґрунтовується доцільність переходу до ліберальних правил побудови економічних відносин як в межах окремої країни, так і в межах міжнародного співробітництва.

Україна увійшла у XXI століття як новостворена країна з древньою історією власного розвитку. Проте у спадщину вона отримала важкі синдроми країни-колонії, якими її нагородила імперія-колонізатор Росія. Відтак перед країною постали важливі державотворчі процеси: започаткування національної економіки, впровадження національної грошової одиниці, розвиток національної банківської системи [1], відродження національного виробництва, вітчизняного законодавства, національної системи захисту і безпеки, національної освіти, відродження національної культури, популяризації рідної мови, а головне формування національної політичної еліти, окреслення власних національно-пріоритетних політичних та економічних орієнтирів стратегічного розвитку України як перспективного та надійного партнера міжнародного співтовариства.

Проте, враховуючи об'єктивний вплив численних факторів поневолення, суспільна думка та воля до незалежного державотворення формувалася досить складно і з численними проблемами різного характеру: від економічного до соціо-психологічного. Для того щоб динамічно розвивати власну державу, зміцнювати її і економічно, і духовно, суспільство повинне усвідомити себе вільним народом, здатним приймати власні рішення і нести відповідальність за них, тобто суспільство повинне пройти шлях самопізнання, самоствердження, а тоді і саморозвитку.

Україна ж стикнулася з існуючими сучасними реаліями світу – лібералізацією, формуванням вільних ринків, глобалізацією. Неодноразово уряд стикався з вимогами міжнародних організацій щодо послаблення регулятивних впливів в економіці, зменшення програм соціальної підтримки і т.д. Україна змушена була йти на поводу цих вимог, адже до нині вона залежна від механізмів зовнішнього кредитування. З іншого боку, усюди ведеться мова про побудову в Україні громадянського суспільства на засадах націоналізму. Це підтримується як вітчизняними політиками, економістами та науковцями, так і іноземними представниками, мовляв громадянське суспільство забезпечує дотримання європейських цінностей і саме воно забезпечує потрібні умови для реалізації усіх прав та свобод індивідуума. Україна, перебуваючи на зовнішньому як фінансовому, так і політичному гачку, прийняла запропоновані їй правила гри.

Але, вдаючись то політичних візій те ревізій, бачимо наступне: держави і соціуми, які вже відбулися і досягли високих показників економічного розвитку пройшли шлях від національного суспільства до громадянського. І це абсолютно природно-логічний процес розвитку кожної нації. То чому Україна позбавляє себе цього об'єктивно-необхідного етапу розвитку власної державності? Очевидно, що Україна поводить себе як типове постколоніальне суспільство, яке пам'ятає політичні переслідування та репресії за прояв національної ідентичності, а націоналізм прирівнюється до слова фашизм. Українське

суспільство досі неусвідомило власної національної ідеї та її впливу на усі державотворчі та економічні процеси. Тому вважаємо настав час для переосмислення поняття національності.

Як зазначає М. Беззуб'як, національне суспільство потребує національної держави, постаючи її опорою, натомість «громадянське суспільство» функціонує як осібне від держави і таке, що протистоїть їй чи навіть стримує її. Таким чином, «громадянське суспільство» є, по-суті, протестним, а національне суспільство – консолідуючим. Суспільства, в яких справа націоналізму все ще залишається недовершеною, не можуть перейматися справою побудови «суспільства громадянського». Саме національне суспільство витворює «громадянське», а не навпаки, тобто національне суспільство первинне щодо «громадянського» [2].

Також, Ф. Фукуяма стверджує, що частині національних суспільств притаманний вищий ступінь соціальної довіри, аніж громадянських. Громадянське суспільство може вироджуватися в групу осіб, які шукають доходу для себе, чия мета не більш достойна довіри, однак видається більш важливою в рамках урядових субсидій чи при заміщенні уряду громадянським суспільством [3]. Таким чином, справа «побудови громадянського суспільства» може бути доволі прибутковою, постаючи сферою загрозованої (для національної безпеки) корупції. Відтак, в цьому сенсі, «громадянське суспільство» є свого роду резервуаром, з якого олігархічна демократія черпає ідейні, людські, організаційні «заготовки», тобто однією з опор олігархії. Перебування і діяльність в рамках «громадянського суспільства» створює додатковий захист для будь-якого корупціонера, що й має місце в сучасній Україні.

Разом з тим, держави і суспільства, які вже мають сформоване національне суспільство і національну державу, при цьому нав'язують ще не сформованим державам і суспільствам необхідність побудови «громадянського суспільства», мають власну мету: по-перше, стримують становлення потенційних конкурентів; по-друге, отримують засіб контролю за внутрішніми політичними ситуаціями в об'єктах домінування. На сьогодні жодна суспільна сфера не надає стільки каналів зовнішнього впливу на внутрішню ситуацію, які надає «громадянське суспільство». І. Валлерстайн зазначає, що націоналізм є засобом конкурентної боротьби в рамках усіх сегментів світової системи та між ними [4].

Отож, вважаємо за необхідне в Україні якнайшвидше перейти до побудови саме національного суспільства, можна і з врахуванням громадянських засад. Саме розвиток національного суспільства забезпечить умови і для економічного розвитку, шляхом кращого розуміння та відстоювання національних інтересів у сучасному глобалізованому світі. Ерік С. Райнерт, згадуючи про Україну у своїй книзі «Як багаті країни забагатіли... і чому бідні країни лишаються бідними», стверджує: Україна має перевагу, бо є великим ринком і знає приклади сусідів, які варто наслідувати. І тому повинна не робити так, як кажуть багатші сусіди, а робити так, як робили вони. Тобто не відкриватися широко для вільної торгівлі, доки не буде досягнуто міцної національної промислової основи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Владимир О. Иноземный капитал у банковской системе Украины: влияние на развитие валютного рынка та діяльність банків / О. Дзюблюк, О. Владимир // Вісник Національного банку України. – 2014. – С.26-33.
2. Беззуб'як М. Суспільство національне та суспільство громадянське / М. Беззуб'як // Наукові записки / Інститут політичних і етнонаціональних досліджень. – 2007. – Вип. 36 – С. 28–34.
3. Фукуяма Ф. Сильное государство: Управление и мировой порядок в XXI веке [пер. с англ.] / Фрэнсис Фукуяма. – М: АСТ: АСТ Москва: Хранитель, 2006. – 220с.
4. Балибар Э., Валлерстайн И. Раса, нация, класс. Двусмысленные идентичности / Пер. с фр. – М.: Изд.во «Логос», 2004. – С. 98.

## **УДК 364.2**

**Андрушків Б.М., Паляниця В.А., Погайдак О.Б., Ціх Г.В.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ СЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ В УМОВАХ ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНИХ РЕФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

**Andrushkiv B.M., Palianytsia V.A., Pohaidak O.B., Tsikh H.V.**

### **IMPROVEMENT OF THE RELATIONSHIP BETWEEN STRUCTURAL SUBSIDIES OF SERVICE COMPANIES AND CONSUMERS OF SERVICES IN THE CONDITIONS OF GENERALIZED REFORMATION PROCESSES**

Багатогалузеві сервісні та промислові підприємства в системі виробничих відносин в умовах адміністративно-територіальної та окремих галузевих реформ національного господарства, адаптації економіки до вимог і стандартів ЄС відрізняються складністю господарського механізму, багатоплановістю вимог. Необхідно відзначити, що багато з них зумовлено не лише зростаючим попитом на продукцію, роботи та послуги, що обумовлює різноманітність функцій структурних підрозділів обслуговуючих підприємств та споживачів послуг, а й якісними вимогами до них. У цій ситуації необхідний і особливий психолого-аналітичний підхід, при тому не лише до удосконалення взаємовідносин у тій чи іншій системі, а й розробки питань комплексного управління, прийняття управлінських рішень. Наприклад, у сфері якості, яка забезпечує не лише високий рівень продукції та послуг, а й підвищує їх конкурентоспроможність. Таким чином ефективність управлінських рішень у цій царині може забезпечити згадану двосдину ефективність. Упровадження згаданого підходу обумовлює обставини, за яких забезпечується функціонування всіх основних зв'язків та умов, опосередковано пов'язаних з безліччю чинників, що впливають на якість обслуговування та ефективність реалізації адміністративно-територіальної та окремих галузевих реформ національного господарства у відповідному ланцюзі: держава – обслуговуюче підприємство – споживачі продукції, робіт та послуг. Реалізація цього підходу в умовах реформування, з урахуванням специфіки та вимог споживачів, забезпечує системність цього процесу.

Потрібно зауважити що Кузьмак О.І., Погайдак О.Б., Шерстюк Р.П. у своїй праці «Класифікація умов та чинників, що формують взаємовідносини структурних підрозділів обслуговуючого підприємства та споживачів промислового характеру» розглядали проблеми застосування інноваційних підходів до розв'язання складних задач організації взаємовідносин у сфері сервісного обслуговування. Тим часом реалізація цих процесів в умовах адміністративно-територіальної та інших галузевих державних реформ, розробка підходів до їх вирішення з урахуванням думки та позиції споживачів залишилися за полем зору згаданих науковців.

Реалізується вказаний підхід шляхом вивчення як особливостей, так і специфічних умов функціонування промислового підприємства, наявних можливостей підприємств комунально-побутового обслуговування, їх обліку в управлінні і плануванні заходів щодо вдосконалення якості послуг на базі досягнутого практичного вітчизняного та зарубіжного досвіду.

Умови функціонування територіальних структурних підрозділів підприємств комунального господарства, обслуговування можна розділити на загальні і специфічні. Загальними є такі умови, коли послуги надаються (виробляються у формі продукції,



робіт та послуг) і послідовно реалізуються в межах однієї території (регіону).

Специфічними умовами функціонування підрозділів – упровадження заходів, що підвищують якість обслуговування, є: невелика кількість працівників структурних підрозділів і великий відсоток у ньому чергового обслуговуючого персоналу; зіткнення з широким колом споживачів, у т.ч. промислових підприємств, установ і організацій; виконання послуг в неробочий час – обслуговування певного контингенту за місцем проживання замовників, споживачів; залежність потреби в робочій силі від зростання обсягу робіт, кількості обслуговуваних об'єктів, основних фондів і лише в окремих випадках – від рівня автоматизації і механізації виробничих процесів обслуговування.

Виконана класифікація стає виключно актуальною в умовах реалізації адміністративно-територіальної реформи і повинна передбачати застосування інноваційної компоненти.

Особливістю функціонування структурних підрозділів у цих умовах, є також те, що в переліку виконуваних ними робіт у більшості випадків відсутні загальні риси. Наприклад, основні функції працівника водопровідно-каналізаційного господарства не співпадають з функціями працівників підрозділу з обслуговування лінії вуличного електроосвітлення міста. Деякі роботи мають суспільну форму (робота з вуличними, будинковими комітетами тощо).

Необхідно погодитись, що на даний час державна політика України у цій сфері має орієнтуватися на різні моделі інноваційного розвитку залежно від стану науково-технічного потенціалу і конкретних проблем, що постають як перед суспільством, сферою обслуговування, так і безпосередньо підприємствами, але всі вони повинні бути скеровані на вимоги цивілізованого світу та Європейські стандарти.

Ці та інші обставини обумовлюють необхідність розробки відповідної скоординованої в загальнодержавному, галузевому і регіональному планах інноваційної стратегії розвитку згаданих взаємовідносин на міні-, макро- та мезорівнях. Загалом на практиці до уваги слід брати такі відомі види інноваційних стратегій:

- традиційна (прагнення тільки до підвищення якості виготовлених виробів, що в довгостроковій перспективі є гарантією відставання підприємства спершу в техніко-технологічному, а потім і в економічному аспектах);

- опортуністська (коли зусилля підприємства спрямовані на пошук такого виду продукції, який не потребує особливих витрат на дослідження і розробку, але дає змогу виробникові упродовж певного періоду одноособово бути присутнім на ринку;

- імітаційна (набуття нової технології через закупівлю ліцензій в інших. Це дешевше й надійніше, ніж власні розробки та витрати на нові винаходи. Така стратегія досить успішна, проте для освоєння оригінального продукту розумової праці, що створює монопольну ситуацію, потрібна висока кваліфікація фахівців і постійна підтримка досягнутого рівня);

- оборонна (це досить витратомістка стратегія щодо підвищення технічного рівня виробництва, упровадження досліджень і розробок якої не претендує на провідні позиції в певній галузі, а полягає в тому, щоб не відставати від інших у техніко-технологічному розвитку);

- залежна (коли дрібні підприємства виконують замовлення найбільших щодо виробництва нового продукту або виробничого методу);

- наступальна (ця стратегія полягає в завоюванні першого місця на ринку. Вона вимагає наявності фахівців високої кваліфікації, проведення великої організаторської роботи, але й має ряд переваг).



Таким чином налагодження взаємовідносин у сфері сервісно-виробничого обслуговування, використання інноваційного підходу справді може служити основою підвищення як конкурентоспроможності її продукції, робіт та послуг на вітчизняному і міжнародному ринках (у т.ч. і у ЄС), так і конкурентоспроможності обслуговуючих підприємств при умові комплексної реалізації адаптивно-трансформаційних процесів, наявних методичних та програмно-цільових підходів.

Ці причини обумовлюють необхідність глибокого аналізу функцій обслуговуючих підприємств, класифікації результатів їх діяльності з метою визначення місця в загальному процесі організації взаємовідносин виробничої сфери, споживачів та сфери обслуговування, для вироблення ефективних управлінських рішень на основі встановлених показників, засобів контролю та відповідальності у кожному конкретному випадку.

#### **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 / Б. Андрушків, Р. Шерстюк, В. Паляниця // Матеріали VI 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. Інноваційні засади управління підприємствами в умовах сталого розвитку: Матеріали П'ятої Всеукраїнської п науково-практичної конференції (Тернопіль, 25 березня 2018 року МОН України, ТНТУ ім.. Івана Пулюя) – Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. –146 с.

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

6. Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті [Електронний ресурс]/ Г. Нагорняк, Л. Малюта, Л. Мельник, Р. 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>.

7. Шерстюк Р.П. Багатокомпонентний підхід до управління інноваційними, ресурсними та логістично-маркетинговими чинниками для ефективної діяльності промислового підприємства / Р. Шерстюк // Матеріали VI 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 330**

**Бабюк А.Ю., Машлій Г.Б.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **БІРЖІ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ**

**Babyuk A.U., Mashliy H.B.**

### **STOCK EXCHANGE OF INNOVATIONS IN UKRAINE**

Сучасний технологічний ринок є складною економічною структурою, яка діє не лише в національних рамках, а й виходить за межі конкретної країни, на глобальний рівень. Об'єктом ринкових відносин виступають не тільки товари в явному вигляді, але і патенти на різні технологічні нововведення, ліцензії тощо. У процесі купівлі-продажу інноваційних продуктів на ринку необхідна структура, яка виступає в якості консультанта і є гарантом юридичної чистоти і взаємної вигоди. Такою структурою є біржа інноваційних продуктів, яка забезпечує рівноправний і взаємовигідний обмін на ринку інновацій.

Передумови до створення вітчизняної біржі інноваційних продуктів з'явилися в 90-х роках минулого століття, оскільки за відсутності ринкових відносин не можна визначити ціну на той чи інший продукт. Коли виникає ринок, формується механізм порівняльної оцінки вартості, в даному випадку, ціни підприємства. Саме він дозволяє виявити, наскільки ефективно працює компанія.

Очевидно, що ні один бізнес, особливо інноваційний, не може швидко розвиватися без фінансових вливань. Щоб залучити інвестиції в організації малої і середньої капіталізації, до яких відносяться інноваційні компанії, використовують різні механізми, одним з яких є залучення біржового механізму.

Біржові майданчики - один з дієвих інструментів стимулювання попиту цінні папери підприємств. Протягом багатьох років для українських інноваційних компаній фактично єдиною можливістю виходу на ринок був продаж частки компанії стратегічному інвесторові, причому західному, адже серед українських інвесторів попиту на високотехнологічні компанії був невисоким.

Найчастіше для компаній з малою та середньою капіталізацією банківські кредити надто дорогі або зовсім недоступні у зв'язку з тим, що бізнес будується на нематеріальних активах, інтелектуальній власності, а, отже, віддати під заставу реальне майно неможливо. Фонди венчурних і прямих інвестицій співпрацюють на умовах придбання контрольного пакета акцій, прагнуть увійти в оперативне управління, а значить, здатні обмежувати розвиток бізнесу. Продаж стратегічному партнеру також означає втрату самостійності, в такій ситуації первинне публічне розміщення виглядає природним і єдиним виходом.

Поступово біржові майданчики модернізувалися, їх діяльність стала здійснюватися не тільки на фондовій біржі, а й на товарній. Сучасні біржі інноваційних проектів є електронні торгові майданчики, з рейтингом проектів, який змінюється в залежності від їх затребуваності на біржі. Інтернет-ресурс дозволяє розробникам і кваліфікованим інвесторам взаємодіяти один з одним, укладати угоди, ґрунтуючись на експертних оцінках опитаних акредитованих консультантів, включаючи галузевих фахівців, юристів, менеджерів і маркетологів. Біржі інновацій відіграють роль «місця зустрічі» попиту та пропозиції на ринку високих технологій.

Біржова торгівля в інноваційній сфері має ряд переваг, до яких відноситься можливість встановлювати на товар реальні ринкові ціни, які формуються на основі попиту і пропозиції в ході біржових торгів, в залежності від специфіки ринкової кон'юнктури. В умовах біржової торгівлі формується конкурентне середовище для

продавців та покупців. Біржа дозволяє спростити процедуру пошуку потенційних постачальників і споживачів, так як вони взаємодіють на одній торговій площадці й мають можливість укласти договори купівлі-продажу за стандартизованими формами. Також біржа має сформовану організаційну, економічну та правову основи діяльності [1].

Крім переваг, даний вид торгових відносин має ряд істотних проблем і недоліків. Найчастіше проекти мають виключно приватний характер, держава не бере в них участь, що знижує ефективність комунікаційної взаємодії між учасниками інноваційного процесу. Багато майданчиків класифікуються лише за галузевою ознакою, що робить роботу з електронним ресурсом незручною, а, отже, знижується його ефективність. У деяких випадках не визначена цільова аудиторія або відсутня зорієнтованість на користувача. Механізм захисту прав інтелектуальної власності прописаний нечітко або відсутній взагалі. До біржових майданчиків помилково відносять ресурси, що не передбачають торгівлю інноваційними проектами або розробками.

Основний шлях вирішення зазначених проблем в рамках функціонування біржі інновацій полягає в можливості створення єдиного державного інформаційного інтерфейсу стосовно до інноваційного сектору економіки, який з'єднає в собі механізми державного і ринкового регулювання системи інноваційного розвитку. Це дозволить зменшити рівень ризику як для інвестора, так і для підприємця, так як виконання умов контрактів, укладених на біржі, буде регулюватися інституційно. Отже, з'явиться можливість сформувати найбільш повну базу інноваційних проектів, яким необхідно інвестування, за рахунок налагодженої комунікації з патентними бюро, науковими і дослідними організаціями. У таких умовах реально забезпечити рівні можливості для доступу до інформації щодо ліцензування, патентування та інших аспектів нормативно-правових процедур захисту інтелектуальної власності.

Таким чином, основним фактором у вирішенні проблем бірж інноваційних продуктів в Україні є зміна спрямованості управління в сторону налагодження зворотного зв'язку між виробниками і споживачами інновацій. Крім цього, постійний моніторинг потреб на ринку, можливостей сфери НДДКР, активне використання методів електронного трейдингу, їх координування і узгодження попиту і пропозиції на ринку інноваційних продуктів дозволять розширити і зміцнити біржову торгівлю в інноваційній сфері і, як наслідок, підвищити ефективність інноваційного розвитку країни [2].

#### **Список використаних джерел:**

1. Брильов В.В. Нормативно-правова база регулювання інноваційних процесів малих і середніх підприємств [Текст] / В.В. Брильов // Економічні науки. - 2016. - № 2. - С. 63-66.
2. Версан В.Г. Інноваційна економіка в умовах обмежених ресурсів [Текст] / В. Г. Версан // Стандарти і якість. - 2016. - № 5. - С. 14-19.
3. Біржа промислової власності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iii.ua/uk/birzha-promislovoyi-vlasnosti>.
4. Біржа інновацій: Звіт ФБ "Перспектива" за 2013 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://fbp.com.ua/Doc/Отчет%20ФБП\\_2013.pdf](http://fbp.com.ua/Doc/Отчет%20ФБП_2013.pdf).

**УДК 330.341**

**Бондар Н. Г., Плита І.П., Бойко Н.М, Островська Г.Й.**

Тернопільський національний політехнічний університет імені Івана Пулюя

## **ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Bodnar N., Pluta I., Boyko N., Ostrovska H.**

### **INNOVATIONS IN THE FIELD OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS**

Останні десятиліття минулого століття суттєво змінили життя суспільства. Видатні наукові досягнення обрушуються на людство буквально лавиною; при цьому діючі в сучасному суспільстві соціально-економічні механізми дають змогу в найкоротші терміни втілювати ці досягнення в новітніх технологіях, надалі в товарах і послугах, адресованих для широкого загалу споживачів. З'являються сучасні засоби спілкування між людьми, нові соціальні інститути, навіть абсолютно нові сфери людської діяльності, і все це кардинально трансформує саму тканину суспільного життя. При цьому формуючі її структури за мірою свого відновлення стають все більш сприйнятними до науково-технічних нововведень; останні ж, своєю чергою, неперервно генерують імпульси, які перетворюють не так зовнішні умови, як зміст, сутність буття людини і суспільства. У цьому контексті зазначимо, що основними причинами дослідження та введення інновацій є: представлення унікальних послуг, посилення конкурентної боротьби та намагання одержати на ринку конкурентні переваги та максимізувати прибуток; зростання попиту споживачів; забезпечення престижу підприємства та швидке вирішення проблем, що можуть виникнути на підприємстві. За цих умов сучасний стан і тенденції розвитку готельної індустрії України можна охарактеризувати наступними положеннями: 1) досягнення готельної індустрії України є дуже скромними на тлі загальносвітової тенденції неухильного зростання, процвітання і розвитку даної сфери діяльності; 2) основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам.

Як відомо, в умовах неперервних економічних змін інновації стають основним фактором, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства, зокрема, досліджуваного нами ПрАТ “Тернопіль-готель”. Безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції ПрАТ “Тернопіль-готель” побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності до інновацій та нововведень. Таким чином, необхідно залучати до постійної практики сучасні інформаційні технології як у сфері введення нових готельних послуг, так і в їх просуванні на ринку. Зокрема, у сфері бронювання, пришвидшення процесів обслуговування та автоматизації процесів керування готелями пропонуємо використання особливих систем роботи, які суттєво розширюють функції готелю – систему автоматизації праці працівників відділу продажів, систему роботи з клієнтами, систему управління програмами лояльності для клієнтів, систему управління заходами готелю. Завдяки автоматизації основних процесів, готель перетворюється в кероване підприємство, здатне гнучко реагувати на зміни в ринковій ситуації, що виправдовує необхідні інвестиції у технології, котрі повністю окупаються.

Окрім традиційних методів в сфері готельного бізнесу доцільним є використання більш сучасних та інноваційних технологій PR, зокрема “сенсорного брендингу”. Зазначена технологія передбачає контрольований вплив на всі п'ять органів почуттів клієнта (слух, дотик, зір, смак і нюх) і формування шостого почуття – “почуття бренду”. Заслужують на увагу такі маркетингові засоби, як: участь у виставках з метою збільшення частки нових фірм партнерів; підтримка роботи сайтів готелів –

хостинги та домени (іміджева реклама та продажі через сайт); збільшення контактів із потенційними клієнтами, створення іміджу бренду у мережі; іміджеві акції (невеликі подарунки гостям до свят (до прикладу, День Валентина) для створення приємного враження тощо. Також потрібно заохочувати cooperation (cooperation+competition: співпраця + конкуренція), адже готельний бізнес змушений конкурувати не тільки в межах галузі, але й з фірмами готельного сервісу, фірмами, які пропонують послуги оренди житла, гуртожитками, приватним сектором, при цьому тісно співпрацювати з ними.

Варто погодитися з твердженням, що персонал – обличчя будь-якого готелю, тому одним із основних векторів конкурентних переваг закладу вважаємо удосконалення системи матеріальних та нематеріальних стимулів підвищення інтелектуалізації праці. На сьогодні інтерес роботодавців має спрямовуватись до складових соціального пакета для членів сімей працівників, – організація спільних заходів, сімейних і дитячих свят, забезпечення медичною страховкою рідних і близьких працівників. Як наслідок, гнучкий соціальний пакет підвищує лояльність працівників підприємства і стимулює їх до розвитку своїх унікальних компетенцій.

ПрАТ “Тернопіль-готель” також потребує впровадження нововведень в ресторанній сфері. Це не тільки управління рестораном – коли він перетворюється фактично в окрему “державу” на території готелю. Застосування інноваційних процесів у діяльності закладів ресторанного господарства підвищує організаційно-технічний рівень виробництва, якість продукції та послуг, знижує енерго- та капіталовитрати, покращує умови відпочинку відвідувачів та праці персоналу тощо.

Для закладів ресторанного господарства ПрАТ “Тернопіль-готель” з метою “оздоровлення” та підвищення їхньої конкурентоспроможності пропонуємо такий напрям як фуддизайн, що дає змогу якісно поліпшити подачу страв у відповідності з сучасними тенденціями, зробити меню закладу оригінальнішим і привабливішим з допомогою фотографій фуд-стилістів, чи стати оновленням, оздоровленням бізнесу, як елемент маркетингу. Новою і порівняно незатратною родзинкою для ресторанного закладу міг би стати принцип “Eat&Smile” (“їж і усміхайся”) – обслуговування, що формує прихильність постійних та привертає увагу потенційних клієнтів, створює імідж. Так, принти побажань на дні тарілок та компліменти від шеф-кухаря здатні доповнити навіть найвишуканіший сервіс. Також на сьогодні незвіданою “новинкою” є поява закладів ресторанного господарства для книгоманів, в яких організуються тематичні вечери за мотивами відомих книг. Прикладом є ресторан “The Bookish Banquet” в Амстердамі, що завойовує все більшу частку споживачів, пропонуючи вечерю, що описана на сторінках, чи несе дух книги. Пропонуємо й інший ексклюзивний сервіс для клієнтів: інтерактивне меню – відвідувачі користуються екраном, вбудованим в стіл, вибираючи з його допомогою страви і кличучи офіціантів; екрани-планшети на столах – поки замовлення готується, відвідувач може почитати свіжі новини, дізнатися про ресторан побільше, замовити таксі тощо; сенсорні дисплеї, встановлені в холі готелю – актуальні для великих готелів з декількома ресторанами. Скориставшись ними, гості можуть побачити меню всіх точок харчування в готелі, вибрати кращу з них і заздалегідь прорахувати свій середній чек.

Таким чином, інноваційна діяльність ПрАТ “Тернопіль-готель”, спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, освоєння нових ринків збуту, впровадження передових ІТ-технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності, забезпечення високої культури обслуговування, професіоналізму готельних керуючих, на нашу думку, буде конкурентоспроможною на ринку послуг.



**УДК 65.01**

**Бойко В.С., Стойко І.І.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **РОЛЬ ОХОРОННОГО БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Boiko V.S., Stoyko I.I.**

### **THE ROLE OF SECURE BUSINESS IN ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES**

За світовими мірками приватний охоронний бізнес в Україні ще не увійшов у фазу зрілості, зараз він в стадії активного розвитку. Мова йде не про кількість охоронних агентств, яких чимало, а в першу чергу про якість роботи недержавних охоронних підприємств. Що й казати, якщо Закон, який регламентує відносини у сфері надання охоронних послуг, депутати Верховної Ради прийняли тільки в 2012 році. І, за оцінками експертів, він не є досконалим і потребує доопрацювання.

Є багато факторів, які доводять, що до питання вибору партнера по безпеці слід ставитися дуже уважно і виважено.

Перші великі гравці на ринку охоронних послуг з'явилися в Україні в кінці 90-х років минулого століття. Потім в нульових трапився масовий бум: колишні міліцейські чини та військові генерали у відставці, нудьгуючи, вигадувати для себе різні захоплення. Так, з неймовірними темпами стали народжуватися дрібні приватні охоронні структури.

Вся справа в тому, що вимоги для отримання ліцензії на охоронну діяльність в Україні недостатньо жорсткі, якщо не сказати символічні. По-перше, на відміну від тих же туристичних операторів, бажаючим отримати охоронну ліцензію зовсім не потрібно мати банківську гарантію, яка підтверджує фінансове забезпечення відповідальності суб'єкта господарської діяльності. По-друге, немає жорстких вимог до рівня матеріально-технічної бази і наявності цілодобової оперативної служби реагування. По-третє, на момент створення нової фірми зовсім не обов'язково мати підготовлений кваліфікований персонал. Іншими словами, вийти на ринок охоронних послуг дуже просто, чим з успіхом і користуються «диванні генерали».

Примітивно копіюючи досвід західних охоронних агентств, придумуючи своїм дітищам гучні назви, господарі такого бізнесу звикли управляти ними дистанційно, особливо не вникаючи в деталі. Здзвонився з потрібною людиною – з'явився новий клієнт. Пару телефонних дзвінків – і важливе питання вирішене! В штаті 5 охоронців, а амбіцій – на мільйон. Вони готові братися за справу, навіть не дізнавшись, що ж їм належить охороняти. Скільки є драматичних історій про таких безвідповідальних охоронців, через яких було не просто викрадено майно, – постраждали люди! Від надзвичайних випадків не застрахований ніхто, але при серйозному і відповідальному їх ставленні до справи багатьох неприємностей вдалося б уникнути.

Зібравши клієнтуру завдяки старим зв'язкам начальства, ці фірми продовжують «грати в бізнес», плутаючи у виборі тих, хто шукає не випадкових зв'язків, а надійного і відповідального партнера з безпеки. Набивши чимало гуль на таких ось псевдоохоронних агентствах, багато замовників розчарувалися в цій сфері. А дарма. У Києві є гідні представники сфери охоронних послуг – компанії з багаторічним досвідом роботи і незаплямованою репутацією. Їх мало – не більше десятка, але вони дійсно здатні надати замовнику весь спектр охоронних послуг, адже вони на цьому ринку працюють по-справжньому. З'являються і нові компанії, які орієнтуються на лідерів ринку, працюють на своє ім'я і репутацію.



## УДК 339

Гайдуцька Ю.Б., Боднар Р.С., Ставрук Н.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

### СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Gaidutska Y.B., Bodnar R.S, Stavruk N.B.

#### STATE AND TRENDS OF INNOVATION ACTIVITY DEVELOPMENT IN UKRAINE

Інноваційна діяльність несе вагомий вплив на піднесення не тільки підприємств, а й економічного стану країни. Розвиток технологій, впровадження нових моделей і стратегій планування, активне зростання науково-технічного прогресу, модернізація устаткування на підприємствах давно присутні у зарубіжних країнах. Однак, український бізнес ще не досяг такого рівня інноваційного прогресу, що і являється найактуальнішою проблемою сьогодення. Для усвідомлення проблеми, наведемо приклад: за рівнем технологічності показники країн ЄС перевищують в три рази українські, за часткою хай-тек продукції в експорті у чотири – вісім разів, за енергоефективність у десять. За допомогою введення нових технологій приріст ВВП в Україні становить 0,7% проти 60-90% у зарубіжних країнах. За час незалежності дуже різко знизилась кількість дослідників у галузі технічних наук, майже у 3,5 рази.

Чому ж інновації настільки важливі для успішного ведення бізнесу? Згідно із дослідженнями даної проблематики, бачимо, що витрати на вивчення проблем, пов'язаних із інноваційним розвитком у період 1998-2013 рр. у західних країнах зросли у двічі, у Південній Азії майже у вісім разів. Проте, варто зауважити, що у цих же країнах спостерігається ефективно зростання доходу на підприємствах, які інтенсивно впроваджують інноваційні методи підприємницької діяльності. Чого не можна сказати про Україну.

Глобальне опитування керівників компаній у 2017 році показало: половина компаній вважає, що інноваційні зусилля суттєво впливають на збільшення їх фінансових результатів завдяки росту продажів. Кожна п'ята компанія-лідер з впровадження інновацій чекає збільшення прибутку на 15% у наступні п'ять років. Станом на 2017 рік, за рейтингом інноваційності Global Innovation Index, Україна посіла аж 50-те місце. А в рейтингу глобальної конкурентоспроможності Global Competitiveness Index Україна посіла 85 місце із 138. Для кращого усвідомлення ситуації варто звернути увагу на рис.1.



Рисунок 1. Рейтинг інноваційності України за ключовими показниками

На ситуацію, яка склалась на сьогоднішній день, впливають багато чинників, зокрема: умови ведення бізнесу, політика, макроекономічне середовище, корупція, державна бюрократія, тощо.

Проте, незважаючи на таку позицію України в міжнародному рейтингу, стан інноваційної активності, у порівнянні з попередніми роками, значно покращився.

Міжнародна компанія Gartner виділяє топ 10 стратегічних трендів в технологіях 2017 року:

1. Штучний інтелект і машинне навчання.
2. Інтелектуальні додатки.
3. Інтернет речей.
4. Віртуальна та доповнена реальність.
5. Цифрові двійники.
6. Блокчейн.
7. Месенджери.
8. Розподілена архітектура сервісів та додатків.
9. Платформа цифрових технологій.
10. Адаптивна архітектура безпеки.

Опираючись на дані тренди можна самостійно розробити стратегії або певний план, щодо забезпечення активізації інноваційної діяльності. Якщо ж такий процес є занадто складний або поки що не зрозумілий, українським підприємцям завжди раді допомогти міжнародні консалтингові компанії (Велика Четвірка), різноманітні технопарки й асоціації, системні інтегратори і технологічні компанії, краудсорсингові платформи інновацій тощо. Вони можуть надати послуги з розробки стратегій, нагляду за процесом виконання робіт та введення інновацій, пошуку підрядників тощо.

Виходячи з вищевикладеного, бачимо, що таким можливостям варто приділити особливу увагу, адже у цьому випадку велику роль відіграє досвід, який зможе вирішити багато питань і недоліків в економіці вітчизняних підприємств.

Незважаючи на усі перешкоди, які зустрічаються на шляху українських підприємців, значна частка із них все ж таки добивається позитивного результату, що забезпечує лідерство на українському ринку. Це десятка потужних та масштабних компаній за версією Forbes, з якими дуже важко конкурувати (таблиця 1)

Таблиця 1

| № з/п | Підприємство    | Сектор             | Індекс інновації |
|-------|-----------------|--------------------|------------------|
| 1     | ПриватБанк      | фінанси            | 79,2             |
| 2     | «Южмаш»         | машинобудування    | 64,6             |
| 3     | «Нова Пошта»    | вантажоперевезення | 60,4             |
| 4     | «Фармак»        | фармакологія       | 60,4             |
| 5     | «Турбоатом»     | машинобудування    | 58,3             |
| 6     | Grammarly       | технології         | 56,3             |
| 7     | МХП             | АПК                | 54,2             |
| 8     | «Укроборомпром» | ВПК                | 52,1             |
| 9     | «Розетка»       | e-commerce         | 52,1             |
| 10    | «Сільпо»        | торгівля           | 52,1             |

Отже, різноманітність інструментів впровадження інновацій на українському ринку дозволяє підприємствам вибрати механізм, який відповідає обсягу ресурсів, внутрішнім корпоративним особливостям та управлінським уподобанням. Тому, потрібно прикласти максимум зусиль для ефективного рішення поставлених завдань.

**УДК 658.14**

**Галушчак М.П., Галушчак О.Я.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ЗАКОНОПРОЕКТ "КУПУЙ УКРАЇНСЬКЕ, ПЛАТИ УКРАЇНЦЯМ" ЯК ПРИКЛАД ПОПУЛІЗМУ, ПРИКРИТОГО ГАРНИМ ГАСЛОМ**

**Halushchak M.P., Halushchak O.Ya.**

### **LEGISLATIVE PROPOSAL "BUY UKRAINIAN, PAY UKRAINIANS" AS AN EXAMPLE OF A POPULIUM HIDDEN BEHIND A NICE SLOGAN**

7 грудня 2017 р. Верховна Рада України у першому читанні ухвалила законопроект за №7206 "Купуй українське, плати українцям!", метою якого задекларовано сприяння розвитку національної промисловості та малого і середнього підприємництва. Серед головних ініціаторів та найбільш активних лобістів закону знані українські «економісти-популісти» Олег Ляшко та Віктор Галасюк. Як багато що в національній політиці, необхідні зміни обґрунтовуються добрими намірами та яскравими перспективами скорочення імпорту на 4,4%, зростання ВВП України на 1,1% та зниження рівня безробіття на 0,4%. Цифри, звичайно, вражають, та чи правдиві вони?

З самого моменту своєї появи закон 7206 піддається нищівній критиці зі сторони громадськості, бізнесу та зарубіжних партнерів нашої держави. На цьому тлі особливо актуальними є застереження офіційних представників євроструктур, що зазначені зміни суперечать міжнародним зобов'язанням України, зокрема Угоді СОТ про держзакупівлі, до якої Україна приєдналася у 2016 році, та Угоді про асоціацію і зону вільної торгівлі, чинної з 1 січня 2017 року, а подальше втілення запропонованих нововведень може викликати відповідні дії зі сторони зазначених структур. У цьому контексті цікавою є позиція голови комітету з питань промислової політики та підприємництва Верховної Ради України В. Галасюка, який вважає, що "запровадження законодавчої ініціативи "Купуй українське, плати українцям!" може розглядатись як легітимний виняток з загальних правил".

Головна новація запропонованих нововведень полягає у внесенні змін до закону України «Про публічні закупівлі», діюча редакція якого у переважній більшості встановлює обов'язок замовника закуповувати товар за найнижчими цінами без врахування інших чинників. Пропонується ж запровадити визначення переможців торгів на основі критерію "приведена ціна", у якому на рівні до 20% преференція надаватиметься товарам з українською складовою. Для розрахунку саме українського походження товару передбачено формулу з 15-ма показниками, що вимагатиме для їх підтвердження надання 23 документів та довідок. В останньому криється величезна корупційна загроза через вилучення з ринку переважної частки імпортних компаній і товарів, адже українські аналоги матимуть значну цінову перевагу навіть при істотно нижчій якості. Та й частина українських підприємців, особливо невеликих, не прийматиме участі в торгах, адже для збору всіх необхідних довідок необхідно буде затрачати час і гроші, що не завжди економічно вигідно. Проте саме головне – потенційна можливість проведення торгів з умовами, прописаними під «своїх» постачальників, так як нечіткі механізми визначення місцевої складової дадуть змогу замовнику при бажанні завжди знайти причини відхилити небажану пропозицію.

За даними Мінекономрозвитку України запровадження закону 7206 несе потенційну загрозу втрат до 44,9 млрд. грн. державних коштів на рік через можливість завищення цін до 43% порівняно з ринковими. 88% вітчизняних підприємців, які є учасниками ринку держзакупівель, виступають проти цього закону.

**УДК 351**

**Гарматюк О.О., Пельчер М.В.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

**Garmatiuk O.O., Pelcher M. V.**

### **IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE FIELD OF PUBLIC ADMINISTRATION AS A DIRECTION OF IMPROVING THEIR SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT**

Динаміка розвитку суспільства, поява нових потреб та інтересів людей вимагають від органів управління державної влади швидко пристосовуватись та відповідати на виклики, вдосконалювати свою роботу та змінювати політику.

На сьогоднішній момент практика доводить, що ефективність роботи будь-якої організації залежить від ефективного управління. Досвід зарубіжних країн показує, що стрімких темпів розвитку досягають ті організації, де створюються сприятливі умови для реалізації здібностей працівників та використовуються інноваційні методи управління людським капіталом.

Метою написання даних тез є дослідження та вивчення проблем у сфері управління персоналом та пошук інноваційних шляхів для їх вирішення згідно з європейськими стандартами щодо вдосконалення системи управління публічних органів влади.

Використовуючи досвід провідних країн світу, можна стверджувати про ефективність апарату управління тоді, коли вдало реалізована адміністративна реформа, а саме здійснюється вдосконалення кадрового потенціалу чи застосовуються методи зменшення чисельності персоналу у сфері державного управління.

В зарубіжній практиці управління використовують інноваційні методи, які сприяють спрощенню організаційної структури, а саме даунсайзинг, реінжиніринг та паблік-інжиніринг. Адже перенасичення апарату управління органів державної влади призводить до значних витрат на утримання персоналу, знижує швидкість та якість прийняття рішень. Отже, розкриємо сутність кожного із запропонованих інноваційних методів та важливість їх впровадження у сферу державних органів управління.

Даунсайзинг – це діяльність, яка спрямована на скорочення розмірів організації. Таким чином, покращується діяльність державної служби та знижується витратна частина бюджету, тобто даний метод сприяє економії коштів, які витрачаються на утримання службовців.

Реінжиніринг розуміють як радикальну зміну та перепроектування управлінських процесів для досягнення певного рівня стандартів та якості функцій, які виконують публічні органи влади.

Паблік-інжиніринг ставить перед собою мету не перебудову організаційної структури, а забезпечення ефективного функціонування цих органів та покращення показників діяльності.

Таким чином, використання даних інноваційних методів дозволить вітчизняним органам державної влади перейти від бюрократичного адміністрування до демократичного управління.

**УДК 658.65**

**Гарматюк О.О., Ріпка О.М., Ферльовський В.В.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **МОЖЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УКРАЇНІ**

**Garmatyuk O.O., Ripka O.M., Ferlyowski V.V.**

## **POSSIBILITIES OF SUPPLY PRODUCTION POTENTIAL USE OF MODERN ENTERPRISES IN UKRAINE**

Сьогоднішні умови діяльності підприємств вимагають прийняття оптимальних управлінських рішень щодо визначення обсягів виробництва, обрання цільових ринків реалізації продукції, що передбачає ефективність використання всіх видів ресурсів підприємства, їх оптимальну структуру, від якої залежать фінансові результати і фінансовий стан підприємства. Ринок вимагає швидкого реагування на зміну господарської ситуації, пов'язаної з використанням виробничого потенціалу, та його впливу на фінансовий стан підприємств. Дослідження сучасних підходів до трактування понять “виробничий потенціал” дало змогу виділити чотири напрямки в його визначенні. Перший – включає у поняття “виробничий потенціал” сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових, інформаційних тощо). Сюди ж включається сукупність ресурсів, що забезпечують необхідний рівень організації виробництва та управління. Науковці другого напрямку включають у виробничий потенціал тільки систему матеріальних та трудових факторів, що забезпечують досягнення мети виробництва. Третій напрямок визначає, що виробничий потенціал – це система єдності структури та функцій виробничих ресурсів, вияв їх взаємозв'язку і можливості колективу виконувати певні завдання. Найзагальнішим показником результатів виробництва та відтворення є випуск товарів і надання послуг. Цей показник є основою для розрахунку інших показників результатів економічної діяльності підприємства, зокрема загальних показників ефективності виробництва у цілому. До них належать ресурсовіддача, капіталовіддача, фондівіддача, виробіток, матеріаломісткість.

Економічна ефективність функціонування будь-якої галузі визначається мірою окупності витрачених у процесі виробництва ресурсів та досягнутим при цьому рівнем задоволення потреб населення. Прибуток підприємства, його рентабельність і успіх у конкурентній боротьбі значною мірою залежить від того, як воно спромоглося розпорядитися своїм капіталом. Мова йде про створення сприятливих умов праці, накопичення і впровадження вискоелективних знарядь праці, прогресивної технології, про рівень механізації і автоматизації виробництва, організації і управління ним. Тому пошук резервів подальшого зростання ефективності роботи підприємства має базуватись на оцінці показників, що характеризують ці сторони діяльності підприємства. Оцінка потенціалу, що є вхідною умовою виробничої діяльності та розкриває можливості підприємства з формування та використання факторів виробництва у процесі здійснення структурованої сукупності бізнес-процесів, тобто оцінка фізичної витрати ресурсів у процесі виробничо-господарської діяльності (функціонуючий виробничий потенціал), здійснюється шляхом врахування впливу ключових факторів та за допомогою системи кількісних та якісних показників оцінки.

Промисловість потребує технічного переоснащення. У складних умовах сьогодення навіть на найпотужніших виробничих підприємствах за останні роки майже не було нововведень, що на фоні висококонкурентних передових технологій та інновацій, які використовують зарубіжні підприємства, свідчить про дуже низькі



конкурентні позиції національних підприємств. Майже не здійснюється відтворення і реконструкції діючих підприємств, а також поглиблення й розширення наукових досліджень, створення нових зразків техніки і вдосконалення технології виробництва, розширення асортименту продукції, впровадження нових методів організації виробництва та управління. Зазначимо, що становлення та розвиток ефективного ринкового механізму господарювання повинні розглядатись у контексті соціально-економічних реформ, що сьогодні відбуваються. Будь-які масштабні економічні перетворення залишаються незавершеними без налагодження ефективного вітчизняного виробництва, здатного мобілізувати внутрішні резерви виготовлення конкурентоспроможної продукції. У зв'язку з цим вирішального значення набуває активізація діяльності вітчизняних виробничих підприємств.

Упродовж останніх років в Україні відбулися та відбуваються глибокі економічні зміни, зумовлені процесами трансформаційної економіки. Метою докорінних перетворень у виробничій сфері за сучасних умов є формування конкурентоспроможного сектора національної економіки. Рівень господарювання підприємств в Україні в умовах ринкової економіки у деякій мірі визначається ефективністю використання їх виробничого потенціалу. Формування ефективних, адаптованих до сучасних умов розвитку виробничих відносин механізмів управління виробничим потенціалом вітчизняного підприємства неможливе без комплексного та системного дослідження факторів, що впливають на формування та розвиток виробничого потенціалу підприємства. Мова йде про дослідження виробничого потенціалу під впливом факторів не як окремих складових його розвитку, а як комплексного визначення меж виробничо відтворювальних процесів на підприємстві, в галузі або регіоні, про умови реалізації деяких граничних стратегічних установок, у межах яких виробничі системи будь-якого рівня не втрачають своєї цілісності.

На основі процесного підходу були досліджені фактори, які впливають на виробничий потенціал підприємства. Пропонуємо системну концепцію формування й оцінювання виробничого потенціалу підприємства, яка, на основі системного підходу, повинна складатись з двох підсистем: функціонуючий виробничий потенціал підприємства та потенційні можливості розвитку виробничого потенціалу: рівень якості продукції; рівень організації виробництва та раціональність організації бізнес-фінансування; процесів; якість внутрішнього системного управління підприємством; рівень конкурентоспроможності продукції та підприємства; кваліфікаційний рівень персоналу; завантаженість виробничих потужностей; позиціонування підприємства на ринку виробничих ресурсів, капіталу, продукції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ванієва А.Р. Методичні засади економічної оцінки виробничо-ресурсного потенціалу господарської діяльності [Текст] / А.Р. Ванієва // Агросвіт. – 2013. – № 9. – С. 50-53.
2. Малярець Л. М. Методичний підхід до комплексної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва [Текст] / Л. М. Малярець, К. В. Ларіна // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Економічна серія. – 2006. – № 719. – С. 82-90.
3. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства: [навч. посіб.] / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. – К.: Кондор, 2012. – 400 с.
4. Ярошевич Н. Б. Управління виробничими ресурсами та функціональний поділ виробничої системи / Н. Б. Ярошевич // Вісн. НУ “Львівська політехніка”: “Логістика”. – Львів: В-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2010. – № 424. – С. 367.



**УДК 338**

**Дудкін П.Д., Крупа В.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ВИМОГИ ДО СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНО ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ДРІБНОСЕРІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА**

**Dudkin P., Krupa V.**

### **REQUIREMENTS FOR THE MATERIAL TECHNICAL PROVISION SYSTEM IN DRY-BASED PRODUCTION CONDITIONS**

Забезпечення матеріальними ресурсами виробничого підприємства в умовах дрібносерійного виробництва - це процес багатогранний та складно передбачуваний, а в українських реаліях недостатньо вивчений. Результати наукових досліджень які проведені у Великобританії свідчать що 70% вартості товару – це логістичні витрати левова частка яких є функціоналом системи матеріально технічного забезпечення на підприємстві.[1]

Фахівцями розроблено і впроваджено в практику декілька систем управління цими процесами: 1) MRP (Material Requirements Planing) - планування потреби в матеріалах - система планування виробничих ресурсів, 2) "KANBAN" - метод, що забезпечує оперативну регуляцію кількості проведеної продукції на кожній стадії потокового виробництва; 3) "Just-in-time"; 4) OPT - (Optimized Production Technologies) - оптимізовані виробничі технології; 5) DRP (Distribution Requirements Planing) - система управління та планування розподілу продукції.

Аналіз наукових розвідок дає підстави стверджувати, що на українських машинобудівних підприємствах існує значний нереалізований потенціал зниження витрат і покращення якості постачання за рахунок запровадження нових вимог до системи матеріально технічного забезпечення в умовах дрібносерійного виробництва: закупівля сировини, матеріалів та комплектуючих відповідної якості за оптимально ціною; критерії вибору постачальника, які забезпечать якість сировини та комплектуючих та точну відповідність між кількістю поставок і потребами підприємства; наявність оптимальних запасів як складських так і виробничих, які будуть запорукою безперебійного функціонування підприємства; економіко-математичний інструментарій.

Дані вимоги слугуватимуть основою задля побудови гнучкої системи матеріально технічного забезпечення, за рахунок чого в подальшому може відбутись:

- 1.Скорочення витрат матеріальних ресурсів на всіх стадіях виробництва і споживання під час зберігання та транспортування.
- 2.Прискорення оборотності обігових коштів.
- 3.Розширення застосування вторинних ресурсів.
4. Ліквідацію невиробничих витрат або перевитрат матеріальних ресурсів.

Запропоновані вимоги для розробки нової систем матеріально технічного забезпечення на нашу думку - сприятимуть адаптації ресурсного забезпечення підприємства до вимог конкурентного середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Карпенко О.А.Дослідження переваг логістичного підходу при організації систем матеріально-технічного забезпечення підприємств / О.А. Карпенко, С.О. Ковальчук, Є.О. Єфімова // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – 2012 – №4 – С 82-85.

**УДК 339.138**

**Загородна О.М.**

Тернопільський національний економічний університет

## **ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ**

**Zahorodna O. M.**

### **INNOVATIVE STRATEGY AS NECESSARY CONDITIONS OF COMPETITIVE ADVANTAGES**

Розробка нового товару є необхідною умовою підтримання конкурентних переваг підприємства, як і пошук нових ринків та шляхів реалізації товару. Довгострокова стійкість вимагає від підприємств застосування інноваційної стратегії, що характеризується такими різновидностями: модифікація, імітація та інновація.

Дуже мала кількість підприємств своїми новими товарами створює нові ринки. Інноваційні процеси є ознакою високо розвинутої економічної системи, так як витрати на створення нового можуть бути значними, а результат невідомий.

Більшість підприємств не претендує на роль новаторів і обирає шлях імітаторів успішних товарів. Привабливість стратегії імітації для підприємства полягає в тому, що знижуються ризики неуспіху на ринку, зменшується обсяг ресурсів (у порівнянні з підприємством-новатором), знижуються витрати на науково-дослідні роботи, що дозволяє підприємству-імітатору знизити собівартість і забезпечити собі конкурентні переваги.

Практично кожне підприємство має в асортименті продукцію, що пропонується ринку протягом тривалого періоду. У таких товарів на ринках з'являються замітники та копії. За цих обставин необхідно модифікувати товар. Між поліпшенням якості виробу і модифікацією є багато спільного, однак принципова різниця полягає в тому, що на відміну від удосконалення якості (поліпшення і розвиток існуючих характеристик товару), його модифікація - зміна властивостей виробу.

Яким із розглянутих шляхів інновації піде підприємство залежить, як від стану попиту, так і від наявності та розвиненості служби наукових досліджень і розробок підприємства та забезпеченості кваліфікованими кадрами. Будь - які зміни в асортименті продукції мають бути доцільними та продиктованими вимогами ринку. Рішення відносно товарного асортименту зводяться саме до таких дій, як звуження чи розширення товарної лінії.

Варто вказати, що розширення структури продукції без врахування потреб споживача, конкурентних вимог ринку і власних можливостей підприємства може призвести до відповідних втрат. Підприємство, збільшуючи асортимент продукції, прагне скористатися кон'юнктурою ринку, однак стратегія може бути невдалою не через відсутність сприятливої кон'юнктури ринку, а через невідповідність цієї кон'юнктури тому, що підприємство запропонувало ринку.

Звуження товарного асортименту ставить перед підприємством питання щодо зняття товару з виробництва, або зменшення кількості його модифікацій. Оскільки, виведення товару з ринку призводить до відповідних фінансових втрат, то необхідно розробити маркетингові заходи, які стосуються насамперед зміни ціни і умов його просування [1].

Деколи при обґрунтуванні товарного асортименту передбачають зняття товару з виробництва і відповідно розробляють певні маркетингові заходи. Це властиво так званим сезонним товарам, як от, колекції взуття чи одягу. Весь процес просування базується на тому, що необхідним буде їх розпродаж. Саме тому нові колекції взуття на

початку продажу збувають за завищеними цінами, які потім коригуються в кінці сезону.

Доцільно зауважити, що вилучення товару у багатьох випадках приводить до порушення зобов'язань щодо обслуговування споживачів, котрі вже придбали товар. Невиконання зобов'язань веде до втрати довіри і зниження ділової репутації підприємства. Товар може бути збитковим, але підприємство намагатиметься його зберегти за наявності наступних умов:

- він є невід'ємною складовою асортименту підприємства, збереження якого очікують споживачі;
- покриває хоча б частину накладних витрат підприємства, які у ситуації зняття товару будуть віднесені на інші товари, зменшуючи величину прибутку;
- заважають конкурентам розвиватися і вони змушені витратити кошти на боротьбу з товарами-замінниками.

Підприємства, що конкурують на ринку, створюють для певних товарних груп відповідний діапазон цін - від ціни на рівні собівартості (беззбитковості) до максимальної ціни на ексклюзивні, рідкісні модифікації. Тому, підприємство, вивчивши споживачів та провівши позиціонування свого товару на ринку, визначає його місце у ціновому діапазоні.

Розробляючи асортимент продукції, воно має враховувати два варіанти: тяжіння до нижньої або верхньої межі діапазону ціни.

Реалізація товару за цінами, що відповідають нижній межі діапазону, сприймається як дія щодо розширення зони продажу, переходу підприємства до ринку товарів загального доступу. Такі товари задовольняють потреби більшості покупців, є доступними і зрозумілими у користуванні, мають базовий набір якостей, передбачений галузевим стандартом. Реалізація товару за «верхніми» цінами є протилежним варіантом вибору підприємства, що передбачає пошук більш спроможних споживачів. Кількість таких споживачів обмежена і тому йдеться про відповідну ринкову нішу. Якщо підприємство має певний досвід, знання, компетенції, навички то воно здатне вирішувати складні завдання (розвивати додаткові властивості товару) і відповідно розраховувати на вищу ціну за визнання цього факту ринком. Рух «вверх  $\leftarrow$   $\rightarrow$  вниз» у ціновому діапазоні призводить до виникнення певної проблеми, а саме як «дешевому» підприємству підтвердити, що воно стало «дорогим» і як «дорогому» зберегти своїх споживачів за умови, що випускаються дешеві товари.

Існує небагато підприємств, здатних виробляти товари у повному ціновому діапазоні, але такі підприємства стикаються з психологічними проблемами сприйняття товару споживачами. Вирішення таких проблем міститься у марочній політиці підприємства, однак воно при цьому стикається з такими аспектами: сегмент - позиція - марка.

Викладені вище міркування і результати проведеного аналізу повинні бути покладені в основу формування асортименту продукції підприємства, який є сукупністю одночасної присутності на ринку нової продукції а також продукції, що перебуває на стадіях росту, зрілості і спаду, й передбачає оптимальне поєднання базових моделей і їх модифікаційних підвидів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гамалій В.Ф., Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств [Електронний ресурс] // В.Ф. Гамалій, С.А. Романчук, І.В. Фабрика, – Режим доступу: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb\\_22\(2\)\\_ekon/stat\\_20\\_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf)

**УДК 338.1**

**Зелінська Ю.П., Федішин І.Б.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

**Zelinska Yu.P., Fedyshyn I.B.**

### **INNOVATIVE ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES OF UKRAINE**

В умовах сучасного розвитку суспільства інновації відіграють дедалі більшу роль, тому одним із перспективних шляхів економічного зростання підприємств є їх інноваційний розвиток. Інноваційна діяльність має важливе значення для діяльності підприємств, вона здатна забезпечити конкурентоспроможність сучасних підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Інноваційна діяльність є однією з основних складових процесу забезпечення успішного функціонування підприємств. Але на даний час стан інноваційної діяльності в Україні більшість науковців вважає такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово розвинених країнах. Однією з найважливіших проблем інноваційного розвитку підприємств України є недостатній рівень фінансування інноваційної діяльності зі сторони держави та неефективної політики.

Глобалізація, яка стала однією з визначальних характеристик сучасної світової економіки, ставить перед урядами багатьох країн проблемні питання пошуку нових форм і методів адаптації національного економічного та політико-правового середовища. Швидкі зміни факторів, які визначають конкурентоспроможність окремих фірм та цілих держав на світових ринках, динамічний розвиток глобальних відносин змушують уряди враховувати проблеми забезпечення національної конкурентоспроможності у глобальному масштабі.

Дослідження проблем розвитку інноваційної діяльності присвячено чимало праць науковців, серед яких М.П. Денисенко, М.Т. Пашуто, С.В. Корсунський, Р.С. Квасницька, Ж.А. Говоруха, М. Портер та ін. У працях цих вчених розглянуто різні аспекти інноваційної діяльності в Україні.

У рейтингу використання інновацій Україна посіла 50 місце з глобальним інноваційним індексом 37.6, причому за окремими компонентами індексу - "інноваційні зв'язки", "засвоєння технологій", "креативні товари і послуги", "вплив знань" - український бізнес перебуває на дуже низьких позиціях.

Не дивно, що і в рейтингу глобальної конкурентоспроможності Global Competitiveness Index країна посіла 85 місце із 138.

За роки незалежності кількість дослідників у галузі технічних наук в Україні знизилася у 3,5 разу. Освоєння нових видів техніки скоротилося в 14,3 разу, а частка інноваційно-активних промислових підприємств - у п'ять разів [1].

Інноваційні процеси в економіці не набули вагомих масштабів, кількість підприємств, що впроваджують інновації, зменшується з кожним роком і становить зараз 12–14%, що менше в 3–4 рази, ніж в інноваційно розвинутих економіках. Наукоємність промислового виробництва знаходиться на рівні 0,3%, що на порядок менше від світового рівня. При цьому майже третина коштів, що витрачаються на інноваційну діяльність, припадає на закупівлю обладнання, в той час як на придбання прав на нову інтелектуальну власність або на проведення НДДКР витрати на порядок менші. Майже половина з інноваційних підприємств взагалі не фінансують проведення в інтересах свого виробництва наукових досліджень.

Таке становище обумовлено як браком коштів, так і відсутністю в останні роки дійової державної системи стимулювання інноваційної діяльності, зачатки якої були

поступово скасовані щорічними в останні 5 років поправками до відповідних бюджетних та інших законів [2].

В умовах нестабільності соціально-політичних явищ в Україні, що провокують бюджетний дефіцит, розраховувати на бюджетне фінансування інноваційної діяльності вкрай складно і в деяких випадках практично неможливо. До 2000 р. єдиним фондом фінансування інноваційного бізнесу в Україні на регіональному рівні був Державний інноваційний фонд. На жаль, багато проектів, що фінансувалися за рахунок коштів фонду, не були пов'язані з наукомісткими видами продукції або технологіями. Іноді кошти фонду витрачалися на придбання імпортного обладнання, а це було явне порушення.

Скорочується державне фінансування та довгострокове банківське кредитування інноваційних підприємств, перш за все через нестабільність соціально-політичної ситуації в Україні, коливання курсу валют, складної економічної ситуації та великі фінансові ризики, що виходять з даних факторів. Підприємства також не мають достатньо власних коштів для інноваційного розвитку [3].

Серед чинників, що мають негативний вплив на сферу інноваційного розвитку підприємств, можна назвати:

- нерозвиненість законодавчої бази;
- нестача інвестицій в розвиток інноваційної інфраструктури;
- небажання керівників приймати рішення, пов'язані з додатковим ризиком та відповідальністю;
- відсутність єдиної продуманої системи державної підтримки розвитку інноваційних процесів тощо.

Проте сьогодні держава, як правило, намагається стимулювати пропозицію замість того, щоб стимулювати попит на інновації.

В Україні створено умови для розвитку інноваційної діяльності, сформовано основи нормативно-правової бази та механізми здійснення інноваційної політики, а також умов для розвитку відповідної інфраструктури. Проте, незважаючи на високий інноваційний потенціал, інноваційна складова забезпечення економічного розвитку використовується слабо.

Отже, для того щоб наша країна зробила прорив в області інновацій, потрібна належна підтримка державних органів влади, створення сприятливого інвестиційного клімату, нові наукові здобутки та високотехнологічні рішення. Україна має значний потенціал для розвитку інноваційної діяльності за умов проведення ефективної державної політики.

#### **Список використаних джерел:**

1. Єрмолаєва В. Особливості та проблеми інноваційного розвитку в Україні В. Єрмолаєва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Dtr\\_ep/2010\\_6/files/EC610\\_46.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_6/files/EC610_46.pdf).

2. Федішин Б., Федішин І. Стратегічний розвиток економіки на інноваційній основі [Електронний ресурс] / Б. Федішин, І. Федішин // Соціально-економічні проблеми і держава. — Вип. 1 (4). — 2011. — Режим доступу до журн. : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11fbpno.pdf>

3. Федішин І. Діагностика проблем фінансового забезпечення інноваційної діяльності в Україні / І. Федішин, Я. Пилип'юк // Соціально-економічні проблеми і держава. - 2014. - Вип. 2. - С. 142-153. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid\\_2014\\_2\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid_2014_2_18).

4. Interactive database of the GII 2017 indicators [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>



**УДК 331**

**Каліцинський В.С., Мосій О.Б.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ІННОВАЦІЙНІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ**

**Kalitsynskiy V.S., Mosij O.B.**

### **INNOVATIVE SYSTEM OF PAYMENT OF LABOR IN UKRAINE**

В сучасних ринкових умовах України головним ресурсом кожного підприємства є людина. Тому менеджменту організацій слід ефективно використовувати фізичний, розумовий, творчий потенціали кожного працівника. Це допоможе підвищити ефективність діяльності підприємства, його конкурентоспроможність за рахунок адекватного матеріального та морального стимулювання праці.

Оплата праці – виплати працівникам за їх працю (що включають заробітну плату), а також за невідпрацьований час (оплата відпусток, тимчасової непрацездатності працівників та ін.), які стимулюють працівників до підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції (виконуваних робіт, послуг), здійснювані відповідно до законів, інших нормативно-правових актів, а також ситуації на ринку праці [2].

Під інноваційними ми розуміємо такі системи оплати праці, які містять нововведення, забезпечують поліпшення трудових процесів, зростання якості продукції, що випускається, підвищують ефективність діяльності працівників і організації в цілому [1]. Зразком таких систем в Україні є гнучкі системи оплати праці. Система оплати праці на підприємстві залежить від його особливостей, кон'юнктури ринку та інших факторів. Тому існує перелік гнучких систем: контрактна, залишкова система, тарифно-атестаційна, плата за знання і компетентність.

При гнучких системах до складу оплати праці робітників входять: базова (постійна) частина і змінна складова, що розраховується за певним принципом. У гнучких системах частина заробітку ставиться в залежність від особистих заслуг співробітника, а частина – від загальної ефективності роботи підприємства [1]. Відповідно гнучкість в даному випадку є ознакою інноваційності даних систем.

Отже, при сучасній економічній ситуації України підприємствам слід орієнтуватися на оплату праці в країнах-сусідах і враховувати при формуванні зарплати в нашій країні. Це допоможе відтік кадрів закордон, що є однією з основних проблем в сфері пошуку працівників різної кваліфікації. Адже найпрацездатніше населення шукає високооплачувану роботу в сусідніх країнах. Вищенаведені інноваційні гнучкі системи оплати праці дозволяють всебічно аналізувати взаємозв'язок між ефективністю діяльності підприємства та вкладом працівника в успіх організації. В сучасних наукових тенденціях менеджерам потрібно регулярно аналізувати ситуацію на ринку праці України, щоб швидко та ефективно змінювати оплату праці для задоволення потреб власного підприємства та його працівників. Відзначимо такі тенденції на ринку праці: сучасні підприємства потребують працівників з здатністю швидко навчатись; підприємства поступово будуть відходити від штатного розкладу, підбиратимуть працівників відповідно до навиків; зменшення дискримінації працівників.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ревенко А.П. Механізм оплати праці та напрямки його реформування /А.П. Ревенко // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2014. – № 4. – Ч.1. – Т.2. – С. 153-157.
2. Тульчинський Р.В. Організаційно-економічні методи регулювання заробітної плати в ринкових умовах /Р.В. Тульчинський // Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Київ, 2016. – 19 с.

УДК 658.7

Керничний А.Я., Керничний Б.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ БЛОКЧЕЙНУ В УРАЇНСЬКІЙ ЛОГІСТИЦІ ТА МАРКЕТИНГУ

Kernychnyi A.Y., Kernychnyi B.Y.,

## BACKGROUND FOR BLOCKING DEVELOPMENT IN UKRAINIAN LOGISTICS AND MARKETING

На даний час все частіше в інформаційно-криптографічному обиході використовується номі термін «блокчейн»

**Довідково:** Блокчейн (з англійської block chain – ланцюжок блоків) - це назва розподіленої бази даних, яка являє собою побудований, за певними правилами, послідовний ланцюжок блоків, які містять певну інформацію різних галузей знань [1].

Насправді, блокчейн представляє собою систему інформаційних блоків про стан проходження продукції, робіт та послуг в маркетингово-логістичному процесі. Як відомо, кожен блок містить мітку часу і посилання на попередній блок у цьому процесі. Блоки пов'язані між собою хронологічно і криптографічно. Криптографічна ув'язка передбачає підтримку правил включення нових блоків в ланцюжок і відстеження спроб зміни існуючих блоків.

Однією з найбільш відомих моделей застосування цієї технології є криптовалюта. В цьому випадку, блоки даних містять транзакції, що описують переклади деяких кодових послідовностей (цифрових монет) від одного власника іншому.

Сьогодні, технологія блокчейн ефективно використовується та розвивається в логістиці та маркетингу. Зокрема компанії застосовують блокчейн крім згаданих функцій для зберігання товарно-транспортних документів та звітів, які наприклад водії вантажних машин заповнюють до і після поїздки. У звіті описується стан транспортного засобу, відповідно з яким відбивається технічне обслуговування.

Основні переваги застосування блокчейн в логістиці:

- скорочення паперового документообігу при торгівлі. Паперові документи замінюються підписаними електронними аналогами;
- прозорість реалізації логістично-маркетингового ланцюга для клієнтів.
- розподілений реєстр є зручним та підходящим середовищем для зберігання інформації про виконані ремонти і куплених (замінених) запасних частинах.

Як показало вивчення, рішення прийняті на базі блокчейн мають свої недоліки. До них відносяться, наприклад, швидкість оновлення даних. Переміщення даних в блокчейн - досить тривала операція, оскільки вона вимагає досягнення розподіленого консенсусу. До недоліків також можна віднести і швидке зростання вимоги до доступної пам'яті: дані копіюються по всіх вузлах.

Отже, блокчейн дозволяє виявляти зайвих посередників в логістично-маркетинговому ланцюзі, дозволяє економити витрати, знижуючи обсяг документообігу та зменшуючи кількість помилок, попереджуючи зловживання ін. Блокчейн може стати базою для впровадження смарт-гаджетів і концепції «інтернет-речей», а також значно підвищить ефективність логістично-маркетингових операцій.

### Список використаних джерел:

1. Д.Е. Намиот, О.Н. Покусаев, В.П. Куприяновский, А.В. Акимов, Приложения блокчейн на транспорте – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/bohda/Desktop/497-1555-1-PB%20(1).pdf

**УДК 574**

**Кирич Н.Б., Лібусь Т.І.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **РЕГУЛЮВАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ НА АТМОСФЕРНЕ ПОВІТРЯ НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ**

**Kyrych N.B., Libus T.I.**

### **REGULATION OF NEGATIVE INFLUENCE OF MOTOR TRANSPORT ON ATMOSPHERIC AIR OF SETTLEMENTS**

В умовах інтенсивного антропогенного навантаження актуальною проблемою є екологічна безпека навколишнього природного середовища. Дедалі виразнішими стають серйозні наслідки урбанізації. Одним з основних джерел негативного впливу на атмосферне повітря населених пунктів є автотранспорт.

Причиною збільшення кількості викидів забруднюючих речовин від автотранспорту, за останні роки, є швидке зростання автомобільного парку і більш інтенсивне його використання. Повноцінної системи екологічного регулювання автотранспорту в нашій країні ще не існує, оскільки масова автомобілізація почалася тільки в пострадянський період. Однак автомобільний бум вже призвів до різкого загострення екологічних і транспортних проблем у містах.

Виділяють наступні види негативних ефектів автотранспорту: вплив на землекористування; дорожні затори; забруднення повітря; ризик аварій; вартість землі; зовнішні інфраструктурні витрати; забруднення води; регулювання дорожнього руху; ефект бар'єру; шумове забруднення; відходи.

Державне регулювання автотранспорту повинно включати два напрямки:

1) зниження зовнішніх екологічних ефектів шляхом встановлення стандартів на викиди автотранспортних засобів.

2) управління попитом на пересування на особистому транспорті шляхом зміни принципів ціноутворення на поїздки на автомобілі.

До інструментів управління попитом відносяться транспортні податки:

1) на автомобілі (додатковий податок при купівлі автомобіля, транспортний податок);

2) на переміщення на автомобілі (плата за проїзд по дорогах, де спостерігаються затори, плата за рух по дорогах в певному районі, плата за в'їзд в місто; плата за дозвіл користуватися дорожньою мережею протягом певного часу; електронні системи оплати в залежності від місця руху і пройденої відстані);

3) на зберігання автомобіля (плата за паркування);

4) на автомобільні палива.

Завдання всіх транспортних податків - змусити власників автомобілів повністю оплачувати витрати, які несе суспільство від пересування автотранспортом, стимулюючи водіїв скоротити використання особистих автомобілів.

Пристосуватися до стихійної автомобілізації, побудувавши необхідну кількість доріг в місті, неможливо (в місті, де є середній клас, практично кожен в змозі купити автомобіль і при поліпшенні дорожніх умов нові громадяни пересядуть в особисті автомобілі), тому транспортна політика у великих містах повинна будуватися не на прогнозі можливої кількості автомобілів у населення в майбутньому, а на управлінні процесами автомобілізації.

Отже, приведення у відповідність кількості автомобілів в місті, пропускної спроможності вулично-дорожньої мережі, можливо шляхом зміни цін на поїздки на особистих автомобілях за допомогою системи транспортних податків.

**УДК 351/354**

**Луциків І.В.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ПРИНЦИПИ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІНЯ В УКРАЇНІ**

**Lutcykiv I.V.**

### **THE PRINCIPLES OF PUBLIC MANAGEMENT IN UKRAINE**

На сьогодні основним завданням у сфері цілепокладання реформ у системі публічного управління є переорієнтація з внутрішніх потреб та можливостей органів державної влади на потреби і виклики соціального середовища, як інтегрованого об'єкта державного управління. На жаль, існуюча в країні система публічного управління демонструє свою неефективність, внутрішню суперечливість, відірваність від громадян і, як результат, виступає однією з перепон, що стримує здійснення модернізаційних процесів та системних перетворень в усіх сферах розвитку суспільства.

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.

В основу реформи системи публічного управління мають бути покладені принципи, що відображають стандарти європейського розуміння його сутності та конкретизовані в понятті публічної адміністрації, що охоплює сферу діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування [1].

Основними принципами інноваційного розвитку, що презентують ідеологічно-демократичну основу системи публічного управління, на наше переконання, є наступні:

- партнерства та співробітництва (взаємозв'язок та участь громади у процесі вироблення політики і її реалізації);
- взаємоузгодженості інтересів (органів влади різних рівнів, бізнесу та громадських структур);
- рівноправності;
- відповідальності та підзвітності;
- цільової орієнтації;
- системності;
- адаптивності;
- відкритості влади щодо громадського контролю;
- відповідальності за результати;
- субсидіарності (розмежування сфери компетенції публічних органів влади різних рівнів із відповідним зменшенням ролі держави).

Унаслідок реалізації зазначених принципів має відбутися переосмислення ролі держави та розподіл функцій між державою та громадянським суспільством, розширення участі народу в гарантуванні громадянам реальної влади в самоуправлінні.

Таким чином, відкритість влади, її готовність до постійного діалогу з громадянами, залучення громадян до підготовки рішень і контролю за їх виконанням є важливою передумовою успішності всього процесу реформування.

Встановлено, що ключовою складовою стратегії розвитку України має стати концепція публічного управління та закон про публічну службу. Концепція публічного управління повинна ґрунтуватися на реальних демократичних цінностях правової держави, запровадженні нової ідеології, у якій пріоритетним є реалізація прав і свобод громадян у спільній діяльності з державними інститутами. Структура виглядає таким

чином, що запропоновані заходи сприятимуть прискоренню розвитку в Україні публічного управління. Метою концепції публічного управління має стати поетапне створення такої системи публічного управління, яка забезпечить формування сучасної, ефективною та результативною системи управління та дасть можливість Україні стати на один рівень з країнами розвиненої демократії [2].

Аналіз наукової літератури дав нам змогу виділити наступні заходи щодо забезпечення реформування системи публічного управління в Україні, а саме:

- раціонального інституційного розмежування політичних та адміністративних функцій у системі виконавчої влади: удосконалення процедур діяльності органів публічної адміністрації;

- відмежування політичних посад від сфери публічної цивільної служби та встановлення правових механізмів захисту службовців від незаконних політичних впливів;

- децентралізація публічних функцій та ресурсів;

- справедливого правового регулювання адміністративних процедур; спрямування діяльності публічних інституцій, насамперед, на надання публічних послуг, удосконалення механізмів правового захисту громадян у відносинах з органами публічної адміністрації;

- залучення громадськості до участі в управлінні публічними справами та контролю за функціонуванням публічної адміністрації [1].

- створення в країні належного забезпечення: нормативно-правового, кадрового, науково-методичного, інформаційного, фінансового та мотиваційного;

- створення ринкових умов конкуренції та залучення інвестицій;

- забезпечення приватизаційних процесів;

- створення відповідних умов для вироблення і впровадження інновацій, інноваційних рішень, інструментів та методів управління на різних рівнях та гілках влади.

Отже, комплексне реформування системи публічного управління в Україні, має багатоетапний характер і до сьогоднішнього дня ще не завершене. Насамперед воно пов'язане із забезпеченням функціональної типологізації центральних органів виконавчої влади, виключенням функцій надлишкового державного регулювання, усуненням дублювання функцій і повноважень органів виконавчої влади, організаційним розмежуванням регулятивних, правозастосовних, контрольних, наглядових функцій і функцій з управління об'єктами державної власності, проведенням оптимальної деконцентрації та децентралізації владних повноважень органів виконавчої влади в різних сферах і галузях господарства країни, а також законодавчим забезпеченням функціонування цих органів [3].

#### **Список використаних джерел:**

1. Радиш Я. Державне управління в Україні: стан, проблеми та тенденції розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cprk.cv.ua/i/1131228.pdf> .

2. Зіміна О. Становлення та розвиток публічного управління і можливості його впровадження в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/хрящ/Downloads/znpnadu\\_2011\\_1\\_6.pdf](file:///C:/Users/хрящ/Downloads/znpnadu_2011_1_6.pdf)

3. Павлов Є. О. Публічне управління в Україні, напрями розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2017-3/doc/1/15.pdf>



**УДК 330.331**

**Малюта Л.Я., Пелипишин С.В., Баран І.М.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ІННОВАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ОЩАДЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА**

**Maliuta L.Ya., Pelypyshyn S. V., Baran I.M.**

### **INNOVATIVE AND LOGISTIC APPROACHES TO THE IMPLEMENTATION OF THE PROTECTIVE PRODUCTION SYSTEM**

В сьогоденних умовах глобалізації, коли відбувається зростання рівня конкуренції на локальних та світових ринках, більшість підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, шукають інноваційно-логістичні підходи для вирішення даного питання. У контексті цього з'являються нові оригінальні та прогресивні методи управління логістичними витратами та запасами виробництва, які дозволяють вирішити широкий спектр питань в розрізі ланцюга постачання - виробництво-збут. Великої популярності серед багатьох зарубіжних систем управління набула концепція lean manufacturing – концепція ощадливого виробництва.

Lean manufacturing (production) – це проривний підхід у менеджменті й системі управління якістю, який забезпечує довготривалу конкурентоспроможність продукції без істотних капіталовкладень. Ощадливе виробництво – це система організації та управління розробленням продукції, виробництвом, взаємовідносинами з постачальниками і споживачами, коли продукція виготовляється у точній відповідності із запитом споживачів і з меншими втратами у порівнянні з масовим виробництвом великими партіями. Метою даної концепції є позбутися всіх видів втрат і домогтися максимальної ефективності використання ресурсів шляхом поступального й безперервного вдосконалення всіх бізнес-процесів підприємства, спрямованих на підвищення задоволення запитів споживачів.

Ключовими цілями ощадливого виробництва є:

- скорочення трудовитрат;
- скорочення термінів розробки нової продукції;
- скорочення термінів створення продукції;
- скорочення виробничих і складських площ;
- гарантія постачання продукції замовнику;
- максимальна якість при мінімальній вартості.

Засновником концепції ощадливого виробництва є Таїті Оно (1912–1990), який почав роботу в Toyota Motor Corporation у 1943 році. Він, інтегруючи найкращий світовий досвід, у середині 1950-х років почав вибудовувати особливу систему організації виробництва, названу Toyota Production System (TPS), яку успішно використовують найбільші компанії: Alcoa, Boeing, United Technologies, Porsche та багато інших.

Відправною точкою ощадливого виробництва є цінність для споживача. З погляду кінцевого споживача, продукт (послуга) набуває дійсної цінності тільки тоді, коли відбувається безпосереднє оброблення та виготовлення елементів необхідного споживачу продукту (послуги). Ключовим моментом даної системи є процес усунення втрат, які японською називаються «муда». Наприклад, споживачеві зовсім не потрібно, щоб готовий продукт або його деталі пролежували на складі.

У відповідності з концепцією ощадливого виробництва всю діяльність підприємства можна класифікувати наступним чином: операції та процеси, які додають цінність для споживача, і операції та процеси, що не додають цінності для споживача.

Отже, все, що не додає цінності для споживача, з точки зору ощадливого виробництва, класифікується як втрати, і має бути усунене.

За даними Інституту ощадливого виробництва, впровадження підходів концепції ощадливого виробництва дозволяє скоротити в середньому: тривалість виробничого циклу – на 50%, обсяги незавершеного виробництва – на 60%, кількість випадків перероблення продукції – на 70%, необхідні площі – на 30%, час, необхідний для переналадки обладнання – на 65%.

У контексті запропонованої концепції ощадливого виробництва, її засновник виділив сім видів втрат:

- надвиробництво товарів, коли товар зроблений, а попит на нього ще не виник;
- очікування матеріалів, деталей, напівфабрикатів чи необхідної інформації;
- непотрібне транспортування матеріалів (наприклад, через неоптимальне розташування устаткування, цехів);
- зайві етапи обробки, що виникають через помилки в проектуванні продукту або процесу;
- надмірні запаси і процеси, що ведуть до їх виникнення;
- невиправдане переміщення людей у процесі роботи;
- виробництво дефектів, браку тощо.

Існує також «негласна» восьма група втрат, обумовлених ігноруванням людського чинника. Скорочення передумов для виникнення тих чи інших видів втрат дозволяє наблизити час і рівень витрат до мінімуму.

Джим Вумек та Деніел Джонс у книзі «Ощадливе виробництво: як позбутися втрат і досягти процвітання вашої компанії» викладають суть ощадливого виробництва у вигляді п'яти ключових моментів:

- визначити цінність конкретного продукту;
- визначити потік створення цінності для цього продукту;
- забезпечити безперервне (протягом всього потоку) створення цінності продукту;
- дозволити споживачеві витягати продукт.
- прагнути досконалості.

У своїх дослідженнях Таїті Оно відзначив, що виробнича система Toyota стоїть на двох «китах»: системі дзідока та точно своєчасно, які базуються на принципі логістичних систем «втягуючого» типу, коли кожна наступна виробнича стадія робить запит на потрібні вироби з попередньої, лише по потребі. Згодом консультанти виділили в концепції ощадливого виробництва множини елементів, кожний з яких являє собою певний метод, а деякі (наприклад кайдзен) самі претендують на статус концепції.

Мета методології Lean production полягає у побудові виробництва, здатного швидко відповідати на вимоги споживачів, що змінюються, і давати прибуток при будь-якій зміні ринку, у тому числі при падінні попиту; створенні досконалої виробничої системи, яка б при надходженні замовлення миттєво поставляла необхідну продукцію, і при цьому не відбувалося накопичення проміжних запасів.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що систему lean production – ощадливе виробництво, застосовують майже 100 % японських компаній, 72% компаній США, у Великій Британії – 56%, у Бразилії – 55%, у Мексиці – 42%, у той час як в Україні ощадливим виробництвом займаються тільки одиниці компаній. Зважаючи на зарубіжний досвід ми повинні впроваджувати даний метод у виробничий процес вітчизняних підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності їх продукції на вітчизняному та зарубіжному ринках.

**УДК 330.331**

**Малюта Л.Я., Яськова Т.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ БЕЗВІДХОДНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ**

**Maliuta L.Ya., T. Yaskova**

**INNOVATIVE DIRECTIONS OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF  
ENTERPRISES AND IMPLEMENTATION OF UNLOCKED TECHNOLOGIES**

Інноваційна діяльність підприємства – це процес, під час якого створюються, розповсюджуються та використовуються різноманітні нововведення, метою впровадження яких є збільшення прибутку підприємства та отримання переваг над конкурентами. Для того щоб держава, окрема галузь, регіон чи суб'єкт господарювання займали стійкі ринкові позиції, потрібно забезпечити дифузю інновацій. Адже інноваційні процеси повинні рухатись вперед, в ногу з технологічним поступом та науково-технічним прогресом.

За допомогою інновацій більшість європейських країн не тільки пододала спад в економіці, а й забезпечує її структурну перебудову і насичує ринок різноманітною конкурентоспроможною продукцією. Створення, впровадження і значне поширення нових товарів, послуг, технологічних процесів стають вирішальними факторами зростання обсягів виробництва, зайнятості населення, залучення інвестицій, поліпшення якості продукції, економії трудових і матеріальних ресурсів, удосконалення організації виробництва й підвищення його ефективності [1].

З врахуванням вищезазначеного, потрібно активізувати інноваційну діяльність вітчизняних підприємств шляхом:

- підтримки пріоритетних напрямів діяльності державних програм;
- фінансування інноваційних проектів;
- підтримки інноваційної інфраструктури;
- формування та реалізації державних програм забезпечення інноваційного розвитку.

При дослідженні інноваційних напрямів стратегічного розвитку сучасних суб'єктів господарювання, об'єктом обрано комунальні підприємства, основним видом діяльності яких є переробка й утилізація окремих видів відходів – відходів полімерів. У контексті проведеного у даному напрямі дослідження, слід констатувати той факт, що Україна одна з тих країн, де переробка пластмас далеко не на першому місці, як і сміття загалом. Вирішення цієї проблеми вимагає чималих капіталовкладень.

У контексті збереження навколишнього середовища та розвитку сучасних суб'єктів господарювання слід упроваджувати безвідходні інноваційні технології. Переробляючи сміттєвий непотріб, у майбутньому отримаємо напівфабрикати, що є цілком придатними для використання. Звичайно не обійдеться без сортування виробів, стимулювання та заохочення інвесторів для створення підприємств, які б активно займалися даним інноваційним напрямом діяльності, впровадження нового спеціального обладнання та засобів матеріального заохочення працівників для роботи на таких заводах.

В Україні поділ відходів – не дуже поширена практика. У країні нараховуються тисячі сміттєзвалищ, і вони вже займають близько 4% території, де основна кількість відходів підпалюється або закидається ґрунтом. Для того, щоб визначитись із технологію утилізації, слід знати, яких видів бувають відходи. Вони є такими: відходи виробничого споживання, суспільного споживання та технологічні. Найбільший інтерес, з точки зору переробки, викликають відходи виробничого споживання, які є мало забрудненими та найбільш однорідними. Вони виникають внаслідок виходу з ладу виробів полімерних матеріалів. Найбільші труднощі при вирішенні даного питання спостерігаємо з відходами суспільного вжитку, тобто з такими, що накопичуються у нас вдома, закладах громадського харчування, а згодом – потрапляють на звалища, оскільки вони потрапляють в категорію змішані. Утилізація, повторне використання пластмас – основний шлях упровадження безвідходних технологій [2].

Першим кроком для вирішення цієї проблеми є пошук інвесторів і створення підприємств по переробці сміття. Наступним етапом, є вирішення всіх бюрократичних питань та пошук місця для побудови такого заводу. Краще за все, зробити це за містом, чи десь на околиці. Коли все готово з точки зору облаштування території та приміщень, потрібно подумати й про обладнання, яке будемо використовувати, а також, звідки отримуватимемо сировину для перероблення. Крім того, не менш важливо, знайти робочу силу, яка буде забезпечувати виробничий процес і працювати при цьому позмінно.

Як свідчать проведені у даному напрямі дослідження, сміттєвий бізнес є досить прибутковим з урахуванням всіх витрат, і є певне коло підприємців, які готові започаткувати таку справу. Однак дане питання чомусь залишається невирішеним, не знаходить належної підтримки у органах державної влади та місцевого самоврядування.

Підсумовуючи вищевикладене, слід відмітити, що актуальність досліджуваної проблеми відома вже давно, тому потрібно активно і впевнено рухатись у напрямі впровадження інноваційних технологій по переробці відходів та впровадженню безвідходних технологій. З огляду на це, розумним кроком для сьогоднішніх підприємців та бізнесменів буде вкладення коштів та зусиль у створення сучасних підприємств по вторинній переробці відходів з метою забезпечення кращого життя для нас – суспільства. Не варто засмічувати навколишнє середовище й думати, що можна нескінченно ставитися до нього по-споживацькому. Краще робити дієві кроки у напрямі вирішення даної проблеми, щоб залишити дітям і онукам планету, на якій ще можна жити й творити.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малюта Л.Я. Особливості формування інтегрованої моделі активізації інноваційної діяльності промислових підприємств в умовах реформування : монографія / Л.Я. Малюта. – Тернопіль, 2011. – 250с. – Деп. у ДНТБ України 26.07.11, №44-Ук.2011.
2. Власенко В. Врятувати планету: українці розпочали революцію в переробці сміття : Електронний ресурс. – Режим доступу до статті за посиланням: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/spasti-planetu-ukraintsy-zateyali-revoljutsiyu-1449844021.html>

**УДК 658.511**

**Мацюк О., Дудкін П.Д.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **SMART КОМПОНЕНТИ У РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА**

**Matsiuk O., Dudkin P.D.**

### **SMART COMPONENTS IN DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURE OF CITY**

Smart компоненти, як елементи необхідні для повноцінного та адекватного сучасним викликам розвитку інфраструктури населених пунктів, стають все більш запитуваними в сучасних умовах. Високий рівень урбанізації, зростання населення та збільшення об'єктів життєдіяльності зумовлюють необхідність освоєння підземних просторів міст. Значна щільність забудови в містах та недостатня упорядкованість існуючих підземних комунікацій і мереж створюють підвищений рівень небезпеки їх освоєння. На сьогодні це надзвичайно актуальне питання, вирішення якого з використанням сучасних інформаційних технологій дає можливість поліпшити як загальний стан міського середовища, так і безпечно розвивати системи підземних комунікацій, ефективно контролювати, формувати та управляти міською підземною інфраструктурою.

На даний час в більшості населених пунктів існують наступні проблеми:

- 1) складність проведення обстеження підземних просторів;
- 2) висока ймовірність під час проведення земляних робіт натрапляння на залишки вибухонебезпечних боєприпасів воєнних часів;

- 3) заборона на проведення археологічних розкопок в історичній частині міст та ін.

Вирішення вказаних проблем частково можливе з використанням георадарів, дистанційного зондування земної поверхні, що, до речі, реалізовується у окремих містах України.

Зазначимо, що у містах під землею знаходяться: електричні кабелі; труби теплопостачання; труби подачі холодної води; труби подачі гарячої води; каналізаційні труби; газові труби; телекомунікаційні кабелі.

Організації, які несуть відповідальність за підтримання комунікацій у технічно справному стані під час проведення аварійних робіт часом діють наосліп, що призводить до руйнування інших об'єктів інфраструктури. З метою уникнення подібних ситуацій необхідно створити єдину базу даних, в якій би можна було в реальному масштабі часу знайти інформацію що до стану об'єкту, коли і в якому місці проводився ремонт, які були затрати пов'язані з усуненням проблеми, а також зробити висновки безпекового характеру, що важливо для таких служб як ДСНС (Державна служба з надзвичайних ситуацій).

Слід наголосити, що на сьогодні в українських містах відсутні загальні міські карти прокладання інженерних комунікацій, які б дозволяли бачити картину підземних комунікацій в комплексі. Такі карти повинні бути в кожній організації для використання в межах її повноважень. Звичайно, доступ до таких карт має бути строго регламентованим, оскільки інформація може містити елементи для службового користування.

Наявність електронних загальних карт підземних комунікацій дозволить полегшити безпечну експлуатацію об'єктів інфраструктури та покращить безпекову ситуацію в містах. Створить передумови для усіх зацікавлених муніципальних управлінських структур, суб'єктів підприємницької діяльності та комунальних підприємств покращити якість і, що немало важливо, швидкість прийняття управлінських рішень.



**УДК 330.3**

**Машлій Г.Б.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

**Mashliy H.B.**

### **THE STATE OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN UKRAINE AT THE MODERN STAGE**

Необхідною передумовою успішного функціонування промислових підприємств у ринкових умовах господарювання є формування та реалізація їх інноваційного потенціалу. Саме впровадження інновацій дає можливість забезпечувати випуск високоякісної продукції, яка користується високим попитом на ринку, впроваджувати сучасні енерго- та матеріалозберігаючі технології, що сприяє зменшенню витрат виробництва, створювати умови для стійкого розвитку та реалізації поставлених стратегічних завдань. Проаналізуємо стан інноваційної діяльності підприємств в Україні на сучасному етапі.

У 2016 році інноваційну діяльність здійснювали 834 промислових підприємства, що становило 18,9% від загальної кількості обстежених. Найбільша кількість, а саме 590 підприємств, здійснювали витрачання коштів на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення. 232 підприємства спрямовували кошти на виконання внутрішніх науково-дослідних робіт, а 103 одиниці – зовнішніх. 74 підприємства здійснювали придбання інших зовнішніх знань, а 368 реалізовували інші види витрат.

Загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності промисловими підприємствами в Україні у 2016 році складав 23229,4 млн. грн., що на 68,2% більше ід рівня попереднього року. За рахунок власних коштів було профінансовано 94,9% загальних обсягів витрат інноваційної діяльності, державного бюджету – 0,8%, місцевих бюджетів – 0,9%, вітчизняних інвесторів – 0,6%, іноземних інвесторів – 0,1%, кредитів – 2,7%, інших джерел – 0,5%.

Що стосується регіонального аспекту здійснених інновацій вітчизняними промисловими підприємствами, то лідером тут виступала Харківська область, у якій проводили інноваційну діяльність 110 підприємств. Другу позицію займало місто Київ (95 підприємств), третю - Дніпропетровська (65 підприємств), четверту – Львівська (64 підприємства), п'яту – Київська (48 підприємств). Аутсайдерами за показником кількості проведених інновацій були Луганська, Чернівецька, Волинська, Закарпатська та Чернігівська області. Кількість впроваджених нових технологічних процесів на вітчизняних промислових підприємствах складала 3489 одиниць, а це у 2,87 рази перевищувало рівень 2015 року.

#### **Список використаних джерел:**

1. Наукова та інноваційна діяльність України: Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. - Державна служба статистики України. – Київ. – 2017. – с. 257 – Режим доступу: [http://www.cisstat.com/innovation/Ukraine\\_publication\\_01.pdf](http://www.cisstat.com/innovation/Ukraine_publication_01.pdf)

2. Андрюшко А. К. Дослідження сучасного стану та розвитку інноваційної активності підприємств України/ [Електронний ресурс] А. К. Андрюшко// Ефективна економіка. – 2013. – №3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2712>.

УДК 001.378

Машлій Г.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## НАУКОВІ КАДРИ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Mashliy H.B.

### THE SCIENTISTS IN UKRAINE AT THE MODERN STAGE

Інноваційний розвиток України може бути забезпечений лише за умови наявності багатьох факторів, серед яких особливо важливе місце належить наявності та ефективній організації роботи висококваліфікованих науковців, здатних забезпечити інноваційний прорив. Проведемо аналіз стану наукових кадрів в Україні на сучасному етапі.

У 2016 році частка виконавців НДР (дослідників, техніків і допоміжного персоналу) у загальній кількості зайнятого населення становила 0,60%, у тому числі дослідників – 0,39%. За даними Євростату, у 2014 році найвищою ця частка була у Данії (3,07% і 2,09%), Фінляндії (2,95% і 2,12%), Норвегії (2,73% і 1,90%), Нідерландах (2,18% і 1,29%) та Словенії (2,12% і 1,23%); найнижчою – у Румунії (0,48% і 0,31%), Кіпрі (0,69% і 0,50%), Туреччині (0,76% і 0,65%) та Болгарії (0,77% і 0,54%) [1].

Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок в Україні, у 2016 році складала 97,9 тис. чол., що на 24,6 тис. чол., або на 20,1% менше від рівня попереднього року. Науковий ступінь доктора наук у 2016 році мали 7,1 тис. чол., що на 2,5 тис. чол. менше, ніж у 2015 році, а доктора філософії (кандидата наук) – 20,2 тис. чол., що нижче від рівня попереднього року на 12,6 тис. чол. Отже, наведені дані відображають тривожну тенденцію до різкого зменшення чисельності наукових кадрів та відповідно падіння інтелектуального потенціалу нашої країни, що викликано переважно трудовою міграцією.

Проведене дослідження показало, що найбільша кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, була сконцентрована у м. Київ (43734 осіб), а також Харківській (216474 осіб), Дніпропетровській (9675 осіб) та Львівській областях (4648 осіб) [1].

Для зростання науково-дослідного потенціалу України, здатного створювати базу для розробки якісних інноваційних продуктів та конкурентоспроможних високих технологій, необхідно здійснити ряд невідкладних заходів, до яких можна віднести: удосконалення організаційно-інституційної та правової складової системи підготовки й атестації наукових кадрів, забезпечення належних умов роботи для повного розкриття їх творчих можливостей, формування ефективної системи мотивації науковців до праці.

#### Список використаних джерел:

3. Наукова та інноваційна діяльність України: Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. - Державна служба статистики України. – Київ. – 2017. –257 с. – Режим доступу: [http://www.cisstat.com/innovation/Ukraine\\_publication\\_01.pdf](http://www.cisstat.com/innovation/Ukraine_publication_01.pdf).

4. Лобанова Л.С. Система підготовки наукових кадрів як пріоритет розвитку людського капіталу: український контекст [Електронний ресурс]/ Л.С. Лобанова, А.Ю., Гуменюк А.Ю. - Режим доступу: [vkrpuen\\_2015\\_10\\_55\(1\).pdf](http://vkrpuen_2015_10_55(1).pdf).

5. Рачинський А.П. Інституційно-правові засади підготовки й атестації наукових і науково-педагогічних кадрів в Україні: становлення й розвиток. [Електронний ресурс]// А.П. Рачинський. - Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Rachinskiy.pdf>.

**УДК 330.341.1**

**Нагорняк Г.С.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ФОРМУВАННЯ, РОЗВИТОК ТА ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ  
НА ОСНОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НАЦІОНАЛЬНИХ  
ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ**

**Nahorniak H.S.**

**FORMATION, DEVELOPMENT AND USE OF LABOR RESOURCES  
ON THE BASIS OF INTELLECTUAL CAPITAL OF NATIONAL  
ENTERPRISES OF MACHINE-BUILDING COMPLEX**

Упродовж останніх десятиліть в Україні вирішення питань створення наукомістких виробництв і підготовки висококваліфікованого науково-технічного персоналу здійснювалося часто непродуктивно, що сприяло відставанню нашої країни за багатьма ключовими параметрами НТП, у тому числі, і в галузі забезпечення якості машинобудівної продукції. Проблема подолання технологічного відставання нашої держави від високорозвинених країн Заходу стає актуальною протягом усього ХХ століття, набула суттєвого значення для сучасного етапу економічного розвитку України. У систему взаємовідносин з іншими суб'єктами ринку залучаються постачальники та споживачі, підрядники та замовники, фінансово-кредитні та страхові установи, акціонери тощо. З'являється велика кількість факторів, що визначають як конкурентні позиції машинобудівного підприємства та проблему підвищення якості його продукції, так і динаміку зростання вартості підприємства галузі. Окремі з вище перелічених факторів мають матеріальну основу, оскільки пов'язані з впровадженням нового виробничого обладнання та технологій, управлінням матеріальними та фінансовими активами. Такі фактори добре піддаються кількісному оцінюванню та керуючим впливам. Однак деякі серед них мають нематеріальний характер, тобто вони не мають фізичного змісту та конкретного числового вираження. До них слід віднести знання та досвід ключових співробітників підприємства, ділові зв'язки підприємства, імідж, що створюється, тощо.

Вважаємо, що нематеріальні фактори у значно більшій мірі, ніж матеріальні складові, мають прямий вплив на підвищення якості машинобудівної продукції, що випускається і, як наслідок, конкурентних переваг і кінцевих результатів діяльності підприємств. У сучасній економічній науці капітал умовно поділяють на інтелектуальний, фінансовий і фізичний. Протягом значного періоду економічного розвитку інтелектуальні ресурси господарюючих суб'єктів розглядалися дослідниками лише як додаток до матеріального виробництва, а основними ресурсами, якими необхідно було ефективно управляти для забезпечення випуску якісної продукції, залишалися, крім матеріальних ресурсів, трудові та фінансові. Отож, традиційні системи управління перетворювали ці активи за допомогою відповідальної за це підсистеми – виробничої, кадрової, маркетингової тощо. При такому підході нематеріальні, інтелектуальні ресурси, що перетворюються в інтелектуальні продукти сучасних машинобудівних підприємств, застосовувалися у межах традиційних підсистем, що не сприяло їх ефективній координації, контролюванню та стрімкому зростанню, спрямованому на підвищення якості продукції, що випускалась.

Практика наукомісткого бізнесу галузі машинобудування засвідчує, що особливо актуальними та важливими є питання управління комерційним використанням інтелектуальних активів, оскільки саме вміле практичне застосування невидимих продуктів і ресурсів сприяє підвищенню якості продукції, що випускається на сучасних

машинобудівних підприємствах, формуванню їх конкурентних переваг у зовнішньому середовищі, сприяють залученню необхідних інвестицій. Часто зустрічаються трактування категорії “нематеріальні ресурси організації”, у межах якої розглядається крім людського капіталу ще й структурний капітал. Відповідно, структурний капітал поділяється на зовнішній і внутрішній по відношенні до підприємства. Як зазначалось вище, людський капітал містить поєднання компетенцій, знань і зв'язків персоналу. Зовнішній структурний капітал включає довгострокові зв'язки підприємства з клієнтами та постачальниками. Внутрішній структурний капітал складається з певної системи управління та організаційної структури, інформаційної системи, реалізовуваних процесів і ноу-хау. Варто підкреслити, що під людським капіталом, який безпосередньо пов'язаний з інтелектуальним капіталом підприємства, слід розуміти саме інтелектуальну діяльність персоналу. Очевидно, що такі параметри, як витривалість, морально-психологічна стійкість, виконання різноманітних технічних операцій, зовнішні дані працівників, будучи структурними елементами людського капіталу, не можуть становити капітал інтелектуальний, оскільки не пов'язані з розумовою діяльністю конкретної особи. У свою чергу, інтелектуальний капітал окремого працівника можна охарактеризувати у вигляді моделі інтелектуального капіталу підприємства з невеликими доопрацюваннями.

Практика створення та реалізації інтелектуального капіталу виступає багатофункціональним і різноплановим процесом, що призводить до суттєвих перешкод при його формуванні, розвитку та використанні інтелектуального продукту, який особливо важливий у процесі життєдіяльності підприємств вітчизняної машинобудівної промисловості. Тому слід здійснювати пошук нових, перспективних напрямків забезпечення високої якості й ефективності управління інтелектуальним капіталом вітчизняних підприємств галузі, його формування, розвитку та використання.

Під інтелектуальним капіталом розуміємо накопичені за допомогою навчання, трудової діяльності та професійного досвіду знання, вміння, навички, що зумовлюють рівень компетентності для персоналу, його творчі та інтелектуальні здібності, завдяки яким у подальшому може збільшуватися ефективність праці, внаслідок чого зростатимуть як дохід підприємства, так і безпосередньо доходи його працівників. У даному контексті інтелектуальний капітал розглядається як структурний елемент людського капіталу. Як людський, так і інтелектуальний капітал, виступаючи відокремленими економічними категоріями, мають тісний взаємозв'язок, будучи структурними елементами по відношенню один до одного. При цьому якщо теорія людського капіталу має відносно цілісний і завершений характер, то варто відмітити, що на сучасному етапі розвитку економічної науки відсутнє загальноприйняте трактування інтелектуального капіталу. Найчастіше дану категорію звикли застосовувати у двох сенсах: інтелектуальний капітал кожної особи або інтелектуальний капітал будь-якої організації. У найширшому сенсі даний вид капіталу розглядають як результатів розумової діяльності всього людства, які виступають ключовим фактором його поступового розвитку. Говорячи про інтелектуальний капітал машинобудівного підприємства, часто мають на увазі весь обсяг знань працівників підприємства, що забезпечують його конкурентні переваги. Такий обсяг знань включає сукупність знань, умінь і навичок персоналу, ділову репутацію та бренд підприємства, його ділові зв'язки з постачальниками та споживачами, ноу-хау, пристуність інтуїції у керівництва тощо. Враховуючи вищеокреслене, пропонуємо наступне визначення даного поняття: інтелектуальний капітал – це інтелектуальна складова підприємств, що включає в себе професійні та інші знання, досвід, вміння, навички, ділову репутацію, інформацію, ділові зв'язки, імідж, інтелектуальну власність, тобто все, що дозволяє створювати цінності.

**УДК 338.448**

**Нагорняк Г.С., Малюта Л.Я., Мельник Л.М., Шерстюк Р.П.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **СУЧАСНЕ ПРОГРЕСИВНЕ ОБЛАДНАННЯ Й ОСНАЩЕННЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Nahorniak H.S., Malyuta L.Ya., Melnyk L.M., Sherstyuk R.P.**

## **MODERN PROGRESSIVE APPOINTMENTS AND EQUIPMENT OF INSTITUTIONS OF HOTEL-RESTAURANT HOUSEHOLD**

Сьогодні вищою метою ділової активності у сфері індустрії гостинності є, передусім, задоволення потреб клієнта, а тільки потім – підвищення прибутків закладів готельно-ресторанного бізнесу. Саме таким чином можна створити основу для справжнього процвітання готельно-ресторанного підприємства в умовах жорсткої конкуренції, на ринку таких послуг. Як відомо, індустрія гостинності є одною з найбільш динамічних галузей сфери обслуговування. Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення таких технологій, які сприятимуть збільшенню кількості клієнтів, продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства тощо. Найпоширенішими серед них є: електронні системи управління; інтерактивний екран; системи безпеки; екологічні технології; електронне меню; QR-коди тощо. Управління будь-яким бізнесом сьогодні неможливе без активного використання інновацій у сфері інформаційних технологій менеджменту, обумовленим стрімким проникненням в усі сфери життя суспільства персональних комп'ютерів й Інтернету. Для швидкого та безпомилкового контролю операцій, повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості та повноти обслуговування гостя на ресепшені, тобто для забезпечення високої економічної ефективності та високої якості послуг, неминучим і незамінним стає впровадження автоматизованих інформаційних систем управління.

На сьогоднішній день заклади ресторанного господарства займають переважне місце у порівнянні з харчуванням у домашніх умовах. Тому виникає необхідність подальшої механізації та автоматизації виробничих процесів, як основного фактору росту продуктивності праці. Промисловість створює велику кількість різних машин і апаратів для потреб закладів ресторанного господарства. Щорічно освоюються та впроваджуються нові, більш сучасні технологічні апарати, що забезпечують механізацію та автоматизацію трудомістких процесів на виробництві. Для прискорення темпів НТП у виробничих закладах велике значення набуває вдосконалення теплових апаратів, що дозволяють інтенсифікувати процеси теплового оброблення сировини за рахунок застосування нових способів нагрівання, автоматичного підтримання заданих режимів, програмування теплового процесу.

Важливим засобом прискорення науково-технічного прогресу у закладах готельно-ресторанного господарства є своєчасна модернізація обладнання, заміна застарілої техніки на сучасну, що не поступається за якістю, надійністю, металоемністю та енергоемністю кращим досягненням науки. У сучасних умовах трансформаційної економіки підвищення ефективності виробництва та конкурентоспроможності харчової продукції потребує як покращення техніко-економічних показників технологічного обладнання, так і вдосконалення системи його технічного обслуговування та ремонту. Для успішної роботи підприємства потрібен сучасний підхід, який дозволить підвищити продуктивність устаткування, усунути вузькі місця, прискорити рух потоку, знизити втрати. Для реалізації такого підходу необхідні правильні та об'єктивні виміри фактичної ефективності продуктивності та



втрат, які б базувались на точних даних. При розробленні моделей теплового устаткування велика увага приділяється скороченню тривалості нестационарного режиму. За рахунок використання інноваційних нагрівальних елементів нестационарний режим теплових апаратів (нагрівання від 20° і до 265 °С) становить лише 15 хв. (у традиційних – до 40 хв.). Ведуться розроблення моделей устаткування (теплових апаратів), що споживають менше потужності при такій самій продуктивності та габаритних розмірах.

На сучасному етапі торгово-технологічне устаткування, що пропонується різними фірмами-виробниками, значно відрізняється за якістю виробництва, ступенем автоматизації, надійності та зручності при експлуатації. Виробники устаткування використовують дорогі матеріали, сучасні засоби контролю та керування процесом, працюють у напрямку скорочень питомих витрат електроенергії. Експлуатація сучасного технологічного устаткування закладів ресторанного типу дозволяє найбільш ефективно реалізувати виробничу програму закладу при максимальній економії енергетичних ресурсів, мінімальній кількості працівників і раціональному використанні виробничих площ. Отже, вирішення цих завдань дозволить інтенсифікувати виробничі процеси на підприємствах ресторанного бізнесу, значно покращити якість власної продукції та суттєво знизити її собівартість. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства свідчить, що безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності готелів та ресторанів до інновацій та нововведень. Однак, на відміну від світових тенденцій розвитку, вітчизняні готельні та ресторани підприємства характеризуються низькою інноваційною активністю через високу вартість інноваційних розроблень та відсутність адаптації підприємства до інновацій.

Актуальним на сьогодні є використання електронних системи управління, які дають можливість співробітникам готелю безпосередньо спілкуватися з користувачем через веб-сервіс, а користувачу, відповідно, отримати необхідну інформацію. Також все більшої популярності набувають електронні системи управління рестораном. Інтерактивне меню є екраном, вбудованим в стіл, за яким розташовуються відвідувачі. За допомогою меню вони можуть переглянути всі страви, представлені у ресторані, включаючи їх фотографії. Почалося все з того, що в Азії відкрився ресторан, який запропонував своїм відвідувачам замість звичайного меню інтерактивне. Інтерактивне меню представляє собою екран, вбудований в стіл, за яким розміщуються відвідувачі. Нова технологія замовлення страв за допомогою сенсорних екранів, призначена замінити не завжди ввічливих і, які порою помиляються, офіціантів. Багато аналітиків передбачають, що уже скоро всі ресторани перейдуть на інтерактивне меню, переваги яких перед стандартними просто беззаперечні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Борисова О. В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні [Текст] / О. В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 1 (2). – С. 331-338.
2. Шаповалова О. М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства [Текст] / О. М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 16. – С. 224-228.

**УДК 330.341**

**Островська Г.Й.**

Тернопільський національний політехнічний університет імені Івана Пулюя

## **СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Ostrovska H.**

### **SOCIAL POLICY OF THE ENTERPRISE INTELLECTUAL CAPITAL DEVELOPMENT**

В умовах формування економіки, заснованої на знаннях, актуальним є дослідження проблем якості економічного зростання та його соціальних наслідків через поєднання в підприємницькій діяльності товаровиробників ринкових концепцій маркетингу і принципів корпоративного управління із соціально-етичними принципами, де істотними обмежувальними факторами (і одночасно стимулами економічного зростання) будуть соціальні й екологічні стандарти та енергозаощаджувальні проекти, а ефективність управління ринковою вартістю на макро- і мікрорівнях оцінюватиметься не тільки згідно з монокритерієм максимізації рентабельності власного капіталу акціонерів, тобто на основі концепції власності, а й концепції зростаючої ролі інтелектуального капіталу в інноваційних процесах.

Численні економічні проблеми, з якими стикнулися промислові підприємства України в умовах сьогодення спричинили серйозні соціальні наслідки: соціальна незахищеність працівників, низький рівень доходів, безробіття, кризовий стан соціальної інфраструктури тощо. Безперечним є той факт, що оптимізація чисельності кадрового складу на окремих підприємствах, скорочення працівників породжує безробіття. Серйозною проблемою є те, що, відповідно до потреб техніко-технологічної модернізації сфери промислового виробництва, не забезпечується підвищення якості робочої сили шляхом виробничого навчання.

В умовах соціальної трансформації суспільних цінностей і пріоритетів бізнесу вирішення існуючого комплексу взаємопов'язаних соціальних та економічних завдань розвитку й підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств потребує внесення змін до діючої практики управління, забезпечення інтеграції принципів, методів та інструментів ефективної соціальної політики в діяльність суб'єктів господарювання.

Соціальну політику промислового підприємства розуміють як систему заходів, взаємин і взаємодій між суб'єктами економічної діяльності з метою оптимізації соціальних факторів виробництва, сприяння розширенню й посиленню їхнього впливу на соціально-економічний розвиток й удосконалення соціального середовища. При цьому структура соціальної політики на промисловому підприємстві включає такі елементи: законодавчі зобов'язання підприємства, що забезпечують соціальний захист своїх працівників; соціальні послуги, що є предметом колективних договорів і колективного регулювання трудових відносин; соціальні послуги підприємства, що надаються добровільно.

Для комплексного вирішення завдань структурно-технологічної модернізації промислових підприємств України, збільшення частки високотехнологічних видів діяльності, нарощування частки інноваційної продукції в обсязі виробництва промислової продукції необхідно суттєво підвищити рівень професійного навчання на виробництві. Враховуючи визначені пріоритети, основні зусилля у внутрішньофірмовій політиці потрібно спрямовувати на відтворення і розвиток якісної робочої сили, виховання кваліфікованого менеджменту і розвиток корпоративної культури.

Слід пам'ятати і про бізнес-вигоди від використання практик соціальної відповідальності, які забезпечують: розширення доступу до нових ринків за рахунок використання міжнародних стандартів; формування позитивного іміджу підприємства за рахунок підвищення лояльності клієнтів, вартості бренда, налагодження партнерських зв'язків; удосконалення виробничих процесів – зростання продуктивності праці, прибутковість діяльності, економія витрат при використанні екологічно безпечного устаткування; забезпечення стабільності трудових ресурсів; ефективний ризик-менеджмент; можливість залучення коштів спеціалізованих фондів “соціальних інвестицій” під програми соціальної відповідальності.

З проведеного аналізу сутності соціальної політики та пріоритетних завдань інноваційного розвитку промислових підприємств можна зробити висновки, що головні цілі соціальної політики промислових підприємств мають полягати в забезпеченні: стійкого соціально-економічного зростання; балансу інтересів підприємства, трудового колективу й суспільства; розвитку людського та соціального капіталу.

Соціальна політика відіграє ключове значення в формуванні інтелектуального капіталу підприємства. При цьому найважливішим інструментом соціальної політики виступають соціальні інвестиції, які дають змогу підприємствам розвивати людський та інтелектуальний капітал, і, як наслідок, вийти на шлях сталого розвитку. Таким чином, соціальні інвестиції є формальними або неформальними вкладеннями, що реалізуються у фінансовій, товарній або нефінансовій формі одночасно, програмно або системно з прямою, непрямую чи змішаною участю підприємства.

Соціальна сутність інвестицій в інтелектуальний капітал розкривається, якщо його досліджувати як етапи кругообігу. Отже, знання і здібності працівників втілюються в організаційні процеси і зв'язки з діловими партнерами, які, своєю чергою, створюють базу для стійких відносин з клієнтами; співпрацю з партнерами та клієнтами, що сприяє накопиченню досвіду, розвитку знань і здібностей працівників. Відомі американські економісти К. Макконел і С. Брю виокремлюють три види інвестицій у людський інтелектуальний капітал: видатки на освіту, включаючи загальну і спеціальну, формальну і неформальну, підготовку за місцем роботи; витрати на охорону здоров'я, що складаються з витрат на профілактику захворювань, медичне обслуговування, дієтичне харчування, поліпшення житлових умов; витрати на мобільність, завдяки яким працівники мігрують з місць з відносно низькою продуктивністю в місця з відносно високою продуктивністю [1].

Таким чином, доходимо висновку, що ключове значення в формуванні інтелектуального капіталу відіграє соціальна політика, напрями реалізації якої на промисловому підприємстві мають охоплювати політику ефективної зайнятості, соціального інвестування, соціальної допомоги, захисту від соціальних і професійних ризиків, розвитку соціального капіталу, соціальної відповідальності.

Вагомим інструментом соціальної політики виступають соціальні інвестиції. З метою підвищення результативності управлінських рішень щодо вибору інструментів управління розвитком інтелектуального капіталу промислового підприємства необхідно запровадити нові методики до оцінювання ефективності соціальних інвестицій в інтелектуальний капітал через врахування зміни якісних показників, що характеризують цілі та завдання його розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. McConnell C. R. Economics: Principles, problems and policies / C. R. McConnell, S. L. Brue. – N. Y. – 1992. – 399 с.

**УДК 640.4:658.589:332.1**

**Островська Г.Й., Беркита Н.В., Василевська К.А.**

Тернопільський національний політехнічний університет імені Івана Пулюя

## **ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ РЕГІОНУ**

**Ostrovska H., Berkyta N., Vasylevska K.**

### **HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES INNOVATIVE POTENTIAL OF THE REGION**

В сучасному світі, що характеризується нестабільністю та швидкими темпами інноваційного розвитку, кардинально змінюються традиційні принципи, підходи та моделі конкурентоспроможного підприємництва. Через це сучасні підприємства зорієнтовані на інноваційні моделі розвитку, що, відповідно, потребує налагодження процесів створення інтелектуальних продуктів, а їх комерціалізація здатна забезпечувати нарощування вартості, яку розглядають в ролі фундаменту "...для доброї конкурентної позиції" [1, с. 285].

Готельно-ресторанний бізнес на думку науковців, економістів і спостерігачів усього світу – це сфера людської діяльності, яка приречена на бурхливий розвиток у найближчі роки. Проте, на жаль, Україна поки що не стала туристичним центром Європи, в результаті чого національна економіка недоотримає робочі місця, валютні ресурси та імідж привабливої та конкурентоспроможної зони відпочинку [2, с. 223]. Зазначимо, що в сучасних умовах господарювання вітчизняні підприємства готельно-ресторанного бізнесу мають ґрунтуватись на новітніх підходах щодо успішного їхнього розвитку, абсолютно нових бізнес-моделях, нових продуктах і послугах. Відтак стабільний динамічний розвиток підприємств залежить від їхнього інноваційного потенціалу. При цьому, важливим є не так володіння цим фактором, як здатність його ефективно використовувати. Таким чином, в умовах жорсткої конкуренції керівники підприємств готельно-ресторанного бізнесу повинні вміти швидко оцінювати наявні резерви і можливості, які в майбутньому можуть привести підприємство до стабільного і стійкого становища на ринку.

Інноваційний потенціал у комплексі описує можливості підприємства запроваджувати інноваційну діяльність. Таким чином, управління інноваційним потенціалом має бути основним завданням для вітчизняних підприємств готельно-ресторанного бізнесу, бо ефективність діяльності в умовах конкуренції залежить від здатності створювати й активно запроваджувати організаційні, технічні, маркетингові та інші інноваційні заходи, які створюють інноваційний потенціал. Дослідження інноваційного потенціалу та ефективність його використання повинні враховувати комплекс факторів зовнішнього і внутрішнього впливу, але на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, які наближені до споживача, у першу чергу, необхідно направляти зусилля на цільові фактори соціально-економічного становища працівників, розвивати їх інтелектуальну складову та творчу активність. Загалом в економічній теорії представлені наступні елементи структури інноваційного потенціалу підприємства – науково-технічний, виробничий, технологічний, кадровий, мотиваційний, інтелектуальний, інформаційний, комунікаційний, фінансовий та ринковий потенціали.

На нашу думку, концептуальною основою розвитку інноваційного потенціалу підприємств готельно-ресторанного господарства сьогодні має стати кадровий потенціал, що характеризує можливості персоналу підприємства застосувати нові знання і технології, організаційні та управлінські рішення, виконувати розробку і

виготовлення нової інноваційної продукції та послуг. На думку низки авторів, трудовий потенціал – це сукупні здібності кадрових працівників підприємства, які необхідні для того, щоб вибирати, виконувати та координувати дії, щоб забезпечити підприємству стратегічні переваги на ринках товарів, послуг і знань. Таким чином, розкриваючи кадрові можливості підприємства в сфері інноваційної діяльності, а саме кваліфікаційний рівень, професіоналізм, креативність, інноваційне мислення, інтелектуальні та творчі здібності трудових ресурсів, можна виявити можливості розвитку самого інноваційного потенціалу.

У процесі дослідження нами було виявлено, що існують проблеми щодо ефективного використання і розвитку інноваційного потенціалу готельно-ресторанного підприємства регіону, а саме: неефективність механізму управління на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу в організаційно-економічному аспекті; недостатність матеріальних ресурсів для пошуку можливостей раціонального застосування напрямів інноваційної діяльності для вказаних закладів; відсутність на підприємствах готельно-ресторанного господарства креативних працівників; потреба у використанні новітніх технологій виробництва послуг закладами готельно-ресторанного господарства; високий рівень ризику під час запровадження інноваційної діяльності, адже результат є невизначеним; неоднозначність системи мотивації персоналу, тому що результат є неоднозначним; дослідження інформаційної бази, необхідної для стабільної роботи підприємства готельно-ресторанного господарства

З метою успішного розвитку готельно-ресторанної бізнесу регіону пропонуємо низку скоординованих заходів, а саме: розробка концепції розвитку рекреації та туризму на території розміщення; розвиток галузевої інфраструктури, у тому числі транспортних комунікацій, і залучення з цією метою інвесторів; посилення конкурентних переваг за рахунок поліпшення якості туристичного продукту; розширення асортименту послуг та використання інноваційних технологій роботи з індивідуальними клієнтами; подальше поглиблення маркетингових досліджень у сфері готельної та ресторанної діяльності; удосконалення організаційної структури управління готельними та ресторанными підприємствами, освоєння корпоративних принципів та форм управління; активізація інвестиційної політики у готельно-ресторанній сфері; всебічне проведення інформаційно-рекламної та виставкової діяльності на вітчизняному та міжнародному ринку; збереження та раціональне використання ресурсів; збереження та розвиток виробничого потенціалу; збереження та зростання кадрового потенціалу фахівців готельного та ресторанного бізнесу; розвиток системи підготовки та перепідготовки кадрів у сфері готельного та ресторанного бізнесу; подальша капіталізація готельних та ресторанных підприємств та корпоратизація управління ними тощо.

Підсумовуючи, зазначимо, що з урахуванням процесів децентралізації, дерегуляції, які проходять в Україні, потрібна цілісна система управління, що відповідає сучасним і перспективним вимогам динамічного розвитку та реалізуються на різних рівнях – державному, регіональному, окремого бізнесу та підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

2. Островська Г.Й. Модернізація методики оцінювання людського капіталу компанії / Г.Й. Островська // Економічний форум // Науковий журнал Луцького національного технічного університету. – Луцьк, 2017. – № 4. – С. 285–291.
3. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. Книга 1. / [Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта, Г. Й. Островська та ін.]. – Тернопіль : ФОРМ Паляниця В. А., 2018. – 268 с.



УДК 332

Павликівська О.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## ОБҐРУНТУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Pavlykivska O.

### SURVEY OF MANAGEMENT MECHANISMS OF SOCIAL RESPONSIBLE ACTIVITY

В процесі еволюції концепція СВД пройшла шлях від розподільної економіки, де взаємовідносини між підприємствами, працівниками та місцевими громадами носили патронажний характер до ринкової системи господарювання. У постіндустріальній економіці соціальна відповідальність виходить за рамки відповідальності перед працівниками й перетворюється в інструмент забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства та економіки в цілому.

В загальному розумінні, механізм (грец. μηχανή *mechané* — машина) – система тіл, що призначена для перетворення руху одного або декількох тіл у потрібний рух інших тіл [1].

Як зазначає А.Кульман «Виконання будь-якої функції завжди вимагає певної послідовності дій, динамічного протікання процесів. Це чітко прослідковується у визначенні відомого французького економіста А. Кульмана: «Механізм містить певну послідовність явищ: його складовими елементами одночасно виступають вхідне і вихідне явища, а також весь процес, який відбувається в інтервалах між ними» [2, с. 13].

В економічній енциклопедії за редакцією С.В. Мочерного подано наступне визначення досліджуваного поняття: «Механізм – це система, пристрій, спосіб, що визначає порядок певного виду діяльності підприємства [3].

Стосовно поняття «механізм управління» автори виділяють певні компоненти менеджменту (управління), які об'єктивно виступають в якості елементів даного механізму.

На думку авторів праці за редакцією С.М. Рогача «Економіка і підприємництво, менеджмент» механізм управління розглядають як складову частину системи управління, що забезпечує дієвий вплив на фактори, стан яких обумовлює результат діяльності об'єкту управління. При чому, якщо мова йде про внутрішні фактори управління підприємством слід використовувати поняття „механізм управління підприємством”, якщо про зовнішні – „механізм взаємодії з іншими підприємствами і організаціями” [4].

Автори праці «Корпоративне управління» під редакцією О.Є. Кузьміна, що це є «...комплекс механізмів, що дозволяють акціонерам (інвесторам) контролювати діяльність керівників компанії і вирішувати виникаючі проблеми з іншими групами впливу» [5].

Отже, вивчивши думки авторів щодо поняття «механізм управління» слід констатувати, що цей термін має наступні інтерпретаційні характеристики:

- 1) механізм – це система;
- 2) механізм – це складову частину системи управління;
- 3) механізм визначає порядок певного виду діяльності підприємства;
- 4) в якості елементів конкретного механізму виступають різні компоненти управління;
- 5) механізм характеризує зовнішні та внутрішні фактори управління.

Враховуючи вищезазначене, подамо авторське розуміння даної категорії: «Механізм управління – це складова частина системи менеджменту, яка визначає порядок певного виду діяльності підприємства через компоненти управління та характеризує його як зовнішні, так й внутрішні фактори». Стосовно ж соціально відповідальної діяльності дану категорію можна інтерпретувати наступним чином: «Механізм управління соціально відповідальною діяльністю – це складова частина системи менеджменту, яка визначає порядок соціально відповідальної діяльності підприємства через компоненти управління та характеризує його як зовнішні, так й внутрішні фактори».

Основні цілі та завдання функціонування підприємства (забезпечення максимальної прибутковості та мінімізації ризиків діяльності; забезпечення постійної платоспроможності підприємства; формування достатнього обсягу і необхідного складу ресурсів, що забезпечують задані темпи соціально-економічного розвитку), які подекуди є протилежними за напрямками цілям КСВ, є пріоритетними і визначальними при розгляді механізмів СВД [6].

Фундаментальні дослідження стосовно соціальних систем та їх інтерпретація здійснена Т. Партонсом, який зазначив, що будь-яка дія керується або контролюється нормативними функціональними вимогами колективів, в складі яких вона виконується. Проте, на практиці існують ситуації, за яких більш велика система включає в себе безліч колективів в якості підсистем, тоді, поведінка колективів управляється на основі інституціоналізованих норм, які точно встановлюють, як може і як повинен вести себе колектив кожного типу відповідно до його місця в системі. Нарешті, самі норми управляються цінностями, інституціоналізованими в даному суспільстві. [7]. Теорію викладену Т. Партонсом можна використати й стосовно системи управління соціально відповідальною діяльністю. Скажімо, щодо СВД визначити цінності в якості самостійного елемента механізму управління нею, що визначає зміст функцій управління та забезпечує їх жорсткий взаємозв'язок. Тому, для системної взаємодії на всіх фазах управління необхідно забезпечити загальну орієнтацію інструментів управління на основі інтегруючого елемента. В іншому випадку єдність дій суб'єктів управління буде втрачено в процесі міжфункціонального переходу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Механізм // Wikipedia. – Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/wiki/Ukraine>.
2. Кульман А. Экономические механизмы / Анри Кульман; Пер. с фр. Е. П. Островской; Общ. ред. Н. И. Хрустальной. – М. : Прогресс : Универс, 1993. – 188 с.
3. Мочерний С.В. Економічний енциклопедичний словник: У 2 т. – Т. 1 / С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко [та ін.]; за ред. С.В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. – 616 с.
4. Рогач С.М. Економіка і підприємництво, менеджмент / С.М. Рогач, Т.А. Гуцул, В.А. Ткачук та ін.]. – К.: ЦП «Компринт», 2015. – 714 с.
5. Корпоративне управління: Посіб. для студ. спец. 7.050206 "Менеджмент зовнішньоекон. діяльн." усіх форм навчання / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, А. О. Босак, О. С. Скибінський, М. В. Колісник; ред.: О. Є. Кузьмін; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Л., 2004. - 172 с.
6. Баюра Д.О. Концептуальні засади механізму формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні / Д.О. Баюра, О.А. Буян // Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. – 2012. // Електронний ресурс: режим доступу [http://D:/Documents/Downloads/ape\\_2012\\_9\\_20.pdf](http://D:/Documents/Downloads/ape_2012_9_20.pdf)
7. Парсонс Т. О социальных системах / Под ред. В. Ф. Чеснаковой, С. А. Белановского. – М.: Академический Проект, 2002. – 832 с.

**УДК 338.658**

**Пастух Х.Р., Юрик Н.Є**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **СТРАТЕГІЧНІ ДІЇ ТА СЦЕНАРІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОЇ УСТАНОВИ**

**Pastuh K., Yuryk N.**

### **STRATEGIC ACTIONS AND SCENARIOS FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF A PUBLIC INSTITUTION**

В Україні реалізується реформа місцевого самоврядування та децентралізація влади, яка передбачає передачу більших повноважень і ресурсів на рівень територіальних громад. Стратегічне планування розвитку вже тривалий час застосовується в Україні, але досі воно давало позитивний результат переважно в містах обласного значення, які мали більш-менш відповідні для цього людські та матеріальні ресурси, а також волю керівництва міста для реалізації плану.

Одним з етапів реформування системи місцевого самоврядування в Україні мав стати процес укрупнення територіальних громад. Україна вирішила піти по шляху добровільного об'єднання територіальних громад, в той же час створивши умови чітких стимулів та заохочень для громад, які пройдуть цей процес об'єднання. Саме об'єднання громад на сьогодні є однією з найбільш обговорюваних тем та напрямків реформ, а його успішна реалізація має стати підґрунтям для створення дійсно спроможних територіальних громад [1].

Проаналізувавши соціально-економічний аспект публічної установи – Гукалівська сільська рада, ми здійснили SWOT-аналіз, який став підставою для підготовки реалістичних планів дій, які повинні допомогти громаді села максимально скористатися існуючими порівняльними перевагами та вибрати правильний стратегічний хід. Аналіз внутрішніх факторів та використання потенціалу сіл (слабкі та сильні сторони) було проведено на підставі Постанови Кабінету Міністрів України № 1186 від 16 листопада 2011 року [2]. SWOT – аналіз вибудовувався на основі анкетування населення Гукалівці та Лопушани, які вказали на переваги та недоліки об'єднання в громаду.

Аналітичне дослідження основних соціально-економічних та демографічних тенденцій у ретроспективі останніх років, та, відповідно, моделювання «соціально-економічного ландшафту» сіл, а також базові припущення щодо основних факторів впливу на перспективу дозволило сформулювати базовий сценарій розвитку Гукалівської сільської ради, та її громади. Даний сценарій відбиває лише основні соціально-економічні та демографічні параметри, які, проте, є визначальними для характеристики майбутнього села. Отже, онтологічною підставою Стратегічного вибору є неприйнятність описаного сценарію для Гукалівської та Лопушанської громади. Ймовірний оптимістичний сценарій розвитку передбачає цілеспрямований вплив на соціально-економічний «ландшафт» факторів, які лежать поза межами впливу місцевої громади і є компетенція ми центральної влади країни. Ймовірність такого сценарію невисока, підтвердженням чого є тривала стагнація у політичній та соціально-економічній сферах держави, відсутність виразної зовнішньої політики, відсутність стратегії розвитку країни, які змогли б змінити зазначені тенденції. Все це дає право на формування раціонального сценарію, що визначатиметься траєкторією на існуючому «ландшафті» за базових припущень появи нових, керованих факторів впливу на цю траєкторію, які перебувають в межах компетенції громади двох сіл, а також найбільш ймовірних факторів зовнішнього впливу в їх сприятливій комбінації.

Завдяки цілеспрямованій і злагодженій політиці керівництва Гукалівської сільської ради, ефективно будуть реалізовані заходи маркетингової стратегії, що призведе до поступового припливу як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій. Створюються нові робочі місця. Відповідно село починає омолоджуватися за рахунок припливу молодих кадрів. За рахунок поступового збільшення бюджетних надходжень та розвитку місцевих підприємств буде покращуватися комунальна сфера, сільське середовище і якість життя. У селах збільшується рівень безпеки, воно стає комфортним для життя.

З метою вироблення та втілення єдиної політики розвитку села та для покращення організації діяльності громади Гукалівської сільської ради, без вступу в об'єднані територіальні громади в межах науково-дослідницької практики, нами було розроблено ряд пропозицій щодо соціально-економічного та культурного розвитку.

Для Гукалівської сільської ради пріоритетними завданнями соціально-економічного та культурного розвитку є підтримка малого та середнього бізнесу, тому необхідно здійснити:

- створення належних умов для всебічного та повноцінного розвитку дітей, відродження культурних і просвітницьких традицій,
- вирішення питання забезпечення громадян двох сіл – якісною питною водою,
- пошук підприємців для відкриття магазину продовольчих та промислових товарів у населених пунктах сільської ради.

Оскільки тенденції соціально-економічного розвитку громади Гукалівської сільської ради свідчать про закріплення позитивних надбань, досягнутих за попередні роки, дані пропозиції ми спрямували на закріплення позитивних тенденцій розвитку економіки двох сіл, досягнення якісних зрушень в економічній та соціальній сфері. Дані пропозиції базуються на основних показниках прогнозу економічного, соціального і культурного розвитку сіл Гукалівці та Лопушани.

Успішне вирішення комплексу завдань щодо забезпечення сталого економічного та соціального зростання, функціонування і розвитку різних сфер економіки сіл значною мірою залежить від економічної ефективності фінансової політики, орієнтованої на поступове зростання та формування необхідних обсягів фінансових ресурсів.

Головним напрямом щодо забезпечення наповнюваності бюджету слід:

- забезпечити повноту сплати орендної плати за земельні ділянки державної та комунальної власності, концепцію корпоратизації акціонування чи продажу через аукціон,
- забезпечення своєчасної та повної сплати податків і зборів до державних та місцевих бюджетів,
- заключення договорів оренди на польові дороги,
- цільове та раціональне економічне витрачання бюджетних коштів.

#### **Список використаних джерел:**

1.Методика формування спроможних територіальних громад, Постанова Кабінету Міністрів №214 від 08.04.2015 р. (опублікована 27.04.2015 р.)

2. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року/затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 6 серп. 2014 р. № 385. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3852014-%D0%BF>

**УДК 658.14**

**Пельчер М., Галушчак О.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЕВООБРОБНОЇ ГАЛУЗІ**

**Pelcher M., Halushchak O.**

### **FEATURES OF MANUFACTURING ACTIVITY THE WOODWORKING INDUSTRY**

На формування ефективної та конкурентоспроможної економіки держави значно впливає високотехнологічна промисловість, яка саме в ринкових умовах господарювання потребує удосконалення. Це стосується деревообробної промисловості, яка впродовж останніх років має тенденцію до зростання. Проте, існують деякі проблеми. По-перше, підприємства цієї галузі мають недостатнє сировинне забезпечення. По-друге, існує незахищеність продукції на ринку та самих вітчизняних виробників. По-третє, при переробці деревини більше половини її потрапляє у відходи.

Загалом, будь-яке підприємство, яке виготовляє продукцію вирішує проблему утилізації відходів. До таких підприємств логічно віднести лісозаготівельні та деревообробні господарства. Адже деревина є важливою та універсальною сировиною, як в економічному, так і екологічному сенсі. Жодна галузь промисловості не в змозі нормально функціонувати без деревини. З метою збереження лісів необхідно запровадити безвідходне споживання деревини, оскільки величезна кількість промислових відходів накопичується у лісозаготівельних та деревообробних підприємствах, а саме гілки, сучки дерев, тирса, кора тощо. Отже, найважливіше завдання – впровадження безвідходних технологій.

Для того, щоб раціонально використовувати всю деревину у лісозаготівельному та деревообробному виробництві необхідно:

- повністю переробляти зрізане дерево на основну продукцію, а всі відходи - на додаткову продукцію (дрова, хвойне борошно, органічні добрива, тощо).

- скласти баланс деревини, де зазначати вид продукції та відсоток втрат під час виробництва.

- замінити методику визначення об'єму лісоматеріалів лише за діаметром сортименту та його довжиною на основі таблиць на поштучне визначення об'ємів круглих лісоматеріалів чи відходів за допомогою сучасного обладнання, яке використовують країни ЄС та Америки. Такий метод, допоможе зменшити відходи.

- використовувати відходи для виробництва паливних брикетів, що дозволить по-перше, зекономити на видобувних видах палива, а по-друге, зменшити забруднення навколишнього середовища, адже при згорянні такого виду продукції виділяється набагато менше шкідливих сполук.

- зрізати дерева за допомогою вібрації або голкофрезування. При цьому не утворюється тирса й пил, а отже, зменшується ризик забруднення довкілля.

Підсумовуючи вище викладене, бачимо, що вдосконалення виробничої діяльності деревообробної галузі за рахунок оптимального використання сировини, а саме запровадження безвідходних технологій, допоможе вирішити економічні та екологічні проблеми.



**УДК 330.331**

**Пельчер М.В., Малюта Л.Я.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ РЕСУРСНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

**Pelcher M.V., Maliuta L.Ya.**

### **IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN ENTERPRISES AS A DIRECTION TO IMPROVE THEIR RESOURCE ECONOMIC SAFETY**

На сьогоднішній день економіка України розвивається за рахунок інноваційних напрямків у різних галузях та сферах діяльності. Впровадження інновацій на підприємствах є також актуальним питанням і для деревообробної промисловості, яка обрана об'єктом нашого дослідження, зокрема в контексті підвищення ресурсно-економічної безпеки галузі та окремих її суб'єктів господарювання.

Як відомо, значний потенціал у виробництві енергозберігаючої продукції має саме досліджувана галузь. За останні роки спостерігаємо тенденцію зростання попиту на даний вид продукції. Саме розвиток деревообробної промисловості дозволить українським виробникам вийти на зовнішні ринки, зокрема європейські, достойно тут конкурувати і зайняти відповідну нішу. Загалом, деревину можна назвати особливим матеріалом; як конструкційний матеріал, на відміну від металу, пластику, скла, цегли, тощо, вона здатна якомога краще задовольнити культурні, естетичні та екологічні потреби суспільства. Дерево як ресурс, порівняно з корисними копалинами, досить швидко відновлюється та може замінювати традиційні джерела постачання енергії, що забезпечує енергетичну безпеку.

Проблеми розвитку досліджуваної галузі розглядалися й у попередніх наших дослідженнях [1; 2]. Слід зазначити, що однією із ключових проблем простою деревообробних підприємств є брак сировини за рахунок експорту її за кордон у необробленому вигляді. У липні 2015 року Президент України – Петро Порошенко підписав закон про мораторій на експорт лісо- та пиломатеріалів в необробленому вигляді. Цей захід мав би збільшити обсяги переробки деревини та сприяти незаконному вирубуванню лісу. Однак за останні роки ситуація не змінилась, тіньовий ринок процвітає та передумов для його скорочення, на сьогодні, немає.

З огляду на вищевикладене, пропонуємо впроваджувати інновації з використанням передового досвіду ЄС, а саме – електронні системи контролю руху та відстеження походження деревини. Це дозволить приймати швидкі та ефективні рішення в деревообробному секторі, підвищить ефективність економічної діяльності компаній та забезпечить прозорість ведення бізнесу у даній сфері.

Яскравим прикладом використання системи відслідковування походження й контролю руху деревини є досвід Польщі. Даний програмно-інформаційний комплекс забезпечує документообіг в лісовому господарстві, сюди відносять облік, контроль та звітність усієї економічної діяльності підприємств даної галузі.

Ще один взірць системи обліку та контролю за рухом лісо продукції, який можуть використовувати українські підприємства деревообробної галузі, впроваджено в Швеції. Дана система являє собою централізоване управління інформацією у контексті реалізації угод, які укладаються між власниками деревини, її покупцями й незалежними організаціями, які здійснюють обмір, визначають якість деревини та забезпечують її переміщення від виробника до споживача (деревообробного підприємства). В даному випадку інформаційна підсистема є ключовим елементом в

системі логістичного обслуговування та менеджменту підприємств досліджуваної галузі.

Таким чином, вітчизняні підприємства деревообробної промисловості повинні використовувати комбінований інноваційно-логістичний підхід, який поєднує ключові елементи логістичного менеджменту й забезпечує прийняття дієвих управлінських рішень у напрямі забезпечення їх ресурсно-економічної безпеки.

У контексті забезпечення ресурсно-економічної безпеки деревообробних підприємств ще однією проблемою є неефективне використання та застаріле обладнання. Видатний український науковець-економіст М. Туган-Барановський, фундатор інноваційної теорії в Україні, робив акцент на тому, що саме технічний потенціал засобів праці лежить в основі циклічності розвитку національної економіки. Це ще раз підкреслює необхідність введення нового обладнання, технологій на підприємствах досліджуваної галузі. У контексті цього, для забезпечення їх стабільного розвитку й ефективного виробничого процесу, пропонуємо здійснити реконструкцію й модернізацію основних засобів, практикувати нові технології, які допоможуть виробляти конкурентоспроможну продукцію та розширити можливості в обробці деревини.

З огляду на зазначене вище, пропонуємо активізувати процес залучення прямих іноземних інвестицій у національну деревообробну промисловість. У цій ситуації слід скористатись інноваційними закордонними практиками, наприклад, створити інвестиційну зону, в якій будуть надаватись сприятливі умови для розвитку бізнесу: технопарки, промислово-переробні зони, індустріальні парки [3] тощо.

Підсумовуючи вище викладене, бачимо, що впровадження інновацій та створення механізму захисту й підтримки вітчизняних виробників у деревообробній галузі підвищить їх конкурентоспроможність на вітчизняному, й зарубіжному ринках. Покращення даної позиції мотивуватиме іноземних інвесторів вкладати кошти у розвиток таких підприємств. Залучення іноземного капіталу сприятиме модернізації української деревообробної промисловості, а це, своєю чергою, дозволить розвинути виробництво інноваційних матеріалів, таким чином, забезпечить ресурсно-економічну безпеку вітчизняних підприємств досліджуваної галузі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малюта Л.Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємств лісопромислового комплексу / Л. Малюта, Ю. Спиридонова // Соціально-економічні проблеми і держава: Електронний науковий фаховий журнал. – 2011. – Вип. 2 (5). – Режим доступу до журналу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011>
2. Малюта Л.Я. Упровадження зарубіжних систем управління витратами – стандарт-кост та директ-костинг в умовах вітчизняних деревообробних підприємств / Л. Я.Малюта, М. В. Пельчер // Матеріали VI Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів. Актуальні задачі сучасних технологій. – Тернопіль: ТНТУ, 2017. – С. 208-209.
3. Малюта Л.Я. Індустріальні парки – інноваційний вектор розвитку промислового виробництва / Л. Малюта // Соціально-економічні проблеми і держава: Електронний науковий фаховий журнал. – 2014. – Вип.1. – С. 264-276. – Режим доступу до журналу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014>

УДК 339.9

**Пижик О.**

Тернопільський національний економічний університет

## **ГАРМОНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА ВНУТРІШНЬОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ, ТА ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ**

**Pyzhyk O.**

### **HARMONIZATION OS TECHNICAL REGULATION SYSTEM OF UKRAINE AS A BASIS OF INTERNAL ECONOMIC POLICY, AND BASIS OF RALIZATION OF THE FOREIGN ECONOMIC POLICY**

Уже не перший рік триває євроінтеграція України. За цей час проведено колосальну роботу з вдосконалення та модернізації різних сфер та галузь суспільного життя, соціально-економічної, політичної та інших. Україна перетворюється на достойного представника не тільки Європейської громади але і амбітного гравця на світовому ринку.

Проте амбітність повинна підтверджуватись життєздатністю товару чи послуги, його конкурентоздатністю, можливістю пристосування до різних вимог ринку та умінням швидкої адаптації до їх змін. Це все покликана виконувати сучасна система технічного регулювання, гармонізована відповідно до європейських та світових вимог.

В умовах глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки держави повинні підстроюватися одна під одну, приймати участь в різних міжнародних організаціях, котрі мають вагомий вплив на внутрішню так і зовнішню політику, з одного боку, з іншого держава повинна дбати про забезпечення свої інтересів, та інтересів громадян. Саме на такі процеси ми хотіли б детально звернути увагу.

Отже Україна отримує такі переваги – 1) Технічне регулювання як основа новітніх міжнародних відносин, 2) Синхронізація бренд-менеджменту і гармонізація системи технічного регулювання як оптимальний шлях експортної експансії, 3) Гармонізація системи технічного регулювання в Україні як шлях збереження національного ринку.

1) Кожна країна унікальна, має свої вимоги до товару та надання послуг і це повинні поважати інші гравці на світовому ринку. Проте для спрощення здійснення діяльності на світовому ринку, чи на окремо взятих внутрішніх ринках вводять ті чи інші правила гри, для усіх без виключень. Регулятором таких відносин покликана стати система технічного регулювання котра з одного боку буде давати знищувати бар'єри в торгівлі, забезпечувати рівність всіх гравців ринку, а також покликана захистити споживача від можливих ризиків та проблем пов'язаних з товаром чи послугами. Одна з най ефективніших систем технічного регулювання є європейська, і не дивно, що Україна її як еталон для проведення гармонізації. Це дасть змогу на рівних вести гру на світовому ринку товарів та послуг, створить основу для розширення економічної діяльності для суб'єктів внутрішнього ринку, а також створить якісну систему захисту споживача від не якісної продукції.

2) На даний момент стоїть питання забезпечення не тільки виробництва якісного продукту а й створення його репутації, адже без існування бренду «українського товару» не варто розраховувати і на його популярність. Є надзвичайно висока необхідність працювати над створенням позитивного враження від українського продукту, будь те товар чи послуга, задля забезпечення його рентабельності на зовнішньому та внутрішньому ринку. І робити це необхідно як і окремим виробникам так і на рівні держави, з використанням та створенням відповідних організацій,

консультацій. І це необхідно робити паралельно до модернізації виробництва до вимог нової системи технічного виробництва. Це дасть можливість економити час до популяризації продукту і тим самим дати можливість виробникам швидко покрити всі витрати на модернізацію виробництв і забезпечить стабільне економічне зростання. Яскравим прикладом так.

3) Поки Україні дали пільговий термін з сторони європейського союзу. Ця дія покликана дати можливість виробникам перейти на нові умови гри, переобладнати виробництва, ознайомитись із новим законодавством і таке інше, без зайвого стресу для економіки. Проте як показує практика якісних змін на місцях не відбувається в потрібній мірі, виробник не є проінформований а також є не ведеться постійний, відкритий та активний діалог держава-підприємець. А це може призвести до того що відкриття кордонів в обидві сторони стане шоком для України, її економіки. Адже на внутрішній ринок потраплять товари з Європи та інших країн світу, котрі з одного боку будуть якісно кращими за вітчизняні аналоги, а з іншого вигравати у ціні. Гармонізація системи технічного регулювання дасть змогу виробникам постачати на внутрішній ринок конкурентоспроможний товар, що збереже національного виробника від проблем конкуренції з закордонними підприємствами, і при тому дасть змогу вести абсолютно чесну та рівну боротьбу на ринку.

Висновки від попередньо описаного можна зробити такі – впроваджені зміни є вкрай необхідними для Української держави, є давноочікуваними для бізнесу та багато та споживача. Правильна політика бренд-менеджменту окупить себе стократно, що можна побачити на схожих діях кілька років тому з сторони Білорусії. В українців сформувався позитивний обрис білоруського продукту, і це дало змогу вийти на наші ринки білоруським товарам та до сьогоднішнього дня залишатися на плаву. Підвищення якості продукції, зменшення витрат на виробництво, правильна цінова політика з та співпраця держава-підприємець дасть змогу захистити не тільки внутрішній ринок від закордонного гравця а й самим перейти до зовнішньоекономічної експансії.

#### **Список використаних джерел:**

- 1) «Угода про Асоціацію між Україною та Європейським союзом» (Електронний ресурс) <http://www.me.gov.ua>
- 2) Шнипко О. П. Віткін Л. М. «Технічне регулювання та інновації», журнал «Стандартизація, сертифікація, якість» № 6, 2007 с. 3-11
- 3) Бичковський Р. В. Столярчук, Гампула П. Р. «Метрологія, стандартизація, управління якістю і сертифікацією»; монографія, Львів; «видавництво Національний університет «Львівська політехніка», 2002 р.
- 4) Гальчинський А. І. «Реформи ЄС – справді питання сьогоднішнього порядку денного». «Дзеркал тижня» № 3, 30. 01. 2016 р. с. 6

**УДК 658.65**

**Пижик О.А., Баган Г.І., Балицька Н.Р., Іванців О.І.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Pyzhyk O.A., Bagan H.I., Balitska N.R., Ivantsiv O.I.**

### **PERSPECTIVE DIRECTIONS FOR PROVIDING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF DOMESTIC ENTERPRISES**

Процеси інтенсивних змін, які відбуваються в Україні, розвиток ринкових умов господарювання об'єктивно вимагають створення високоефективного механізму управління підприємствами, що потребує розроблення нових підходів у відповідності до сучасних вимог за різними напрямками їхньої діяльності, а також механізму підготовки, формування та прийняття управлінських рішень. У складних умовах трансформаційних перетворень в Україні керівникам інноваційно орієнтованих підприємств доводиться щодня стикатися з проблемами організаційного, економічного та фінансового характеру, які інколи вирішуються методами “проб та помилок”. Тому ефективний розвиток та інноваційні зміни у діяльності підприємств зумовлені ефективністю системи управління, яка залежить від рівня підготовки керівників та спеціалістів, що спроможні вести пошук, планувати, організовувати впровадження інновацій, мотивувати персонал до їх сприйняття та приймати високопрофесійні системні управлінські рішення. Сучасне інноваційне управління повинно базуватись на системному виявленні причин і взаємозв'язків, які виникають в діяльності підприємства, врахуванні швидкоплинних змін навколишнього середовища, а також глобальних явищ і подій, які впливають на динаміку його розвитку. Це дозволить формувати найефективніші умови для розвитку інноваційного підприємства, приймати відповідні управлінські рішення, оперативно адаптуватися до змін у навколишньому середовищі.

На сьогодні мізерна частка українських підприємств займаються інноваційною діяльністю. Основним джерелом її фінансування упродовж останніх п'яти років залишаються власні витрати. Підвищений рівень ризику, пов'язаний з реалізацією інноваційних проектів, який обумовлений невизначеністю результатів комерціалізації та виконання планових термінів завершення окремих етапів проекту, мінливістю зовнішнього середовища та невідповідним рівнем експертизи проекту, робить питання фінансування інноваційної програми промислового підприємства непривабливими для зовнішнього інвестора. Однак при відсутності достатнього обсягу власних коштів для забезпечення свого інноваційного розвитку промислові підприємства змушені шукати зовнішні джерела фінансування. Найбільш розповсюдженим інструментом залучення фінансових ресурсів в світовій та вітчизняній практиці є банківський кредит. Однак його використання не завжди можливо та доцільно для фінансування інноваційних проектів. Це обумовлено наступними чинниками: при наданні кредитів банки потребують забезпечення – майна, що передається у заставу, та, в разі неможливості повернути позичальником суму кредиту, продається з метою відшкодування витрат банку. Підприємство може не мати активів, які було б можливо, або доцільно, передавати в заставу; оскільки інноваційні інвестиції є ризиковими – для таких проектів часто характерні невизначеність в розмірі майбутніх доходів, можливості повернути вкладені кошти – банки, маючи альтернативні можливості для інвестування, не охоче кредитують такі проекти.



Іншим напрямком, що використовується підприємствами у світовій практиці для залучення коштів, є різноманітні способи з використанням цінних паперів: емісія цінних паперів; залучення коштів через інвестиційні фонди (пайові трасти) та фінансування венчурним капіталом. У зв'язку з тим, що фондовий ринок в Україні не достатньо розвинений, традиційні для світової практики способи фінансування проектів з використанням різноманітних видів цінних паперів не можуть бути використані у повній мірі. Незважаючи на те, що в Україні діє значна кількість венчурних фондів, на практиці основним їх призначенням є не фінансування високоприбуткових інноваційних проектів, а легальна оптимізація оподаткування. Така ситуація обумовлює об'єктивну необхідність пошуку нових альтернативних шляхів та способів залучення фінансових ресурсів для забезпечення розвитку інноваційно-орієнтованих підприємств, що в умовах ведення бізнесу в Україні з метою захисту прав й інтересів ініціаторів та інвесторів інноваційних проектів повинні відповідати ряду вимог: доступність для ініціатора інноваційного проекту; гарантія для ініціатора інноваційного проекту зберігання за ним виключного права на використання ідеї, захист його інтелектуальної власності; можливість акумулювання обсягу інвестицій, достатнього для реалізації проекту; можливість здійснення інвесторами контролю за ходом реалізації проекту; надання гарантії інвесторам щодо отримання ними обумовленої винагороди в разі успішної реалізації інноваційного проекту.

Ефективним інструментом розвитку окремих регіонів, формування їх інноваційного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності стають різні кластерні структури. Об'єднання підприємств в кластери дозволяє кожному з його учасників отримувати переваги від ефекту синергії, що виникає у результаті поєднання зусиль та потенціалів підприємств, при одночасному збереженні незалежності та посилення гнучкості системи управління ними. Крім того, аналіз чинних організаційно-правових форм управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств свідчить про вирішальну роль спільного управління інноваційним потенціалом із застосуванням відповідної організаційної структури, що дозволить поєднати фінансові та виробничі можливості підприємств і слугуватиме базою для нарощування інноваційного потенціалу. За таких обставин дієвим способом залучення інвестицій для інноваційного розвитку машинобудівних підприємств та підвищення їх інноваційної активності, на нашу думку, може стати створення певної організаційної структури у вигляді Регіонального фонду сприяння інноваційному розвитку, що поєднуватиме та використовуватиме фінансовий потенціал великого бізнесу для реалізації інноваційних проектів на базі інноваційно-орієнтованих машинобудівних підприємств. Така структура, на наш погляд, відповідає вимогам, що були сформульовані нами вище, та дозволить створити дієву систему фінансового забезпечення інноваційних проектів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Жихор О. Б. Інноваційна політика розвитку регіонів: теорія та практика формування, механізми реалізації: [монограф.] / О. Б. Жихор. – Львів: НАН України. Інститут регіональних досліджень, 2011. – 544 с.
2. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності: [навч. посіб.] / М. А. Йохна, В. В. Стадник – К: Видавничий центр “Академія”, 2011. – 400 с.
3. Рачинська Г. В. Визначення та оцінювання інноваційної привабливості підприємств [Текст] / Г. В. Рачинська, Л. С. Лісовська // Вісник НУ “Львівська політехніка”. – 2010. – № 628: Проблеми економіки та управління. – С. 272-276.
4. Чухрай Н. І. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства / Н. І. Чухрай. – Львів: Нац. ун-т “Львівська політехніка”, 2012. – 340 с.

**УДК 330.659.1**

**Серединська В.М.**

Тернопільський національний економічний університет

## **МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ**

**Seredynska V.M.**

### **MARKETING COMMUNICATIONS AS A ELEMENT OF MARKETING COMPLEX**

Маркетингові комунікації як елемент комплексу маркетингу спрямовані на реалізацію підприємством як його базової, так і інших функціональних стратегій, зокрема, маркетингової. Головні цілі базової стратегії підприємства пов'язані з стійким економічним розвитком, максимізацією його ринкової вартості. Цілі маркетингової стратегії – з поведінкою споживачів. Ними є розширення частки ринку, позиціонування підприємства у певних його сегментах, захоплення нових сегментів і т.д. Маркетингові комунікації сприяють досягненню маркетингових цілей підприємства шляхом поєднання учасників, каналів і прийомів комунікації та формування у споживачів психологічних цільових установок, певного механізму поведінки.

Основною ціллю маркетингових комунікацій є формування попиту на продукцію підприємства та стимулювання збуту. Підпорядкованими до основної цілі є:

- донесення до споживачів інформації про підприємство, його продукцію, її якість;

- генерування, формування і актуалізацію потреб споживачів;

- мотивація споживача здійснити покупку;

- формування привабливого іміджу підприємства;

- формування і підтримання доброзичливих відносин та взаєморозуміння між підприємством та громадськістю, партнерами по бізнесу.

До адресатів маркетингових комунікацій належать явні і потенційні споживачі продукції підприємства, маркетингові посередники (рекламні фірми, агенства маркетингових досліджень і ін.), торгові посередники, постачальники, контактні аудиторії (органи державного управління).

Маркетингові комунікації умовно поділяють на дві групи: основні та синтетичні. До складу основних відносять: стимулювання збуту, рекламу, прямий маркетинг, паблік релейшнз, до синтетичних – брендинг, спонсорство, участь у виставках та ярмарках, інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу, маркетинг подій, продакт плейсмент. До особливо виду належать неформальні вербальні маркетингові комунікації (поголос, чутки) [1].

Зупинимося на стимулюванні збуту продукції як одному із найважливіших видів маркетингових комунікацій, яке входить до складу основної групи. Стимулювання збуту є сукупністю прийомів, які застосовуються протягом всього життєвого циклу товару по відношенню до трьох учасників ринку (споживача, торгового посередника, продавця) з метою короткострокового підвищення обсягу продажу, а також збільшення числа нових покупців.

Стимулювання збуту у порівнянні з рекламою та іншими формами комунікативної діяльності підприємства має безперечну перевагу: воно дозволяє швидко впливати на попит. Якщо реклама має на меті змінити поведінку покупця з тим, щоб спонукати його до купівлі, і розрахована на тривалу перспективу, або у крайньому випадку на середньостроковий період, то метою стимулювання є негайна зміна поведінки споживача. Товар зразу набуває у його очах вирішального значення, що перетворює потенційного клієнта у покупця.

Торговий посередник як ланка між виробником і споживачем є специфічним об'єктом стимулювання, який виконує у даному випадку функції регулювання. У цьому випадку мета стимулювання зводиться до підвищення зацікавленості посередника до активного збуту того чи іншого товару, збільшення кількості товару, що надходить у торгову мережу, наданні товару певного іміджу і т.п.

Цілі стимулювання можна поділити на стратегічні, специфічні і разові. Стратегічні цілі пов'язані із збільшенням числа споживачів, кількістю товару, яку купує споживач; підвищенням інтересу до товару з боку клієнта; збільшенням обсягу продажу до бажаних масштабів.

До специфічних цілей можна віднести: прискорення продажу найбільш вигідного товару; підвищення оборотності будь-якого товару; надання регулярності збуту сезонного товару; протидію конкурентам; відновлення продажу товарів, збут яких переживає спад.

Разові цілі спрямовані на отримання користі від щорічних подій (Різдво, День матері, початок навчального року і т.п.); будь-якої сприятливої можливості (річниці створення підприємства, відкриття нового магазину і т.д.).

Всі методи стимулювання збуту продукції можна умовно об'єднати в три великі групи:

- цінове стимулювання (продаж по знижених цінах, пільгові купони, талони, право на знижку);
- товарне стимулювання (пропозиція у натуральній формі – премії, взірці товару);
- активна пропозиція (конкурси покупців, ігри, лотереї).

Продаж по знижених цінах особливо ефективний у тих випадках, коли ціна відіграє вирішальну роль при виборі того чи іншого товару (наприклад, продуктів повсякденного споживання – молоко, цукор, масло).

Якщо ціна товару виробника вища за ціну конкуруючого товару, то це об'єктивно приведе до її зниження, і потенційний покупець зважиться на пробну купівлю товару, котрий за звичайних умов був для нього недоступний. Для успішного продажу потрібно, щоб товар мав якусь перевагу (іноді достатньо просто відмінності) над товаром конкурентів. Якщо виробник знижує ціну на продукцію, але ціни на аналогічну продукцію у підприємств-конкурентів ще нижчі і товар виробника не має особливостей, які привабили б покупця, то таке зниження не є вигідним виробнику.

Таким чином, стимулювання збуту продукції має багатоцільову спрямованість. Вибір мети залежить від об'єкта майбутнього впливу. Перш за все, стимулювання, спрямоване на споживача, має на меті збільшити число покупців та кількість товарів, куплених одним і тим самим покупцем. Його мета полягає у перетворенні інертного і байдужого до товару покупця у високомотивованого ентузіаста.

Оскільки стимулювання збуту є дороготартісним видом маркетингових комунікацій, то до початку його проведення важливим є прогнозування успіху або невдачі, вибір найбільш прийняттого його методу. Оцінюванню підлягає сама ідея, яка лягає в основу стимулювання, тобто, необхідно з'ясувати, чи акція, яка планується, не зашкодить іміджу марки; що думають люди про упаковку товару і можливість її повторного використання, про тему конкурсу і тим самим отримати інформацію для обґрунтування того чи іншого методу стимулювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ромат Е. В. Реклама / Е.В.Ромат. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 208 с. (Серия «Краткий курс»).

**УДК 658**

**Співак С.М.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Spivak S.**

### **STRUCTURE AND CONTENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE COMPETITIVENESS**

Не зважаючи на те, що сьогодні поняття конкурентоспроможності підприємства досить широко вживається, в літературі не існує його загальноприйнятого визначення й не сформовано загальний підхід щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів. Наявність різних підходів до розуміння конкурентоспроможності зумовлена перш за все тим, що категорію і показники рівня конкурентоспроможності вивчають різні економічні науки, і кожна з них пропонує свої визначення терміну, методи оцінки і шляхи підвищення.

Конкурентоздатність підприємства важлива у конкурентній боротьбі за споживачів та їх купівельні фонди, цільові ринкові сегменти, фінансове, матеріально-технічне та інтелектуально-кадрове забезпечення, інвестиційно-інноваційний потенціал розвитку, обсяги співробітництва з виробничим та логістично-постачальницьким секторами, масштаби соціальної відповідальності на споживчому ринку.

Отже, за об'єктами конкурентної боротьби можна виділити такі види:

- маркетингову, показники якої характеризують ринкову частку підприємства, обсяги та динаміку товарообороту, його структуру, ефективність функціонування та позиціонування в межах цільового ринкового сегмента, чисельність лояльних покупців;
- фінансово-інвестиційну із наданням характеристики здатності підприємства залучати фінансові та інвестиційні ресурси, ефективно їх використовувати, а також формувати раціональну структуру капіталу;
- матеріально-технічну з відображенням можливостей суб'єкта господарювання щодо залучення та ефективного використання необоротних та оборотних активів;
- інтелектуально-кадрову з показниками, які характеризують здатність підприємства формувати власне кадрове забезпечення, інтелектуальні ресурси та ефективно їх використовувати;
- інноваційну, що відображає можливості торговельного підприємства до розробки (залучення), впровадження та ефективного використання товарних, організаційних, економічних, юридичних та технічних нововведень;
- логістичну, параметри якої характеризують зручність місця розташування об'єкта торгівлі, обсяги та ефективність налагоджених відносин з виробничим та логістично-постачальницьким секторами;
- соціальну щодо можливостей, обсягів та ефективності заходів внутрішньої і зовнішньої соціальної відповідальності.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства – це його потенційні можливості з відповідними ресурсними обґрунтуваннями, наявністю засобів, що забезпечують високі якісні характеристики продукції, робіт та послуг, які відповідають найвищим вимогам і стандартам та досягаються виваженими і досконалими управлінськими рішеннями, злагодженою взаємодією з функціональними підрозділами та керівництвом.

**УДК 330 (477)/С77**

**Старчик Н.В., Лебедева Д.О.**

Кременчуцький льотний коледж НАУ

## **ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ОСНОВА ПРОГРЕСИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Starchyk N., Liebiedieva D.**

### **INNOVATIVE STRATEGY AS A FUNDAMENTAL OF PROGRESSIVE DEVELOPMENT OF UKRAINIAN ECONOMY**

Стратегія «наздоганяючого розвитку», повторної індустріалізації потребує переважно інтенсивного типу економічного зростання і базується на «наздоганяючій» модернізації. Щодо країн-лідерів, то потрібна стратегія «випереджаючого розвитку», яка базується на «інноваційній» модернізації (інновації – це нововведення: винаходи, науково-технічні розробки і послуги, проекти) і включає інноваційну стратегію. Особливе значення мають проривні інновації, але прогнозувати інновації, їх наслідки, подальше використання дуже складно. Модель випереджаючого економічного розвитку передбачає виокремлення ключового, вдалого в теорії і практиці, його збагачення з урахуванням традицій і національного інтересу, використання специфічних методів макроекономічного (державного) управління. Багато країн довели, що інноваційна економіка ординарного рівня може бути створена шляхом перенесення прикладних знань (патентів, ноу-хау) з країни до країни. Ексклюзивні ж знання, пов'язані з фундаментальною наукою, не купується, а саме вони, високі технології використовуються в новітніх галузях і дають країні лідируючі позиції в світі. Враховуючи свою наукову спадщину, Україна повинна орієнтуватися на лідерство, замовляти вітчизняним вченим інноваційні розробки, а не скуповувати застарілі зарубіжні.

П.Т. Бубенко і В.А.Гусєв пишуть, що інноваційні економіки найбільш успішних країн створюються і функціонують, спираючись на такі фундаментальні умови: підприємців (у шумпетерівському розумінні), висококонкурентне середовище, розвинуту науку, фінансові інститути та фінансові ресурси, інноваційну інфраструктуру. Найважливішими є дві перші, але довгий час українська влада про них забувала. Це пояснюється слабкою інноваційністю нашого великого бізнесу, чий інтереси захищає влада. Хоча саме великий бізнес займається в основному інноваціями в Україні, маючи достатні ресурси, але свій потенціал не реалізує. Інноваційні економіки формуються не менш ніж за 10 років, але наші уряди змінюються дуже часто. У великому бізнесі в умовах монополії конкуренція між виробниками замінюється конкуренцією за державні ресурси і близькість до влади («інноваційністю» корупційних схем). Ресурси концентруються в фінансово-промислових групах.

Австрійський економіст Й.Шумпетер ведучу роль в інноваційній діяльності відводив малому бізнесу. Саме в основі малого і середнього бізнесу лежать здоровий індивідуалізм особистості, підвищене прагнення до самореалізації, новаторство і творчість. Вийшла з другу Національна доповідь «Інноваційна Україна 2020», підготовлена НАН України.

Слід зазначити наступні фактори (бар'єри) на шляху інноваційного розвитку промислових підприємств в Україні:

1. Брак власних фінансових ресурсів, недостатня бюджетна підтримка інновацій (в тому числі через систему оподаткування, прискорену амортизацію, створення державно-приватних партнерств). Державі необхідно перестати підтримувати вразливі галузі промислового виробництва, в тому числі за рахунок податкових пільг, а



підтримувати пріоритетні з високим рівнем інновацій (космічну, літако-, суднобудування, енергетику, металургійну, хімічну, ВПК). Валюта від експорту їх продукції дозволить розвиватися іншим галузям. Ринок космічних послуг з точки зору проривних технологій є найбільш перспективним. Реалізація величезного потенціалу космічної галузі України – мета інноваційної стратегії, а комерціалізація інновацій – інструмент (експортна продукція: супутники, ракети-носії). Багато винаходів з високою комерціалізацією країні дав ВПК. В Україні від оподаткування прибутку звільнено підприємства деяких галузей в тому числі літакобудування, а в ІТ-індустрії діє особливий режим оподаткування. Значну фінансову і технічну допомогу Україні надає ЄС.

2. Нерозвинутість фінансової системи, фінансових ринків, системи переливу, яка б відповідала дії економічного закону ціноутворення - закону міжгалузевої конкуренції. Не забезпечується в повній мірі кредитування інноваційної діяльності (потрібні могутні інноваційні банки).

3. Слабкі венчурні фонди.

4. Слабкість зв'язків між наукою, бізнесом, державою і громадським суспільством. Недостатня продуманість відносин із зарубіжними центрами, які фінансують в Україні науку (наприклад фонд Сореса).

5. Неузгодженість ринку праці і ринку освітніх послуг. Тільки третина зайнятих в Україні працює за фахом

6. Дефіцит ефективних інноваційних проектів. Він є також результатом попередніх бар'єрів. Питома вага інноваційної продукції в Україні трохи більше 3% при тому, що з 2014 року вона зростала.

7. Недосконалість механізмів економічного стимулювання інноваційної діяльності.

Україні слід враховувати досвід стимулювання високорозвинутих країн: відшкодування державою транспортних видатків експортерам, надання кредитів іноземним покупцям, податкових кредитів та пільг на ведення НДДКР (США, Великобританія, Франція).

На Заході підвищується роль нетехнологічних (організаційних і маркетингових) інновацій. В Україні інноваційною проблемою на рівні підприємств є проблема ефективного менеджменту (особливо стратегічного).

Україні треба створювати інноваційні центри, наукові парки, техно-іннополіси, науково-освітні кластери. Необхідно збільшувати інвестиції в інтелектуальний капітал, що зменшить вплив висококваліфікованих кадрів за кордон, підвищити рівень зарплат (2013р. вона була менше рівня вартості і ціни в 3,6 рази). Зараз в світі формується сьомий технологічний уклад з провідною роллю знань, інтелектуального капіталу, що є основою постіндустріального суспільства, яке за мету має всебічний розвиток людини, переростання «людини економічної» в «людину творчу».

#### **Список використаних джерел:**

1. Бубенко Л.Т., Гусев В.А. Продовжуємо заговорювати інноваційний розвиток.//Економіка України.- 2016.- №7.- с.82-91.

2. Куліков Г.Т. Затрати на утримання робочої сили та її вартість: поняття, тенденції, показники// Економіка України. – 2018.- №1.- с.3-15.

3. Пилименко О.В. Державне управління інноваційною діяльністю в Україні: проблеми та перспективи// Економіка України.- 2016.- №9.- с.31-41.

**УДК 640.43**

**Стойко І.І.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **КОНКУРЕНЦІЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**Stoyko I.I.**

### **COMPETITION IN RESTAURANT BUSSINES**

Там, де немає конкуренції, спати спокійніше, але жити – гірше. Конкуренція – це та сама «невидима рука» ринку, яка координує діяльність його учасників. А оскільки на ринку ресторанного господарства з'являється чимраз більше учасників, відповідно і конкурентна боротьба може набути нових, жорсткіших, а деколи і відверто брудних форм.

Ресторанний, як і інший бізнес, зараз переживає проблеми. Конкуренція, безумовно, загострилася. Форми конкуренції завжди були які? Боротьба за клієнта – це раз. Конкуренція за якісний персонал – це два. Ще – боротьба за постачальника.

В Україні, у т.ч. столиці і обласних центрах, конкуренція ресторанного бізнесу виглядає не як конкуренція між учасниками, а скоріше як боротьба за клієнтів. За останні роки ресторанної справи не відбулося жодного разу ніякого злиття. Зустрічалися одиничні випадки, коли один ресторан поглинав або купував інший. Замість таких стандартних явищ конкуренції, більше виявлялася боротьба за приміщення для ресторанів, хоча і це не носить характер широкого розголосу. І це незважаючи на те, що місце розташування ресторану має один з головних чинників успішності, оскільки дозволяє звести до мінімуму витрати на рекламу. Тому кожен бізнесмен намагався і намагається відкрити свій заклад в центрі міста або хоча б недалеко тих місць, де велике скупчення людей.

Звідси видно, що всім не вистачає місця на ринку ресторанного бізнесу, незважаючи на те, що відвідати ресторан можуть далеко не більшість українців, для яких візит в такий заклад аналогічний свята. У наш час конкуренція в Україні не розвинена і одночасно з цим на одній вулиці можуть існувати заклади харчування різних видів і класів. Це підстимує кожного з них прагнути до поліпшення надання послуг для залучення більшого числа клієнтів.. Це так зване змагання брендів.

Поступово у середнього класу формується звичка вечеряти поза домом, як це роблять європейці і американці. Тому ресторани середнього цінового рівня намагаються відповідати новим вимогам.

Оскільки конкуренція в ресторанному бізнесі передбачає, в основному, боротьбу за клієнтів, то для їх залучення використовують, в першу чергу, зниження цін. Цей захід спровокована появою нових учасників. Також деякі заклади намагаються заманити відвідувачів проведенням якихось цікавих заходів.

При виборі стратегії масового, недиференційованого маркетингу підприємство концентрує свою увагу і зусилля не на тому, чим відрізняються потреби окремих груп споживачів, а на тому, що в цих потребах загального, таким чином прагне створити асортимент товарів, розрахований на найбільші сегменти ринку.

Найбільш яскравим прикладом подібної стратегії маркетингу в ресторанному і взагалі громадському харчуванні є мережа "McDonald's". У практиці громадського харчування такими товарами є, наприклад, бізнес-ланчі (комплексні обіди), алкогольні напої, прохолодні напої, які подаються як аперитив і які мають аналогічну вартість і подібні показники якості тощо. Якщо ж аналогічну стратегію проводять і інші підприємства громадського харчування, то можливо посилення конкурентної боротьби і зниження прибутковості, або введення в меню оригінальних страв.

У разі використання стратегії диференційованого маркетингу підприємство працює на декількох сегментах і розробляє для кожного з них певне меню. Це дозволяє досягти збільшення збуту і більш глибокого охоплення кожного з охоплених сегментів ринку. Подібна стратегія передбачає значні витрати і націлена на великий ринок, дозволяє пропонувати безліч індивідуалізованих, що відрізняються один від одного видів товару. Такий вид стратегії прийнятний для особливих груп споживачів, наприклад, при створенні казино, меню із специфічною кухнею, наприклад, японською, грузинською, китайською тощо.

Стратегія концентрованого цільового маркетингу має місце у тому випадку, коли підприємство громадського харчування (ресторан) концентрує свої зусилля на одному або декількох нечисленних сегментах ринку, продає товари в розрахунок на задоволення потреб певних груп споживачів. Відповідно до цієї стратегії страви в меню повинні в максимальному ступені відповідати потребам відповідної групи споживачів. Підприємство виділяє специфічний сегмент ринку, використовуючи низькі ціни та унікальні пропозиції. Підприємство може контролювати витрати, концентруючи зусилля на декількох ключових групах товару, призначених для спеціальної групи споживачів, створюючи високу репутацію при обслуговуванні ринку, який може не задовольнятися, не покриватися діяльністю конкурентів. Вибір такої стратегії характерний для деяких підприємств громадського харчування, які обслуговують контингент заможних громадян і іноземних туристів.

Ударом «нижче поясу» є піратство, тобто переманювання ідей. Це дуже нездорова річ. Захиститися від піратства можна ліцензуванням своїх інтелектуальних, авторських прав.

Конкуренція завжди є, криза на дворі чи не криза. Якщо загальна кількість клієнтів буде меншати, тоді ресторани боротимуться за кожного клієнта: знижувати ціни. Конкурувати ресторани також можуть ідеями, місцем розташування.

Неетичні форми конкуренції – це те, що називається негативною інформацією, коли проти певних ресторанів починають вести якусь негативну інформаційну діяльність на кшталт «туди не йдіть, бо там зле; йдіть до нас, в нас ліпше». Важливо, щоб ця форма конкуренції не заважала загальному потоку людей. Бо, часто так буває, що обливаючи конкурента брудом, псується імідж усіх.

З чим доводиться в сьогоденні умовах стикатися – це з перекупкою персоналу. Коли деякі ресторатори пропонують співробітникам конкурента йти працювати до них. Але це залежить від людини, вона має право обирати своє місце роботи. Кожен ресторатор має займатися своїм закладом, тому коли заклад працює добре – для працівників створюються комфортні умови праці, нормальна зарплата.

Якщо людина не має власних ідей стосовно закладу, у такого ресторану немає майбутнього. Дуже добре, коли відкривається щось нове, гарне, дійсно якісного рівня. Всі мусять розвиватися. Від конкуренції є тільки один шлях – це постійний розвиток. Тоді ресторану не страшна ніяка конкуренція і він завжди буде мати своїх клієнтів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ресторанна конкуренція. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://kava.lviv.ua/ua/blogs/588/~restoranna-konkurenciya-skazhy-meni-khto-tvij-konkurent-i-ya-skazhu-tobi-khto-ty>.
2. Конкуренція в ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://grandmenu.org/restorannyj-biznes-v-rossii/konkurencija-v-restoranom-biznese-rossii.html>

**УДК 159.923**

**Туревич О.А., Довгань А.О.**

Тернопільський національний технічний університет ім. І.Пулюя

**ПРО НАУКОВУ НЕКОРЕКТНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ПОНЯТТЯ  
«АГРЕСИВНІСТЬ» В ІННОВАЦІЙНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ**

**Turevych O.A., Dovgan A.O.**

**ABOUT THE SCIENTIFIC INCORRECTNESS OF THE CONCEPT OF  
"AGGRESSIVENESS" IN INNOVATIVE ECONOMIC MANAGEMENT**

Економічне життя суспільства знаходиться завжди в стані динамічної рівноваги тенденції стабільності економіки і тенденції нестабільності, руйнації, оновлення економічних відносин. Сучасні розробки проблематики інноваційного менеджменту в економічному житті суспільства ряснуть кількістю вживання поняття «агресивність». Появляються вагомні науково-прикладні дослідження, в яких інноваційні технології розрізняють за ступенем агресивності їх прояву, тобто, агресивним впровадженням в економічне життя суспільства. В підручниках з інноваційного менеджменту досить детально описуючи наступальність інновацій визначають їх агресивними. Економісти також розрізняють декілька видів агресивних стратегій інновацій: стратегія досягнення переваг у витратах, стратегія орієнтації на конкретний сегмент ринку і стратегія орієнтації на нові ринки. Поняття агресивності починає домінувати в інтерпретаціях економічних відносин. Але ж Адам Сміт ще у 18 столітті своєю працею «Дослідження про природу і причини багатства народів» досить чітко вказував на позитивну роль новацій як технологічних процесів аж ніяк не наповнюючи їх антропологічним змістом [1]. Також сучасні американські дослідники інноваційних процесів в економіці Ф.Ніксон і Б.Твісс акцентують увагу на творчому змісті інновації як відповідного нововведення, структурою якого є сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що зумовлюють появу на ринку нових і покращених промислових процесів та обладнання. Вони не застосовують поняття «агресія» до аналізу сутності інновацій в економіці.

Слід розуміти, що суспільство не може існувати лише в стані агресивності на любому рівні і влюбій сфері: політичній, правовій, моральній, і, звісно, в економічній. Застосування поняття «агресивність» є агальновизнаним підходом в гуманітарних науках до аналізу психосоціальних проявів індивідуальної чи групової людської поведінки. При розкритті природи агресивності людини виокремлюють її «позитивний» і «деструктивний» змісти. Також поняття агресії є широко вживаним в політичних, правових та етичних дослідженнях поведінки людини. Поняття агресивності є індикатором відповідної поведінки людини в конкретних життєвих ситуаціях. Розглядається часто дане явище як самостійний предмет аналізу, і, також відносно до своєї опозиції: доброзичливості, миролюбивості, толерантності. Тому досить некоректно виглядало б застосування конкретних економічних категорій до аналізу емоційного чи вольового стану реакції індивіда на якісь зовнішні подразники. Для прикладу, як сприйматиметься застосування терміну «агрегація» (з'єднання окремих одиниць цін індивідуальних товарів і послуг в один загальний рівень) до аналізу ознак агресивної поведінки конкретної особи. Або ж поняття «адритура» чи «ажіо» до тлумачення процесів перебігу психосоціальних станів особи конкретної вікової категорії, наприклад, юнаків та дівчат віком 16-22 років. Тому перенесення характеристик суб'єктивності інноваційного процесу на об'єктивність процесу впровадження інновацій в економічне життя антропологізує цей процес. Здійснюється суб'єктивація такого об'єктивного явища як інновація, яке на відповідному етапі свого

прояву виходить з-під впливу конкретного індивіда, починає жити своїм самостійним життям у вигляді сукупності технологічних операцій, в яких людина стає лише конкретним виконавцем механізму впровадження тої чи іншої інновації. Тобто оречевлені, матеріальні, неживі процеси економіки «оживляються», їм приписуються людські характеристики. Відбувається фетишизація та міфологізація інноваційної економіки. Залишається тільки надати цьому явищу ім'я якогось міфологічного героя, і починати формувати нову економічну релігію, яка буде здатна з плином історичного часу замінити, скажімо, християнство в європейській культурі. Тому застосування терміну «агресивність», як однієї із суб'єктивних характеристик активного учасника інновації – людини, до обезличеного процесу дії відповідної інновації в економічному житті суспільства, є науково некоректним. Бо немає агресивних і неагресивних інновацій як сукупності суб'єктивних і об'єктивних параметрів новаторських впроваджень в економіці, є агресивні чи нагресивні наміри, дії, вчинки людей, що впроваджують нові технології організаційно-управлінської поведінки людей в економічних стосунках суб'єктів ринку.

Ситуація із застосуванням поняття «агресивність» в інноваційному менеджменті свідчить про те, що відбувається насичення категоріально-понятійного апарату теорії економічного аналізу відповідної сфери суспільного життя такою термінологією, що не сприяє обґрунтуванню її об'єктивності. Методологія економічного аналізу суспільного життя в контексті побудови теорій значимості інноваційних технологій для людини потребує свого вдосконалення, але ніяк не за рахунок специфічних психосоціальних категорій і понять, які самі ще не отримали свій єдиний загальновизнаний зміст. Слід зазначити, що антропологізація об'єктивного інноваційного процесу економічного життя суспільства вживаністю поняття «агресія» також спричинює розчинення, стирання наявного змісту поняття «агресія» і в структурі понятійно-категоріального апарату гуманітарних наук.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів // Антологія економічної класики. М., 1993.



УДК 303.7

Федишин І.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## АКТУАЛЬНІСТЬ КРИТЕРІЇВ ОЦІНКИ ЯКОСТІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Fedyshyn I.B.

### ACTUALITY OF CRITERIA FOR ASSESSMENT OF QUALITY OF SCIENTIFIC RESEARCH

В науці значну роль відіграє інформація про сучасний стан розвитку нових здобутків як в галузі досліджень в цілому, так і в суміжних галузях. Тому електронний пошук та використання наявної інформації дозволяє суттєво скоротити час та підвищити ефективність наукових досліджень.

Одним з ключових показників, який широко застосовується в усьому світі для оцінки роботи дослідників та наукових колективів є індекс цитування.

Індекс цитування – прийнята в науковому світі міра значущості наукової роботи будь-якого ученого або наукового колективу. Величина індексу цитування визначається кількістю посилань на публікацію, або на прізвище автора в інших джерелах. Це показник, що використовується для оцінки роботи дослідників і наукових колективів.

Для оцінки впливу вченого або наукового закладу на світову науку, для кількісного визначення проведених наукових досліджень використовуються статистичні дані вказівників Science Citation Index та Journal Citation Reports (далі JCR), що випускаються американським закладом Institute for Scientific Information.

Імпакт-фактор - чисельний показник важливості наукового журналу. На сьогоднішній день визнано, що фактор впливу (імпакт-фактор) журналу є одним з формальних критеріїв, за яким можна порівнювати рівень наукових досліджень у споріднених галузях знань. Імпакт-фактор наукового видання являє собою відношення кількості посилань на статті у журналі, видані за певний проміжок часу (зазвичай 2 роки), до загальної кількості статей, надрукованих у журналі за цей період. З 1960-х років він щорічно розраховується Інститутом наукової інформації (англ. Institute for Scientific Information, ISI), який в 1992 році був придбаний корпорацією Thomson і нині називається Thomson Scientific, і публікується в журналі «Journal Citation Report» [1].

При присудженні грантів, висуненні на наукові премії експерти обов'язково звертають увагу на наявність у пошукачів публікацій в журналах, що мають JCR величину.

Проте, використання індексу JCR має певні особливості:

- в індексі присутні переважно англійські журнали, а це призводить до штучного зменшення кількості та імпакт-фактору україно- та російськомовних журналів. До обліку потрапляють журнали, що подають, щонайменш, бібліографію та перелік літератури англійською мовою;

- на включення журналу до переліку впливають як його якість, так і відповідність світовим стандартам: регулярність виходу, наявність бібліографії, термін проходження від подання статті до її публікації. Цитованість також залежить від наявності та доступності повнотекстових електронних версій журналів;

- на індекс цитування також впливають особливості наукового розвитку в різних галузях, що яскраво відображається для певних ділянок суспільних та гуманітарних наук.

Імпакт-фактор не є ідеальним. Наприклад, незрозуміло, наскільки число цитувань показує якість статті. Крім того, в журналах з тривалим часом публікації виявляються статті, які посилаються на публікації, які не потрапляють в двохрічний інтервал. Дійсно, в деяких журналах час між прийняттям статті і публікацією становить більше року, таким чином, залишається лише рік на посилення, які враховуються в розрахунках. З іншого боку, збільшення часового проміжку, в якому враховується цитування, зробить імпакт-фактор менш чутливим до змін.

Найбільш очевидні недоліки імпакт-фактора наступні:

- число цитувань, насправді, не відображає якість дослідження, втім, як і число публікацій;
- проміжок часу, коли враховуються цитування, занадто короткий (класичні статті часто цитуються навіть через кілька десятиліть після публікації);
- природа результатів в різних областях дослідження призводить до різної частоти публікації результатів, які впливають на імпакт-фактори. Так, наприклад, медичні журнали часто мають великі імпакт-фактори, ніж математичні;
- розрахунок імпакт-фактора непрозорий і монополізований.

Таким чином, у наукометричних показників на основі кількості публікацій може враховуватися тип публікації, статус видання, обсяг роботи та кількість співавторів. Для штучного збільшення кількості публікацій використовують такі типові прийоми, як дроблення результатів для публікації в різних виданнях, а також публікація майже ідентичні статті під різними назвами. Тому прагнення автора мати більшу кількість публікацій часто знижує якість наукових робіт.

Щоб виявити вчених, які пишуть багато й якісно, в 2005 р. фізик Х. Хірш запропонував новий показник – індекс Гірша.

Індекс Гірша або h-індекс – це максимальне ціле число  $h$ , яке вказує, що автор опублікував  $h$  статей, кожна з яких процитована хоча  $h$  разів. Ці  $h$  статей складають ядро Гірша або h-ядро. Щоб потрапити в ядро Гірша, статтю повинні процитувати хоча б  $h$  разів. Щоб отримати високий індекс Гірша, треба писати багато, при цьому не дроблячи результати по кількох публікаціях. Простота розрахунків і нечутливість до типових прийомів штучного поліпшення вищерозглянутих показників миттєво зробили індекс Гірша популярним наукометричним індикатором [2].

Імпакт-фактори є корисними, але вони не повинні бути єдиним критерієм при оцінці якості наукового дослідження. Не всі журнали відстежуються в базі даних JCR, і, як наслідок, не мають імпакт-факторів. Нові журнали повинні чекати до того, як вони матимуть запис цитат, перш ніж їх почнуть розглядати для включення в базу даних JCR. Тому по суті, наукова цінність окремої статті не має нічого спільного з імпакт-фактором журналу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Биков В. Ю. Електронні бібліометричні системи як засіб інформаційно-аналітичної підтримки науково-педагогічних досліджень / В. Ю. Биков, О. М. Спірін, Н. В. Сороко // Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи : зб. наук. праць. – Ч. 1. – Львів: ЛДУ БЖД, 2015. – С. 91-100.
2. Лабжинський Ю.А. Актуальність використання Index Copernicus та інших наукометричних баз даних для оцінювання результатів наукової діяльності [Електронний ресурс] / Лабжинський Ю.А. // Звітна науково-практична конференція ІТЗН НАПН України: матеріали конф. – К. : ІТЗН НАПН України, 2016. – С. 1-6. – Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua>.

**УДК 339.138:005**

**Федорович Р.В.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **СЕГМЕНТАЦІЯ ЯК АНАЛІТИЧНА ФУНКЦІЯ МАРКЕТИНГУ**

**Fedorovych R. V.**

### **SEGMENTATION AS A ANALYTICAL MARKETING FUNCTION**

Вивчення ринку є першим кроком до пізнання зовнішнього середовища підприємства. Кожен з національних ринків країни і всі разом складають зовнішній ринок для вітчизняних підприємств. Але очевидно, що недоцільна і витратна для бюджету підприємства спроба вийти з товаром на всі ринки відразу. Для уникнення цієї помилки треба провести аналітичну роботу з метою вибору з множини потенційних ринків такі, які можуть бути найбільш цікавими і пріоритетними для підприємства, і його товарів, на яких з найменшим зусиллям і затратами можна досягнути комерційного успіху. Ціль вивчення ринків – їх ранжування, яке проводиться за такими основними критеріями як: ємність ринку, інвестиційний клімат, правовий режим, географічне положення, перспективи розвитку.

На будь-якому ринку існує багато споживачів. Якщо мова іде, наприклад, про машини і обладнання виробничого призначення, то ними є підприємства різних форм власності і масштабів виробництва. Завдання полягає у тому, щоб з великої кількості потенційних покупців обрати таку групу, яка за оптимальних комерційних зусиль легше і швидше у порівнянні з іншими групами, стане покупцем товару, що пропонує підприємство. Визначення таких груп називається сегментацією ринку.

Методика сегментації дозволяє точно класифікувати потенційних споживачів, знайти і зрозуміти їх індивідуальність, виділити характерні властивості і ознаки, які формують певні вимоги до товару кожного з ринків. Наскільки повно будуть враховані ці вимоги у товарі, настільки вищою є вірогідність успіху підприємства на ринку.

Ринок споживчих товарів доцільно сегментувати, насамперед, за економічними і соціально-демографічними параметрами. До економічних належать: дохід на душу населення, дохід на сім'ю. Соціально-демографічні параметри включають: стать, вік, національність, професію, освіту, склад сім'ї, особливості умов життя, культурні традиції і т. п.

Ринок товарів виробничо-технічного призначення сегментують, насамперед, враховуючи особливості функціонального використання обладнання, економічні можливості споживача, характер попиту на дану продукцію, природно-кліматичні характеристики і т. д.

У ході досліджень необхідно проаналізувати сам товар, його комерційні перспективи, вірогідний обсяг продажу товару у натуральному вираженні та ціну, за якою він може бути проданий. Велика увага надається вивченню властивостей товару та його конкурентоспроможності.

Все перераховане дозволяє визначити основну ціль (цілі підприємства), а також стратегічну лінію поведінки на ринку.

Вибираючи ціль (цілі) слід врахувати, що вони є основою і стимулом діяльності підприємства та сприяють зосередженню сил і засобів на пріоритетних напрямках його розвитку. Виділяють цілі кількісні (збільшити обсяг продажу на 15%, підвищити прибуток на 20% і т. д.) і якісні, що передбачають вдосконалення організаційної структури управління, створення спільних підприємств, освоєння нових сегментів ринку, підвищення іміджу підприємства, забезпечення зайнятості місцевого населення і т. д.

Ранжування цілей здійснюють за допомогою побудови дерева цілей. Наприклад, для реалізації головної цілі підприємства – збільшити величину прибутку на 20% – ставлять основні цілі наступного рівня: збільшити обсяг продажу продукції, максимально завантажити виробничі потужності підприємства, задовольнити вимоги споживачів. Далі формулюють цілі третього рівня – освоїти новий сегмент ринку, потім цілі четвертого рівня – визначити потребу сегмента у певному виді продукції, знизити витрати на виробництво цієї продукції, підвищити якість продукції і т. д.

Потім проводять аналіз ситуації на підприємстві, який спрямований на виявлення проблем і можливостей використання внутрішніх ресурсів підприємства; стану його виробничо-технічної бази; організації управління; фінансового стану. Таке вивчення здійснюється шляхом застосування методики ретроспективного аналізу, що дозволяє у кожному процесі чи явищі господарської діяльності знаходити найбільш стійкі елементи, які в майбутньому можуть відігравати вирішальну роль у формуванні тих чи інших показників.

Вагому частку програми займає опис інструментарію реалізації поставлених стратегічних цілей, набору маркетингових заходів або складових маркетингової політики по кожному товару, ринку і виробничому підрозділу. Важливим є формування:

- товарної політики, яка передбачає оптимізацію товарного асортименту та управління інноваційними процесами;
- збутової політики чи політики формування збутової мережі, каналів руху товарів;
- стимулюючої чи комунікаційної політики, яка передбачає заходи у сфері реклами, сервісу, участь у виставках і т. д;
- цінової політики, що передбачає вибір основних цінових стратегій, їх комбінацію та співвідношення.

Стратегічна програма завершується розрахунком потреби у засобах (грошових, матеріальних та інших) для реалізації поставлених завдань, а також складанням бюджету витрат.

Враховуючи основні принципи системного аналізу, підприємство розглядається як складова частина системи національної економіки, яка вступає у відносини з іншими її підсистемами. Відповідно виникає необхідність оцінити середовище, у якому функціонує конкретне підприємство. Така оцінка проводиться за трьома основними напрямками:

- економічна оцінка полягає у вивченні вірогідного впливу динаміки макроекономічних показників, загальноекономічної тенденції (пожвавлення, підйом, спад, криза) на стан бізнесу;
- політична оцінка дає можливість показати вплив загальнополітичної ситуації у країні, системи державного регулювання економіки, господарського законодавства на формування виробничої програми підприємств;
- технічна оцінка передбачає вивчення і можливість появи технічних інновацій, нетрадиційного використання технологій і т. п.

На ринку, де пропозиція переважає попит, збут, стає сферою гострого суперництва, сферою конкурентної боротьби. Головним арбітром у цій боротьбі виступає споживач. Власне він, порівнюючи різноманітні товари-претенденти, робить остаточний вибір на користь кращих. У таких умовах кожен виробник, який має на меті забезпечити прибутковість своїх операцій, намагається завоювати споживача, створити умови для перетворення його потенційного платоспроможного попиту у реальний і, таким чином, гарантувати збут своєї продукції.

## УДК 336

Химич І.Г., Тимошик Н.С., Подвірна Т.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

### ЗАЛУЧЕНІ ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Khymych I.G., Tymoshyk N.S., Podvirna T.V.

### ATTRACTED FINANCIAL RESOURCES OF THE NATIONAL ECONOMY

Відомо, що будь-який структурний елемент економічних відносин не може існувати тільки на основі використання власних фінансових ресурсів. Теж саме стосується і національної економіки загалом. А, оскільки, економіка України переживає важку фінансово-політичну ситуацію, то без додаткових фінансових ресурсів просто не обійтися.

Динаміка прямих інвестицій направлених з країн ЄС в економіку Україну протягом 2010-2016 років представлена в табл. 1 [1].

Таблиця 1

Динаміка прямих інвестицій направлених з країн ЄС в економіку Україну протягом 2010-2016 років, млн. дол. США

| Перелік країн ЄС  | Обсяги прямих інвестицій, млн. дол. США |         |         |         |         |         |         |
|-------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                   | 2010р.                                  | 2011р.  | 2012р.  | 2013р.  | 2014р.  | 2015р.  | 2016р.  |
| Кіпр              | 8603,1                                  | 9620,5  | 12700,8 | 15907,7 | 17725,6 | 12769,4 | 9691,6  |
| Нідерланди        | 7461,3                                  | 11389,8 | 9323,8  | 8727,6  | 9007,5  | 6989,7  | 5753,9  |
| Велика Британія   | 2234,1                                  | 2229,9  | 2536,4  | 2496,9  | 2768,2  | 2153,4  | 2046,3  |
| Німеччина         | 6009,6                                  | 5001,2  | 5329,8  | 4496,3  | 2908,4  | 2105,2  | 1606,6  |
| Франція           | 1381,1                                  | 2105,4  | 1993,1  | 1510,3  | 1520,5  | 1394,6  | 1294,3  |
| Австрія           | 1674,7                                  | 1798,9  | 2317,5  | 2476,9  | 2314,0  | 1648,7  | 1272,8  |
| Люксембург        | 263,0                                   | 435,4   | 488,9   | 559,5   | 555,8   | 398,8   | 965,4   |
| Угорщина          | 708,6                                   | 697,6   | 678,5   | 684,3   | 685,9   | 593,2   | 770,7   |
| Польща            | 847,0                                   | 913,0   | 834,3   | 897,2   | 819,8   | 808,6   | 760,4   |
| Швеція            | 674,2                                   | 1108,9  | 1141,9  | 1084,4  | 439,3   | 360,2   | 322,2   |
| Інші країни ЄС    | 1681,7                                  | 1668,5  | 1923,9  | 2291,2  | 2287,8  | 1828,1  | 1615,0  |
| Всього з країн ЄС | 31538,4                                 | 36969,1 | 39268,9 | 41132,3 | 41032,8 | 31046,9 | 26099,2 |

До позитивної тенденції варто віднести надані інвестиції Кіпром протягом 2010-2014 років, частка яких в загальній сумі є найбільшою: 2010 рік – 8603,1 млн. дол. США; за 2011 рік даний показник зріс та склав 9620,5 млн. дол. США; протягом 2012 року сума інвестицій склала аж 12700,8 млн. дол. США; в 2013 році результат ще зріс та становив 15907,7 млн. дол. США; за 2014 рік також спостерігалось зростання суми інвестицій до 17725,6 млн. дол. США.

А, от починаючи вже від 2015 року, спостерігається спадна динаміка суми наданих інвестицій: 2015 рік – 12769,4 млн. дол. США; за 2016 рік сума ще скоротилася та дорівнювала всього 9691,6 млн. дол. США.

На другому місці, за розміром наданих інвестицій, розміщуються Нідерланди: 2010 рік – 7461,3 млн. дол. США; за 2011 рік сума інвестицій значно зросла та становила 11389,8 млн. дол. США; протягом 2012 року результат інвестицій був дещо меншим, ніж у попередньому періоді, та склав 9323,8 млн. дол. США; в 2013 році сума наданих інвестицій також має спадну тенденцію та становить 8727,6 млн. дол.



США; протягом 2014 року результат інвестицій зріс до суми 9007,5 млн. дол. США; в 2015 році сума інвестицій знову скоротилася до 6989,7 млн. дол. США; за 2016 рік ситуація така ж як і минулому році, тобто сума інвестицій скоротилася ще, та в кінцевому підсумку склала 5753,9 млн. дол. США.

На рис. 1 відображено динаміку співвідношення загальної суми наданих інвестицій Україні протягом 2010-2016 років з країн ЄС та інвестицій, наданих Кіпром і Нідерландами, зокрема.

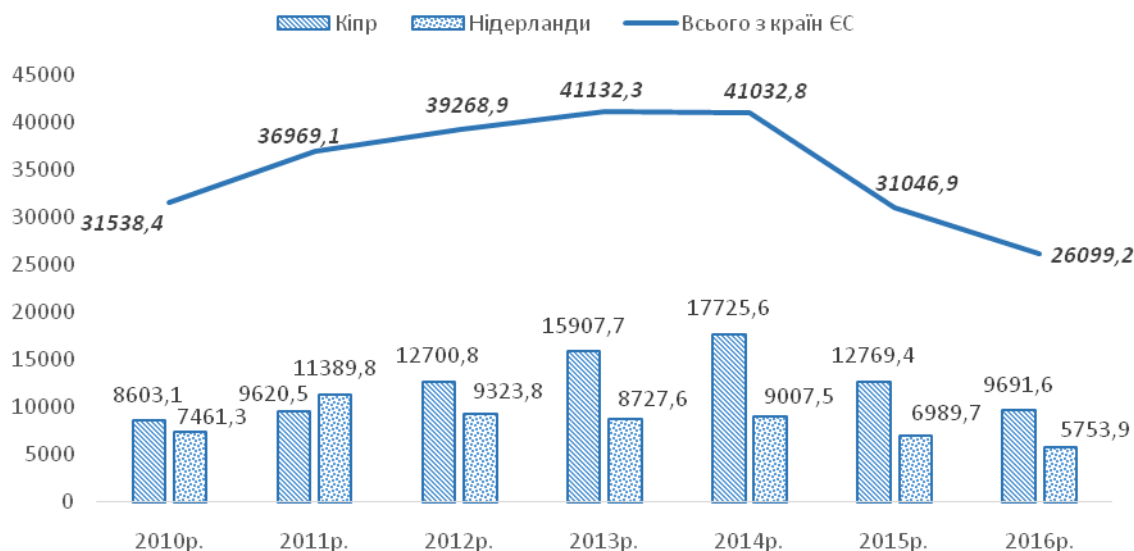


Рисунок 1. Співвідношення загальної суми наданих інвестицій Україні за 2010-2016 роки з країн ЄС та інвестицій, наданих Кіпром і Нідерландами, млн. дол. США

Досить значну суму інвестицій в Україну надано Німеччиною. Так, за 2010 рік сума інвестицій склала 6009,6 млн. дол. США; в 2011 році результат скоротився до суми 5001,2 млн. дол. США; протягом 2012 року сума інвестицій зросла до позначки 5329,8 млн. дол. США; за 2013 рік результат показника дещо скоротився та склав 4496,3 млн. дол. США; протягом 2014 року сума інвестицій мала негативну тенденцію спаду та дорівнювала 2908,4 млн. дол. США; в 2015 році, як і в попередньому році, результат зменшився і склав 2105,2 млн. дол. США; за 2016 рік сума інвестицій дорівнювала 1606,6 млн. дол. США.

З представлених даних видно, що розмір прямих інвестицій, які були направлені з країн ЄС в економіку України протягом 2010-2013 років, в основному, відображав значну динаміку їхнього росту, а починаючи з 2014 року – негативну тенденцію скорочення. Ця зміна чітко проглядається з розміру загальної суми наданих інвестицій в Україну з країн ЄС: за 2010 рік сума складала 31538,4 млн. дол. США; за 2011 рік – 36969,1 млн. дол. США; за 2012 рік сума зросла до 39268,9 млн. дол. США; за 2013 рік результат суми становив 41132,3 млн. дол. США. З 2014 по 2016 рік сума наданих інвестицій зазнала скорочення: 2014 рік – 41032,8 млн. дол. США; 2015 рік – 31046,9 млн. дол. США; 2016 рік – 26099,2 млн. дол. США.

#### Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України: Прямі інвестиції (акціонерний капітал) з країн ЄС в економіці України за 2010-2016 роки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

**УДК 657**

**Чорнобай Н.І., Хиль Л.П.**

Кременчуцький льотний коледж НАУ

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В УКРАЇНІ**

**Chornobai N.I., Khyll L.P.**

### **INNOVATIVE APPROACHES TOWARDS RECOGNITION OF CRYPTOCURRENCY IN UKRAINE**

Стрімкий розвиток цифрових технологій та кібереконіміки привели до появи нового цифрового активу – криптографічної валюти, яка швидко набирає популярності у всьому світі. З появою платіжної системи «Bitcoin», у 2009 році, з'явився термін «криптовалюта». Криптовалюта явище нове та малодосліджене.

Станом на сьогодні немає єдиного підходу до роботи з криптовалютами як в Україні, так і за кордоном. Криптовалюта як така незаборонена, проте її статус не визначений законодавством. Криптовалюта знаходиться в правовому вакуумі. Вона не є платіжним засобом, відтак не внесене до національного Реєстру платіжних систем. Відповідно до статті 99 Конституції України [1], статті 192 Цивільного процесуального кодексу України [2] та статті 3 Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» [3], єдиним законним платіжним засобом, який приймається усіма фізичними та юридичними особами без будь-яких обмежень на території країни для проведення переказів та розрахунків є гривня як грошова одиниця України.

У Спільній заяві фінансових регуляторів щодо статусу криптовалют в Україні наголошується на тому, що складна правова природа криптовалют не дозволяє визнати їх ані грошовими коштами, ані валютою і платіжним засобом іншої країни, ані валютною цінністю, ані електронними грошима, ані цінними паперами, ані грошовим сурогатом [6]. Національний банк України неодноразово попереджає про ризики використання криптовалют та зауважує про те, що регулятори не несуть відповідальності за можливі втрати та ризики (можливість втрати коштів через крадіжку; відсутність гарантій повернення інвестованих коштів у криптовалюті; можливість шахрайства; значні цінні коливання криптовалют, відсутність відповідної інфраструктури тощо), пов'язані з використанням віртуальних валют у розрахункових операціях. Таку думку висловлюють Національний банк України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [7].

У світовій практиці існують різні підходи до правового регулювання криптовалютних відносин. У Швейцарії та Фінляндії криптовалюта відноситься до іноземної валюти, а операції з продажу звільнені від оподаткування податком на додану вартість. У Норвегії криптовалюта прирівнена до товару і операції з нею оподатковуються податком на додану вартість за ставкою 25 %. В Білорусі всі операції з криптовалютами не оподатковуються податком на прибуток та податок на додану вартість до 1 січня 2023 року. В Німеччині, Фінляндії та Норвегії операції з купівлі-продажу криптовалют оподатковуються податком «на багатство», в Австрії - податком на прибуток. Криптовалюта в Японії розглядається в якості платіжного засобу, яка звільнена від податку на споживання, але доходи від операцій з біткоїнами вважаються доходами від ведення бізнесу і оподатковуються податком на прибуток та податком на приріст капіталу.

У Німеччині, Норвегії, Фінляндії, Швейцарії, Японії криптовалюти надано статус валюти, фінансового активу, в Австрії – нематеріального активу. В Канаді криптовалюта розглядається платіжним засобом, який може використовуватися при

виплаті заробітної плати. Криптовалюта, отримана в результаті майнінгу, оподатковується податком на прибуток.

На сьогоднішній день, у законодавстві України, відсутні діючі нормативні документи щодо визнання, класифікації та обліку криптовалюти. У Верховній Раді України зареєстровано два законопроекти щодо визначення правового статусу криптовалюти: законопроект «Про обіг криптовалюти в Україні» за № 7183 від 06.10.2017 р. [4] та «Про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні» за № 7183-1 від 10.10.2017 р. [5], які відображають дві протилежні за своєю сутністю позиції щодо правового статусу криптовалюти. Якщо законопроектом «Про обіг криптовалюти в Україні» статус криптовалюти прирівнено до активу (товару) [4], то законопроектом «Про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні» - статус фінансового активу [2]. Дані законопроекти мають на меті визначити загальні засади функціонування та правового регулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні. Серед важливих завдань законопроекту «Про обіг криптовалюти в Україні» є встановлення порядку оподаткування операцій з майнінгу (видобування криптовалют шляхом вирішення важких математичних задач з отримання в нагороду віртуальних монет), міни (обміну) криптовалюти [5].

В Україні необхідно упорядкувати криптовалютні відносини з метою запобігання злочинному використанню цифрових віртуальних валют для легалізації доходів та уникнення подвійного оподаткування, як це свого часу було в Австралії. Тобто необхідно виробити підхід до правового регулювання криптовалютних відносин.

Невизначеність правового статусу криптовалют в цілях оподаткування та відсутність єдиного юридичного підходу до їх кваліфікації створює досить багато проблем, зокрема ускладнює фіксацію криптовалют в активах компаній та взяття їх на баланс суб'єкта господарювання. Дана ситуація не сприяє створенню позитивного та привабливого клімату для комерційної діяльності в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua
2. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. № 1618-IV (зі змінами та доповненнями). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua
3. Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
4. Про обіг криптовалюти в Україні: проект Закону від 06.10.2017 р. за № 7183. . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua
5. Про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні: проект Закону від 10.10.2017 р. за № 7183-1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua
6. Спільна заява фінансових регуляторів щодо статусу криптовалют в Україні: прес-реліз від 30.11.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=59735329](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=59735329)
7. Підгрушний В. Аналіз підходів щодо оподаткування операцій з криптовалютами в країнах світу та Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://taxlink.ua/ua/work/scientificwork/11/>

УДК 338.43

Яцик М.І., Шведа Н.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЗА ДОПОМОГОЮ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ

Yatsyk M.I., Shveda N.M.

### INCREASING THE PROFITABILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES BY THE HELP OF THE NEWEST TECHNOLOGIES

Сільське господарство є важливою стратегічною галуззю української національної економіки, яка забезпечує продовольчу безпеку та продовольчу незалежність країни, дає значній частині сільського населення робочі місця.

Від розвитку сільського господарства, враховуючи стрімке падіння промислового виробництва в державі, значною мірою залежить відновлення та зростання матеріально-ресурсного потенціалу, підвищення рівня виробництва та конкурентоспроможності української продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, вирішення широкого спектра соціально-економічних проблем країни [1]. Однією з актуальних проблем є вивчення чинників, які прямо пропорційно впливають на величину прибутку. Будь-яке підприємство всі свої сили спрямовує на отримання позитивного кінцевого результату. Прибуток – це різниця між ціною реалізації та собівартості продукції (товарів, робіт, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції [2].

Потенціал прибутковості не є просто сукупністю певних елементів. Його рівень визначається рівнем поєднання різних складових ресурсного потенціалу, його структурою, що визначатиме стійкість та конкурентоздатність підприємства на ринку, та вказуватиме на можливість одержання прибутку в перспективі. Тому важливими показниками потенціалу прибутковості виступають якість кадрового потенціалу, технічні та технологічні новації, якість управління активами, платоспроможність, структура капіталу, тощо. Потенціал прибутковості сільськогосподарського підприємства має свої специфічні особливості, що зумовлені особливістю галузі. Так на можливість одержування підприємством прибутку впливає розмір, якість та розташування використовуваних підприємством сільськогосподарських угідь, залежністю від природних умов, якості біологічних ресурсів [3].

Особливо помітні впливи на прибутковість сільського господарства таких чинників, як новітні технології. Так у рослинництві нові технологічні рішення пов'язані з селекційною роботою, генною інженерією, органічним землеробством, мікророзшенням, космічними інформаційними технологіями, нанотехнологіями, при використанні яких можна значно збільшити прибутковість будь якого сільськогосподарського підприємства. Аналіз проблем та перспектив, пов'язаних з використанням названих технологій у галузі рослинництва представлено в табл. 1.

Таблиця 1.

#### Використання сучасних технологій у рослинництві

| Перспективи   | Проблеми  |
|---|---|
| <b>Селекція сільськогосподарських культур</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>✓ покращення сортових якостей;</li><li>✓ підвищення стійкості до ґрунтово-кліматичних умов та шкідників;</li><li>✓ значний приріст урожайності;</li><li>✓ одержання насіння елітних сортів.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ слабка державна підтримка;</li><li>✓ відсутність технологічного оснащення;</li><li>✓ потреба у фінансуванні;</li><li>✓ відсутність технологій створення вихідного селекційного матеріалу.</li></ul> |

Продовження табл. 1

|   |  |
|---|--|
| <b>Генна інженерія та генетично модифіковані організми</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ стійкість рослин до втрат врожаю, хвороб, шкідників;</li> <li>✓ покращення якості продукції та підвищення рівня врожайності;</li> <li>✓ стійкість проти гербіцидів;</li> <li>✓ здатність рослин виробляти власні пестициди;</li> <li>✓ скорочення числа операцій з догляду та переробки продукції;</li> <li>✓ економія затрат на вирощування ГМО.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ токсичність генно-модифікованих продуктів;</li> <li>✓ поява канцерогенних та мутагенних ефектів;</li> <li>✓ накопичення гербіцидів;</li> <li>✓ зниження поживних властивостей продукції;</li> <li>✓ резистентність до антибіотиків;</li> <li>✓ шкідливий вплив на здоров'я людини – пригнічення імунітету, алергічні реакції.</li> </ul>  |
| <b>Органічне землеробство</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ відсутність пестицидів та добрив;</li> <li>✓ зменшення шкідливого впливу сільськогосподарського виробництва на навколишнє середовище;</li> <li>✓ відмова від ГМО, антибіотиків.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ відсутність законодавчої підтримки;</li> <li>✓ потреба у державних дотаціях;</li> <li>✓ проблеми сертифікації продукції;</li> <li>✓ відсутність біологічних засобів захисту рослин.</li> </ul>  |
| <b>Краплинне зрошення</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ забезпечення оптимального рівня вологості для рослин в посушливих умовах;</li> <li>✓ економія поливної води, електроенергії, добрив;</li> <li>✓ зменшення ерозії ґрунту;</li> <li>✓ можливість освоєння малопродатних для обробітку земель;</li> <li>✓ зменшення експлуатаційних витрат;</li> <li>✓ проведення агротехнічних робіт разом з поливом.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ стихійний характер меліорації;</li> <li>✓ низька державна підтримка та відсутність фінансування програм з мікрозрошення;</li> <li>✓ відсутність цільової науково-технічної програми з мікрозрошення;</li> <li>✓ значна вартість іригаційного будівництва;</li> <li>✓ відсутність та слабке оновлення парку дощувальної техніки;</li> <li>✓ висока ймовірність засмічення трубок та пошкодження обладнання.</li> </ul> |
| <b>Космічні технології в сільському господарстві</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ визначення дійсних посівних площ;</li> <li>✓ прогнозування продуктивності валового збору та втрат врожаю;</li> <li>✓ попередження кризових явищ;</li> <li>✓ можливість виявлення угідь, прихованих від обліку, і кількість прихованої продукції.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ значна потреба у фінансових інвестиціях;</li> <li>✓ вимагає великого обсягу науково-дослідних розробок;</li> <li>✓ потреба у інтелектуальному потенціалі;</li> <li>✓ необхідність висококваліфікованих кадрів, науковців.</li> </ul>  |
| <b>Нанотехнології</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ мікродобрива сприяють збільшенню врожайності;</li> <li>✓ низька токсичність наноматеріалів;</li> <li>✓ сприяють прискоренню фотосинтезу рослин та озоненню повітря;</li> <li>✓ підсилення захисних властивостей рослин.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ недостатність знань про механізм дії нанотехнологій та властивості наноматеріалів;</li> <li>✓ слабка підтримка розвитку нанотехнологій;</li> <li>✓ ймовірність токсичної дії наночастинок;</li> <li>✓ проблеми сертифікації нанопродуктів.</li> </ul>   |

Отже, якщо використовувати новітні технології в сільському господарстві та знижувати гостроту проблем, пов'язаних з ними, то відбудеться суттєве зростання прибутковості та конкурентоздатності галузі.

#### Список використаних джерел:

1. Єпіфанова І.М., Союменко А.С. Шляхи збільшення прибутку сільськогосподарських підприємств // Електронний ресурс: [http://economics.opu.ua/files/science/form\\_ek\\_rozv/2017/105.pdf](http://economics.opu.ua/files/science/form_ek_rozv/2017/105.pdf)
2. Боднарчук А.В. Оцінка власного капіталу агроформувань / А.В. Боднарчук // Економіка АПК. – 2014. – №8. – С. 56–6
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник / Н.С. Краснокутська. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.



## РЕКОМЕНДАЦІЇ

**VII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора  
ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України**

**Миколи Григоровича Чумаченка**

### **«ІННОВАЦІЇ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА БЕЗПЕКОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ»**

23 березня 2018 року

м. Тернопіль

Узагальнення результатів дискусії з теоретичних та практичних досліджень щодо стратегії та перспектив, розвитку менеджменту інноваційної діяльності у сфері управління підприємствами в умовах нестабільного розвитку держави показало необхідність удосконалення господарських, організаційно-економічних механізмів, та дало можливість виробити наступні висновки і рекомендації:

1. Сучасні господарські організаційно-економічні механізми управління підприємствами в реформаційних умовах держави, організація виробництва та сфери послуг свідчить про необхідність системного удосконалення підходів як у державі загалом, так і в регіонах та, зокрема, на міні-, макро- та мезорівнях.

2. Реформування національної економіки у постконфліктний період підтверджує правомірність та доцільність застосовування в Україні світового досвіду управління підприємствами у цій сфері діяльності.

3. Рекомендувати органам державного управління повсякчас сприяти пріоритетному розвитку, впровадженню досягнень науки і техніки, НТП у рамках реалізації Програми розвитку управління підприємствами задля організації їх безпечного розвитку.

4. Упровадження інноваційних підходів у регламентуванні діяльності підприємств в умовах реформаційного суспільства повинні вирішуватися комплексно, виходячи зі специфічних особливостей розвитку національної економіки. Виходячи з цих міркувань, доцільно задля організації їх безпечного та сталого розвитку організувати на громадських засадах вивчення сучасних адаптивнотрансформаційних підходів до формування інноваційних засад управління підприємствами.

5. Повсякчасно орієнтувати державну політику на сприяння розвитку підприємств на інноваційних засадах у контексті вступу України до ЄС.

6. Установам, підприємствам та організаціям, що безпосередньо здійснюють управління інноваційною діяльністю, доцільно вивчити можливості упровадження управління підприємствами шляхом переходу від прямого адміністрування до економічного впливу на господарську роботу.

7. Подальша трансформація суспільних процесів у руках держави дозволить перевести їх управління на якісно нову основу регламентації діяльності підприємств в умовах нестабільного розвитку держави.

8. Втілення в життя усіх означених рекомендацій багато в чому залежить від ініціативи, державних органів влади, місцевого самоврядування, науковців та практиків.

Запропоновані у дискусіях економічні механізми упровадження інноваційних засад формування організаційного механізму забезпечення сталого і стабільного функціонування промислового підприємства, попередження корупції як основної загрози його економічної безпеки в умовах суб'єктів господарської діяльності, удосконалення методології та організації цього процесу, практична реалізація висновків і рекомендацій створять необхідні умови ефективного господарювання як на рівні держави, галузей національної економіки, регіонів, так і безпосередньо господарюючих суб'єктів.