

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Наукове товариство ім. Т. Г. Шевченка
Академія соціального управління
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг



МАТЕРІАЛИ

**ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті
почесного професора ТНТУ, академіка НАН України
Чумаченка Миколи Григоровича:
«Соціальні та економічні вектори інноваційного
розвитку бізнес-структур»**

23 квітня 2020 року

Тернопіль

«Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур»: матеріали ІХ-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Г.Чумаченка (Тернопіль, 23 квітня 2020 року) / МОН України, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя [та ін.]. – Тернопіль: 2020. – 85 с.

У збірнику представлено тези доповідей ІХ-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Г.Чумаченка **«Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур».**

Голова оргкомітету

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

Андрушків Б. М. – співголова організаційного комітету, д.е.н., професор, завідувач кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг.

Члени оргкомітету:

Бицюра Л.О. – заступник міського голови Тернополя з питань діяльності виконавчих органів ради;

Ціх Г.В. – к.е.н., доцент, декан факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя;

Ясінецька І.А. – д.е.н., професор, проректор з навчальної роботи Подільського державного аграрно-технічного університету;

Мних О.Б. – д.е.н., професор кафедри маркетингу і логістики інституту ІНЕМ Національного університету «Львівська політехніка»,

Стадник В.В. – д.е.н., професор кафедри менеджменту, адміністрування та готельно-ресторанної справи Хмельницького національного університету;

Кирич Н.Б. – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та адміністрування Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя;

Мокей Л.І. – голова Тернопільської обласної організації профспілки працівників освіти;

Химич Г.П. – директор Наукового парку «Інноваційно-інвестиційний кластер Тернопілля»;

Малюта Л.Я. – д.е.н., професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя;

Шерстюк Р.П. – д.е.н., проректор з економіки та розвитку Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг;

Дудкін П.Д. – к.е.н, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя;

Стойко І.І. – к.т.н, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

Комп'ютерний набір, верстка та редагування: Федішин І.Б., Кузь Т.І.

Адреса науково-практичного семінару:

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

Конференція проведена онлайн

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

Схвалено до друку Вченою радою факультету економіки та менеджменту.

Протокол №9 від 23.04.2020.

©Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2020

ЗМІСТ

Микола Григорович Чумаченко – біографія.....	6
СЛОВО РЕКТОРА	
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доктора технічних наук, професора, лауреата державної премії України, заслуженого діяча науки і техніки України Яснія П.В.....	7
СЛОВО ПРОРЕКТОРА	
з наукової діяльності Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доктора технічних наук, професора, Рогатинського Р.М.....	9
СЛОВО ПРОРЕКТОРА	
з економіки та розвитку Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доктора економічних наук, доцента Шерстюка Р.П.....	10
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО	
до учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції, ученого секретаря Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, кандидата технічних наук, доцента Крамар Г.М.....	11
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО	
до учасників науково-практичної конференції декана факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, кандидата економічних наук, доцента Ціх Г.В.....	12
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО	
до учасників науково-практичної конференції завідувача кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Андрушківа Б.М.....	13
Андрушків Б.М., Мельник Л.М., Погайдак О.Б.	
ГУМАНІТАРНІ ТА ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ: ДЕФІЦИТ ВОДИ В УКРАЇНІ – ЯВИЩЕ ТИМЧАСОВЕ ЧИ ОЗНАКИ НАСТУПАЮЧОЇ ГЛОБАЛЬНОЇ КАТАСТРОФИ?.....	14
Безкоровайна В.В., Костишин Н.С.	
ЧИННИКИ, ЩО ПЕРЕШКОДЖАЮТЬ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	16
Бессонова Л.С., Малюта Л.Я.	
ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	18
Веретик А.Й., Островська Г.Й., Ордеха Г.І.	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	20
Вівчар О.	
ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ЕКОНОМІЧНИХ АГЕНТІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ МАКРОТРЕНДІВ БІЗНЕСУ.....	22
Галицька І.Б., Андрушків В.М.	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА (НА ПРИКЛАДІ ОБЛАСТЕЙ ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ).....	23
Галушак М.П., Галушак О.Я.	
ЧЕРГОВИЙ ЕТАП РЕФОРМУВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ.....	25

Гарматюк О.О., Процько Н.О., Редьква О.З. КОНТРОЛІНГ ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	26
Гула І., Химич І.Г. РЕАЛІЇ ТА МАЙБУТНЄ ІННОВАЦІЙ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....	28
Дерманська Л. В. ІННОВАЦІЙНІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ.....	30
Дудкін П.Д., Дудкіна О.П. ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗМІН ПАРАДИГМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ ТА МІНЛИВОСТІ СЕРЕДОВИЩА.....	32
Екаявхе Джосуа Огхенегаре, Рамадан Абдалла Саїд Халіфа, Нванкво Нкемджіка Адаобі ПРИЧИНИ ГАЛЬМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	33
Зіліневич Г.П., Галушак О.Я. ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ВИРОБНИЧІ ПРОЦЕСИ НАЦІОНАЛЬНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	35
Кирич Н.Б., Ціх Г.В., Гагалюк О.І. ЕКОЛОГІЧНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ: НОВІ ЄВРОПЕЙСЬКІ ВЕКТОРИ КУЛЬТУРНИХ РЕФОРМ.....	37
Королюк С.Р., Малюта Л.Я. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	40
Костишин Н.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНФЕРЕНЦ-ТУРІВ ЯК ОДНОГО З ВИДІВ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.....	42
Криськова Л.П., Криськова С.А. ПОТЕНЦІАЛ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЗАХІДНОГО ПОДІЛЛЯ.....	44
Крочак В.В., Стойко І.І. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ КАРАНТИНУ.....	45
Кубів Н.Я., Юркевич Г.Й. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙ В СФЕРІ ПОСЛУГ І ПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ.....	47
Кузь Т.І., Співак С.В., Паляниця В.А. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ (АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА РЕФОРМА, - СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ).....	49
Кульчицький В.Р., Дерманська Л.В. ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	53
Лабіб Сара Алі, Федишин І.Б. ІННОВАЦІЙНІ І МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ STARBUCKS НА СЕРЕДНЬОМУ СХОДІ ПІД ЧАС НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	55
Мельник Л.М., Нгвеня Р. ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ІНІЦІАТИВ.....	57

Нагорняк Г.С., Нагорняк І.С. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР УСПІХУ Й ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	58
Нагорняк Г.С., Паляниця В.А., Кузь Т.І. ВИЗНАЧЕННЯ РОЛІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННІ КРАЇНИ.....	60
Островська Г.Й. SOFT SKILLS ЯК РЕСУРС ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ КОМПЕТЕНЦІЙ САМОНАВЧАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	62
Погайдак О.Б., Кузь Т.І., Керничний Б.Я. УДОСКОНАЛЕННЯ АВТОБУСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ ГОТЕЛІВ ЯК НАПРЯМ РОЗШИРЕННЯ І ОПТИМІЗАЦІЇ ТРАНСПОРТНОГО СЕРВІСУ.....	64
Пончик М.М., Пашко Ю.А., Малюта Л.Я. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	67
Северіна Ю.М. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЗАКЛАДАХ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	69
Стойко І.І. 14 ПРИНЦИПІВ ЕДВАРДА ДЕМІНГА ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ.....	71
Федишин І.Б. АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ЗАГАЛЬНІЙ ПРОБЛЕМІ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ.....	73
Шевцова О.Л., Юркевич Г.Й. УПРАВЛІНСЬКА ГУМАНІТАРОЛОГІЯ ЯК НАПРЯМ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ.....	75
Шерстюк Р.П., Андрушків Б.М., Погайдак О.Б. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	77
Юркевич Г.Й. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	79
Яковець Т.А. ТУРИЗМ В ОТГ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	81
Яковець Т.А., Ковальчук Ю.П. СТВОРЕННЯ БРЕНДУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....	83
РЕКОМЕНДАЦІЇ ІХ-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича: «Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур».....	85



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 1943-1949 рр. він – солдат Радянської Армії у складі військ 4-го Українського фронту. Після демобілізації з 1949 по 1961 рр. 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 1957 р. 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)» (1962 р).

У 1970 р. 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 1971 р. йому присвоєно вчене звання професора. З 1973 р. він, професор обліково-фінансового факультету Донецького державного університету.

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

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

У березні 1981 р. М.Г. Чумаченко обирається академіком-секретарем Відділення економіки АН УРСР, а в лютому 1982 р. 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 1992 р. 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.

ПРОПОНОВАНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВЕКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СТРУКТУР ЯК КОМПАС ВИВЕДУТЬ ПІДПРИЄМЦІВ УКРАЇНИ З ЗАСТОЮ



Тема ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора нашого університету, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур», яку організувала кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг є надзвичайно актуальною, а також проблематика формування і використання інновацій у реалізації соціально-економічних стратегій розвитку, в умовах трансформації економічної системи. Необхідно зауважити, що дослідженню цієї сфери присвячено чимало наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених. Тим часом розгляд проблем в означеному ракурсі, у згаданому контексті, практично залишилась

за полем зору науковців.

Як показали дослідження, багато суб'єктів господарювання закриваються так і не реалізувавши до кінця свого покликання. Такі суб'єкти господарювання (підприємства), як правило, не виконують навіть третини запланованого.

Отже, тема конференції, визначення соціальних та економічних векторів інноваційного розвитку бізнес-структур, яку підняла кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг, розробка стратегій та розробка 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, згадана діяльність є дуже доречною. В свою чергу це обумовлює необхідність організації розробок соціально-економічних стратегій розвитку підприємств

Насправді, 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, що особливо актуально в умовах державного та адміністративно-територіального реформування. Вже в котре відмічаємо, флагманом у реалізації таких інноваційних підходів є кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг. В умовах перманентних економічних реформ покликання кафедри полягає в організації управління інноваційною діяльністю, визначенні основних напрямів розвитку підприємництва в умовах малого і середнього бізнесу і підготовка до цього кваліфікованих кадрів. Необхідно відмітити, що професорсько-викладацький склад кафедри проявляє активність у цій царині. На даний час видано ряд навчальних посібників та монографій, серед яких є декілька з грифом МОНУ, проводяться систематично Міжнародні, Всеукраїнські та регіональні науково-практичні конференції з актуальної проблематики розвитку малого бізнесу, туризму, інноваційності, ресурсовикористання, рекреації, сталого розвитку тощо. Однак, цього замало, щоб кафедра служила проектувальником-ініціатором формування перспектив розвитку економіки. У цьому зв'язку, у свій час, виникла ідея створення своєрідного науково-дослідного, навчального формування (комплексу), яке можна було б назвати Інститут

менеджменту інженерно-технічних новацій. Реалізація цього задуму гальмується рядом чинників серед яких освітня реформа, яку нині проводить МОН. На цьому етапі ми відкрили нові спеціальності: «Менеджмент інноваційної діяльності» та «Управління інноваційною діяльністю», «Готельно-ресторанна справа». Тепер у зв'язку з черговим етапом освітніх реформ мабуть знову доведеться освоювати нові освітні напрями. Випускникам пропонується розробка відповідних інноваційних тем. Необхідно зробити все для того, щоб кафедра стала законодавцем у визначеній сфері. Викладачі кафедри повинні не просто увійти у всі колегіальні управлінські органи. Вони повинні бути бажаними у цих органах, а для цього потрібно немало зробити для зміцнення авторитету наших науковців.

Слід відзначити, що науково-педагогічний колектив визначені завдання виконує успішно, неодноразово займаючи лідируючі місця в університеті за рейтинговою оцінкою. Відкрито нові спеціальності, створено відповідну матеріально-технічну базу, лабораторії як навчально-методичне підґрунтя для забезпечення та організації навчального процесу. Кафедра плідно співпрацює з громадськими академічними формуваннями творчого інженерно-технічного, соціального та економічного характеру які тісно ув'язують інженерно-технічну діяльність з економічною доцільністю, 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 сердечно вітаю усіх учасників девятої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес структур», професорсько-викладацький склад кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг, інженерів, лаборантів, аспірантів і студентів з 60-ти літтям університету. 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.

Ректор Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя,
доктор технічних наук, професор,
лауреат державної премії України,
заслужений діяч науки і техніки України

П.В. Ясній

СЛОВО ПРОРЕКТОРА

з наукової діяльності Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доктора технічних наук, професора, Рогатинського Р.М.



У цьому році уже дев'ятий раз кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг організувала Всеукраїнську науково-практичну конференцію пам'яті почесного професора нашого університету, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур».

Згальновідомо, що радикальні економічні реформи є одним із шляхів виходу нашої країни з чисельних криз. У цивілізованих державах їх провідником є економічна наука, яка ставить віхи на шляху розвитку національної економіки. Нинішня конференція має власне таку мету.

Аналізуючи роботу названої кафедри, якій у поточному році минуло 18 років не можливо не згадати поряд з її засновником Мартиненком В.Я., Андусківа Б.М. який 12-ть років вдало ув'язуючи університетські, місцеві та регіональні та загальнодержавні проблеми, запропонував свої шляхи стабілізації економіки у постконфліктний період та, відповідно до цих обставин, кафедрою адаптував навчальні процеси. Справді, вісімнадцять років тому, керівництво університету прийняло рішення про створення кафедри менеджменту підприємницької діяльності, яка потім трансформувалася у кафедру менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва (нині кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг). У кожній кафедрі, як і вузу в цілому, якому цього року виповнюється 60 років, своя біографія, своя мета і свої набутки. У вищезгаданій кафедрі – життєпис особливий, бо вона покликана забезпечувати виробничу сферу та сферу обслуговування кадрами інноваційного, бізнесово-підприємницького профілю. Слід відзначити, що колектив визначені завдання виконує успішно. Створено відповідні лабораторії, матеріально-технічну базу, навчально-методичне підґрунтя для забезпечення та організації навчального процесу, відкрито нові спеціальності. Кафедра плідно співпрацює з громадськими формуваннями творчого інженерно-технічного, соціального та економічного характеру. Відкрито актуальні нині інноваційні спеціальності, які тісно ув'язують інженерно-технічну діяльність з економічною доцільністю. Кафедра йде у фарватері успішного використання новітніх методів навчання, інформаційних технологій, інтерактивного спілкування тощо, в результаті чого неодноразово відзначалася при підведенні підсумків. Заслужують на увагу пропозиції щодо стажування та підвищення кваліфікації наших викладачів у ВУЗах Європи, оновлення компютерного парку та матеріально технічної бази, видавничої діяльності тощо.

Принагідно, від науково-технічної ради університету, сердечно вітаю усіх учасників конференції з початком роботи, весь професорсько-викладацький склад кафедри з нагоди його 60-ти ліття університету. Зичу всім творчих злетів, здоров'я, натхнення, Миру.

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

Рогатинський Р.М.

СЛОВО ПРОРЕКТОРА

з економіки та розвитку Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доктора економічних наук, доц., Шерстюк Р.П.



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. Власне з цієї теми кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг організувала Всеукраїнську науково-практичну конференцію пам'яті почесного професора нашого університету, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур». Потрібно сказати, що у цьому процесі насправді особливе місце займають спеціалізовані кафедри 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 векторів інноваційного розвитку. У малому бізнесі та бізнес-структурах, де через брак коштів керівники часто вимушені поєднувати різноманітні ролі і функції, завдання стоять значно гостріше, ніж у середніх і великих компаніях. Тому там вже давно залишається високою ціна помилки в прийнятті управлінських рішень.

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

Вирішення проблем в означеному конференцією ключі передбачає ретельний підбір кваліфікованих співробітників у цій сфері з застосуванням тестування та інших засобів атестації кадрів. Це 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 та успішної реалізації прийнятих конференцією рекомендацій.

Вітаючи усіх учасників дев'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес структур», зичу усім нових наукових здобутків, творчих злетів в удосконаленні навчального процесу, достатку і злагоди в сім'ях, здоров'я, натхнення. Професорсько-викладацькому складу та обслуговуючому персоналу, студентам з нагоди 60-ти ліття університету., здійснення всіх добрих мрій і побажань.

Проректор Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя,
доктор економічних наук, доцент

Шерстюк Р.П.

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

до учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції, ученого секретаря Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя кандидата технічних наук, доцента Крамар Г.М.



Всеукраїнська науково-практична конференція пам'яті почесного професора нашого університету, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур», відбувається у незвичайний час, нам (ТНТУ) виповнюється 60 років від часу заснування. Крім цього, у 2020 році виповнюється 18 років кафедрі управління інноваційною діяльністю та сферою послуг. Потрібно сказати що Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, не пересічний ВУЗ у західному регіоні, а згадувана кафедра як його структурний підрозділ лідирує і служить взірцем у багатьох починаннях. Здається, що тут такого? В університеті нині функціонує 37 кафедр та і 18 років – термін невеликий. Так, але він достатній для того, щоб отримати позитивний досвід та тверде визнання...

Чим заслужила такої уваги ця кафедра?

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

Як результат, за рейтинговими оцінками кафедра вже тривалий період займає перші місця. Справді, як показує життя, 18 років – термін невеликий, але він достатній для того, щоб отримати позитивний досвід та визнання. Велика роль у справі розвитку кафедри належить не лише завідувачеві кафедри професору Андрушківу Б.М., а й викладачам, професорсько-викладацькому складу та обслуговуючому персоналу. Вітаючи учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції хочу побажати всім добра радості, творчих удач, а її організаторам невтомної енергії.

*Досягнення заповітних мрій – успішного захисту
Та впровадження у виробничу практику наукових
розробок, шановні колеги.*

Вчений секретар вченої ради
Тернопільського національного технічного
університету імені Івана Пулюя,
кандидат технічних наук, доцент

Крамар Г.М.

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

до учасників науково-практичної конференції декана факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, кандидата економічних наук, доцента Ціх Г.В.



Дорогі друзі, шановні колеги, учасники Всеукраїнської науково-практичної конференції!

У 2020 році громадськість Тернопільщини відзначає великий ювілей – шестидесятиліття створення Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, до якого має причетність майже кожний житель не лише нашого прекрасного Тернополя, а й краю та, без перебільшення, України. У своєму розвитку досягнули не малих вершин. На скільки відомо, до успішності університету, присвоєння високого імені «Національний» мали відношення всі кафедри в тому числі і кафедра управління інноваційної діяльності та сфери послуг, яку вже 12 років очолює д.е.н., проф. Богдан Андрушків.

Нині університет відмічає великий, значимий ювілей, а з ним скромне 18-річчя створення відзначає кафедра управління інноваційної діяльності та сферою послуг яку очолює вже 12 років Андрушків Б.М., д.е.н., проф., заслужений діяч науки і техніки України. Справді, в кафедри за час його керівництва досягнуто значних результатів, виконано наробки, у різних сферах суспільного життя, що дає підстави до позитивних змін. Кафедра лідирує в університеті за рейтинговими оцінками, займаючи перші місця. Завдячуючи таким кафедрам зміцнюється економічний напрям розвитку університету. Наші випускники сьогодні працюють на підприємствах, що розкинулись на широких просторах від Карпат до Чорного моря, від Харкова до Одеси. Дуже приємно сьогодні відзначити, що серед них є випускники і Вашої порівняно «молодої» кафедри – спеціалісти з управління інноваційною діяльністю та сферою послуг, магістри з менеджменту, управління інноваційної діяльності. Ви причетні не лише до становлення університету як інструментарію «...досягнення достатку кожного, та економічного зростання держави у цілому», а і пошуку соціальних та економічних векторів інноваційного розвитку як підприємництва так і бізнес-структур. Ваша робота потрібна для професійного, грамотного і цивілізованого входження українців у Європейське ринкове середовище.

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

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

Декан факультету економіки та менеджменту
Тернопільського національного технічного
університету імені Івана Пулюя,
кандидат економічних наук, доцент

Ціх Г.В.

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

до учасників науково-практичної конференції завідувача кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Андрушківа Б.М.:

Кафедра, яка 18 років функціонує в університеті, дев'ять раз організовувала науково-практичні конференції такого рівня та на таку ж актуальну тематику...



В цьому році університет відзначатиме 60-ти річчя ТНТУ. У контексті ювілею, кафедрою відзначимо 18-ту річницю створення кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг, подія якій по суті присвячено і Всеукраїнську науково-практичну конференцію. У роботі кафедри, яка 18 років функціонує в університеті, ми дев'ять раз організовували науково-практичні конференції такого рівня. Реалізація чисельних заходів зі зміцнення матеріально-технічної, та навчально-методичної баз, організація науково-практичних конференцій, семінарів, активність видавничої та науково-дослідної діяльності, створення лабораторій, самостійна кадрова політика справді заслуговують на справедливе відзначення. Керуючись принципом скромності ми закликаємо піднятися вище дріб'язкових захоплень місцевими перемогами. За цими захопленнями ми інколи втрачаємо орієнтацію та губимо вектори на активізацію творчих процесів до чого справді покликані. Забуваємо що повинні не лише добре навчати студентів, виховувати майбутніх українців, повинні це робити з задоволенням, з перспективою. Зрештою, організація цієї конференції яка присвячена пошуку соціальних та економічних векторів інноваційного розвитку бізнес-структур, теж сприятиме підвищенню не лише творчої активності її працівників, а й авторитету університету.

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

Вітаючи учасників конференції, бажаю всім Миру і добра, творчих здобутків і натхнення, а колективу кафедри хочу побажати здібних студентів.

Завідувач кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя,
доктор економічних наук, професор

Андрушків Б.М.

УДК 504.03:504.4

Андрушків Б.М., Мельник Л.М., Погайдак О.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ГУМАНІТАРНІ ТА ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ: ДЕФІЦИТ ВОДИ В УКРАЇНІ – ЯВИЩЕ ТИМЧАСОВЕ ЧИ ОЗНАКИ НАСТУПАЮЧОЇ ГЛОБАЛЬНОЇ КАТАСТРОФИ?

Andrushkiv B.M., Melnyk L.M., Pohajdak O.B.

HUMANITARIAN AND ECOLOGICAL AND ECONOMIC PROBLEMS: WATER DEFICIT IN UKRAINE – IS A TEMPORARY OR A SIGN OF THE NEXT GLOBAL DISASTER?

Опитування та інші методи соціологічного дослідження проблем дефіциту води, виявили тривогу населення Тернопільської області у зв'язку з пересиханням криниць, зникненням окремих водойм, ставків і річок, значним пониженням водоносного горизонту, ін. Нині важко визначити кількість маленьких річок, водойм і ставків на Тернопільщині, що майже повністю висушили. Візуально відмічаємо, що суттєво понизився рівень рік Стрипи, Збруча, Гніздечної, Золотої Липи, Кропця та інших до елементарних потічків. Окремі з них відновлюються тимчасово тільки після дощу.

В ході дискусійного клубу «ДС» голова громадської організації «Чистий Дніпро» Дмитро Надєєв заявив: «...В Україні обліковується 73 тисячі річок, 40 тисяч озер, 1100 водосховищ, 400 тисяч ставків – 1 100 000 га прісних водойм. У той же час на карті Європи ми є маловодною країною, адже більшість наших водних ресурсів через забруднення непридатні до водозабору питної води. Простіше кажучи, є цифри, а є реальність. І вона, на жаль, свідчить про погіршення ситуації з водоймами». Крім того, за даними «Асоціації рибалок України» за роки незалежності (останні 25 років) з карти країни зникло 10 000 малих річок» (Деро.ua, 2019). Необхідно сказати, що держава не є цілком безучасною у цих процесах. Рада національної безпеки і оборони України у свій час відмічала недостатньо ефективну систему моніторингу у сфері питного водопостачання. Нормативно-правова база у сфері забезпечення безпечного стану водних ресурсів та якості питної води є недосконалою. Міжвідомча координація і фінансове забезпечення реалізації державних цільових програм, заходи яких спрямовані на поліпшення якості водних ресурсів та питної води, здійснюється на низькому рівні.

Вивчення показало, що критичними залишаються технічний стан основних фондів підприємств централізованого водопостачання і водовідведення, технічний та санітарний стан децентралізованих об'єктів водопостачання, недосконалими є технології підготовки питної води. На даний час, як на нашу думку, ситуація складається більш як катастрофічна.

Гідрографічна мережа, наприклад, Тернопільської області налічує близько 2400 річок і потічків, з яких 120 річок мають довжину понад 10 км кожна. Всі вони належать до басейну Чорного моря. Річки північної частини області належать до басейну Дніпра, центральної та південної частини – до басейну Дністра. Основні річки в межах області: Горинь (притока Прип'яті, басейн Дніпра), Стрипа, Серет, Збруч (притоки Дністра), а також Дністер, який тече вздовж південної межі області. Більшість річок (4/5) належить до басейну Дністра. Необхідно зауважити, що Тернопільщина не є виключення у цьому плані – триває висихання водойм, криниць, пересихання річок, ін. Викликає занепокоєння рівень антропогенних забруднень, скид неочищених вод у водоймища, які стали настільки великими, що ми вже не можемо говорити про ту біосферу, про яку у свій час писав академік В.І. Вернадський.

Потрібно відмітити, що усі водні ресурси планети, в т.ч. і Тернопільщини, за своєю якістю принципово відмінні від первозданної природної води. Крім цього, необхідно врахувати масову, безоглядну вирубку лісів, виорювання прирічкових ґрунтів, що дуже негативно відбивається на відновленні водних ресурсів.

Науковці України застерігають від поглиблення кризових явищ. Зокрема автори Тішкіна Я. О. та Ніколаєнко Т. Е. у своїй статті: «Проблеми питного водопостачання та забезпечення питною водою населення України» відмічають, що саме на початку ХХІ сторіччя, сучасний світ зіштовхнувся із проблемою деградації екологічних систем і поступового виснаження природних ресурсів, і в першу чергу водних, від яких залежить існування людства на Землі. Незважаючи на інші країни, ми вже зараз є свідками водної кризи й в Україні. Надалі очікуватиметься зміни в якості природних і питних вод, їх невідповідність санітарно-гігієнічним і екологічним вимогам, недосконалість їх очищення та ін.

Безумовно цей вплив є взаємним. Як відомо, на наше життя впливає клімат, що є одним із найважливіших природних явищ. Створення великих мегаполісів, штучних водойм, проведення великомасштабних меліоративних робіт, прокладання каналів, осушення боліт і озер, перенесення рік призвело до серйозних екологічних наслідків. Багато міст, у т.ч. і Львівщина, у зв'язку з дефіцитом водних ресурсів мають можливість користуватися водою тільки у ночі... Саме ресурси води в регіонах є тією буферною зоною, що забезпечує м'який клімат та знижує негативний вплив.

Який вихід зі становища? Звідки черпатимемо життєдайну рідину? На що потрібно скерувати зусилля для попередження катастрофи?

Як відомо, найнадійніше захищеним від антропогенного впливу джерелом питного водопостачання є артезіанські підземні води. На сьогодні відомо більше 150 типів різних прісних і мінералізованих питних і лікувальних вод у світі. Другим широко розповсюдженим у світі джерелом питного водопостачання є поверхневі прісні води. Але, як бачимо, глобальний характер людської діяльності призвів до широкомасштабного забруднення цих вод хімічними, бактеріальними й вірусними забрудненнями; радіоактивними речовинами природного й антропогенного походження та ізотоп елементами; мутагенними сполуками органічного та неорганічного походження; мікозними забрудненнями й гормональними перепадами. Постійно спостерігаємо поповнення складу стічних вод за рахунок синтезу нових хімічних речовин і композицій. Третім джерелом питного водопостачання можуть служити моря й океани. Але щоб споживати таку воду, необхідно аби вона пройшла три основні технології опріснення – дистиляцію, мембранні та електрохімічні методи. Також необхідне коректування сольового складу такої води, тобто її кондиціонування, введення як солей жорсткості, так і натрію, калію, і багатьох інших елементів, біологічно необхідних для нормальної життєдіяльності людини.

Бенджамін Франклін алегорично сказав: «Ми пізнаємо цінність води лише тоді, коли колодязь пересихає». Насправді, професор університету Окленда У. Рочезу говорить, що єдиний спосіб дізнатися, чи потребує ваш організм рідини – це спрага. Нас лякає не лише наступаюча глобальна техногенна катастрофа, наше тіло теж вже запрограмоване на боротьбу із зневодненням, через що інколи відчуваємо страх перед дефіцитом води. Це нормально, але потрібно навчитися відрізняти спрагу від елементарної захисної реакції організму і тверезого розуму, невідкладно вживати заходів для того, щоб завжди можна було не лише її втамувати, а і скористатися нею для виконання всіх її життєдайних для суспільства функцій.

Список використаних джерел:

1. Австрійське Агентство природних ресурсів та Міжнародний водний офіс (липень 2019). Технічний звіт: опис характеристик району басейну річки Дніпро. Водна ініціатива Європейського Союзу плюс для Східного партнерства, 38 с.

2. «За чверть століття в Україні зникло 10 тисяч річок» (9 квітня 2019) / URL: <https://www.depo.ua/ukr/life/za-chvert-stolittya-v-ukraini-zniklo-10-tisyach-richok-ekspert-20190409945502>.

УДК 332.12:338.1

Безкоровайна В.В., Костишин Н.С.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу, ТНЕУ

ЧИННИКИ, ЩО ПЕРЕШКОДЖАЮТЬ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Bezkorovajna V.V., Kostyshyn N.S.

FACTORS IMPEDING THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло в повсякденне життя майже третини населення планети. Світовий туризм у ХХ – на початку ХХІ століття набув надзвичайно стрімкого розвитку. Тільки за другу половину минулого століття кількість жителів планети, які подорожували, зросла з 25 до 700 млн. осіб [1].

Ринок туристичних послуг нашої країни перебуває на стадії формування, охоплюючи здебільшого центральні райони України, в яких найбільш розвинені інфраструктура і готельне господарство. За статистикою у 2018 році працівниками туристичної галузі надано послуг більше як 516 тис. вітчизняним громадянам та понад 3 тис. іноземцям, при цьому дохід від надання туристичних послуг становив 21069,3 млн. грн. [2].

Проте, для масових потоків туристів й надалі залишаються непривабливими та недоступними регіональні туристичні ресурси, в тому числі й Тернопільщини. Причинами непопулярності нашого регіону серед туристів виступають невисока якість наданих туристичних послуг, відсутність інформаційного забезпечення, сучасних готелів, хостелів тощо. Тому, вважаємо, що одним із першочергових завдань, як для суспільства, так і для органів державної й місцевої влади, повинно бути вирішення проблеми створення привабливої індустрії регіонального туризму. Для цього слід виробити єдину туристичну концепцію регіону, підготувати конкурентоспроможний туристичний продукт, забезпечити його просування не лише на внутрішньому ринку, й на міжнародних теренах, а також добиватися державної підтримки.

Недосконалість діючої законодавчо-правової бази туристської діяльності в нашій країні, яка стримує зростання та розвиток регіонального туризму, виражається через невідпрацьовані напрямки взаємодії індустрії туризму і суміжних галузей національної економіки, відсутні стійкі галузеві та регіональні зв'язки між об'єктами туристичної спрямованості. Так, автори П.Г.Перерва, А.В.Косенко, М.В.Маслак, В.О.Матросова, І.В.Долина, виявили та обґрунтували ряд чинників, які перешкоджають розвитку індустрії регіонального туризму в Україні:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури в регіонах України;
- недостатнє усвідомлення туристського потенціалу, його впливу на регіональну економіку;
- низька інвестиційна і ділова активність в регіонах при організації туристських програм і проектів, реалізація яких здатна залучити українських і зарубіжних туристів;
- низька конкурентоспроможність української туристичної галузі в порівнянні з іншими країнами;
- дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму;
- незадовільний рівень менеджменту і маркетингу в туристичному бізнесі, низька ефективність систем просування туристичних продуктів на ринок [3, с.123-124].

У багатьох європейських країнах вплив туризму на суспільно-економічний розвиток території розглядається через поняття збалансованого розвитку, який в результаті формування і впровадження відповідної туристичної політики враховує диверсифікацію працевлаштування, збереження довкілля, охорону природних і

культурних засобів. Історико-культурна спадщина, наявність краєвидів, якість послуг, що надаються, становлять критерії оцінки збалансованого туризму [4, с. 55]. Це першорядні та основні показники, які стосуються будь-якої території. Важливим чинником, який сприяє розвитку туризму, є формування стратегій територіальних адміністративних одиниць, враховуючи наявні існуючі засоби, трудові та матеріальні ресурси.

Основними інструментами механізму реалізації стратегії розвитку регіонального туризму повинні стати:

1) система нормативних правових актів регіонів, які мають логічний зв'язок і співвідповідність і регламентуюче застосування конкретних методів та інструментів державного регулювання. Така система включає кілька рівнів нормативних правових актів;

2) інформаційна, методологічна та інструментальна підтримка підготовки й прийняття управлінських рішень на рівні регіональних органів державної влади;

3) широке застосування елементів стратегічного управління при оптимальному з'єднанні його з методами й формами оперативного (короткострокового) управління.

Стратегічними напрямками розвитку туристичної сфери Тернопільщини є:

– розвиток сентиментального туризму для як українців так і для інших національностей тощо;

– організація національних та міжнародних наукових, культурних та ділових заходів (фестивалів, артистичних семінарів, конгресів, виставок тощо);

– розвиток асоціацій агро- і гірського туризму, сприяння розвитку туристичних послуг у сільській та гірській місцевостях;

– стимулювання промоційних компаній різноманітного рекреаційного та туристичного потенціалу області (лікувальні курорти, курорти з мінеральними водами, зимові види спорту тощо);

– створення регіональної системи розповсюдження туристичної інформації та системи бронювання через Інтернет, а також обласної мережі туристичних інформаційних центрів.

Таким чином, рішення цілої низки економічних, організаційних, соціальних, правових проблем має сприяти розвитку сфери туризму в Україні, збільшення її вкладу в національну економіку, підвищення її рейтингу в світових показниках туристичних потоків. Адже туризм здатний створити передумови для економічного зростання нашого регіону, збільшення зайнятості населення, стати доступним для всіх верств населення незалежно від рівня доходу і більш повного задоволення потреб громадян у відпочинку. Крім прибутку туризм є ще і одним з могутніх чинників посилення престижу регіону, країни, зростання їх значення в очах світової спільноти і пересічних громадян.

Список використаних джерел:

1. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: Автореф. дис. докт. пед. наук: 13.00.04. К., 2005. 35 с.

2. Туристична діяльність в Україні у 2018 році. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm

3. Перерва П.Г.. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності. / П.Г.Перерва, А.В. Косенко, М.В.Маслак, В.О.Матросова, І.В Долина // Вісник НТУ «ХПІ». – № 48(1324). – 2018. – С. 121-127.

4. Jalinik M. Uwaronkowanie i czynniki rozwoju usług turystycznych na obszarach wiejskich / M. Jalinik. – Białystok: Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, 2009. – 260 s

УДК 657.471.72

Бессонова Л.С., Малюта Л.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Bessonova L.S., Maliuta L.Ya.

PROBLEMS OF COST ACCOUNTING IN ENTERPRISES AND METHODS FOR SOLVING THEM

До системи управління витратами в сучасному світі ставляться досить високі вимоги, вони вимагають найбільш ефективного підходу до вибору методу їх обліку. Тому метою дослідження є визначення раціональної величини витрат, що являє собою головний резерв підвищення прибутку підприємства, на що безпосередньо впливає система обліку, залежно від якої витрати можуть мати як цільовий, так і нецільовий характер.

Завданнями даного дослідження є: по-перше, визначення проблем, які виникають при обліку витрат на підприємствах, в різноманітних організаціях та установах, по-друге, виокремлення конкретних шляхів та методів його удосконалення.

Трактування поняття «витрат» в бухгалтерському обліку відрізняються від їх економічного тлумачення. Так, за визначенням, взятим зі словника фінансово-економічних термінів, «понесені витрати в традиційному для нашої практики розумінні – це зменшення частини активів, які відображають виробничі ресурси (основні засоби, товарно-матеріальні цінності) і збільшення частини пасивів, які відображають заборгованість» [3]. Під витратами загалом розуміють не безпосередньо процес виробничого використання, а процес придбання виробничих ресурсів, тобто збільшення матеріально-речової частини активів підприємства [2].

Отже, якщо характеризувати витрати з точки зору бухгалтерського обліку, вони включають тільки конкретні витрати ресурсів, які витрачаються на конкретні цілі.

Загалом, узагальнюючи проведені раніше дослідження, слід відмітити, що відображення фактичного рівня витрат у натуральному і грошовому вимірниках та контроль за раціональним використанням усіх задіяних ресурсів визначають основну мету обліку процесу виробництва і витрат [1].

В економічному тлумаченні, «витрати – це поняття, що характеризує використання різних предметів і засобів праці в процесі господарювання. Грошовий вираз суми витрат на виробництво конкретного продукту визначає поняття «собівартість» [2].

За твердженнями Ткаченка Н. М.: «у сучасних умовах для діяльності підприємств дуже важливим є правильний вибір методу обліку загальновиробничих витрат та бази їх розподілу, оскільки від цього залежить повнота включення загальновиробничих витрат до собівартості продукції і, як результат, зменшення або збільшення чистого прибутку, який є джерелом подальшого функціонування підприємства» [4].

Як відомо, загальновиробничі витрати поділяються на постійні та змінні. До змінних загальновиробничих витрат належать витрати, які змінюються прямо пропорційно від зміни обсягу виробництва. Постійні загальновиробничі витрати – це витрати, які залишаються незмінними при зміні обсягу виробництва.

Перелік і склад змінних і постійних загальновиробничих витрат встановлюються підприємством і зазначаються в наказі про облікову політику, тому що в сучасній нормативній базі немає чіткого переліку змінних та постійних загальновиробничих витрат, та й самі витрати не можливо однозначно віднести до постійних або змінних,

тому що існує ще такий вид витрат, як змішані витрати, які містять в собі змінну і постійну частини.

В сьогодишніх умовах господарювання проблема обліку змішаних витрат та вибір методики їх розподілу економічно доцільним шляхом є надзвичайно актуальною. Кожне підприємство відповідно до специфіки діяльності обирає певні методи розподілу витрат на змінні та постійні. Але проблема істотно постає при виникненні змішаних – умовно-постійних та умовно-змінних витрат. Ефективне управління змішаними витратами можливе за умови визначення впливу факторів витрат на їх величину та наявність взаємозв'язку між ними в рамках певного періоду часу.

Для вирішення зазначеної проблеми нормативна база повинна бути удосконалена, а саме у таких ключових аспектах:

– потрібно удосконалити класифікацію загальновиробничих витрат, яка містила б оптимальну кількість ознак, розкривала цільове призначення й економічний зміст витрат, враховувала організаційну структуру та особливості діяльності підприємства;

– необхідно деталізувати план рахунків бухгалтерського обліку з конкретизацією статей загальновиробничих витрат.

Узагальнюючи проведені дослідження виокремимо пропозиції, що мають практичне значення для підприємств усіх галузей національної економіки щодо удосконалення обліку їх витрат:

1. Організація обліку витрат за стадіями технологічного процесу, що дозволяє визначити внесок керівника кожного центру відповідальності в загальний розмір витрат підприємства і підвищити відповідальність менеджерів усіх рівнів управління.

2. Бюджетування доходів і витрат на виробництво продукції, яка виготовляється, що забезпечує порівнянність кошторисних і фактичних показників і можливість використання управління витратами за відхиленнями для швидкого реагування на зміну ринкових умов і пошуку вигідних комбінацій ціни й обсягу виробництва.

3. Створення системи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції, що відбиває специфіку підприємств комплексної переробки сировини.

4. Можливості використання системи калькулювання неповних витрат у комплексних виробництвах для прийняття управлінських рішень щодо визначення обсягів діяльності й вибору їхніх оптимальних варіантів у розрізі асортименту продукції, що випускається.

5. Облік й калькулювання собівартості супутньої продукції підприємства, що дозволяє підвищити його прибутковість.

Удосконалення обліку витрат і калькулювання собівартості постійно перебуває в центрі досліджень. Протягом багатьох років одним із дискусійних питань вітчизняних науковців є визначення взаємозв'язку методів обліку витрат і методів калькулювання. З огляду на це зазначена проблематика може бути використана і у подальших наших дослідженнях.

Список використаних джерел:

1. Малюта Л., Лендирук П. Проблеми обліку витрат в системі управління і контролю за процесом виробництва продукції рослинництва // Збірник тез доповідей XVI наукової конференції Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя. Тернопіль : ТНТУ, 2012. С.23.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.

3. Словник фінансово-правових термінів. За заг. ред. д. ю.н., проф. Л. К. Воронової. К. : Алерта, 2011. 558 с.

4. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський та фінансовий облік на підприємствах України: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. К. : А.С.К., 2002. 542 с.

УДК 640.4

Веретик А.Й., Островська Г.Й., Ордеха Г.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Veretyk A.Y., Ostrovska H.Y., Ordekha H.I.

MODERN TRENDS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

В умовах інформаційної економіки ринок послуг пропонує різноманітні інновації, що сприяють розвитку індустрії гостинності та зміцненню конкурентних переваг. За таких умов характерним є широке використання інформаційних систем управління, технологічного забезпечення; застосування нових ідей наукового менеджменту в практичній діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства.

У контексті предмету нашого дослідження розглянемо основні тенденції індустрії гостинності, сформовані інноваційними технологіями, штучним інтелектом і людьми нового тисячоліття.

Штучний інтелект та робототехніка. Лідерами з використання штучного інтелекту в сфері послуг вважається США, Японія, Китай та Сінгапур. Можливості застосування штучного інтелекту відкривають нову сторінку в історії індустрії гостинності, де центром інноваційних рішень вважається Китай. InterContinental Hotels & Resorts представила номери з технологією штучного інтелекту. Гості, які зупиняться в готелях InterContinental Beijing Sanlitun та InterContinental Guangzhou Exhibition Centre, зможуть оцінити переваги пристроїв у розумних номерах на базі штучного інтелекту. Розумні номери на базі технологій штучного інтелекту розроблені Baidu спеціально для InterContinental Hotels & Resorts на платформі DuerOS Platform. Загалом відкрито 100 розумних Club InterContinental номерів в готелях, розташованих неподалік аеропортів ключових міст Китаю і в популярних туристичних центрах країни. Відмінність розумних номерів від традиційних полягає в тому, що вони реагують на голосові команди, роблять більш зручною взаємодію людини з комп'ютером, а перебування в номері – більш комфортним. Нове рішення удосконалює існуючу систему готельного менеджменту, даючи змогу більш ефективно працювати з кастомізованою інформацією.

Штучний інтелект є технологією, яка дає змогу машинам виконувати завдання, звичні для людини. The Residence Inn LAX використовує робота, який виступає в ролі кур'єра та доставляє гостям і працівникам потрібні речі. Maidbot розробив робота-прибиральницю, а в Hilton працює робот-консьєрж. Ця система дає змогу скоротити витрати, підняти на новий рівень якість обслуговування в готелі, урізноманітнити перебування гостей у закладі та сприяє розвитку готельного бізнесу загалом. У цьому контексті заслуговує на увагу той факт, що в китайському місті Ченду відкрився перший готель без персоналу. Штучний інтелект зустрічає гостей, проводить їх до номеру та інформує про різні послуги готелю. Роботи частково виконують функції обслуги – покоївок, кухарів, офіціантів. А можливість розпізнавати обличчя клієнтів дає змогу використовувати їх ще і як охоронців. І хоча в готелі Smart LYZ передбачений «резервний» живий персонал на випадок виникнення збоїв у системі, поки про подібні прецеденти з серйозними наслідками не відомо.

Варто відзначити, що ідея комерційного використання штучного інтелекту стає все більш популярною. Згідно досліджень, проведених Оксфордським університетом, протягом наступних 20 років у США буде автоматизовано до 47% ринку праці, у країнах-учасницях ЄС – 54%, в тому числі такими роботами. При цьому питання про користь цього явища для економіки і соціальної сфери поки що залишається відкритим.

Чати з гостями. Мобільні додатки, як Facebook Messenger і WeChat, дають змогу спілкуватися з клієнтами в режимі реального часу задля задоволення всіх їхніх потреб і бажань. При цьому текстові повідомлення допомагають долати мовний бар'єр, що покращує якість обслуговування.

Мобільний чек-ін. Незабаром у багатьох готелях можна буде пройти чек-ін на електронній стійці реєстрації, там же вибрати номер і отримати код від електронного замка. Беручи до уваги цю тенденцію в готельному бізнесі, більшість готелів відходять від телефонів у номерах та встановлюють планшети з вбудованим меню обслуговування.

Сайти з бронювання житла у місцевого населення. Розвиток індустрії гостинності в останні роки ознаменувався появою та популяризацією Booking.com та Airbnb. На сьогоднішній день ці платформи відібрали значну частку ринку в класичних готелів. І це виправдано, оскільки на вказаних сайтах легко знайти унікальне житло, поспілкуватися з господарями і отримати незабутній досвід.

Сучасні технології в номерах. Гості хочуть відчувати себе в номері як вдома, і навіть краще, але для цього їм потрібні звичні розваги. Прошли ті часи, коли достатньо було встановити у номері безкоштовні канали і бізнес «йшов угору». Тому тенденції в сфері гостинності диктують вектор технологічності, зокрема, встановлення в номерах Netflix «розумне» освітлення і дзеркала, планшети та інші новомодні гаджети.

Маркетинг і соціальні медіа. На сьогодні для інтернет-маркетологів та SMM-менеджерів настав час задіяти всі канали просування як в офлайн, так і в онлайн-просторі та приділити увагу оцінці ефективності активності в соціальних медіа, оптимізації сайтів і пошукового маркетингу.

Кулінарні пропозиції готелів виходять за рамки ресторанів. Сучасні тенденції індустрії гостинності стосуються всіх сфер готельних мереж, в тому числі й ресторанів. У моді залишаються свіжі та якісні продукти, смачні страви і хороше обслуговування. Широкого застосування набуває організація відкритих просторів на території комплексів, де гості можуть не тільки відпочити, а й перекусити. Меню в номери стають «вчорашнім днем», при цьому обід можна доставити в будь-яку частину готелю.

Цінність співробітників. Підприємствам індустрії гостинності варто спрямувати зусилля на залучення фахівців своєї справи. До прикладу, випускники швейцарських шкіл гостинності Glion і Les Roches цінуються готельними мережами усього світу, вони прекрасно володіють теоретичною базою, знають особливості роботи з клієнтами, тактовні, комунікабельні, працелюбні та амбітні. Тому основним завданням топ-менеджменту є мотивування працівників до підвищення рівня інтелектуалізації праці.

Нові ринки. Готельним мережам варто переглянути сегментування та зацентрувати увагу на останні світові тенденції, зокрема в сфері формування туристичного попиту в країнах Америки і Азії, сприяючи створенню на цій основі унікального конкурентного профілю закладу гостинності.

Враховуючи світовий досвід щодо розвитку індустрії гостинності в Україні, зазначимо, що одним з найпотужніших інструментів у конкурентній боротьбі є ефективне використання інноваційних підходів суб'єктами готельно-ресторанного бізнесу для забезпечення конкурентних переваг та підвищення їх цінності.

Список використаних джерел:

1. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. [Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта, Г. Й. Островська та ін.]. Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2018. 268 с.
2. Островська Г. Й. Особливості розвитку готельно-ресторанної справи: кухні народів світу. Навчальний посібник. Тернопіль : Підручники і посібники, 2018. 268 с.

УДК 338.242.2

Вівчар О.

Тернопільський національний економічний університет

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ЕКОНОМІЧНИХ АГЕНТІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ МАКРОТРЕНДІВ БІЗНЕСУ

Vivchar O.

FORMATION OF ECONOMIC AGENTS MANAGEMENT MECHANISM IN MODERN BUSINESS MACROTREND CONDITIONS

В сучасних умовах макротрендів бізнесу важливим аспектом є формування ефективного організаційно-економічного механізму управління безпекою економічних агентів. Слід відзначити, що механізм управління безпекою економічних агентів – це система організаційно-економічних і правових заходів із запобігання економічним загрозам, що охоплює такі елементи: об'єктивний і всебічний моніторинг економічної політики держави та підприємницьких структур зокрема, з метою виявлення та прогнозування внутрішніх і зовнішніх загроз; вироблення гранично допустимих значень економічних показників, недотримання яких призводить до нестабільності; діяльність держави щодо виявлення та запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам у сфері безпеки економічних агентів. Як основу механізму управління безпекою економічних агентів слід розглядати сукупність об'єктивних залежностей і зв'язків між явищами і процесами даних векторів розвитку та їх динаміки [1].

Звертаємо увагу на те, що при формуванні стратегічних векторів розвитку безпеки економічних агентів необхідно включати такі складові: діагностика кризових ситуацій економічних агентів; поділ об'єктивних і суб'єктивних негативних впливів на безпеку економічних агентів; визначення переліку заходів щодо запобігання загрозам безпеки економічних агентів; оцінка ефективності планованих заходів з точки зору нейтралізації негативних впливів на безпеку економічних агентів; оцінка ефективності пропонуваніх заходів щодо усунення загроз безпеці економічних агентів [2].

Прорезюмувавши вище описане, слід зробити висновок, що необхідними умовами формування механізму управління безпекою економічних агентів є: підвищення рівня захищеності економічних агентів через посилення відповідальності держави (правової, судової, інституційної тощо) перед суб'єктами господарської діяльності; дієвість політики підтримки підприємницької діяльності; впровадження адаптивних систем управління безпекою; забезпечення внутрішньої збалансованості основних економічних параметрів регіональних підприємницьких структур; стратегічну орієнтацію на довгостроковий та раціональний розвиток.

Список використаних джерел:

1. Вівчар О. І. Теоретичні аспекти безпекознавства в умовах підприємств (фундаментальні загрози в сучасному соціогуманітарному просторі). Соціально-економічні проблеми і держава. Тернопіль, 2017. Вип. (1) 16. С. 24-31. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17voissp.pdf>
2. Коробчинський О. Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2018. № 4 . С. 41–45.

УДК 005.412:640.43(477)

Галицька І.Б., Андрушків Б.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА (НА ПРИКЛАДІ ОБЛАСТЕЙ ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ)

Halytska I.B., Andrushkiv B.M.

CURRENT TRENDS OF RESTAURANT MANAGEMENT (ON THE EXAMPLE OF THE AREAS OF PODILLIA REGION)

Регіонально-просторова системна організація господарства є стрижневою категорією геопросторової організації економіки країни та складною системою економічних, соціальних і екологічних відносин, які визначають взаємозалежність форм регіонально-просторової організації господарства. У зв'язку з цим зростає увага до вивчення регіональних аспектів розвитку ринкового економіки: формування теоретико-методологічних основ і методичного інструментарію пізнання соціально-економічних процесів, що об'єктивно відбуваються в регіонах.

Органи державного управління мають потребу у визначенні перспектив соціально-економічного розвитку регіонів. У зв'язку з цим зростає потреба в дослідженнях територіальної організації ринкових структур як суспільно-географічних утворень, у тому числі ресторанного господарства. В умовах функціонування ринкових відносин раціональне впровадження новітніх форм територіальної організації підприємств ресторанного господарства має підвищити ефективність їх функціонування.

Дослідження ефективності функціонування і територіальної організації ресторанного господарства на рівні обласного регіону є ключовим у контексті загальнодержавної оцінки результатів його функціонування. Воно базується на врахуванні двох факторів, що складають основу економічної науки: безмежності потреб та обмеженості ресурсів для їх задоволення, і має єдину методологічну основу трактування економічної ефективності як співвідношення одержаного результату продуктивного використання факторів виробництва та їхніх витрат.

На формування потреби регіону у закладах масового харчування впливає низка різноманітних факторів: географічне положення, природно-кліматичні умови, національні традиції, розмір родини, структура виробництва, господарська спеціалізація регіону, рівень урбанізації, освітній, професійний, віковий, статевий склад, грошові доходи населення тощо.

Аналізуючи загальні тенденції, можемо відзначити, що товарообіг у розрахунку на один заклад масового харчування в областях Подільського регіону від діяльності ресторанів у 2018 році порівняно з 2012 роком знижувався, тоді як товарообіг кафе, закусочних, буфетів, барів та їдалень – зростав. Ця ситуація вказує на зростання привабливості серед відвідувачів названих закладів. Система закладів масового харчування Подільського регіону відноситься до групи регіонів з низьким рівнем товарообороту.

Дослідження змін в типізації закладів масового харчування Подільського регіону показало, що в 2018 році більшість як за кількістю об'єктів ресторанного господарства, так і за кількістю посадкових місць становлять їдальні – 966 од. (44,7 %) на 86615 місць (56,9 %). Це пояснюється тим, що такий тип закладу є вигідним з фінансової точки зору, оскільки передбачає продаж власної продукції переважно за невисокими цінами, для визначеного контингенту споживачів, як правило, об'єднаних за професійною ознакою, і призначений для споживання готової їжі у короткий термін. При цьому

середній розмір їдальні 90 посадкових місць, а середньорічний товарооборот – 1558,5 тис. грн.

На другому місці серед досліджуваних типів об'єктів знаходяться кафе, закусочні, буфети: їх кількість становить 810 од. (37,5 %) на 37854 посадкових місць (24,9 %). Ці заклади відрізняються більш вигідними та простими умовами створення та функціонування, на противагу такому типу, як ресторан. Середній розмір такого закладу – 47 посадкових місць, а середньорічний товарооборот – 1746,5 тис. грн. На третьому місці знаходяться бари: їх кількість в 2017 році склала 226 од. (10,5 %) на 10272 місць (6,8 %). Середня місткість – 45 посадкових місць, середньорічний товарооборот – 1352,8 тис. грн. Щодо ресторанів, то їх частка є найменшою серед закладів ресторанного господарства за кількістю об'єктів – 6,7 % (145 од.), хоча за кількістю посадкових місць (16949 місць) їм поступаються бари (11,1 %). Середній розмір ресторану становить 117 посадкових місць, а середньорічний товарооборот – 2640,6 тис. грн. Це пояснюється скороченням попиту на послуги закладів харчування високого цінового рівня в умовах зниження добробуту населення.

Частина підприємств ресторанного господарства досліджуваного регіону впродовж 2014-2016 рр. внаслідок загострення військової ситуації в Україні вирішила або припинити свою діяльність на ринку послуг (у т.ч. через різке погіршення фінансових показників та високий рівень невизначеності щодо перспектив їх покращення), або частково згорнути свою діяльність та/або переглянути реалізацію стратегічних планів свого розвитку. Серед найбільш поширених управлінських рішень того часу були рішення про перегляд цінової політики підприємства/закладу ресторанного господарства та пошуку статей скорочення витрат. У цей період низка підприємств ресторанного господарства, що різко почали піднімати ціни на свою продукцію, припустилася, на наш погляд, великої помилки, що коштувала деяким з них втрат частини постійних клієнтів, а інших взагалі підвела до ситуації, коли єдиним рішенням стало закриття.

Підводячи підсумки проведеного дослідження, можна зробити наступні висновки. Впродовж 2012-2018 рр. на ринку послуг ресторанного господарства областей Подільського регіону збереглася загальна тенденція до зменшення їх кількості. Цей тренд сформувався в силу низки причин (нездатності деяких керівників підприємств ресторанного господарства здійснювати ефективне антикризове управління, зменшення чисельності потенційних споживачів послуг ресторанного господарства, високої ймовірності появи нових ринкових загроз, пов'язаних з геополітичною нестабільністю та складностями економічного характеру, недосконалістю законодавчого та нормативно-правового поля ведення бізнесу в Україні і т.п.) буде незмінним і у наступні часові періоди. В регіоні спостерігається тенденція до поступового збільшення посадкових місць у розрахунку на один заклад ресторанного господарства – у періоди економічних негараздів достатньо часто переваги отримують ті підприємства ресторанного господарства які мають більшу місткість або збільшують її, запроваджуючи заходи, спрямовані на максимізацію коефіцієнта обертання одного посадкового місця у залі.

Список використаних джерел:

1. П'ятницька Т.Г., Найдюк В.С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні // Економіка та держава. 2017. – № 9. – С. 66-73.
2. Статистичний щорічник Тернопільської області за 2018 рік. / за ред. Чорного А.А. – Тернопіль, 2019. 444 с.
3. Царенко Н.А., Кузишин А.В. Маркетинг у ресторанній справі // Вісник наукових досліджень. Серія: Туризм. Випуск 2. – Тернопіль: Редакційно-видавничий відділ Галицького інституту ім. В. Чорновола, 2006. – С. 52-64.

УДК 351.83

Галушак М.П., Галушак О.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЧЕРГОВИЙ ЕТАП РЕФОРМУВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ

Halushchak M.P., Halushchak O.Ya.

REGULAR STAGE OF PUBLIC PROCUREMENT REFORM IN UKRAINE

Сфера закупівель за державні (тепер публічні) кошти в Україні належить до тих, які вже понад двадцять років неперервно реформуються. І все з однією метою – побудувати ефективну систему, яка б гарантувала найбільш раціональне витрачання народних грошей, а в останні роки ще й наблизити її до вимог угоди «Україна-ЄС». Черговим етапом такого реформування стали кардинальні зміни до Закону України «Про публічні закупівлі» (далі Закону), ухвалені у вересні 2019 р. у дні «турборежиму» роботи новоствореної Верховної Ради. Відтермінування набрання чинності цих змін на півроку, до 19 квітня 2020 р., дозволяє як замовникам, так і постачальникам певним чином підготуватись до них, детально зважити їх переваги та недоліки.

Дати однозначну оцінку нововведенням важко. Є серед них ті, які назріли давно, мало не з перших днів роботи електронної системи ProZorro. У першу чергу, це стосується можливості діалогу між сторонами закупівельного процесу на етапі кваліфікації переможця, коли замовник, виявивши неточності у пропозиції, може звернутися до постачальника, який протягом 24 годин матиме можливість виправити допущені помилки у конкурентних процедурах закупівлі. Проте тут же слід відзначити й недолік: виправлення можна вносити далеко не у всі документи, що було б логічно, а лише у частину з них.

Беззастережною перевагою зі сторони замовників, звичайно, слід вважати обмеження права щодо збільшення ціни за одиницю продукції одним разом на 90 днів з моменту підписання договору про закупівлю. Проте з правила зроблені винятки щодо закупівель бензину, дизельного пального, електроенергії та газу – якраз тих предметів, на які, як показує практика, припадає лівова частка таких змін, і постачальники яких, враховуючи специфіку цих категорій товару, часто використовують методи на межі шантажу для погодження доволі необґрунтованих вимог щодо підвищення ціни.

Кардинальні нововведення стосуються так званих «допорогових» закупівель, тобто закупівель на суми, менші встановлених у п. 1 і 2 частини першої статті 3 Закону, які раніше можна було проводити на розсуд замовника. Тепер на суму від 50 тис. грн. у дещо спрощеному варіанті розповсюджується дія Закону. Публікувати звітність в електронній системі доведеться практично на все вартістю від 1 коп.

Електронна система закупівель, реалізована в Україні на виконання вимог базового Закону, отримала офіційну назву ProZorro, що співзвучно українському слову «прозора». Фактично вона зробила доступною широкому загалу всю документацію, яка стосувалася закупівель за публічні кошти. Проте вона не гарантувала від недобросовісних дій з обох сторін закупівельного процесу. Нові зміни попри окремі елементи прогресу у цій ділянці все ж революційними не стали. Складається враження, що основний акцент зроблено не на законодавчому закріпленні чітких механізмів антикорупційних дій, а на простому посиленні карального апарату для членів тендерних комітетів та уповноважених осіб замовника. Якщо раніше підставою для накладання штрафу могли послужити 4-ри види порушень, то зараз їх перелік розширено до 14-ти, а розмір штрафу може сягати 85 тис. грн. для уповноваженої особи з офіційною річною зарплатою до 50 тис. грн.

УДК 35.071

Гарматюк О.О., Процко Н.О., Редьква О.З.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КОНТРОЛІНГ ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Garmatiuk O.O., Protsko N.O., Redkva O.Z.

CONTROLLING THE ACTIVITIES OF PUBLIC ORGANIZATIONS

Практика управління показує, що організація досягає цілей, коли управляє своїми процесами, використовуючи сучасні методи і процедури, отримуючи оперативну інформацію при будь-яких змінах у зовнішньому і внутрішньому середовищах. У діяльності публічної організації (органу державної влади і місцевого самоврядування), власне, контролінг виступає сукупністю методів та процедур, які покликані забезпечити методичну й організаційну основу для підтримки основних функцій управлінської діяльності організації – аналізу, планування, прогнозування, організування, мотивування, регулювання, обліку та контролю. Отже, контролінг – це принципово нова концепція інформації й управління, яку можна визначити як обліково-аналітичну систему, що реалізує синтез елементів обліку, контролю, планування, яка забезпечує як оперативне, так і стратегічне управління процесом досягнення цілей і результатів її діяльності.

Метою контролінгу є отримання даних, обробка і трансформація в інформацію для управління та ухвалення рішень, яка є нестандартною і призначається для виявлення тенденцій та закономірностей явищ і процесів у діяльності організації (органів державної влади і місцевого самоврядування), допомагає розробити заходи, які забезпечують її життєдіяльність.

У державному управлінні визначають такі основні сфери завдань контролінгу:

- планування (визначення цілей установи);
- контроль (порівняння «план – факт» та аналіз відхилень);
- керування (здійснення зустрічних заходів).

Згідно з дослідженнями, контролінг не можна ототожнювати з контролем, тому що він орієнтований у майбутнє та пов'язаний із процесами, на відміну від контролю, який спрямований у минуле, на виявлення помилок, відхилень, прорахунків і проблем.

Фахівці з державного управління вважають, що основним об'єктом контролінгу є процеси, що відбуваються в організації; його мета полягає в наданні адміністративному менеджменту сервісної послуги щодо економіки, організації та управління основною діяльністю. Для цього використовують різні форми та методи адміністративного контролінгу, які залежать від конкретних завдань контролінгу в системі державної адміністрації:

- визначити інформаційну потребу адміністративного керівництва;
- з'ясувати та вдосконалювати інформаційні засади;
- координувати планування, контроль та інформаційне забезпечення;
- надавати підтримку адміністрації при визначенні інформативних (змістовних) планових параметрів;
- коментувати порівняння планових і фактичних показників;
- визначати потребу щодо ухвалення рішень;
- вказувати керівникам на альтернативні можливості прийняття рішення.

Контролінг є допоміжним засобом для стратегічного та оперативного управління організацією.

Стратегічний контролінг дозволяє керівництву формулювати та перевіряти цілі на довгостроковий період для адміністративних підрозділів. Він прискорює стратегічне

планування, яке орієнтоване на тривалий період. За допомогою стратегічного контролінгу вище керівництво визначає цілі, яких воно збирається досягти в далекому майбутньому й адаптувати до них свої програми та плани.

Особливо слід орієнтувати стратегічний контролінг на забезпечення обґрунтованості і дієвості стратегічних планів. Це здійснюється на основі формування умов збалансованості окремих функціональних сфер їх діяльності, постійного перегляду цілей, завдань, заходів і має важливе значення, так як в більшості державних установ і організацій ще недостатньо добре відпрацьованим залишається забезпечення логічного поєднання стратегічних цілей та оперативних завдань, що реалізуються стратегічними підрозділами та окремими працівниками.

Найважливішим завданням стратегічного контролінгу є забезпечення ефективного функціонування державної установи (організації) в довгостроковій перспективі на основі управління існуючим потенціалом та створення додаткових факторів успіху. Стратегічний контролінг здійснюється для того, щоб дати керівництву організації чітку відповідь на те, що і як треба робити сьогодні задля досягнення успіху в майбутньому.

Оперативний контролінг допомагає адміністративному керівництву при короткостроковому управлінні. Він стосується вже визначених сфер завдань, цілей і програмних заходів та забезпечує інформацією й методами, які дозволяють здійснювати поточну перевірку економічності та працездатності адміністрації. Оперативне планування, як правило, охоплює один господарський (звітний) рік. На його основі визначаються оперативні цілі й заходи для забезпечення його ефективності.

Як бачимо, контролінг дозволяє здійснювати постійний контроль за досягненнями, як стратегічних так і оперативних цілей діяльності організації. Особливо при швидких змінах у соціально-економічному оточенні та ризиків в далекому майбутньому.

Застосування контролінгу в системі публічних організацій передбачає дотримання таких принципів, як цілеспрямованість, децентралізація управління, персоніфікація відповідальності, координованість дій контролерів та учасників управління.

Отже, на сьогоднішній день, державні установи, публічні організації потребують організованої системи контролінгу. Рушійною силою для її впровадження є – реформування органів державної влади, а також недоліки, які виникають у сфері управління. Відповідно, контролінг необхідний для подальшого ефективного функціонування органів державної влади та публічних організацій.

Список використаних джерел:

1. Пісьмаченко Л. М. Реформування системи державного управління на засадах концепції контролінгу. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vamsu_du/2010_2/Pysm_ko.htm.
2. Пісьмаченко Л. М. Контролінг в органах державної влади й органах місцевого самоврядування : [навч. посіб.] /Л. М. Пісьмаченко. – К. : Вид-во НАДУ, 2008. – 81 с.
3. Євтушенко О. Н. Державне управління : [навчальний посібник у 3-х частинах] / О. Н. Євтушенко, В. І. Андріяш. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2014. ISBN 978-966-336-273-1 Ч. 3. Основи внутрішньої організації державного органу та менеджменту. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2014. – 248 с. ISBN 978-966-336-312-7.
4. Цуруль О. А. Менеджмент у державних організаціях. URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/98/42/1/31/>

УДК 336.71

Гула І., Химич І.Г.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РЕАЛІЇ ТА МАЙБУТНЄ ІННОВАЦІЙ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Hula I., Khymych I.H.

PRESENT AND FUTURE OF INNOVATIONS IN BANKING SERVICES

На сьогодні ефективність діяльності будь-якого підприємства чи установи визначає те, наскільки швидко вони можуть використовувати нові технології, які є завжди більш ефективними та економічними. Стан бізнесу напряму залежить від економічних та політичних перетворень у країні, які і визначають напрямок розвитку підприємництва. Велику роль у забезпеченні сприятливих економічних умов відіграють банки та кредитні установи, адже без фінансово-кредитної підтримки ефективної діяльності будь-якого підприємства не варто очікувати.

Сучасний світ вимагає сучасних рішень від бізнесу, а тому технологічний процес ставить нові умови перед банківською, кредитною та фінансовою сферами надання послуг. Завдяки постійному дистанційному вдосконаленню в Україні успішно здійснюють цифрову трансформацію у цих сферах. Щороку зростає кількість організацій, які використовують мобільні додатки для надання користувачам різноманітних фінансових послуг. Зважаючи на постійний розвиток та необхідність відповідати світовим трендам, така тенденція для України є цілком позитивною. Зараз використання досягнень розвитку штучного інтелекту абсолютно себе виправдовує, адже метою його є зменшення витрат на обслуговування і підвищення якості надання послуг. Для прикладу, такі програми, як чат-боти сьогодні не лише консультують потенційних клієнтів, але й здатні виконувати різноманітні фінансові операції.

Не зважаючи на кризи, які переслідують економіку України, банківська сфера надання послуг пристосовується до таких умов і намагається відповідати європейським країнам. Досить важливим критерієм розвитку всієї сфери надання банківських послуг є введення у дію усіх нових розробок та пропозицій, що підвищують ефективність проведення та удосконалюють діяльність банків, тобто застосування «інновацій». Під цим терміном в економічній літературі розуміють перетворення потенційних досягнень науково-технічного прогресу у реальні. Новації можуть використовуватись в різних формах: відкритті, пропозиції, винаходи, поняття, ноу-хау, результати досліджень та ін. Метою здійснення інноваційної діяльності в банківській сфері є налагодження зв'язків між банками і споживачами, і суспільством в цілому для створення продуктів кращих, ніж у конкурентів.

До цього часу ми вже опанували велику кількість унікальних новинок, які стали звичайним явищем у повсякденному житті:

1. Вже протягом багатьох років використовуємо технології безконтактних розрахунків за допомогою пластикових карток MasterCarD, PayPass чи Visa payWave.

2. За допомогою мобільних банків ми можемо переказувати гроші, вказавши рахунок та суму переказу. Без сумніву, найбільший лідер у цьому система ПриватБанку Приват24. Мільйони клієнтів, використовуючи цю систему, мають змогу здійснити ряд операцій: оплачувати товари і послуги, платити комунальні платежі, оформлювати грошові перекази та обмінювати валюту.

3. Банки також надають можливість самостійно оформляти кредит готівкою через банкомати. Для цього вистачить авторизуватись в банкоматі та заповнити електронну форму, де вказуються терміни погашення кредиту і суму.

4. Кредитні організації, такі як Твої Гроші, надають послугу онлайн-кредитування за допомогою SMS.

5. З 2012 року банківська компанія Японії The Ogaki Kyoritsu Bank почали використовувати банкомати, які сканують долоню клієнта, надаючи доступ до рахунку.

Через інтенсивність введення таких інновацій у сферу надання банківських послуг, варто зрозуміти, чого можна чекати далі. Ще в 2014 році норвезький стартап Zwipe розробив ідею створення безконтактних платіжних карток з вбудованим відбитком пальця. Цей проект розвивається разом з MasterCard і вже в 2017 році були представлені перші зразки таких карток. Цілком реально, що скоро саме вони стануть звичним способом платежу при купівлі продуктів чи послуг. Ще одним незвичним методом ідентифікації власника картки був запропонований в 2015 році організацією Alibaba. Він полягає в тому, що потрібно зробити селфі для того, щоб ввести код.[1]

У близькому майбутньому з'являться телефонні додатки, які будуть стримувати користувачів від небезпечних чи необачних грошових транзакцій. Тобто можна буде створити ліміт, розподілити гроші на чітко визначені речі, без можливості необдуманно витратити кошти з картки.

Цілком ймовірно, що стане більш популярною цифрова валюта. Зараз вже існують сервіси, які певною мірою вже витісняють пластикові картки з повсякденного життя. Це такі сервіси, як Google Wallet, Apple Pay, PayPal Here и Amazon Payments.

Сьогодні ринок банківських послуг представлений не тільки традиційними банками, все частіше ми користуємось послугами онлайн-банків. Такі банки мають свої переваги над традиційними, адже виконують ті ж самі функції, дають ті ж самі можливості, а для здійснення операцій через такі онлайн-банки необхідно лише мати доступ до Інтернету.

Через активний розвиток інтернет-банкінгу, традиційні банки несуть все більше витрат. Якщо ще 15 років тому банківські відділення були єдиним каналом продажів, то сьогодні є гаджети, які виконують ті ж функції. Сьогодні всі інновації в банківській сфері переводять спілкування віч-на-віч банкінг до зв'язку « особа-до дисплею», а в перспективі «дисплей-до дисплею», коли онлайн-сервіси зможуть керувати коштами на рахунках. Така ситуація вимагає від всіх банків адаптуватись та модернізувати способи надання банківських послуг. В іншому випадку наслідком цього стане скороченню комісійних та трансакційних доходів банків. Процентні доходи банків знаходяться під загрозою, адже в 2018 році значно зросли P2P-перекази. В 2017 році такі операції зросли на 245 млрд.грн, а їх частка в загальній кількості безготівкової операції зросла на 9,5 в.п. і склала 35,8 %. Разом з тим розрахунок платіжними картками зменшився з 31.9% до 29,3%.[2]

Тому сьогодні запровадження інновацій у сферу банківських послуг має неабияке значення. Дистанційне обслуговування клієнтів має стати пріоритетним напрямком розвитку банків, які впроваджують Інтернет-банкінг, адже це збільшить конкурентоспроможність банківських продуктів та розширить клієнтську базу. Впровадження нових методів ведення банківської діяльності пристосує традиційних банкінг до сучасних викликів та умов суспільства.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт організації Alibaba. URL: <https://www.alibaba.com/>
2. Національний Банк України URL: <https://bank.gov.ua/news/all/u-2018-rotsi-ukrayintsi-vse-chastishe-nadavali-perevagu-bezgotivkovim-operatsiyam>

УДК 330.34

Дерманська Л.В.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу ТНЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Dermanska L.V.

INNOVATIVE FACTORS OF COMPETITIVENESS DEVELOPMENT OF THE REGION

Конкурентоспроможність є одним з визначальних чинників рівня і перспектив розвитку регіону. Конкурентоздатними можуть бути тільки такі регіони, які здатні генерувати інноваційні ідеї, доводити їх до готовності і впроваджувати у виробництво. Одну з найголовніших ролей в процесі реалізації конкурентних переваг суб'єктами господарювання регіону є їх інноваційний потенціал.

Не усі регіони нашої країни мають достатні ресурси для подальшого розвитку через проведення прогресивних структурних зрушень, що викликає необхідність державного регулювання, що виступає найважливішим засобом забезпечення динамічного протікання інноваційних процесів.

До числа базових чинників розвитку слід відносити інноваційну складову, в основі якої лежить прогресивна ідея, результат інтелектуальної діяльності, виражений в практичному застосуванні новітніх досягнень науки, техніки у будь-якій сфері життєдіяльності людини.

При аналізі конкурентних переваг доцільно спиратися на теорію "конкурентного ромба" М. Портера [2]. Чотири атрибути території, кожен окремо і всі разом складають основу конкурентних переваг. До них відносяться:

- факторні умови: людські та природні ресурси, науково-інформаційний потенціал, капітал, інфраструктура;
- умови внутрішнього попиту: якість попиту, відповідність тенденціям розвитку попиту на світовому ринку, збільшення обсягу попиту;
- суміжні та обслуговуючі галузі;
- стратегія та структура фірм, внутрішньогалузева конкуренція: цілі, стратегії, способи організації, менеджмент фірм, внутрішньогалузева конкуренція [2].

Принципово важливе те, що в сучасній економічній ситуації конкурентна боротьба все більше зміщується у бік створення і освоєння нових технологічних процесів.

Формування конкурентних переваг суб'єктами нашої країни базується на сучасних досягненнях науково-технічного прогресу при розвитку системи мотивації і з урахуванням процесів глобалізації економіки. Важлива роль в створенні переваг відводиться високим інтелектуальним можливостям населення регіону, персоналу підприємств і фірм, що діють на цій території, а також організацій, що забезпечують розробку і виробництво конкурентної продукції з високими споживчими властивостями і мінімальними ресурсними і енергетичними витратами.

Нині політика зміцнення і розвитку конкурентоспроможності регіону будується на тому, що його конкурентні переваги є засобами, за рахунок яких суб'єкт може випередити своїх конкурентів, і досягти головної його мети - високого рівня життя

Конкурентоспроможність регіону означає стійке зростання рівня життя населення, розширення можливостей для зайнятості і здатність виконувати свої зобов'язання на внутрішньому і зовнішньому ринках.

На сьогодні виявлено, що економічна, соціальна і екологічна сфери взаємозв'язані, а отже проведення інновацій в якій-небудь з них призводить до змін в іншій. У зв'язку з цим оцінка впливу інновацій на міру конкурентоспроможності регіону робиться комплексно, включаючи їх економічну соціальну і екологічну ефективність.

Однак в сучасному світі, коли одним з головних чинників, що забезпечують конкурентоспроможність території, є її інноваційність, що виражається як у здатності території до генерації власних інновацій, так і в здатності сприймати інновації з боку, недостатньо просто забезпечити базові умови функціонування економіки. Необхідно домогтися більш високої, ніж у конкурентів, ефективності використання цих умов.

Саме тому важливою умовою територіального розвитку є знаходження ефективного поєднання зусиль по зміцненню ресурсної бази галузей і розробок поряд зі здійсненням різноманітних інституційних та організаційно-господарських перетворень, які покликані активізувати наявний інноваційний потенціал, створити реальний попит на інновації всередині території і забезпечити довгострокове її розвиток.

Модернізація економіки на основі інноваційної діяльності - це той напрямок розвитку, який дозволить вирішити найважливіші завдання в соціально-економічному розвитку регіонів і держави в цілому. Практика показує, що впровадження нових технологій дозволяє здійснити якісний прорив на ринку товарів і послуг, формувати стійкі конкурентні переваги. Високотехнологічні галузі визначають економічне зростання, сприяють адаптації до високих технологій інших галузей і забезпечують підйом всієї економіки.

Інноваційне середовище регіону можна представити у вигляді системи і визначити як сукупність взаємопов'язаних суб'єктів інноваційної інфраструктури та інноваційного процесу, яким властива висока інноваційна активність і сприйняття. Дані суб'єкти діють в сприятливому інноваційному кліматі, можуть реалізовувати інноваційний потенціал регіону. Інноваційна інфраструктура, в свою чергу, являє собою сукупність інститутів, організацій та механізмів їх взаємодії, в рамках яких здійснюється діяльність з виробництва, зберігання і розповсюдження інновацій.

Фінансово-економічний механізм інноваційної політики на рівні регіону передбачає як прямі форми підтримки науково-технічної та інноваційної діяльності, так і непряму економічну підтримку, яка була закріплену на законодавчому рівні систему пільг, що виражається через: звільнення від податків державних і приватних підприємств; податкові пільги, що стимулюють підприємства до збільшення витрат на дослідження і розробки; податкові пільги для підприємств-початківців на ранніх етапах їх діяльності.

Основні напрями підвищення конкурентоспроможності регіону визначаються на основі використання його потенціалу, конкурентних переваг з урахуванням специфічних особливостей регіону і можливостей і потенційних загроз зовнішнього середовища (макрорівень). При цьому найбільш важливий напрям в сучасних умовах – зростання в регіоні інноваційної активності.

Список використаних джерел:

1. Дульська І. В. Внутрішні джерела збільшення конкурентоспроможності технологістких регіональних економік. URL : http://www.iee.org.ua/files/conf/conf_article28.pdf
2. Портер М.Е. Конкуренція. / М. Е. Портер. – Москва: Видавничий дім «Вільямс», 2005. – 608 с.

УДК 330.341

Дудкін П.Д.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Дудкіна О.П.

Тернопільський національний економічний університет

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗМІН ПАРАДИГМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ ТА МІНЛИВОСТІ СЕРЕДОВИЩА

Dudkin P.D., Dudkina O.P.

SOME ASPECTS OF CHANGES IN THE TOURIST SERVICE PARADIGM IN THE COMPETITION AND VARIETY OF THE ENVIRONMENT

Швидкі зміни, які відбуваються у сфері гостинності, обумовлюють необхідність застосування як традиційних методів та способів задоволення потреб споживачів, так і новітніх.

Як відомо, послуги, надані в сфері гостинності, відрізняються від вироблених традиційним способом товарів, тим, що процес оцінювання споживачем кінцевого продукту не може бути відкладеним, він або споживається, або ж – ні. Відповідно, послугу можна відчутти тільки після її отримання.

Чи знаходяться надавачі послуг і їх споживачі в рівних умовах? Відповідь може відрізнитись в залежності від різних чинників, як зовнішніх, так і внутрішніх, від тих, хто надає послуги, і тих, хто їх споживає. Адже смаки споживачів можуть кардинально відрізнитись. Одна і та ж послуга може викликати як повне задоволення, так і повну відразу, хоча відкидаючи полярні враження – істина завжди десь посередині.

Інформаційні ресурси, які стали для споживачів легко доступними, раз і назавжди змінили наше уявлення про послуги, які ми плануємо отримати. Вони вже не є чимось далеким та ефемерним, їх можна побачити, почути, про них можна почитати відгуки в соціальних мережах, на сторінках спеціалізованих друкованих та електронних видань. Наявність різних видів інформаційних ресурсів урівнює шанси отримувачів і надавачів послуг у їх можливостях: для одних - максимізувати свій прибуток, для інших - отримати максимальне задоволення своїх потреб.

Традиційно суб'єкти підприємницької діяльності готельно-ресторанного бізнесу, які працюють офіційно, розміщують інформацію про наявні вільні місця в готелях, можливість бронювання, умови та вартість проживання і харчування, різноманітні додаткові опції, доступні атракції. Споживачі, реєструючись на відповідних сайтах, також певним чином персоніфікуються, погоджуючись на виконання умов щодо часткової оплати, бронювання, тощо. Як правило, в більшості випадків, туристичні оператори беруть на себе певні фінансові ризики під час реалізації різних транзакцій, але також отримують за це свою частку прибутку, як логістичні посередники.

Проте, практика туристичної діяльності показує, що за останнє десятиріччя, коли в інформаційному просторі масово з'явилися такі гаджети, як смартфони та планшети, що в рази підвищило якість і швидкість інформаційного контенту, споживачі отримали завдяки новим "хмарним сервісам" можливість входити на ринок готельно-ресторанних послуг без посередників, уникаючи додаткових витрат. Відповідно, на ринку індустрії гостинності з'явилися незалежні від будь-яких посередників можливості розміщати інформацію на різноманітних веб-платформах щодо проживання, харчування і використовувати банківські платіжні картки, дуже швидко розраховуватись за послуги.

УДК 658

Екайавхе Джошуа Огхенегаре, Рамадан Абдалла Саїд Халіфа, Нванкво Нкемджіка Адаобі

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРИЧИНИ ГАЛЬМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Ekayavhe Joshua Oghenegare, Ramadan Abdallah Saeed Khalifa, Nwankwo Nkemjika Adaobi

REASONS FOR SLOWDOWN OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF UKRAINE

У ХХІ ст. економічне зростання забезпечується насамперед науково-технічним прогресом та інтелектуалізацією основних чинників виробництва в усіх сферах народного господарювання. Тому в глобальній економічній конкуренції виграють держави, які забезпечують сприятливі умови для інноваційної діяльності, пов'язані з розробленням, упровадженням і використанням новинок. Усвідомлення пріоритетності інноваційного розвитку для зростання соціально-економічних показників як окремих суб'єктів господарювання, так і держави у цілому змушують уряди країн, споживачів, постачальників та інших учасників економічних відносин спрямовувати свої зусилля на активізацію інноваційних процесів у різних галузях економіки. Адже в умовах високої світової конкуренції інноваційна діяльність промислових підприємств є потужним інструментом для посилення ринкових позицій нашої держави. Однак як свідчать сучасні реалії інноваційний розвиток не став потужним підґрунтям для зростання вітчизняної економіки. Позитивні тенденції хоча й спостерігалися протягом кількох років, але мали переважно тимчасовий нестійкий характер, позбавлений чітких довгострокових орієнтирів.

Констатуючи послаблення розвитку інноваційної діяльності в Україні з'ясовано основні причини таких процесів на різних рівнях управління:

- національному: військовий конфлікт на Донбасі та окупація Криму у 2014 р., що значно підірвало стабілізацію та деякі позитивні зрушення показників інноваційної активності промислових підприємств України; значне зниження технічного рівня виробництва; 3) відсутність дієвої системи стимулювання інноваційно-активних підприємств; 4) недосконалість державної інноваційної політики та відповідного законодавства щодо підтримки та захисту інноваційної діяльності; повільне формування в Україні ринку інноваційної продукції; високий рівень морального і технічного зносу основних фондів у промисловості; економічні суперечності між інтересами держави та підприємствами, орієнтованими на інноваційний шлях розвитку; активний «відтік мізків» до країн ЄС, США та інших держав; дисбаланс конкурентного середовища в різних регіонах тощо;

- підприємницькому: недосконалість зв'язків між учасниками інноваційного процесу; низька мотивація розроблення та фінансування інновацій; відсутність ефективного механізму управління інноваційними процесами; нестача фінансових коштів; не усвідомлення необхідності систематичного технологічного переоснащення виробництва сучасними технологіями та технікою; необізнаність маркетингових служб в особливостях комерціалізації інновацій; недосконалість мотивації персоналу, враховуючи підвищену значущість окремих фахівців; відсутність повноцінної інформаційної бази щодо інноваційних проектів тощо.

Таким чином, враховуючи підтверджений закордонним досвідом факт, що за часів уповільнення зростання економіки не знижують, а збільшують витрати на науку,

технологічне переоснащення виробництва, розроблення, впровадження та комерціалізацію інновацій, а також те, що інноваційний сценарій розвитку - це довгий і кропіткий процес на сьогодні вкрай потрібно активізувати інноваційні процеси в економіці України. Інновації ще не мають вирішального значення для розвитку економічної діяльності і забезпечення економічної стабільності держави, хоча інноваційна діяльність є сьогодні чи не найважливішою умовою створення конкурентоспроможних товарів та послуг як фактору зростання економіки нашої країни і держава повинна здійснювати пряме фінансування інноваційних проектів, стимулювати інвестиції в інноваційні проекти з боку приватних і державних підприємств через створення пільгових умов для тих підприємств, які впроваджують прогресивну техніку і технології, а також займаються науково-дослідною діяльністю.

Негативний вплив на інноваційну діяльність зовнішніх факторів посилюється дією внутрішніх негараздів господарювання – той самий «чиновник» у системі управління, а також відставання організації виробництва від розвитку умов та потреб ринкового середовища. Також в Україні на даний час відсутні достовірні схеми, чи адекватні сучасним умовам методи оцінювання інноваційного потенціалу. Через це багато наших підприємств у процесі приватизації втрачають вдвічі, а то і втричі від своєї реальної вартості.

Важливо зрозуміти, що інноваційний розвиток – це довготривалий національний проект. Його реалізація не повинна залежати ні від політичних, ні від будь-яких інших впливів. На основі дослідження вітчизняного та зарубіжного досвіду переходу економік на інноваційний шлях розвитку пропонується при формуванні державної економічної політики перенести центр уваги на роль знанневого фактору в забезпеченні переходу від індустріального до суспільства заснованого на знаннях.

Факторами, що гальмують інноваційний розвиток промисловості України є: відсутність власних та державних коштів; високі кредитні ставки; високий рівень інфляції; технічна недосконалість; високий екоризик; труднощі з сировиною; відсутність коштів у замовника та попиту на продукцію; відсутність інформації про ринок збуту; недосконалість законодавства; відсутність експериментальної бази; розвиток експортоорієнтованого сировинного сектору економіки, внаслідок чого доходи від експорту сировини залишаються за кордоном, і лише в незначному ступені трансформуються у попит на вітчизняну продукцію; відсутність програми підтримки перспективних напрямів розвитку п'ятого та шостого технологічного укладів; недорозвиненість інфраструктури, особливо транспортних мереж (дорожнє будівництво, лізинг нових літаків вітчизняного виробництва, будівництво і модернізація трубопроводів, водних шляхів тощо); відсутність мережі фондів кредитування малого бізнесу; відсутність мережі венчурних фондів для фінансування проривних інноваційних проектів.

Список використаних джерел:

1. Біловодська О. А. Основні причини послаблення інноваційної активності промислових підприємств в Україні / О. А. Біловодська // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXV міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2017, 17-19 травня 2017р.: у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – С. 145.

2. Ілляшенко С.О. Управління інноваційним розвитком промислових підприємства: [монограф.] / С.О. Ілляшенко., А.О., Біловодська. Суми: Університетська книга, 2010. – 281 с.

УДК 658.1:075.8

Зіліневич Г.П., Галушчак О.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ВИРОБНИЧІ ПРОЦЕСИ НАЦІОНАЛЬНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Zilinevich H.P., Galushchak O.Ya.

INFLUENCE OF INNOVATION ON PRODUCTION PROCESSES NATIONAL INDUSTRIAL ENTERPRISES

Не зважаючи на високий інтерес до питань інноваційного розвитку промислового підприємства, існує значний розрив між усвідомленням керівництвом підприємства необхідності інноваційного розвитку та відповідними практичними діями у цьому напрямку. Підтвердженням цього факту є низький рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств, який має тенденцію до зниження. Забезпечення економічного зростання, формування інноваційного середовища вимагає створення і функціонування інноваційних підприємств, що здійснюють організаційні, маркетингові та технологічні інновації, здатні використовувати інтелект людини, її творчий потенціал у процесі виробничої діяльності як найважливіший фактор. Це є основою формування конкурентного середовища вітчизняних промислових підприємств.

Про "неінноваційність" процесів, які відбуваються в економіці нашої країни, свідчить те, що багато нових науково-технічних розробок не знаходять застосування, попит промисловості на вітчизняні технології залишається низьким, український і закордонний капітал практично не інвестують наукомісткі виробництва, а частка країни на світових ринках технологічної продукції залишається дуже малою. Загальна тенденція до значного впливу інновацій та техніко-економічний рівень підприємств, яка існує в західних країнах ринкової економіки, поступово захопить і вітчизняну економіку, оскільки альтернативи цьому процесу просто не існує. Саме цим і визначається актуальність цієї проблеми. Аналізування масштабів та результативності інноваційної діяльності в економіці України свідчить про відносно низьку активність використання на виробництві науково-технічних досягнень, їх слабе залучення до вирішення основних завдань відновлення вітчизняної економіки.

Управління організацією виробничих процесів в умовах інноваційного розвитку дозволить забезпечити інтеграцію економічної діяльності кожного виробника продукції в конкретному регіоні з кожним із споживачів цього продукту як виробничого ресурсу і, таким чином, об'єднати діяльність всіх виробників у межах єдиного інтеграційного об'єднання. Сьогодні найбільш поширеною є така система розвитку організації виробництва, яка поєднує в собі ознаки: підвищення спроможності виробництва адаптуватися до змін, поєднання виробничої діяльності та управління матеріальною складовою виробництва, підвищення продуктивності праці, тим самим орієнтуючись на споживача продукції. Інноваційний підхід до організації виробництва дасть змогу підвищити якість і ефективність управління на підприємстві, адаптувати параметри функціонування організації до зовнішнього або внутрішнього середовища, підтримувати стійкість організації, забезпечувати упорядкованість параметрів структури організації. На будь-якому підприємстві організація виробничих процесів базується на раціональному поєднанні основних, допоміжних і обслуговуючих процесів, які спираються на певну групу законів і відповідних їм закономірностей.

Розвиток інноваційної діяльності промислових підприємств має підкорятися загальним законам формування постіндустріального суспільства, тобто зобов'язаний враховувати певні чинники, що визначають вектор сучасного руху вперед [2]. На успіх

реалізації інновацій на підприємстві впливає безліч факторів, серед яких ученими [1, с. 480] відзначаються такі: науково-технічний потенціал; рівень інноваційної активності; виробничо-технічну базу; основні види ресурсів, особливо інтелектуальних ресурсів; крупні інвестиції; відповідну систему управління. Правильне співвідношення і використання цих факторів, а також тісний взаємозв'язок через систему управління між інноваційною, виробничою та маркетинговою діяльністю промислового підприємства призводять до позитивного результату здійснення інноваційної стратегії. Визначення загальнодержавних аспектів політики стимулювання інноваційної діяльності у контексті забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника на і внутрішньому і зовнішньому ринках набуває виняткової актуальності на сучасному етапі розвитку економіки України, що характеризується недостатньою кількістю джерел фінансування, відсутністю механізму стимулювання творчої праці й захисту прав інтелектуальної власності та недостатньою мірою сприяє інноваційному розвитку промислових підприємств.

Факторами, що гальмують інноваційний розвиток промисловості України є: відсутність власних та державних коштів; високі кредитні ставки; високий рівень інфляції; технічна недосконалість; високий екоризик; труднощі з сировиною; відсутність коштів у замовника та попиту на продукцію; відсутність інформації про ринок збуту; недосконалість законодавства; відсутність експериментальної бази; розвиток експортоорієнтованого сировинного сектору економіки, внаслідок чого доходи від експорту сировини залишаються за кордоном, і лише в незначному ступені трансформуються у попит на вітчизняну продукцію; відсутність програми підтримки перспективних напрямів розвитку п'ятого та шостого технологічного укладів; недорозвиненість інфраструктури, особливо транспортних мереж (дорожнє будівництво, лізинг нових літаків вітчизняного виробництва, будівництво і модернізація трубопроводів, водних шляхів тощо); відсутність мережі фондів кредитування малого бізнесу; відсутність мережі венчурних фондів для фінансування проривних інноваційних проектів.

З метою поліпшення характеристик інноваційної діяльності, доведення їх до рівня стандартів розвинених країн та з метою забезпечення науково-технологічних послуг досягнення конкурентоспроможності економіки України та її регіонів на інноваційній основі слід розробити відповідні заходи. До них слід віднести: суттєве покращення техніко-економічного стану суб'єктів і науково-дослідних установ та промислових підприємств; кардинальну зміну підходів щодо пріоритетів досліджень відповідно 6-7 технологічних укладів; ринкову дооцінку використання зазначених об'єктів та розробку механізмів сучасної структури фінансування досліджень. Необхідно здійснити поглиблений аналіз ефективності і перспективності наукових досліджень інституцій наукової, інноваційної діяльності, щоб фокусувати їх в кластери. Проведення інноваційних заходів у складних умовах сучасної економічної ситуації об'єктивно пов'язане зі значними труднощами та фінансовими ризиками.

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. 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 351:502

Кирич Н.Б., Ціх Г.В., Гагалюк О.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЕКОЛОГІЧНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ: НОВІ ЄВРОПЕЙСЬКІ ВЕКТОРИ КУЛЬТУРНИХ РЕФОРМ

Kyrych N.B., Tsikh H.V., Nahaliuk O.I.

ENVIRONMENTAL POLICY OF THE STATE: NEW EUROPEAN VECTORS OF CULTURAL REFORMS

Удосконалення управління національним господарством України в умовах Євроінтеграційних процесів передбачає послідовну реалізацію заходів у сфері гермінативного розвитку. Загальне економічне зростання, що повинно спостерігатися в Україні, на даний час супроводжується форсованою експлуатацією природно-ресурсного потенціалу, порушенням екологічних систем внаслідок техногенної і антропогенної дії на культуру народу так і на оточуюче середовище. Загострення екологічної кризи в Україні актуалізує гермінативну проблематику формування збалансованого економічного розвитку і вимагає вивчення еколого-економічної системи з позиції стійкості в довготривалому інтервалі часу як культурного аспекту української нації. Необхідно зауважити, що дослідженнями проблем екологічного (гермінативного) розвитку займалися багато зарубіжних учених серед яких: П. Верден, Г. Дейлі, В. Джевонс, А. Дженіке, Р. Констанца, Т. Мальтус, Б. Митлін, Е. Пеццей, Ф. Пірс, К. Ріс, О. Кристіансен, Б. Пеццей, А. Якобс та ін. Серед українських учених, які працюють за цим напрямом, слід відзначити О. І. Амошу, В. М. Андрєєву, В. П. Антонока, І. К. Бистрякова, О. О. Веклич, Н. І. Верхоглядову, О. Л. Гальцову, Л. А. Горошкову, Я. А. Жаліло, Д. В. Зеркалова, А. М. Колота, Е. М. Лібанову, О. І. Маслак, Л. М. Мельник, О. В. Покатаєву, Т. В. Стройко, А. І. Сухорукова, М. А. Хвесика, Є. В. Хлобистова, Н. М. Шмиголь та ін. Разом з тим вивченню ролі та місця екологічної політики в контексті гермінативного розвитку, та впливу зазначених відносин на його економічну, соціальну та культурну складові приділено недостатньо уваги, що й зумовлює актуальність дослідження у цій сфері суспільного життя.

Насправді, для забезпечення переходу до сталого розвитку країни особливу увагу необхідно звернути на формування не лише головних принципових механізмів екологічної політики, оскільки саме дана політика визначає особливості природних, соціальних і господарських умов функціонування національного господарювання, а і культурного чинника. Комплексне вирішення проблем еколого-економічного та соціально-культурного розвитку держави – це, безумовно, актуальне завдання сучасності. У цьому контексті наукове обґрунтування теоретико-методологічних засад розвитку згаданих детермінант гермінативної політики України має важливе прикладне значення та обумовлює актуальність обраної теми статті.

Серед найбільш суттєвих результатів дослідницької роботи слід відзначити відому систему релевантних параметрів культурної детермінанти екологічної політики, що включає: якість забезпечення населення базовими соціальними благами та послугами; розвиток і підвищення добробуту населення; забезпечення умов соціальної справедливості. Це дало змогу визначити соціально-культурні пріоритети та врахувати їх під час формування екологічно-гермінативної політики в Україні.

Слід зазначити, що теоретичне та практичне значення в цих обставинах економіко-математичного моделювання – для побудови моделей взаємодії соціально-економічної й гермінативно-культурної детермінанти екологічної політики та сталого розвитку національного господарства, кореляційно-регресійний аналіз – для побудови моделей, що враховують вплив факторів на результуючі показники щодо сталого розвитку економіки України та її екологічної політики.

Можна констатувати, що отримані експериментальні результати є суттєвими для розвитку соціальних детермінанти екологічної політики України та можуть бути використані в діяльності органів державного управління різних рівнів в т.ч. і в умовах добровільного об'єднання територіальних громад.

В цих обставинах слід відмітити наступні вектори удосконалення цього напрямку суспільної діяльності:

1. Темпи зростання параметрів соціальної складової державної політики, що впливають на гермінативно-культурний (екологічний) розвиток. В цьому зв'язку доцільно визначити прогностичні значення з подальшим оцінюванням вірогідності прогнозованих параметрів у майбутньому періоді, використовуючи рівняння лінійного тренду динамічного ряду та ін.

2. Доречним в цих обставинах є уточнення позиції держави щодо запропонованої моделі розрахунку інтегрованого еколого - економічного показника. За твердженням Л. Д. Тарасенка [6-7] з одного боку, чинник фактор здійснює позитивний вплив на навколишнє середовище. З іншого боку, числове вираження факторів завжди ≥ 0 , збільшення витрат призводить до зниження його ефективності». На нашу думку, тут присутня формально логічна суперечність, оскільки в процесі доведення створились умови для одночасного доказу істинності і хибності запропонованої автором моделі. В цих обставинах рекомендовано систему релевантних параметрів соціальної детермінанти екологічної політики, що включає: а) якість забезпечення населення базовими соціальними благами та послугами; б) розвиток і підвищення добробуту населення; в) забезпечення умов соціальної справедливості. Результуючими показниками є розвиток людського й соціального капіталу.

Встановлено, що систему критеріїв оцінювання та моніторингу параметрів ефективності соціальної детермінанти екологічної політики становлять:

а) якість забезпечення населення базовими соціальними благами й послугами: якісні умови навколишнього середовища (рівень народжуваності та смертності); рівень забезпеченості продуктами харчування (обсяги споживання основних продуктів харчування на одну особу та їх відповідність стандартам);

б) розвиток та підвищення добробуту населення. Добробут населення в контексті екологічної політики формується на основі складових: якість життя (рівень життя та умови життя) та способу життя (трудова, демографічна й міграційна активність).

в) забезпечення умов соціальної справедливості. Показником підвищення якості людського капіталу запропоновано вважати показник запасу здоров'я (рівень захворюваності), а соціального капіталу суспільства – кількість громадських екологічних рухів та організацій.

Оцінювання стану ефективності культурної детермінанти гермінативної політики в Україні за виокремленими показниками. Встановлено, що впродовж 2010–2017 рр. спостерігались як позитивні, так і негативні тенденції, що свідчить про необхідність постійного моніторингу цих параметрів і здійснення корегувального впливу на основні напрями екологічної політики з урахуванням можливих загроз і ризиків. В свою чергу формування параметрів екологічної політики в умовах гермінативного розвитку

держави пропонується здійснювати з урахуванням тих галузей національного господарства, які суттєво впливають на рівень культури у державі.

Отже, забезпечення сталого розвитку національного господарства та його провідних галузей з урахуванням взаємозв'язку трьох основних детермінант – економіко-екологічної й соціально-культурної із застосуванням економетричної моделі розподіленого лагу.

За результатами проведеного дослідження взаємної кореляції між парами величин: ВВП у фактичних цінах (країни, галузі, регіону) – витрати на охорону навколишнього середовища в країні, галузі, регіоні; обсяги викидів забруднювальних речовин в країні, галузі, регіоні – витрати на охорону навколишнього середовища в країні, галузі, регіоні; обсяги утворення відходів у галузі – витрати на охорону навколишнього середовища в країні, галузі, регіоні, – встановлено наявність лагу. Його наявність пояснена наявністю затримки щодо впливу витрат на охорону навколишнього середовища та економічний стан країни і регіону. Існує також затримка щодо впливу природоохоронних заходів на обсяги виробництва продукції, робіт та послуг.

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б.М. Ресурсономіка: теоретичні та прикладні аспекти / Б.М. Андрушків, Ю.Я. Вовк, І.П. Вовк та ін. – Тернопіль: Терно-граф, 2012. – 456 с.
2. Андрушків Б.М. Інноваційні підходи до раціонального і ефективного використання природних ресурсів / Б.М. Андрушків, Ю.Я. Вовк, В.А. Паляниця, О.Б. Погайдак // Інноваційна економіка, 2012. – №1.– С. 13-18.
3. Вовк Ю., Погайдак О. Вплив факторів ресурсоемності продукції на ефективність виробництва в машинобудівній галузі. / Збірник тез XV наукової конференції ТНТУ ім. Івана Пулюя.
4. Вовк Ю. Організаційно-економічний механізм управління раціональним використанням ресурсів // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 1 (4). – URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11vyuvr.pdf>.
5. Чечель А. О., Тарасенко Д. Л., Сухова К. К. Реалії та перспективи розвитку соціальної сфери в умовах децентралізації / Проблеми та перспективи розвитку державного управління в умовах реформування: колективна монографія / заг. ред. А. О. Чечель /, Є. В. Хлобистова. Бельско-Бяла (Польща): Вища школа економіки та гуманітаристики, 2017. С. 272–287.
6. Тарасенко Д. Л. Соціальні та екологічні детермінанти формування національної політики сталого розвитку: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: ФОП Халіков Р. Х., 2018. 440 с.
7. Тарасенко Д. Л. Соціальний ресурс сталого розвитку: інституціональні умови та фактори впливу в Україні. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України / гол. ред.: М. О. Кужелев. 2018. № 2. С. 396–414. URL: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Znnpndps/index.html>.

УДК 338.486

Королюк С.Р., Малюта Л. Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Koroliuk S.R., Maliuta L.Ya.

INNOVATIVE ASPECTS OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE TOURIST MARKET OF UKRAINE

Як відомо, розвиток будь-якого підприємства неможливий без вироблення стратегічних напрямів діяльності, які ґрунтуються на нововведеннях і мають інноваційний характер. Власне інноваційний характер виробництва та надання послуг, як зазначалось раніше у наших дослідженнях, є одним з найвагоміших факторів, що визначають успіх підприємства в ринковому середовищі, його фінансову стабільність та конкурентоспроможність. Особливої уваги цей чинник набуває в умовах ринкової трансформації національної економіки, коли інновації слід розглядати як ресурс підвищення конкурентоспроможності продукції окремих підприємств, галузей та промисловості в цілому не лише на вітчизняному ринку, але й на міжнародному [1].

Дослідженню сутності категорії «розвиток підприємства» у теоретико-прикладному контексті присвячені роботи багатьох науковців. Зокрема, Е. М. Коротков [2, с. 296] визначає розвиток підприємства як сукупність змін, які ведуть до появи нової якості та зміцнення життєвої системи, її здатність чинити опір руйнівним силам зовнішнього середовища. В. Кифяк [3, с. 192] відмічає, що кількісні та якісні зміни, що формуються внаслідок взаємодії підсистем, передумов, факторів та принципів, спрямовані на досягнення пріоритетів підприємства. Не можна не погодитися, що саме таке розуміння вказує на необхідність управління розвитком підприємства, адже формування його вектору й траєкторії має підпорядковуватися цілям і пріоритетам підприємства. Акцент на циклічний характер розвитку простежується в дослідженнях О.Є.Кузьміна [4], який обґрунтовує, що особливості діяльності підприємства залежать від стадії його життєвого циклу. Б. Мільнер розглядає розвиток підприємства як життєвий цикл, що має фази виникнення, зростання, зрілості і занепаду [5].

Ю. А. Плугіна [6, с. 194] стверджує, що в сучасних умовах господарювання розвиток підприємства здійснюються на основі ефективного використання інтелектуально-кадрових ресурсів та інформаційних технологій.

Аналізуючи дослідження, проведені А.Р. Дунською [7], бачимо що авторка розглядає розвиток підприємства в трьох основних аспектах:

1) технічний (науково-технічний) розвиток – спрямований на вдосконалення якості продукції, технології, послуг за рахунок впровадження техніко-технологічних нововведень;

2) ринковий розвиток – полягає в розширенні сфери споживачів, збільшенні частки ринку тощо;

3) організаційний розвиток – зорієнтований на розвиток окремого працівника, групи, вдосконалення системи та процесів управління тощо.

Кожен з цих аспектів розвитку має інноваційний характер. Отже, можна стверджувати, що базовим елементом процесу розвитку підприємств будь якої галузі національної економіки, у тому числі й індустрії гостинності, є нововведення.

Слід зазначити також, що у контексті дослідження проблем стратегічного розвитку підприємств на туристичному ринку України, особливу увагу необхідно звернути власне на другий та третій аспекти – ринковий та організаційний.

Результати моніторингу готельного ринку України показали, що існують такі вітчизняні підприємства гостинності, в яких технічний аспект розвитку знаходяться на високому рівні, тим не менше, щоб знайти інформацію про вищезгадані заклади потрібно задіяти чимало зусиль.

Прикладами таких готелів є «Verholy Relax Park», «Хижина спа», «Карпатський», «GoodZone» – і це зовсім невичерпний перелік готелів.

Аспекти ринкового та організаційного розвитку стали значною проблемою для згаданих категорій готелів.

Невміле або неповне використання інструментарію SEO, SEA, SMM, SMO, SEM або навіть неправильне комбонування даних технологій призводить до незначного охоплення потенційної аудиторії користувачів готельних послуг. Відповідно дана проблема зумовлена прогалинами у системі управління готелем, що формує негативний вплив на аспект організаційного розвитку в цілому.

Свою чергою, взаємозалежність факторів організаційного та ринкового розвитку призвели до проблемного функціонування останнього з них.

Основними кроками до подолання вищезгаданих проблем можуть стати: оновлення системи управління готелем, особливо засобів та методів просування продукту, підбір висококваліфікованих спеціалістів з просування готельних послуг в «Інтернеті», надання компліментарних послуг, виступатиме прояв політики гедонізації відпочинку та сприятиме створенню позитивного іміджу готелю в очах клієнта.

Реалізація розвитку підприємства за допомогою стратегічного управління готельним господарством можлива лише за умови, якщо воно є стратегічно орієнтованим, в якому кадри мають стратегічне мислення, де існує система стратегічного планування, що надає можливість розробляти і використовувати інтегровану систему стратегічних планів, а поточна діяльність, спрямована на досягнення стратегічних цілей [8].

В рамках вищезгаданого підходу слід зазначити, що перманентний розвиток підприємства є обов'язковою умовою його ефективного функціонування на ринку, а інтенсивність, спрямованість та траєкторія розвитку визначається сукупністю факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Малюта Л. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства // Соціально-економічні проблеми і держава. Вип. 1(4). 2011. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011>
2. Коротков Э. М. Концепция менеджмента. М.: Дека, 1997. 304 с.
3. Кифяк В. Теоретичні основи визначення категорії «розвиток підприємства» // Економічний аналіз. Тернопіль, 2011. Вип. 8, ч. 2. С. 190–194.
4. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту : підруч. Київ : Академвидав, 2003. 416 с.
5. Мильнер Б. З. Евенко Л. И. Системный подход и организация. М. : Экономика, 1983. 224 с.
6. Плугіна Ю. А. Интеллектуальный розвиток: сутність поняття // Вісн. економіки транспорту і промисловості. Харків, 2011. № 36. С. 193–196.
7. Дунська А.Р. Інноваційна стратегія як сучасний інструмент управління розвитком підприємства URL: http://www.confcontact.com/20101008/5_dunaska.htm
8. Ремеслова О.Л. Стратегічне управління підприємством готельного господарства: автореф: Ремеслова О.Л. ДНУЕТ. Донецьк, 2010. 22 с.

УДК 338.48

Костишин Н.С.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу ТНЕУ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНФЕРЕНЦ-ТУРІВ ЯК ОДНОГО З ВИДІВ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Kostyshyn N.S.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF CONFERENCE TOURS AS ONE OF THE KIND OF BUSINESS TOURISM

Туристична галузь України з кожним роком має позитивну динаміку свого розвитку, адже незаперечним фактом залишається те, що туризм приносить значну частку доходу у казну держави. На міжнародному та державному рівнях відбулося переосмислення значення туризму в освітньому, культурологічному, соціально-економічному, політичному житті народів як важливої умови взаємного ознайомлення громадян різних країн з досягненнями світової цивілізації, скарбами духовної та матеріальної культури.

За останні роки від надання туристичних послуг бюджет України поповнився на 1,68 млрд.грн. (2017р.) та 4,2 млрд.грн. (2018р.) [1]. Загалом за ці роки туроператорами і турагентами було надано послуг 2806,4 тис. осіб (2017р.) та 4557,4 тис. осіб (2018р.), з ним іноземним громадянам – 39,6 - 75,95 тис. осіб за відповідні період [2]. Якщо розглядати статистичну інформацію щодо мети здійснення туристичної подорожі, то найбільша частка в нашій країні припадає на відпочинок та дозвілля – 93% (рис. 1).

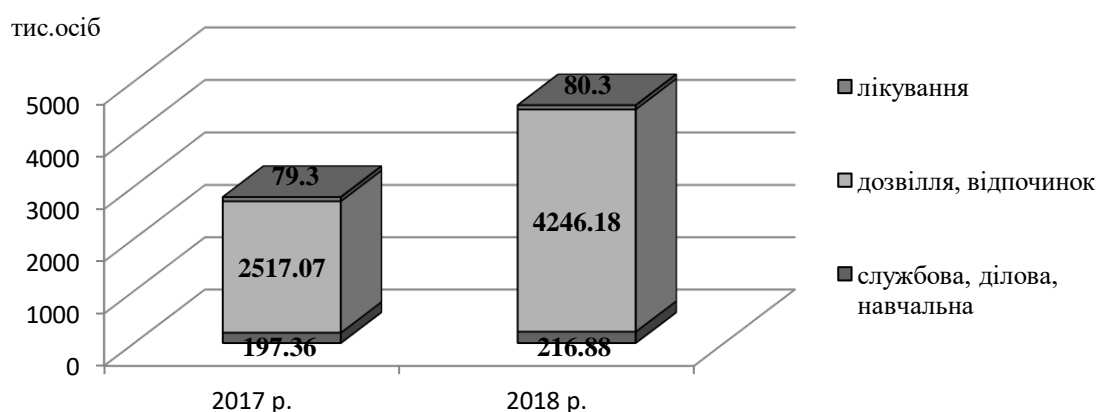


Рис.1. Розподіл туристів, обслужених туроператорами та турагентами, за метою поїздки та видами туризму у 2017 - 2018 роках

Позитивну тенденцію спостерігаємо щодо збільшення подорожей з метою виконання службових завдань, навчання чи бізнес-туризму. Приріст у 2018 році становив 19,58 тис. осіб, що перевищило частку у 5% від усієї кількості осіб, які скористались туристичними продуктами.

Глобалізація світової економіки та, як наслідок, інтенсифікація наукових, ділових та культурних зв'язків стимулює збільшення поїздок зі службовою і діловою метою та спонукає до проведення різного рівня бізнес-заходів. Навіть в умовах політичної та економічної кризи попит на проведення корпоративних заходів залишається досить стійким та супроводжується неухильною тенденцією до зростання. Саме тому вивчення динаміки та тенденцій розвитку ділового туризму є актуальним в умовах сьогодення.

Сучасний туризм із діловою метою усе більше набуває перспективного виду туризму. Першочоговими чинниками є те, що такий туризм не залежить від сезону, а

також від рівня доходу клієнта. Сьогодні у світі його вважають феноменом ХХІ століття, який займає майже половину сегменту ринку туризму та гостинності. Туристичні експерти сходяться до єдиної думки, що діловий туризм є одним із найприбутковіших видів туризму. Так, саме цей вид подорожей приносить 50% доходу авіаперевізникам, 60% – готелям і 70% – компаніям з прокату автомобілів. Одна з прибуткових особливостей цього виду туризму – попит на комбіновану програму: близько 3 днів активної роботи в конференц-залі, а потім 1-2 дні насиченого відпочинку з екскурсійними поїздками. При цьому добові витрати таких туристів у середньому складають близько 345 доларів [3].

Першими організованими туристичними подорожами пізнавально-ділового характеру були поїздки на міжнародні ярмарки і виставки у закордонні країни. Діловий туризм охоплює групи людей, об'єднаних єдиною метою або фаховими інтересами. Це бізнесмени, інженери, лікарі, педагоги, спеціалісти сільського господарства, які здійснюють туристичні подорожі за спеціальними програмами і маршрутами.

Вважаємо, що для розвитку туристичної галузі України слід більше уваги приділяти створенню туристичних продуктів ділового туризму, як в країні в цілому, так і в конкретних регіонах. Особливо цікавою та перспективною формою є організація та проведення конференц-турів. Проведення конференцій є ефективним інструментом побудови іміджу й репутації будь-якої організації. Багато підприємств, наукових установ та ряд інших юридичних осіб регулярно проводять чималу кількість подібних заходів, переслідуючи різноманітну мету. Відтак, значна кількість керівників вибирає пріоритетним оплатити послуги стороннім особам, які беруть на себе відповідальність здійснити усі роботи, пов'язані з організацією конференцій, з'їздів, семінарів, симпозіумів та конгресів, на високому рівні. Адже від якості підготовчих робіт, продуманості усіх деталей до найменших дрібниць, залежить рівень та успіх проведення відповідного заходу.

Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня та для цього потрібно докласти багато зусиль, що стосуються розбудови і вдосконалення ділової інфраструктури регіонів, міст, налагодження взаємодії з провідними міжнародними організаціями ділового туризму та індустрії зустрічей, залучення фінансової підтримки з боку держави та розробки ґрунтовної цільової програми розвитку ділового туризму в Україні.

Отже, сьогодні особливої уваги потребують питання покращення туристичної галузі. З цією метою, вважаємо за необхідність, більше зусиль спрямувати на забезпечення якісного проведення конференц-турів, як різновиду ділового туризму. Для цього слід налагодити скоординовану роботу усіх суб'єктів туристичної та ділової галузі щодо просування відповідних турпродуктів на вітчизняному й світовому ринках.

Список використаних джерел:

1. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2678086-torik-nadhodzenna-do-budzetu-vid-turisticoi-galuzi-zrosli-u-25-raza.html>
2. Туристична діяльність в Україні у 2018 році. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_ty_r_dil.htm
3. Зима О. Г. Ін센сив-туризм як приклад успішного менеджменту організацій./ О. Г. Зима, Н.В. Кузьминчук // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 1 (2). – С. 275 - 282.
4. Музичка Є. О., Петренко В. А. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні / Є. О. Музичка, В. А. Петренко. // Економіка та держава. – 2018. – № 1. – С. 55 - 60.

УДК 677

Криськова Л.П., Криськова С.А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПОТЕНЦІАЛ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЗАХІДНОГО ПОДІЛЛЯ

Kryskova L.P., Kryskova S.A.

THE POTENTIAL OF THE RESTAURANT BUSINESS OF THE WESTERN PODILLYA

В етнографічних дослідженнях зафіксовано, що українська кулінарія налічує понад 4 тисячі рецептів різноманітних страв з м'яса, особливо свинини, риби, овочів, яєць, молочних продуктів. Постійно присутні в українському меню найрізноманітніші борошняні страви: вареники, галушки, млинці, налисники, бабки, кльоцки, деруни (тертюхи, картопляники, матаржаники), зрази; різноманітністю та вигадливістю відзначається випічка: паски, тістечка, пироги, маківники, вергуни, солодовники тощо. Як і всяка кухня з багатим історичним минулим, українська кухня є в значній мірі регіональною, інтегруючи кулінарні традиції інших народів. Так, західноукраїнська кухня помітно відрізняється від східноукраїнської: відчувається вплив польської, угорської, німецької, чеської та румунської кухонь.

Гастрономічний туризм є одним із найперспективніших напрямків розвитку ринку туристичних послуг. Адже це вид туризму, який пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій, знайомством з особливостями місцевої кухні тощо. Він дає можливість через дегустації унікальних продуктів і страв, властивих виключно певному регіону, розкрити усе багатство місцевих традицій, пізнати менталітет та вікові традиції народів через культуру приготування і вживання їжі. Організація таких турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій та дозволяє туристу ознайомитися з історією та рецептурою кухні того чи іншого регіону, взяти безпосередню участь в приготуванні страв та їх дегустуванні.

Саме тому в даній сфері актуальним є запровадження інноваційних технологій із метою підвищення конкурентних переваг та утримання і розширення клієнтської бази шляхом підтримки довіри і зацікавленості у конкретному закладі. Однією з них є створення нових маршрутів та проектів, застосування ІТ-технологій, бенчмаркінгу, мультимедійних засобів для реклами та охоплення більшої частини цільової аудиторії.

На Західному Поділлі створені сприятливі умови для формування інноваційного розвитку гастрономічного туризму, адже Поділля – наймальовничіший регіон з неповторним колоритом і багатою кулінарією. Фестиваль ресторанних технологій «BestCookFest-Podillia» в Кам'янці-Подільському є тому прикладом, під час якого проходять майстер-класи провідних фахівців кулінарного мистецтва, презентації тематичних страв, майстер-класи від шеф-кухарів від гостей з-за кордону та іменитих гастрономічних закладів.

Нині досвід туристичної подорожі не обмежується лише фактичними днями її здійснення, а починається значно раніше, з її підготовки (турист збирає інформацію, порівнює, купує). Цей досвід закінчується, коли мандрівник оцінює й ділиться своїми враженнями через соціальні мережі.

Ключову роль у процесі створення гастрономічного іміджу туристичної дестинації відіграють відомі шеф-кухари, засоби масової інформації, туристичні путівники, гастрономічні блоги та соціальні мережі. Це підвищує попит на використання ІТ-технологій для залучення більшої кількості туристів, а в перспективі це сприятиме покращенню туристичного іміджу регіону та зростанню туристичних потоків, що позитивно відіб'ється на місцевих бюджетах.

УДК 338.4

Крочак В.В., Стойко І.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ КАРАНТИНУ

Krochak V.V., Stoyko I.I.

RESTAURANT BUSINESS IN QUARANTINE CONDITIONS

Ну ось, глобальна епідемія коронавірусу добралася і до нашої країни. На жаль, це було очікувано, варто тільки подивитися новини про ситуацію в світі.

Вже зараз ясно, що карантин через пандемію коронавірусу викличе одну з найбільших криз в сфері HoReCa в Україні за останні роки.

HoReCa, (абр. від англ. Hotel/Restaurant/Café – термін, що позначає сферу індустрії гостинності (громадського харчування та готельного господарства). Назва «**HoReCa**» походить від перших двох літер в словах Hotel, Restaurant, Cafe / Catering (готель – ресторан – кафе / кейтеринг).

І очікувано, що глобальний психоз у зв'язку з вірусом приведе до глобальних втрат і в ресторанному бізнесі – до 50% і навіть більше. Ні, люди їсти й пити не перестануть. Але багато хто вже обмежують свої пересування по місту і по країні.

Страшно – а раптом хтось чхне або покашляє в транспорті, на вулиці або в ресторані – а у нього вірус! Косо, дуже косо дивляться на таких захворілих, сахаються і відвертаються від них. І звичайно, в цій ситуації піти в ресторан, бар або кафе здається не цілком розумним. Все-таки в хорошому ресторані кожен день буває не менше сотні чоловік, а в деяких особливо успішних навіть кілька тисяч. І тут включається панічна арифметика: а скільки може бути хворих серед всієї цієї купи народу? Хоча насправді все не так. У багатьох ресторанах набагато чистіше, ніж у багатьох квартирах або під'їздах. Ну ви ж не мисте свій туалет по 10 раз в день, а в ресторані миють. І персонал постійно мие руки, і проходить медогляд. І протирає столи багато разів на день. Але заботони дуже сильні, і як показує приклад Італії, не тільки у нас.

А тут ще карантин. Закриття шкіл і дитячих садків утворило тисячі, сотні тисяч безпритульних дітей, яких тепер потрібно кудись прилаштувати. Але ж є ще туристи, яких немає. У ресторанах в центрі міста частка туристів становить до 20%, а у деяких навіть більше. І тепер вся ця частка просто втрачена на якийсь час.

Але є і промінь світла в цьому темному царстві страхів і вірусів – це доставка в ролі антивірусної програми.

Як же добре, що зараз вже 2020 рік, і доставка всього вже досить розвинена. У ресторанів є і власні служби, і є великі сервіси як Glovo або Uber eats. Тому якщо страшно, але є все-таки хочеться – можна і навіть потрібно замовляти, додому, в офіс, на пенёк в лісі. На жаль, доставка є далеко не у всіх містах та закладах, і саме у таких закладів будуть найбільші втрати.

Формати закладів, які раніше, в принципі, не працювали з доставкою – бари, паби, кав'ярні, закладу з караоке, кальянні – також борються за гостей: багато хто пропонує акції і знижки за самовивіз страв і напоїв.

Наприклад, бари – у них практично немає продукції, яку можна замовити додому. Коктейлі та алкоголь наразі взагалі доставці практично не підлягають, та й головне в будь-якому барі навіть не напої, а атмосфера і спілкування, а його вже не доставиш. Або кав'ярні – чашечку кави можна доставити хіба що на сусідню вулицю. До категорії найбільш "втрачають" можна віднести і заклади з караоке, кальянами, дискотеками,

дитячими розвагами – у них стане менше відвідувачів, набагато менше. Але навіть доставка не врятує від втрат ресторанний бізнес. Оренду і комунальні потрібно платити, персонал можна скоротити, але все одно комусь же треба працювати, навіть для приготування на доставку.

Більшість рестораторів вважає за краще почекати кілька днів, перш, ніж приймати якісь рішення про новий формат роботи. Вони хочуть зрозуміти реальні потреби людей під час карантину. Не всюди у нас доставка буде працювати. Сидячи вдома з гречкою люди не замовлять доставку готової їжі, з супермаркету – так, з аптеки – так, а ось з ресторану – під питанням.

Можна домовитися про зниження оренди на якийсь час, але далеко не всі власники приміщень захочуть на це піти. У підсумку замість зростання прибутку в активні весняні місяці більшість ресторанів отримають тільки чисті збитки.

Деякі ресторатори вперше стикаються з необхідністю зупинити роботу своїх закладів. Зупинені ресторани не зможуть платити оренду, зарплату персоналу, обов'язкові податкові платежі, розраховуватися з постачальниками. Тим, у кого кредити, це просто банкрутство.

Хто прогодує персонал, і як його зберегти? Чи не найбільше від обмежень роботи ресторанів постраждають їхні співробітники. Адже персонал масово відправляють у відпустку, іноді – за свій рахунок. Працювати на період карантину залишиться не більше 20-25% всіх зайнятих при організації доставки.

Ресторани працюють з фінансовою моделлю, що не припускає величезного резервного фонду. Вони завжди чесно і в термін виплачували зарплати, але зараз просто не буде того операційного доходу, який би дозволив це зробити. Тому кризу переживуть не всі.

Всі без виключення ресторатори отримають збитки. Але підрахувати їх можна буде тільки після закінчення карантину. Якщо карантин триватиме недовго, тоді, оптимізувавши процеси, велика частина компаній зможе протягом півроку-року відновитися. Але якщо блокування роботи закладу затягнеться на кілька місяців, а пандемія не зменшить обертів, гряде серйозна економічна криза, яка буде стосуватися усієї галузі.

І ще один факт – багато бізнесів приймають рішення про відправку співробітників у неоплачувану відпустку, або про переведення на дистанційну роботу. В результаті у людей буде просто менше грошей, щоб їх витратити в ресторанах. А тут ще як рояль за кутом падаюча гривня, а це для більшості це сигнал до економії у всіх сферах життя. Багатьом доведеться просто затягнути пояси, і тут вже не до ресторанів.

Цей час потрібний просто пережити. Перетерпіти, скоротити витрати де можна, і все ж радувати себе улюбленими стравами з улюблених ресторанів. Просто радіти життю. І звичайно, мити руки перед їжею!

Що на сьогоднішній день?

Настають складні часи. Поки ще ресторатори не можуть оцінити збитки, але, найімовірніше, вони будуть значними. У цей момент доля всієї індустрії залежить від того, наскільки злагоджено і чесно ми будемо працювати, як ми реагуватимемо на виклики.

За прикладом країн Європи, які стикнулися зі схожою ситуацією, необхідно, щоб органи державної влади розглянули можливість введення податкових канікул для ресторанного бізнесу. Для цього потрібно з розумінням поставитися до ситуації всіх орендодавців. І це стосується не лише ресторанів і їх партнерів, це стосується всіх. На оплату оренди зазвичай іде 10-15% виручки ресторану. Закритий ресторан не може виконувати обов'язки за цими платежами.

УДК 338.3

Кубів Н.Я., Юркевич Г.Й.

Чортківський навчально-наукового інституту підприємництва і бізнесу ТНЕУ

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙ В СФЕРІ ПОСЛУГ І ПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Kubiv N.Y., Yurkevych H.Y.

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF INNOVATIONS IN SERVICES AND INDUSTRIAL PRODUCTION

Сьогодні сфера послуг – це одна з найперспективніших галузей економіки, яка швидко розвивається, тому інновації в цій сфері є досить ефективним та потужним механізмом розвитку.

Саме первинний аналіз можливостей розвитку сфери послуг при ефективному використанні інновацій визначає актуальність нашого дослідження.

В Україні на сьогодні існує оптимальна наукова та нормативна основа, яка дозволяє швидко опрацьовувати теоретичні й практичні питання інноваційної діяльності в сфері послуг.

Проблематику та сутність питань інновацій у сфері послуг досить вичерпно розкривають українські та закордонні вчені: Г. Армстронг [1], Ф. Котлер [2], Сидорова А. В. [5], Кучерявенко С.Ю. [3], Шаповалова О.М. [6] та інші.

Проте питання основних напрямів інноваційної діяльності з позиції існуючих проблем та перспектив розвитку є недостатньо вивченими.

Під інноваційною діяльністю слід розуміти сукупність управлінських методів, що забезпечують інтеграцію всіх видів нововведень і створення умов, що стимулюють інновації у всіх галузях економіки.[3]

Провівши аналіз наукової літератури та публікацій у засобах масової інформації ,можна виділити наступні елементи інноваційної політики :

- пошук ідеї послуги-новинки;
- проектування та організація виробництва послуги;
- впровадження послуги на ринок;
- спостереження за ходом і наслідками її реалізації.

Не дивлячись на традиційний погляд на сектор послуг, як на індустрію, яка є менш динамічна та інноваційна, ніж промисловість, останні статистичні данні свідчать про те, що сфера послуг стає все більш інноваційною ніж вважалося раніше. Дійсно, деякі види послуг є більш інноваційні ніж промислове виробництво. Практика свідчить , що фірми у сфері послуг використовують нововведення у більшості з тих самих причин що і промислові компанії: збільшити долю на ринку, покращити якість послуг та розширити асортимент продукції чи послуг.

Ми вважаємо, що відмінності, які зазвичай існують між інноваціями продукту та процесів стосуються і сфери послуг (табл.1).

Основна відмінність між інноваціями в послугах та інноваціями в галузях промисловості є те, що у сфері послуг менше використовують науково-дослідницькі роботи, як ключовий рушійний процес інновацій. Хоча науково-дослідні роботи є лише одним з елементів інноваційного процесу в промисловості, інвестиції в НДР тісно взаємопов'язані з введенням інновацій.

Порівняльна характеристика інновацій в сфері послуг і промисловому виробництві

Типи технологічних інновацій	Сфера послуг	Промислове виробництво
Інновації продукту	Розробка і впровадження: принципово нових послуг; - вдосконалення існуючих послуг шляхом додавання нових функцій або характеристик; - значне покращення в забезпеченні послуг (наприклад, з точки зору їх ефективності або швидкості).	Розробка і впровадження технологічно нових і технологічно вдосконалених товарів.
Інновації процесу	Розробка і впровадження нових або вдосконалених методів виробництва і надання послуг	Розробка і впровадження технологічно нових або технологічно значно вдосконалених виробничих методів, включаючи методи передачі продуктів. Інновації такого роду можуть бути засновані: - на використанні нового виробничого обладнання; - на нових методах організації виробничого процесу або їх сукупності; - на використанні результатів досліджень і розробок.

У сучасних умовах розвитку ринку послуг все більшого значення набуває інноваційна діяльність готельно-ресторанних та туристичних підприємств. Це зумовлено тим, що керівництво прагне до освоєння нових технологій виробництва і тенденцій управління для того, щоб модернізувати і вдосконалити діяльність підприємств загалом

Список використаних джерел

1. Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В., Котлер Ф. Основы маркетинга, 4-е европейское издание / Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг, Ф. Котлер. – М: ООО "ИД Вильямс", 2007. – 1200 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф. : [пер. с англ. общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой]. – М.: Прогресс, 1990. – 410 с.
3. Кучерявенко С.Ю. Сутність інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств сфери послуг / С.Ю. Кучерявенко. К.: Знання, 2012. – С. 44-47.
4. Міжнародна інвестиційна діяльність URL: <http://library.if.ua/book/125/8249.html>
5. Сидорова А. В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг / А.В. Сидорова. – Донецк: ДонНУ, 2002. – 240 с.
6. Шаповалова О.М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму. Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля / О.М. Шаповалова. №4(193) Ч2. 2013. – С. 241-246.

УДК 352.93

Кузь Т.І., Співак С.В., Паляниця В.А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ
ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ
(АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА РЕФОРМА, - СТРАТЕГІЧНІ
ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ)**

Kuz T.I., Spivak S.V., Palianyia V.A.

**PECULIARITIES OF FORMATION OF COMPETITIVE TERRITORIAL
COMMUNITIES IN UKRAINE
(ADMINISTRATIVE-TERRITORIAL REFORM - STRATEGIC GOALS AND
OBJECTIVES)**

Формування конкурентоспроможних територіальних громад в Україні, насамперед, передбачає створення сприятливих умов для провадження ефективної економічної діяльності та розвитку бізнесу в громаді, покращення умов життя населення, розміщеного на об'єднаній території та якості послуг, що надаються жителям громади і споживачам продукції, робіт та послуг, організація безпечного життя громадян, розвиток людського капіталу громади ін.

Як пишуть Б.М. Андрушків, Г.Х. Мельник, С.М. Співак, в умовах обмежень на ресурси, загострення кризових явищ, особливої актуальності набувають проблеми ефективності роботи підприємств, зростання їх конкурентоспроможності в нових умовах добровільно об'єднаних територіальних громад (ДОТГ). У цьому зв'язку важливого значення набуває підвищення ефективності управління промисловими підприємствами не лише за рахунок, наприклад, інноваційних чинників, а і за рахунок удосконалення їх взаємовідносин з добровільними об'єднаннями територіальних громад. З огляду на це, необхідним є виявлення особливостей та пошук шляхів, а також розроблення соціально-економічних механізмів їх розвитку [3]. Відповідно до цього, необхідно, в першу чергу, сформулювати уявлення про сучасну специфіку функціонування об'єднань територіальних громад та місце в них промислових підприємств, установ та організацій. За сучасних умов, потрібно об'єднану територіальну громаду оцінювати як цілісну динамічну систему, про що, неодноразово, зазначають провідні науковці та дослідники цієї проблематики.

Що представляє собою, на даний час, добровільне об'єднання територіальних громад?

Асамблея європейських регіонів поняття, наприклад, регіону визначає як територіальне об'єднання під безпосередньою юрисдикцією суверенної держави із системою самоврядування. За умовами асамблеї, регіон повинен мати свою конституцію, статус автономії чи інший закон, який є складовою законодавства держави і визначає організацію та повноваження регіону. Такий підхід орієнтує на певну суверенізацію соціально-економічного комплексу регіону і визначає, що будучи складовою системи «держава», регіон є окремою структурною одиницею – системою із притаманними їй закономірностями та специфікою розвитку. Тим часом, місце підприємства у цій системі залишається у певній мірі за законодавчим полем [3].

Нами запропоновано алгоритм та вектори реалізації стратегічних та операційних цілей, які повинні, на нашу думку, ставитись територіальними громадами для забезпечення ефективного розвитку добровільного об'єднання територіальної громади (див. рис. 1).

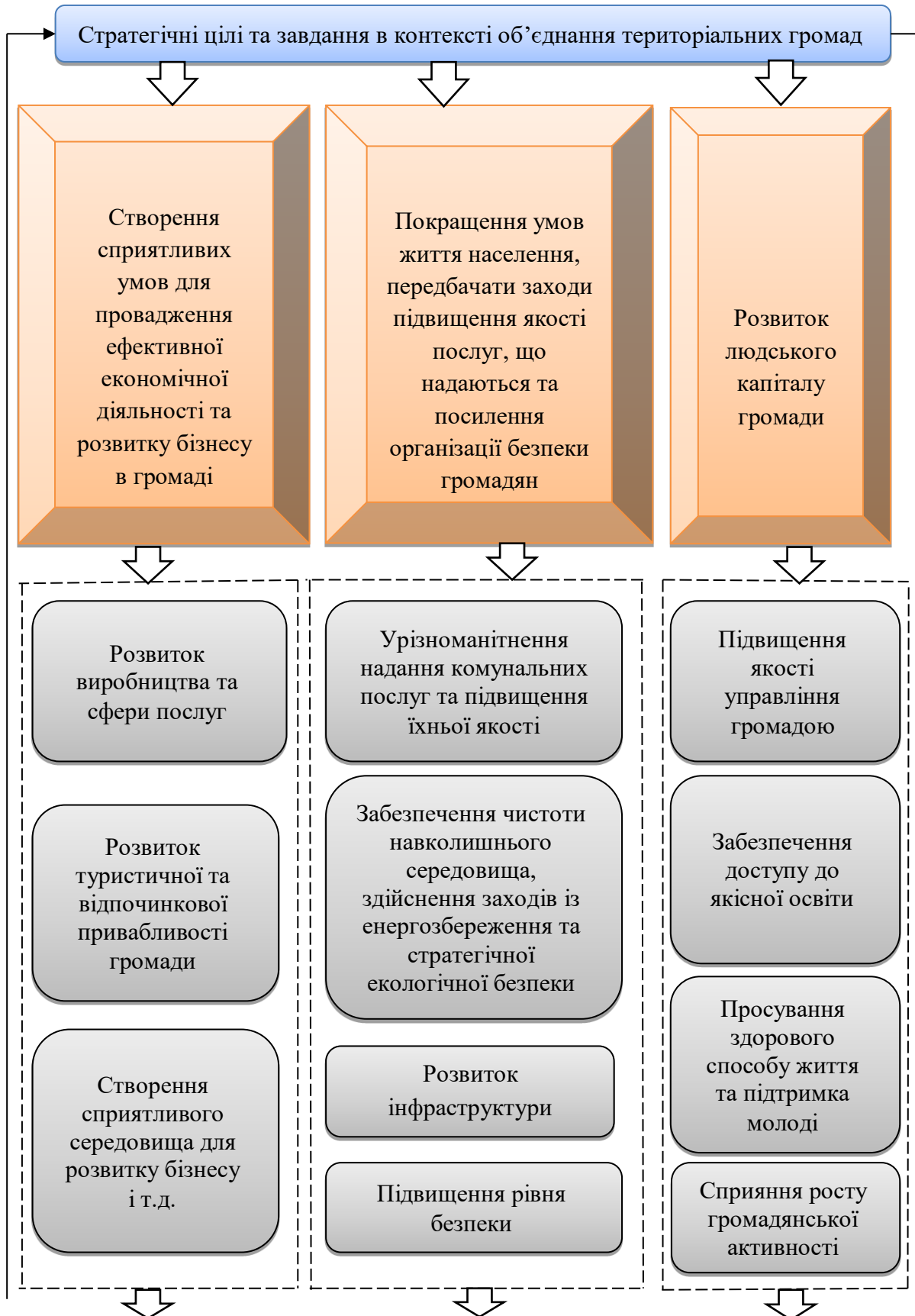


Рис. 1. Алгоритм формування конкурентоспроможної територіальної громади), адаптовано [1, 2, 4]



Продовження: рис. 1. Алгоритм формування конкурентоспроможної територіальної громади), адаптовано [1, 2, 4]

Тим часом, в умовах децентралізації влади в Україні, формування добровільних об'єднань територіальних громад (власне у нашій державі) набувають все більших обертів. Закони, що надають більш ширші повноваження органам місцевого самоврядування новостворених об'єднаних територіальних громад, за принципом субсидіарності вимагає переходу на якісно новий рівень відповідальності місцевої влади перед територіальними громадами за результати управління, господарювання й вибір шляхів розвитку.

Питання створення майбутнього добровільно об'єднаної територіальної громади із рівним доступом до послуг, високою якістю життя та комфортними і безпечними умовами проживання є найважливішим аспектом її становлення та розвитку. Адже чи зможе громада забезпечити гідний рівень життя людей, маючи недостатньо ресурсів та територій? Чи може бути успішною країна з бідними територіями? Звичайно, що ні!

Як показує досвід розвинутих країн – основною передумовою для успішного розвитку громад є раціональне об'єднання територій та ефективне використання ресурсів. Така громада відповідатиме новим вимогам, одержуватиме значно більші можливості та повноваження. Адже тільки сильна громада з достатньою економічною активністю на власній території, з ініціативними, працьовитими людьми зможе вирішувати питання місцевого економічного розвитку, утримання місцевої інфраструктури, забудови, благоустрою території, соціальної допомоги, збереження традицій та забезпечення культурного розвитку, первинної охорони здоров'я, середньої, дошкільної та позашкільної освіти, правопорядку, пасажирських перевезень на території громади, житлово-комунального господарства та інші напрямки, які люди вважатимуть важливими.

Тому сьогодні доцільно більш активно обговорювати необхідність реалізації широких можливостей стратегічного планування на рівні громади. В планах соціально-економічного розвитку території доцільно передбачати створення сприятливих умов для провадження ефективної економічної діяльності та розвитку бізнесу в громаді; покращення умов життя населення, розміщеного на об'єднаній території; передбачати заходи підвищення якості послуг, що надаються жителям громади та споживачам продукції, посилення організації безпеки громадян, розвиток людського капіталу громади ін.

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б.М., Бендасюк О.О. Войнаренко М.П. Повний регіональний господарський розрахунок – шлях підвищення ефективності територіальної одиниці, забезпечення її територіального розвитку. Андрушків Б.М., Бендасюк О.О. Войнаренко М.П. ін. Тернопіль. ТзОВ «Тернограф», 2014. 680 с.
2. Співак С. М. Інституційні, соціально-економічні механізми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах об'єднань територіальних громад / Заг. ред. Андрушківа Б. М. Тернопіль: ТзОВ «Терно-граф», 2017. 574 с.
3. Андрушків Б.М. , Мельник Г.Х. , Співак С.М. Стратегія розвитку адміністративного району (Концептуальні засади організації соціально-економічного розвитку адміністративного району в контексті формування добровільних об'єднань територіальних громад Лановеччини / Тернопіль: ФОП Паляниця В.А, 2017. 456 с.
4. Лега Ю.Г. Вдосконалення управління житлово-комунальним комплексом України в сучасних умовах розвитку національної економіки: Монографія / Ю.Г. Лега, Т.М. Качала, Н.Ф. Чечетова. Черкаси : ЧДТУ, 2008. 219 с. ISBN 9667533271.
5. Андрушків Б., Кирич Н., Погайдак О. Про особливості та досвід створення ОСББ (Європейські контексти) URL: http://dbn.at.ua/publ/osbb/novini_osbb/zarubizhnij_dosvid_rozvitku_osbb/30-1-0-573.

УДК 330:004

Кульчицький В.Р., Дерманська Л.В.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу ТНЕУ

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Kulchytskyi V.R., Dermanska L.V.

FORMATION OF BUSINESS MODELS IN DIGITAL ECONOMICS

Виникнення цифрової економіки є фактором значних змін не тільки в виробничих системах, які грають важливу роль у формуванні національного доходу, а й визначають майбутні зміни на різних ринку. Вітчизняним компаніям доводиться стикатися з новим викликом з боку нововведень, обумовлених розвитком цифрової економіки. Для того щоб залишатися конкурентоспроможними і стійкими на ринку, компаніям слід впровадити або використовувати ІТ-технології, щоб йти в ногу з часом. Завдяки впровадженню ІТ-технологій компанії не тільки зазнали зміни, але також розширили межі і відкрили нові напрямки для свого бізнесу.

Бізнес-модель описує, як суб'єкт господарювання веде свій бізнес, але виникає питання, як нові бізнес-моделі вписуються в економічну або ринкову систему розподілу ресурсів між суб'єктами, які беруть участь в системі. Економічні моделі описують галузеву структуру економіки, структуру і межі між підприємствами і ринками. Участь фірми в економічній системі впливає на те, як вона веде бізнес, тому бізнес-моделі вкладені в економічні моделі.

Інноваційні бізнес-моделі, засновані під впливом цифрової економіки та на основі програмних та інтернет-технологій в даний час відносно легко сприймаються новими підприємствами і стимулюють зростання економіки. Діючі підприємства, які не беруть участі в цифровій трансформації, ризикують втратити конкурентоспроможність.

Бізнес-модель являє собою опис логічних механізмів, що показують, як організація або підприємство генерує цінності для клієнтів в економіці, звертається до клієнтів і забезпечує зростання економічної цінності бізнесу в державному так і регіональному масштабі [2, с.172].

В цілому бізнес-модель включає три компоненти:

- 1) цінність пропозиції, що формується підприємством, яка може бути продуктом або послугою;
- 2) створення цінності, яка представляє собою досвід продукту або послуги з боку клієнта;
- 3) потік ресурсів, який може бути визначений як спосіб отримання прибутку.

Впровадження нових та інноваційних бізнес-моделей або внесення змін в існуючі стосується не тільки використання ресурсів, технологій і навичок в організації, але також організаційних структур, асортименту продуктів і послуг та цільових груп клієнтів.

Інноваційні бізнес-моделі пов'язані з конкретними технологіями, які засновані на додатках програмних і інтернет-технологій, в основі таких бізнес-моделей лежить інтенсивне використання Інтернету.

Важливість послуг, заснованих на даних, продовжує зростати. Персональні дані клієнтів або користувачів цифрових послуг стали важливим ресурсом, оскільки вони забезпечують довгостроковий доступ до кінцевого споживача. Це робить підприємства з великою кількістю користувачів особливо привабливими для багатьох інвесторів. У

той же час в умовах формування цифрової економіки користувачі представляють собою важливе джерело інновацій для компаній.

У сфері цифрової економіки має місце ряд тенденцій світового масштабу, які необхідно брати до уваги в процесі формування бізнес-моделей:

- зростаюче значення користувачів і доступу до кінцевого клієнта в створенні вартості;

- розширення цифрової економіки - подолання просторової і галузевої обмеженості;

- зростання числа стартапів на основі цифрових технологій;

- можливості використання нових процесів для розробки продуктів і НДДКР в компаніях;

- зміна поведінкових моделей учасників соціально-економічних процесів в умовах цифрової економіки.

Найбільш високим потенціалом ефективного узгодження попиту і пропозиції володіє бізнес-модель краудсорсингу, яка може бути використана не тільки на ринках реальних товарів і комерційних послуг, але і в сфері державних послуг, у тому числі, на рівні регіональних органів влади.

Промислова політика та інституційний розвиток повинні являти собою механізм балансування темпів розвитку технологічних змін і швидкості адаптації до них, що дозволить зберігати соціальну стабільність і уникнути поспішної реалізації недостатньо виважених рішень як технологічних, так і політичних.

Зокрема, цифрова економіка розширює потенціал розвитку регіону, створюючи при цьому ряд необмежених у часі зобов'язань і витрат, джерела покриття яких повинні плануватися і своєчасно виявлятися. В умовах цифрової економіки регіони можуть виступати як самостійні суб'єкти глобальних процесів, що переносить міжрегіональну конкуренцію за межі національної економіки - в глобальний цифровий простір.

Щодо України, то існують фінансові бар'єри для роботи українських компаній на глобальних ринках, а саме в частині безперешкодного отримання коштів на рахунки, відкриті в Україні; наявність законодавчих перепон для поширення ідеології спільної економіки на внутрішніх ринках.

Вирішення ряду існуючих проблем дозволить становленню цифрової економіки, що стане головним інструментом для досягнення стратегічної цілі України — збільшення ВВП у 8 разів, до 1 трлн дол. у 2030 р., та забезпечення добробуту, комфорту та якості життя українців на рівні, вищому за середній показник у Європі [1].

Основними тенденціями розвитку цифрової економіки в Україні, що мають реалізуватися у середньостроковій є: електронна взаємодія бізнесу (e-contracting, e-invoicing, e-docflow); платформи електронних послуг для бізнесу (LegalTech, FinTech, InsurTech, зокрема з використанням технологій блокчейн (смарт-контракти тощо); платформи e-supply chain та смарт-логістики; платформи забезпечення життєдіяльності (освітнянські, медичні, транспортні, громадської безпеки, моніторингу екології); промислово-виробничі цифрові платформи (галузеві та міжгалузеві системи управління виробничими та іншими процесами) [1].

Список використаних джерел:

1. Україна 2030e – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

2. Чмерук Г. Особливості формування бізнес-моделі підприємства./ Г. Чмерук // Економічні науки. – Серія «Облік і фінанси». – 2016. – Вип. 12. – С. 170–178.

УДК 658.6

Лабіб Сара Алі, Федішин І.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНІ І МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ STARBUCKS НА СЕРЕДНЬОМУ СХОДІ ПІД ЧАС НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Labib Sara Ali, Fedyshyn I.B.

INNOVATIVE AND MARKETING STRATEGIES OF THE STARBUCKS COMPANY IN THE MIDDLE EASTERN REGION DURING UNCERTAINTY

Our societies are becoming not only more complex and interconnected, but also increasingly vulnerable and exposed, as new or different threats may emerge and spread more quickly through spill-over or amplifier effects. A traditional crisis can become trans-boundary and even develop into a global shock at a later stage, through non-linear processes. The heightened mobility within our global world facilitates the spread of risk carriers or vectors, such as viruses or terrorists. Globalisation has also led to an increased interdependence of production and delivery systems and their infrastructure as well as to the centralisation and concentration of critical systems. Supply chains and networks of vital services are more and more global and thus exposed to many hazards and threats. Then there are risks that are unknowable due to uncertainty. These usually have an impact on an organizations' survival objectives. Such risks may lead to the physical cessation of business. Risks in this category include solvency-related risk events that occur when decisions taken inside or outside of the organization have a domino effect and impact on a firm's ability to trade. In contrast to risk management, which involves assessing potential threats and finding the best ways to avoid those threats, crisis management involves dealing with threats before, during, and after they have occurred.

The case study was conducted on an American multinational Starbucks coffee chain found in Seattle, Washington in 1971. Starbucks coffee chain corporation has been evolving since Howard Schultz has become the (CEO) of the chain network and implemented the concept of experience as a service. Starbucks today is operating in regional divisions from America to China, Asia-Pacific, Europe, Middle East and North Africa. The investigation on Starbucks chain operations in the Middle Eastern region was done with the data findings collected through unstructured interviews and research to find out and analyze the strategies and approaches behind the achievement and growth of Starbucks amongst several competitors that are potentially established in the Middle East.

Starbucks primary product delivery is an "experience" service while a secondary product is its premium coffee. Starbucks popularity and success emerges from the total product approach (goods, services and customer benefit) they implemented all over their network. The company greatly relies on digital marketing customized on each region language. Starbucks has always aimed at targeting proximal spots and capturing strong locations to set up. An investigation from numerous secondary data on adaptation and innovation dynamics has shown the Starbucks coffee brand combines the concept of market research, adaptation to culture, online platform customer engagement. Starbucks middle east is operated by M.H. Alshaya Co. group company which since 1999 running nearly 600 branches over the Middle East. M.H. Alshaya Co. is one of the luxurious and most powerful retailing franchisees. This partnership attributed Starbucks coffee to deliver the product and services while respecting the local customers and culture of each region. For instance, in Saudi Arabia, the Starbucks cafes besides raising opportunities for local hiring and optimal operating system divide its seating area to family and men sections according to local customs and religion. To concentrate the secondary data findings of the innovative strategies implemented by Starbucks interviews of focus groups

were implemented in the Middle East region. It was expressed that Starbucks is always a place of choice when it comes to an outing with friends on casual days or even unplanned meets, adding that it naturally mostly happens not thinking of some other places rather than Starbucks. The customers find there a calm and peaceful atmosphere ideal for any time. It was found that Starbucks is easily accessible with too many stores around their neighborhood. This indicates the innovative strategy of Howard Shultz on the concept of “experience” aiming at making people consider Starbucks as their third place after home and office when it comes to outings attained by saturation of branches with drive-thru service.

Assessing the value behind the atmosphere attraction expressed by this group the design and development approaches that emphasize on architecture design were investigated. Participants of the interviews expressed that grabbing Starbucks coffee is part of their daily and morning ritual. This was in fact due to their caffeine dependence and also their preference of sweet and flavored coffee. They also offer a variety of milk choices like dairy milk option and non-dairy option like nut milks and sugar free syrups to fit all taste and health preferences. The menu is tailored to culture foods and taste preferences as well. To draw a conclusion of our findings related to investigation, we offer to integrate the concept of giving customers ability enjoy their coffee by “sit and sip” approach more than “grab and go” adding to favoring Starbucks for its comfortable and pleasant atmosphere that always tends to bring them back. This corresponds to Starbucks business set up as a “repeat business” that builds customer loyalty through its entire experience service.

The Starbucks have always marketed itself as a “third place” in people’s life, gathering and connecting the community together. Unfortunately, the business has been affected, considerably by the COVID-19 pandemic crisis. The pandemic crisis chiefly resulted in Economic shockwaves into many regions with no exception to the Middle East.

The social gathering restrictions and general anxiety have affected the Starbucks consumers and therefore its sales. This is due to the rules of the lockdown of stores during the quarantine period. Starbucks company major objective is focused on the “experience” service that contributes greatly to its success and revenue. Taking into account the pandemic crisis, Starbucks should shift to mobile applications order-pay method of product delivery through partnering with different online platforms that make its a product available and easy to order. They should be extensively focused on digital marketing to promote its product and service adding advertisements on their new releases and adding reminders on their hygiene and cleaning safety used during order preparation. Since most of their branches in the Middle East provide a drive-thru service, they shall ensure its accessibility during the quarantine period as per law regulations.

The Starbucks employees have been affected by the catastrophe because of many stores were lockdown. Starbucks must provide health insurance to full time and part-time employees to assure the safety and wellbeing of the staff. It is crucial to carry out the protocols necessary that include inspection of cleaning and sanitizing measures at every process. Starbucks company should always ensure its employees a “catastrophe pay” for staff exposed or diagnosed to COVID-19 virus similarly under prevention and control measures they should carry out temperature checks for their staff on every shift by thermometers, provide the standard protecting wears like masks, gloves etc. This would vastly help ensure its workers health and also avoiding any chances of employees affecting consumers in terms of contagion.

Management should focus respectively on the prompt but short lived "first aid" type of response and the longer-term recovery and restoration phases. Crisis is also a facet of risk management, although it is probably untrue to say that crisis management represents a failure of risk management, since it will never be possible to totally mitigate the chances of catastrophes' occurring.

УДК 65.01

Мельник Л.М., Нгвеня Р.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ІНІЦІАТИВ

Melnyk L.M., Ngwenya R.

OBSTACLES TO THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE INITIATIVES

Managers play the key role in the emergence of innovative initiatives. They may either actively support the creation of innovations or explicitly as well as implicitly hamper innovation activity. The main problem, hampering the innovations, could consist of unsuitable or inappropriate management style.

The reasons for limiting innovative initiatives include psychological and emotional factors, such as fear of being wrong, misunderstood, criticized, regarded as incompetent. They also include professional factors, such as competitiveness and related conflicts, lack of experience, over-categorical judgments, lack of alternative options, narrow knowledge. The perception factors, limiting the innovative initiative, include categorical and narrow thoughts, lack of adequate intellectual level. Finally, personal factors include ambition, sensitivity, idleness, arrogance, self-interest, and conservatism.

Among the other obstacles, there are inadequate or ineffective motivation techniques used by managers. The reference to an employee that made a mistake as a negative example or the support of the employees that lack the innovators' features could serve as an illustration of such inadequate techniques. The employees should have the room for mistakes in order to reveal their innovative potential.

In addition, the excessive bureaucracy of organizational structures hampers the innovative process to a large degree and prevents both the generation of ideas and introduction of innovations. This situation involves fear and constraints that discourage creativity.

Another problem for innovation is the manager's conservatism. Manager does not see or is unwilling to see the innovative idea as feasible. As a result, an idea lacks the support and further practical development. However, the experience of successful companies proves that many brilliant ideas seem, at the first sight, unfeasible or inadmissible in that organization or even in the society.

Often the problem that is related to the lack of creativity includes the differences in the situation assessment between the employees and the senior management that lead to unfavorable perception of innovation. This might be explained by the fact that the company management possesses the important and valuable information which is not available for employees. Such a problem could be solved by building the efficient vertical communication networks.

The next problem is the lack of horizontal connections or their weak or inefficient coordination in the organization. Successful innovations require the experience engagement of several departments all together, whereas unsuccessful innovations are often the result of the weak cooperation. Therefore, the big companies working on innovations actively involve the employees of different departments into the innovation process. The small innovation organizations solve this problem by modifying the team roles.

Many employees lack creativity in their work due to the permanent time issues related inadequate allocation of tasks or lack of time management. At the same time the senior management is often in a stress that leads them to grasp the very first idea and stop searching for new creative ideas. These and other problems could be addressed by the efficient innovation management.

УДК 336.01

Нагорняк Г.С., Нагорняк І.С.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР УСПІХУ Й
ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Nahorniak H.S., Nahorniak I.S.

**INTELLECTUAL CAPITAL AS AN IMPORTANT FACTOR OF
SUCCESS AND ECONOMIC STABILITY OF DOMESTIC
MACHINE-BUILDING ENTERPRISES**

До основних факторів, які вказують на зростаючу роль знань в економічному розвитку, відносять зростання частки високотехнологічної продукції у загальному обсязі виробництва, зростання видатків на наукові дослідження та підвищення рівня освіченості населення. Підприємство має всі ознаки системи, що дає нам підстава використовувати системний підхід для опису впливу інтелектуального капіталу підприємства на його фінансові результати. Відповідно до системного підходу, підприємство представляє собою систему бізнес-процесів або бізнес-процес вищого рівня. Кожний з бізнес-процесів, у свою чергу, складається із взаємозалежних елементів. Ці зв'язки характеризуються власною структурою та характером зв'язків, що реалізуються за допомогою матеріальних і нематеріальних потоків і оцінюються поточними величинами.

Сукупність знань підприємства, здатних приносити йому вигоду, одержала назву інтелектуального капіталу. Як правило, дослідники включають у поняття «інтелектуальний капітал» три складові: людський, організаційний і капітал відносин. З одного боку, ці складові розрізняються по таких ознаках, як власник капіталу, можливість формалізації, динаміка віддачі тощо, а з іншого, незважаючи на ці відмінності, усі складові мають загальну властивість впливати на фінансові результати підприємства. Важливим є виявлення впливу інтелектуального капіталу на фінансові результати підприємства. Враховуючи складний і комплексний характер інтелектуального капіталу, інвестування в нього вимагає розробки спеціальних методів управління цим процесом. Отож, інтелектуальний капітал – це особлива форма капіталу, що має когнітивну природу, що володіє системними властивостями та сприяє збільшенню ринкової вартості підприємства за рахунок зниження невизначеності у діяльності підприємства.

З метою більш глибокого аналізування пропонуємо використовувати поняття елемента інтелектуального капіталу, що розуміється як неподільна сукупність знань, що володіє наступними властивостями: не має матеріальної форми; на відміну від нематеріальних активів не завжди може бути відділена від свого фізичного носія; може бути з деякої часток умовно віднесена до певного бізнес-процесу підприємства; інвестиційні вкладення в елемент інтелектуального капіталу сприяють кумулятивному приросту знань у межах цього елемента; зменшує невизначеність бізнес-процесів.

Конкурентні переваги підприємства у новій економіці багато у чому залежать від знань і компетенцій, носієм яких виступає людина, тому людський капітал стає ключовим фактором стійкого інноваційного розвитку й економічного зростання підприємства. В умовах інноваційної економіки, машинобудівним підприємствам доводиться постійно вишукувати нові ресурси для покращення та підвищення ефективності внутрішніх робочих процесів. Тому особливу увагу слід приділити персоналу та можливостям його розвитку. У зв'язку із цим особливу актуальність набуває вирішення завдання

формування та зростання інтелектуального капіталу підприємств галузі машинобудування, що активно розбудовуються упродовж останніх років.

Незважаючи на різноманіття підходів до визначення поняття та сутності інтелектуального капіталу, наразі не сформувалося єдиної позиції дослідників відносно цієї категорії. У межах концепції інтелектуального капіталу підприємства розглядаються структурні елементи цього важливого джерела конкурентних переваг, фактору інноваційного розвитку, можливості його оцінювання та визначення впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності підприємства. Проте, незважаючи на різноманіття існуючих підходів до визначення людського й інтелектуального капіталу, представлених у різних джерелах, дотепер немає загальноприйнятого варіанта оцінювання інтелектуального капіталу як багатокомпонентного показника. У той же час, перед менеджментом кожного підприємства у певний момент часу виникає необхідність визначення впливу інтелектуального капіталу на результати його діяльності та визначенні оптимальних шляхів управління ним.

Профіль компетенції працівників машинобудівних підприємств можна представити наступними компонентами:

1. Знання: загальні базові відомості, якими необхідно володіти для виконання визначеної роботи. Сюди входять і спеціальні знання (наприклад, фахівець у конкретному питанні), а також суміжні знання (наприклад, розуміння клієнтів), які формують спеціальні та контекстні знання даної роботи.

2. Уміння: навички, що доповнюють загальні базові знання, наприклад ведення переговорів, консультування, керування проектами.

3. Цінності: набір якостей або поведінкових навичок, які приведуть до видатних результатів. Деякі види діяльності вимагають роботи в команді, тоді як інші орієнтовані на клієнта. Привести цінності у відповідність із видом діяльності – винятково важливе завдання.

Третій етап припускає виявлення можливостей і компетенцій працівників ключових професій галузі машинобудування. Відділи по роботі з людськими ресурсами мають різні методики створення таких профілів, наприклад проведення інтерв'ю із працівником, який найбільше глибоко розуміє вимоги до організації. Профіль компетенцій представляє собою певний орієнтир, який використовується службами по персоналу при наборі, найманні, навчанні та розвитку працівників для даної конкретної організації.

Основним завданням стає закріплення та розвиток необхідних компетенцій у ключового персоналу за допомогою: раціонального розподілу посадових обов'язків; професійного просування працівників з обліком результатів оцінювання й індивідуальних здібностей; безперервного навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців; створення мотивуючих умов до більш ефективної праці та професійному розвитку; планування кар'єри та формування кадрового резерву.

Список використаних джерел:

1. Мазарчук А.Ю. Аналіз структури інтелектуального капіталу підприємства / А.Ю. Мазарчук, І.І. Ткач // Вісник Хмельницького національного університету. Серія "Економічні науки". – 2010. – № 6. – Т. 4. – С. 336-339.

2. Шаха Д. Сектор машинобудування в Україні: стратегічні альтернативи і короткострокові заходи з огляду на припинення торгівлі з Росією. Серія консультативних робіт / Д. Шаха, Р. Джуччі, Д. Науменко, А. Ковальчук. – Київ: Інститут економічних досліджень та політичних консультацій, 2014. – 21 с.

УДК 658.1

Нагорняк Г.С., Паляниця В.А., Кузь Т.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИЗНАЧЕННЯ РОЛІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННІ КРАЇНИ

Nahorniak H.S., Palyanitsa V.A., Kuz T.I.

DETERMINATION OF THE ROLE OF RESTAURANT FACILITIES IN THE SOCIO-ECONOMIC GROWTH OF THE COUNTRY

Перехід України до трансформаційної економіки супроводжується змінами в діяльності всіх господарюючих суб'єктів споживчого ринку, у тому числі, в ресторанному господарстві, зміцненням фінансової самостійності підприємств, вдосконаленням методів господарювання. Діяльність підприємств ресторанного господарства сприяє вирішенню як економічних, так і соціальних завдань щодо задоволення потреб населення в організації позадомашнього харчування та дозвілля. Трансформаційні перетворення в економіці України створили умови для розвитку конкуренції у сфері ресторанного господарства, зміни структури та характеру послуг, пропонованих населенню, підвищили роль підприємств ресторанного господарства у розвитку економіки країни та задоволенні індивідуальних потреб людини і, нарешті, зумовили підвищення якості життя населення, його добробуту.

Перманентна економічна криза у ресторанному господарстві України, що проявляється у збитковій діяльності та зниженні показників забезпеченості населення послугами харчування і дозвілля, кількості найнятих працівників та величини надходжень до бюджету свідчить про необхідність визначення макроекономічних факторів неефективної діяльності та удосконалення регуляторних механізмів підвищення соціально-економічної ефективності ресторанного господарства на макро- та мезорівнях.

Ресторанне господарство, або діяльність з забезпечення стравами та напоями у сьогоденні умовах господарювання є динамічним широко розповсюдженим видом економічної діяльності, що безупинно збільшується в кількості суб'єктів господарювання та якості видів і проявів організації діяльності. Ресторанний бізнес – це вид економічної діяльності з виконання соціального замовлення у вигляді послуг з найбільш повного задоволення потреб харчування різних соціальних груп населення з метою реалізації місії підприємства щодо стійкого розвитку в матеріальній і нематеріальній формі, регулювання грошових потоків, фінансового забезпечення, у відтворенні робочої сили на основі узгодження інтересів усіх ринкових суб'єктів [1, с. 598]. Також можна трактувати, що ресторанний бізнес – це різновид комерційної діяльності в сфері ресторанного господарства, що спрямований на отримання прибутку шляхом надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

Варто підкреслити, що ресторанне господарство є складовою соціально-економічної системи, та частиною соціально-споживчої інфраструктури сфери послуг. Наряду з іншими сферами економічної діяльності, ресторанне господарство бере участь в процесі створення валового доходу країни, підвищення добробуту громадян, забезпечення їх потреб у харчуванні та відпочинку, тобто виконує соціально-економічну функцію. Соціальна функція ресторанного господарства полягає у спроможності забезпечення закладами якісного харчування, відпочинку, відновлення сил для продуктивної праці населення, наданні місць для праці та можливості здійснювати підприємницьку діяльність. Економічна функція ресторанного

господарства виконується через формування частини ВВП держави, наповнення бюджету за рахунок податкових надходжень.

Ресторанне господарство об'єднує підприємства, які одночасно виконують функцію виробництва їжі (харчове виробництво), продажу їжі (торгівлі), організації споживання їжі (організація дозвілля). Ресторанне господарство є складовою соціально-споживацького комплексу соціальної інфраструктури національної економіки країни, призначенням якої у суспільному поділі праці є задоволення потреб населення у соціально-культурних і соціально-споживацьких послугах. Економіка країни – це полісистемне утворення, що має складну структуру, яку можна вивчати з різних позицій, у різних аспектах залежно від критерію, покладеного в основу дослідження її будови.

Тому ефективність діяльності країни у цілому залежить від якості функціонування всіх її складових. Володіння ресторанним бізнесом надає власникам засоби існування і добробуту його та його родини, що виконує соціальну функцію формування середнього класу населення, що займається підприємницькою діяльністю. У той же час, широка мережа закладів ресторанного господарства створює робочі місця для молоді, надаючи їм кошти для існування. Споживач продукції і послуг ресторанного господарства отримує ефект через можливість відпочинку і харчування за межами дому, відновлення сил людини для плідної життєдіяльності.

На відміну від виробничих підприємств, у більшості випадків, продукція ресторанного господарства споживається на місці. Проте, якість взаємодії країни з міжнародним середовищем впливає на ресторанне господарство опосередковано, через закупівлі імпортової сировини на потреби підприємств ресторанного господарства, впровадження досвіду інших країн у розвитку ресторанного бізнесу. Оскільки ресторанне господарство надає платні послуги, то воно тісно пов'язане з розвитком всієї економіки держави і з вирішенням важливих соціальних проблем. Як суб'єкти економічної діяльності заклади ресторанного господарства сприяють збереженню здоров'я людей, зростанню продуктивності праці, підвищенню якості навчання шляхом економічного використання харчових ресурсів, зменшення часу на приготування їжі в домашніх умовах. Отже, метою ресторанного господарства є повне задоволення постійно зростаючих матеріальних та духовних потреб населення, що може здійснюватися через створення унікальних умов харчування, з широкою номенклатурою послуг. Зокрема таких як: послуги сомельє, гастрономічні шоу, урочиста презентація страв, бар-шоу, рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя, караоке, знижки постійним клієнтам, виїзний кейтеринг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг [2, с. 149].

Розвиток ресторанного господарства, у першу чергу, має соціальне призначення задоволення потреб клієнтів у харчуванні. Платна основа послуг створює економічні результати, що вимагає від цих підприємств дотримання вимог ведення підприємницької діяльності в частині забезпечення відносин із державними органами [3, с. 42].

Список використаних джерел:

1. Антонова В.А. Ресторанний бізнес в економічному розвитку України / В.А. Антонова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2010. – Вип. 1 (11). – С. 595-601.
2. Андрушків В.М. Основи менеджменту: методологічні положення та прикладні механізми / В.М. Андрушків, О.Є. Кузьмін. – Т.: Лілея, 2007. – 292 с.
3. Моторин Р.М. Система національних рахунків: навч. посіб. / Р.М. Моторин, Т.М. Моторина. – К.: КНЕУ, 2001. – 336 с.

УДК 658.336

Островська Г.Й.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

SOFT SKILLS ЯК РЕСУРС ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ КОМПЕТЕНЦІЙ САМОНАВЧАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ostrowska H.Y.

SOFT SKILLS AS A RESOURCE FOR THE FORMATION OF ENTREPRENEURSHIP COMPETENCES LEARNING ORGANIZATION

В умовах економіки, заснованої на знаннях, концепція «soft skills» є невід'ємною складовою світового ринку праці за різноманітними сферами людської активності. Вектор вказаного ринку спрямовується на особистісний інтелектуальний потенціал, навички міжособистісного спілкування та побудови кар'єри. Це пов'язано з тим, що основною конкурентною перевагою є наявність у сучасних фахівців soft skills, при цьому незалежно від професійної кваліфікації персонал підприємств повинен вирізнятися високим коефіцієнтом soft skills, які забезпечують 85% кар'єрного зростання (Watts M. and Watts R., 2008). Згідно останніх досліджень, інтерес роботодавців до феномену soft skills посилюється та становить 93%, що пояснюється розвитком інформаційних технологій. Таким чином, реалії сучасності, за умов переходу до нової освітньої парадигми та інноваційних методів навчання, вимагають концептуальних підходів щодо формування підприємницьких компетенцій самонавчальної організації.

Зазначимо, що в умовах нової освітньої парадигми країнами-учасницями Європейського Союзу прийнято низку документів з метою введення уніфікованої класифікації «soft skills» для Єдиного європейського економічного простору. У контексті функціонування нової політики та її інститутів, у 2017 р. офіційно прийнято класифікацію під назвою «Європейські навички, компетенції, кваліфікації і види занять» (ESCO), що містить тисячу триста вісімдесят чотири навички, затребувані ринком праці (ESCO Handbook, 2017). Це навички, пов'язані з комунікацією, креативністю та управлінням; вони визначають ефективність мислення. Схожі тенденції в кадровій політиці відзначаються в Австралії, Північній Америці, а також низці країн, що розвиваються. Відомі дослідницькі центри США досліджують феномен «soft skills», зокрема, Університет Фенікса на основі методології форсайта підготував прогноз щодо розвитку затребуваних навичок на ринку праці (IFTF, 2011).

У контексті предмету нашого дослідження зазначимо, що поняття «soft skills» вживається американськими та німецькими науковцями в галузі управління на початку 90 рр. ХХ ст., та набуває розвитку в працях представників освіти та бізнесу. У багатьох контекстах «soft skills» прирівнюють до таких термінів як «key skills» (основні навички), «employability skills» (навички для працевлаштування), «people skills» (навички спілкування з людьми), «skills for social progress» (навички для соціального розвитку), «non-professional skills» (непрофесійні навички), «life skills» (життєві навички). Soft skills розглядають як доповнення до hard skills, тобто «професійних навичок, що забезпечують виконання фахових завдань» (Arkansas Department of Education, 2007). Варто врахувати, що soft skills є збірним терміном, що посилається на різні варіанти поведінки, які допомагають людям в роботі, а також успішно соціалізуватися. На противагу hard skills, які включають технічні навички, soft skills застосовуються в будь-якій індустрії, будь-якій професії, будь-якому виді діяльності і будь-якій взаємодії між людьми.

Досліджуючи сутність soft skills, переважна більшість дослідників акцентує увагу на здатності людини до міжособистісних взаємодій і її особистісних характеристиках, при цьому soft skills є «соціологічним терміном, що відноситься до коефіцієнта емоційного інтелекту людини; набір рис особистості, соціальні навички, комунікативні здібності, особисті звички, дружелюбність і оптимізм» [3]. За іншим підходом роль soft skills зміщується у бік розбудови професійної кар'єри: «це риси характеру, що поліпшують здатність людини взаємодіяти з іншими людьми, працездатність і перспективи кар'єрного зростання» [2], «особисті якості, особливості, таланти або рівень захоплення професійною діяльністю, які відрізняють дану особистість від інших людей зі схожими вміннями і компетентністю» [4]. Низка дослідників відносять до обов'язкових елементів моделі soft skills комунікативні навички, прийняття рішень і тайм-менеджмент.

Подальші дослідження виявляють практичне втілення концепції «soft skills». Комплексне масштабне дослідження із залученням експертів, проведене в рамках програми ЄС «Безперервне навчання Еразмус» («Lifelong Learning Erasmus»), дало змогу виділити три групи навичок на основі 22 навичок: особистісні, методологічні та соціальні (Cinque, 2016). Компанією Microsoft у 2016 р. були проведені дослідження, на основі яких сформовано навички для 60-ти топових професій: ораторські та комунікативні здібності; менеджмент проєктів; високий рівень самоорганізації. При цьому вказаною компанією спрямовується майже 85% тренінгових програм на вдосконалення та розвиток soft skills.

Панорама наукових досліджень дає змогу стверджувати, що до 2022 р. частка нових спеціальностей зросте до 27%. При цьому прогнозується скорочення 75 млн. робочих місць як наслідок автоматизації, до 54% працівників підприємств у світі змушені пройти перенавчання для того, щоб бути конкурентоздатними та затребуваними на ринку праці. При цьому аналітики Всесвітнього економічного форуму склали прогноз, в якому визначили десять ключових компетенцій, які будуть затребувані в 2020 р. Серед них найбільш значимими є: 1) вміння вирішувати складні завдання; 2) критичне мислення; 3) креативність [1].

Дослідження HR-менеджерів провідних компаній України дають змогу виділити якості, які повинні мати претенденти на посади у вітчизняних та закордонних компаніях: комунікація; вміння вирішувати складні проблеми в умовах технологізації та інформатизації соціально-економічних відносин, оцінка та прийняття рішень; взаємодія з іншими людьми; ведення переговорів.

Підсумовуючи викладене вище, зазначимо, що, безумовно, екзистенція вітчизняних підприємств в умовах становлення економіки, заснованої на знаннях, базується на розвитку особистісного інтелектуального потенціалу. За таких умов soft skills вважається не тільки новим трендом, але й функціональним інструментом, що забезпечує продуктивну взаємодію людини з навколишнім середовищем, успішну її професійну та особистісну самореалізацію.

Список використаних джерел:

1. The World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org//>.
2. Paajanen G. The EI Measures the Personality Characteristics behind Productive Job Behaviour. Employment Inventory Reports, Technology Based Solutions. Personnel Decisions, Inc. New Jersey, 1992. 95 p.
3. Parsons T. Definition: Soft skills. URL: <https://searchcio.techtarget.com/definition/soft-skills> (дата звернення: 15.03.2020).
4. Robles M. Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. Business Communication Quarterly. 2012. № 75 (4). P. 453–465.

УДК 338.48

Погайдак О.Б., Кузь Т.І., Керничний Б.Я.

Тернопільський Національний технічний університет імені Івана Пулюя

УДОСКОНАЛЕННЯ АВТОБУСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ ГОТЕЛІВ ЯК НАПРЯМ РОЗШИРЕННЯ І ОПТИМІЗАЦІЇ ТРАНСПОРТНОГО SERVICU

Pogaydak O.B., Kuz T.I., Kernichny B.Ya.

IMPROVEMENT OF BUS SERVICES IN HOTEL CONDITIONS AS FOR EXTENSION AND OPTIMIZATION OF TRANSPORT SERVICE

Після проголошення незалежності, готельне господарство Тернополя переживає трансформаційні процеси. Гостям Тернополя надаються індивідуальні послуги і розкішні умови проживання в кожному з готелів. Ця перевага асоціюється з шедеврами місцевої архітектури, кухнею з неповторним галицьким колоритом, що робить перебування у Тернополі особливим і виправдує будь-які очікування. Найбільш відомим у Тернополі є тризіркові готелі «Тернопіль», «Галичина», «Avalon Palace», «Garden Hall» та ін.

Готелі розташовані у центрі м. Тернопіль, що розвивається, знаходяться в безпосередній близькості від Міської адміністрації, греко-католицького Катедрального Собору, пам'ятника королю України Данилу Галицькому й інших визначних пам'яток міста. Гармонічне сполучення сучасних дизайнерських рішень зі стандартами комфорту люкс-класу робить готельно-ресторанні комплекси ідеальним вибором як для ділових людей, так і для гостей на відпочинку. Готелі надають повний діапазон бізнес-послуг, включаючи сучасний бізнес-центр і, оснащений по останньому слову техніки, центр для організації ділових заходів і торжеств.

Готелі розташовані на дистанції 0,5-10 км від залізничного вокзалу та 1.5-2.0 км від автовокзалу.

Одним з головних надбань готельно-ресторанного комплексу є стильні номери з прекрасними видами на Тернопільський став, Катедральний Собор, ергономічною робочою зоною, а також сучасними зручностями, такими як безпроводний доступ до мережі інтернет ін.

Готельно-ресторанні комплекси надають широкий діапазон послуг, покликаних відповідати очікуванням найвимогливіших гостей. Крім того, до послуг гостей ресторани, бари, а також високошвидкісний доступ в інтернет, інформаційно-туристичні центри і служби.

Однак, готельно-ресторанні комплекси «Тернопіль», «Галичина», «Avalon Palace», «Garden Hall» та ін. не мають сучасного власного широкого спектру транспортно-обслуговування.

Аналіз транспортно-обслуговування в означених готелях показав, що у даний час транспортне обслуговування відбувається лише у таксомоторному варіанті та маршрутних таксі.

Довідково: *По статистиці кожен п'ятий гість готелю користується послугами таксі. В цьому зв'язку, цілком вигідніше було б відкрити свою готельну службу по наданню таксі. По-перше, для клієнта вигода полягає в тому, щоб не довго чекати прибуття таксі, а, по-друге, отримувати певний відсоток прибутку для готелю. Крім того, готельною службою таксі можна надавати в користування міським жителям. Однак, варто врахувати, що головним клієнтом цієї служби повинні бути саме клієнти готелю, а вже потім клієнти міста. Надаючи послуги таксі міським чи жителям, що приїжджають у місто, готель тим самим може збільшувати свій прибуток.*

Якщо гість бажає взяти на прокат автомобіль (наприклад в ТЦ «Орнава» чи в «Укрпрокаті») для цього йому потрібно:

1. Для початку, звернутися до адміністратора та повідомити особисто про свої транспортні потреби і вид транспорту, яким хоче скористатись.

2. Адміністратор доводить до відома замовника, що вік орендуемого повинен бути не менше 21 року і не перевищує 70 років, а також повідомляє, які документи повинен мати при собі замовник.

3. Якщо гість згодний зі всіма умовами прокату автомобілів, то адміністратор направляє клієнта в службу прокату автомобілів згаданих служб.

4. Працівник служби прокату автомобілів укладає договір на прокат автомобіля, отримує плату за надання послуги.

Замовлення таксі за бажанням клієнта, готель може здійснювати в міській службі в такий спосіб:

1. Гість доводить до відома адміністратора про бажання замовити таксі.

2. Адміністратор готелю, що приймає замовлення, виписує картку, що містять наступні відомості: назва готелю; номер кімнати; номер машини; час; місце призначення і кількість осіб (пасажирів), мета поїздки.

3. Заповнена картка передається водію.

4. Оплата таксі здійснюється гостем водію таксі, у залежності від маршруту поїздки і т.д.

Для того, щоб замовити автомобіль, гостю потрібно знову ж таки звернутися до адміністратора. Замовлення гостя передається адміністратором безпосередньо в сервісну службу. Потім виписується картка безпосередньо в сервісну службу для оплати.

В цих умовах заслуговує на вивчення і увагу автобусне обслуговування колективних споживачів, яке, як правило, використовується для одночасного перевезення більше 8 пасажирів.

Необхідно нагадати, що туристичні автобуси це найпоширеніший вид транспорту для колективного перевезення та груп туристів, а також для трансферу гостей від вокзалу/аеропорту; екскурсійних заходів; таксі (різні виставки, виїзд на природу і т.д.) У салоні автобуса передбачається спеціальне для екскурсовода місце, засобами внутрішнього голосового зв'язку, системою кондиціонування, обладнане додатковим обігрівом. Робоче місце водія ізольоване від пасажирського салону.

Довідково: *Трансфёр (також трансферт; від англ. To transfer — переносити, переміщати) — операція перенесення осіб, предметів, цінностей, документів тощо (залежно від контексту) від одного власника або споживача до іншого.*

Якщо готель покликаний на обслуговування людей у відрядженні, головною метою є ділові поїздки, то, в такому випадку, готель не має потреби в "своїх" автобусах. Інша справа, систематичне обслуговування гостей, що подорожують з туристичною метою. За вимогою клієнтів готельне підприємство може замовити автобусне обслуговування на іншому автотранспортному підприємстві. В системному випадку, готелям вигідніше придбати для обслуговування автобуси. Це розширить сервісні можливості готелю та дасть не лише економію коштів, а й дозволить заробити.

Для організації готельного транспортно обслуговування можна запропонувати наступний алгоритм. На автобусні маршрути, що обслуговуються готельним автомобільним транспортом загального користування, паспорт складається спеціальним підрозділом готельного комплексу. Для зручності комплектування паспортів з окремих аркушів у правому верхньому куті форми пропонується вказувати порядковий номер листа і додавати буквений індекс, що позначає належність даної

форми до того чи іншого виду маршруту скорочено: міського – «М»; приміського – «ПМ»; міжміського – «ММ».

Паспорт туристичного автобусного маршруту заповнюється в такий спосіб:

Лист 1. Найменування маршруту. Вказуються найменування населених пунктів, початкових і кінцевих зупинок.

Лист 2. Схема маршруту.

Лист 3. Час і швидкість руху автобуса. Розрахунок часу руху, установлення швидкостей руху автобусів на діючих і туристично-екскурсійних маршрутах, що відкриваються знову, виробляється відповідно до вимог Посібника з нормування швидкостей руху автобусів при міжміських автобусних перевезеннях, затвердженого Міністерством інфраструктури України.

Лист 4. Фінансовий план маршруту. Показники, зазначені в листі, складаються на підставі фінансового плану.

Для запровадження відповідного обліку рекомендуються відповідні журнали, відомості інших документів.

Отже, транспортне обслуговування в будь-якому готелі має потребу в удосконаленні або тому, що є незадовільним для даного готелю, або для освоєння нових технологій. Готельно-ресторанні комплекси, в т.ч. і «Тернопіль», «Галичина», «Avalon Palace», «Garden Hall», не виключення.

Готелі у багатьох випадках мають при собі власні невеликі автостоянки для транспортних засобів, тому готель має можливість забезпечити своєю сервісною службою. в т.ч. для підзарядки, технічного обслуговування та ін.

У зв'язку з цим, можна рекомендувати один із двох варіантів: придбати свій автобусний засіб для колективного перевезення гостей міста та груп туристів або налагодити зв'язок з транспортними підприємствами міста для їх обслуговування.

Отже, в транспортному обслуговуванні на ринку сфери послуг з кожним роком стає усе більше і більше зацікавлених готельних комплексів. Тому, щоб завоювати ринок, вони удосконалюють організацію і надання додаткових послуг. В силу згаданих обставин, одним з напрямків цього виду діяльності є повноцінне транспортне забезпечення готельно-ресторанних комплексів відповідно до вимог гостей міста та туристів.

Своєчасний трансфер з аеропорту, організоване переміщення групи туристів між вокзалами, іноді дозволяє значно скоротити час, очікування потяга і дозволяє зробити відпочинок більш зручним і комфортабельним.

Таким чином, на прикладі готельно-ресторанних комплексів, нам представилось розглянути плюси і мінуси їх транспортного обслуговування і, таким чином, удосконалити готельний сервіс. Рекомендації з удосконалення транспортного обслуговування, передбачають створення певних диспетчерських служб або налагодження співпраці з спеціалізованими компаніями, встановивши зв'язок з автобусними підприємствами міста Тернополя ін.

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б.М., Погайдак О.Б., Кирич Н.Б., Керничний Б.Я. Особливості організації транспортного обслуговування в умовах трансформаційного суспільства. 2013 р. Держава та регіони № 2. 2013р.

7. Погайдак О.Б., Кирич Н.Б., Керничний Б.Я. Інноваційні шляхи розвитку транспортного обслуговування в умовах активної автомобілізації населення посттоталітарного суспільства. Галицький економічний вісник № 1 (60) 2013р. с 137-145.

УДК 338

Пончик М.М., Пашко Ю.А., Малюта Л.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ponchyk M. M., Pashko Yu.A., Maliuta L.Ya.

MANAGEMENT BY FINANCIAL SUPPORT OF ENTERPRISES' INNOVATION ACTIVITY

Управління фінансовими ресурсами визначає ефективність діяльності суб'єктів господарювання в ринковому середовищі, їх фінансову стабільність та потенціал розвитку. На практиці це відображається у створенні такої системи управління фінансовими ресурсами на підприємстві, яка б забезпечувала ефективний процес виробництва та реалізації продукції, а також можливості для подальшого розвитку і виходу на нові ринки. Фінансові ресурси є матеріальним втіленням фінансових відносин на рівні господарюючих суб'єктів, до них належать усі грошові фонди та частина грошових коштів, яка використовується підприємством у не фондovій формі. Здатність виконувати функцію платіжного засобу та рівень ліквідності активів є визначальними ознаками належності їх до складу фінансових ресурсів.

Ефективне управління фінансовими ресурсами є важливим чинником відновлення прибутковості й фінансової спроможності як на мікро-, так і макrorівні. Основною метою управління фінансами на рівні підприємства є одержання максимальної вигоди від вкладених фінансових ресурсів. У процесі управління фінансовими ресурсами підприємства базовими витупають такі завдання: визначення обсягу наявних фінансових ресурсів; обґрунтування оптимальних розмірів грошових ресурсів, їх розподіл і використання з урахуванням потреб підприємства, економічної доцільності видатків, впливу їх на кінцеві результати господарської діяльності; контроль за раціональним використанням ресурсів, виробничих фондів, виконанням планових завдань, безперервністю розрахунків, підвищенням рентабельності виробництва; організація своєчасних розрахунків з контрагентами, аналізу фінансової діяльності підприємства.

Однак, в сьгоднішніх умовах господарювання, ефективне управління фінансовими ресурсами не обмежується рамками операційної діяльності та виникає потреба в належному фінансуванні інноваційної діяльності. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності слід розглядати як стратегічне управління фінансово-господарською діяльністю, це своєрідні довгострокові інвестиції підприємства.

Реалізація механізму управління фінансовим забезпеченням інноваційної діяльності підприємств передбачає формулювання цілей і аналіз інвестиційних можливостей підприємства; визначення інвестиційних потреб; пошук джерел фінансування; визначення обмежень у застосуванні тих чи інших методів фінансового забезпечення; порівняння альтернативних варіантів; формування складу джерел фінансування й ранжування за ефективністю використання на основі оцінки показників витрат і результатів; оптимізацію структури джерел фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства й вибір найвигідніших варіантів; моніторинг і контроль за фінансуванням інноваційної діяльності [2, с. 57].

Ефективність функціонування механізму управління фінансовим забезпеченням інноваційної діяльності підприємств залежить від вибору інноваційного проекту; визначення обсягів фінансових ресурсів; вибору джерел фінансування і принципів їх

акумулювання; наявності складу та структури джерел фінансування; оцінювання ефективності джерел фінансових ресурсів за критеріями: вартості, обсягу, строку використання, умов надання; напрямів використання фінансових ресурсів і контролю за їх цільовим використанням.

До форм фінансового забезпечення інноваційного розвитку підприємств слід зарахувати самофінансування, бюджетне фінансування, банківське кредитування й інвестування. Фінансування інноваційної діяльності може здійснюватися за рахунок власних, залучених і позикових фінансових ресурсів. Самофінансування відбувається за рахунок власних фінансових ресурсів, таких як чистий прибуток та внески до статутного капіталу. Брак власних ресурсів на рівні підприємств призводить до мобілізації залучених і позикових ресурсів. Можливість отримання додаткового прибутку призводить до використання інвестицій іноземних чи вітчизняних суб'єктів. Банківські кредити й випуск боргових цінних паперів є додатковим джерелом позикових коштів, що використовуються для впровадження інноваційної діяльності.

Базовими джерелами фінансування інноваційної діяльності в Україні є кошти Державного та місцевих бюджетів; власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; кошти (інвестиції) фізичних і юридичних осіб; інші джерела, не заборонені законодавством України. Однак у фінансово-господарській діяльності суб'єктів інновацій дуже рідко використовують лише одну форму фінансового забезпечення, в більшості випадків згадані форми оптимально поєднуються. Кожне підприємство формує власну модель фінансового забезпечення, якою визначає склад і структуру джерел фінансування.

Серед основних джерел фінансування інноваційної діяльності в Україні залишаються власні кошти підприємств, питома вага яких у 2018 р. становила 72,9%; частка підприємств, що отримали кошти іноземних інвесторів, становила 13,1%. Переважання у складі джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств власних ресурсів зумовлено насамперед недостатньо чітким і складним процесом залучення фінансових ресурсів через несприятливий інвестиційний клімат, нерозвиненість венчурного фінансування тощо.

Отже, в управлінні інноваційним розвитком підприємства вагомим значення набуває саме фінансова складова, що передбачає пошук і мобілізацію найбільш раціональних джерел фінансування інноваційної діяльності. Загальний рівень інноваційної активності промислових підприємств України знаходиться на досить низькому рівні, що передусім пов'язано із недостатністю обсягів фінансування. Тому успішна інноваційна діяльність вітчизняних підприємств можлива за рахунок ефективного фінансового менеджменту на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Безбородова Т. В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємств // Держава та регіони. 2018. № 5. С. 21–23.
2. Возняк Г. В., Кузнецова А. Я. Інноваційна діяльність промислових підприємств та способи її фінансування в Україні: монографія. К. : УБС НБУ, 2007. 183с.
3. Джерелейко С. Д. Управління фінансовими ресурсами промислових підприємств. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2010_1/156.pdf

УДК 330.341:379.83

Северіна Ю.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЗАКЛАДАХ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Severina Y.M.

IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE CATERING FACILITIES OF THE TRANSCARPATHIAN REGION

З кожним роком на території України з'являється все більше закладів у сфері ресторанного бізнесу, що викликано, насамперед, зростаючою потребою людей в харчуванні та якісному проведенні дозвілля. Незважаючи на нестабільний економічний стан в Україні, заклади харчування користуються значним попитом порівняно з іншими місцями відпочинку чи засобами організації різноманітних заходів. Гнучка політика ресторанних підприємств дозволяє задовольнити бажання усіх споживачів. Але на фоні конкуренції, яка виникає в ресторанному бізнесі, все частіше постає питання відходу від традиційних методів обслуговування, кухні, розважальних заходів та очікуваного контингенту споживачів. Тому підприємства ресторанного бізнесу вимушені впроваджувати найновітніші технології, методи та методики як на рівні управління закладом, так і на рівні обслуговування [2, с. 167].

Прогрес будь-якої країни відбувається за рахунок розвитку науки. Саме впровадження інноваційних технологій та ідей призводить до економічного зростання, розвитку ресторанного бізнесу, і, відповідно, до покращення фінансового стану.

На сьогоднішній день інновації в ресторанному бізнесі є обов'язковим елементом. Клієнти сприймають їх, зазвичай, як належне явище.

Закарпатська область знаходилася у групі регіонів з низьким рівнем інноваційного потенціалу. Це викликано недостатньою для сучасного періоду інноваційною активністю в області.

Проте, новітні технології можуть змінити картину. Наприклад, технологія швидкого охолодження і шокової заморозки, яка з'явилася в США в минулому столітті і застосовувалася в основному для запобігання масових отруєнь продуктами харчування та їх псуванню в процесі неправильного зберігання. Найбільш гостро це питання стояло в ресторанному бізнесі, де потреба у високій якості їжі є на першому місці. В наш час почали застосовуватись машини для шокової заморозки, що сьогодні стає своєрідним трендом.

До прикладу, в Ужгороді в кондитерській мережі «Shtefanyo Valentin & Valentina» використовується шокова заморозка кондитерських виробів. Звичайно, для споживачів нашого краю це досить дивно, адже заморожена їжа здається несмачною і менш корисною. Проте, при використанні машин для шокової заморозки це все відбувається по іншому, ніж в звичайних морозильних шафах.

Гідропоніка – спосіб вирощування рослин без ґрунту на воді. Так, ця інновація вже давно використовується на фермах та різних фабриках, а останнім часом вона поширилась і на громадське харчування. Вона допомагає розвивати тренд: «З ферми – до столу».

Цю інновацію почали використовувати в ресторані «Графський двір» (м. Мукачево), а саме, створили гідропонну ферму. По периметру гідропонної ферми протягнуті стійки та полиці з насінням, де за спеціальним графіком здійснюється полив. Її освітлює спеціальна ультрафіолетова лампа, яка повторює світловий день (12–годинний цикл освітлення). Для їх зростання використовується гідропоніка, повністю імітуючи родючий ґрунт.

«Обличчя» ресторану – це офіціант, саме він зустрічає, обслуговує і проводить клієнта. Будь-яка помилка – і клієнт більше не прийде, навіть якщо кухар приготує страву на вищому професійному рівні.

Але для онлайн-замовлення фізичне місце розташування кухні чи ресторану не відіграє великої ролі. Тут для клієнта важливі тільки два фактори – якість їжі та швидкість доставки. Зовсім по-іншому виглядає замовлення зі смартфона: зробити замовлення через сайт або мобільний додаток, не чекаючи офіціанта, а далі оплатити через мобільний гаджет (в будь-який момент, навіть до процесу прийому їжі). По-перше, економиться час клієнта, по-друге, офіціант за той же час може обслужити більшу кількість відвідувачів.

QR Waiter розробили нову систему щодо обслуговування відвідувачів в закладах харчування використовуючи QR-коди. Сервіс покликаний вирішити проблему тривалого очікування бажаної страви чи напою в закладі, і в разі пришвидшити обслуговування. Для початку роботи заклад повинен зареєструватись на сайті, заповнивши анкету. Далі відповідно до кількості столиків заклад отримує QR-коди. Наліпки потім треба наклеїти на столики і можна користуватися. В Ужгороді вже протестовано кав'ярню «Duffort», яка використовує дану систему обслуговування. Все, що потрібно відвідувачу, це сканувати QR-код, а надалі вибирати страву з пропонованого меню закладу.

Робити замовлення стає дуже просто завдяки таким ідеям. Щоб зробити це зателефонувавши – складніше, особливо якщо не знаєте саме меню. А тут просто обрав заклад, передивився меню, обрав, замовив та оплатив. І все це не виходячи з дому.

Варто відмітити, що кілька років назад інновацією в ресторанному бізнесі вважався виклик таксі із кафе чи ресторану або бронювання столів по телефону. Трохи пізніше інноваційними ставали ресторани, в яких можна було зробити замовлення додому, а також заклади в яких в різноманітних конкурсах можна було виграти знижку на обслуговування або, наприклад, вечерю на двох [1, с. 69].

У зв'язку з тим, що через збільшення попиту споживачів на заклади громадського харчування з кожним роком відкривається все більше підприємств ресторанного бізнесу, то новим власникам потрібно розробляти і продумувати свою діяльність зовсім по новому та оригінальніше. На даний час відвідувачі очікують від закладу не лише їжу, а й певну атмосферу та своєрідне шоу. Так наразі це зробити все важче, але можливо, і в цьому велику роль грають креативний менеджмент та працівники, які завжди будуть наготові до новинок в ресторанній сфері.

Список використаних джерел:

1. П'ятницька Г. Інноваційні ресторани технології : основи теорії : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. П'ятницька, Н. П'ятницька. – К. : Кондор-Виробництво, 2013. – С. 205.
2. Алексеев Д. Успешный ресторан-эмоций и расчет Д. Алексеев // Ресторанные ведомости. – № 5 – 2012. – С. 165–169.

УДК 338.4

Стойко І.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

14 ПРИНЦИПІВ ЕДВАРДА ДЕМІНГА ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Stoyko I.I.

14 EDWARD DEMING PRINCIPLES FOR MANAGING THE QUALITY OF HOTEL AND RESTAURANT SERVICES

Україна повільно, але впевнено рухається у напрямку цивілізованої Європи, де впроваджені та діють високі стандарти не лише на продукцію та виробництво, а й стандарти систем менеджменту якості організацій, які відомі як стандарти ISO 9000.

Основним завданням менеджменту готельно-ресторанних послуг є збереження стабільності якості послуг з плином часу. Тому кожна з організацій зацікавлена у розробленні методик управління усім процесом виробництва, який забезпечує стабільність якості пропонованих послуг.

У 1982 році у США видана книга американського вченого, статистика і консультанта з теорії управління якістю Вільяма Едвардса Демінга (також відомий як Едвард Демінг) «Якість, продуктивність, конкурентоспроможність», де викладено результати його 20-річної діяльності у сфері якості у формі 14 постулатів.

1. *Постійність мети.* Завдання даного постулату для готельно-ресторанного бізнесу у тому, щоб зробити так, щоб прагнення до вдосконалення товару і послуг стало постійною метою. Кінцева мета менеджменту підприємства – визначити політику, стратегію і плани розвитку підприємства, довести до відома кожного працівника, поліпшувати якість виготовлення продукції та надання послуг, стати конкурентоспроможним, залишитися в бізнесі і забезпечити робочі місця.

2. *Нова філософія.* Готельно-ресторанний комплекс існує у конкурентному середовищі з певною конкурентною боротьбою. Тому керівники підприємств повинні усвідомити своє значення та взяти на себе відповідальність, прийняти такий стиль управління, щоб досягти змін і встояти з якісною продукцією та послугами на ринку.

3. *Покінчити із залежністю від масового контролю.* Підприємства готельно-ресторанного комплексу повинні вимагати від замовників та організацій, щоб вони постачали якісну продукцію. Менеджменту необхідно відійти від необхідності в масовому контролі, в першу чергу, зробивши якість невід'ємною характеристикою продукції. Необхідно використовувати статистичні методи, які дають змогу виявити постійні дефекти чи недоліки й уникнути додаткових витрат на їх виправлення.

4. *Покінчіть з практикою закупівель за найдешевшою ціною.* Підприємствам необхідно постійно враховувати, що ціна повинна оцінювати якість товару. Тому при укладенні контрактів необхідно оцінювати відповідність якості продукції, що постачається, враховувати репутацію постачальника для кожного виду товару, який закуповує організація. Якість вимагає роботи з постачальниками на основі довгострокових відносин, взаємного довір'я і відданості вибору.

5. *Покращуйте кожен процес.* Даний постулат повністю висвічує проблемні питання як готельно-ресторанної справи, так і підприємства іншої галузі і є завданням щоденної роботи менеджменту, який повинен взяти на озброєння упровадження нових рішень. У зв'язку з цим, ключовим напрямом підвищення ефективності діяльності компанії стає розробка, планування, реалізація і контроль здійснення інноваційних проектів. Інновації для сфери послуг є найважливішим стимулятором росту компанії.

6. *Введіть у практику підготовку та перепідготовку кадрів.* Розвиток готельного і ресторанного бізнесу в Україні, зростаюча конкуренція, потребують підвищення вимог до всіх категорій персоналу, оскільки якість сервісу в першу чергу визначається роботою служб, що відповідають підготовку послуг і безпосередньо контактують з клієнтами. Проте, як показує практика, більшість працівників обслуговуючого персоналу готелів і ресторанів країни не мають спеціальної освіти, не володіють ні навичками роботи з сучасними інформаційними та інноваційними технологіями, ні знаннями з психології і етики роботи з клієнтами.

7. *Установіть лідерство.* Лідерство є надзвичайно актуальним у сучасній індустрії гостинності. Так, зокрема, сектор готельно-ресторанного бізнесу пов'язаний із невизначеним або пролонгованим робочим часом, неповним робочим днем, досить низьким рівнем оплати праці та відсутністю лідерських навичок менеджерів. Усі ці чинники посилюють значення ефективності лідерства у сфері гостинності.

8. *Проганяйте страх.* Страх є природною складовою людської сутності. В умовах підприємства сфери обслуговування у працівників страхи можуть мати різний характер: страх розчарувати керівництво, страх невідповідності очікуванням, страх спілкування тощо. Головне, щоб керівники дбали про позитивний імідж всередині підприємства, ділову атмосферу, заохочували ефективні двосторонні зв'язки і використовували різні засоби для викорінення страхів, у тому числі і свій стиль роботи, щоб не було побоювань і ворожості всередині організації і кожен міг працювати більш ефективно і продуктивно на благо компанії.

9. *Зруйнують бар'єри між підрозділами, службами, відділеннями.* Широке поняття "колектив" відноситься до будь-якої офіційно організованої групи людей, котрі зайняті суспільно корисним видом діяльності. Міжособистісна взаємодія в колективі породжує соціально-психологічний клімат колективу. Від нього залежить як благополуччя всіх членів колективу, так і їх працездатність.

10. *Відмовтеся від порожніх гасел і закликів.* Конкуренція у сучасному світі примушує керівників підприємств постійно шукати нові можливості для підвищення ефективності організації роботи персоналу. Чи не найважливіша роль в успішному функціонуванні підприємства належать його працівникам. Як втримати хорошого спеціаліста, підвищити продуктивність праці? В цьому допоможе правильно побудована система мотивації.

11. *Усуньте довільні числові норми і завдання.* Звичайно, наявність числових завдань-норм для різних працівників готельно-ресторанного комплексу про кількість обслуговуваних клієнтів, про кількість виручки на одного працівника тощо є методикою управління до неефективної роботи закладу і дорогою в його банкрутство і занепад.

12. *Дайте працівникам можливість пишатися своєю працею.* Керівник компанії обов'язково повинен долучатися до мотивації персоналу. Тоді і персонал і керівництво працюватимуть, як єдина команда, допомагаючи один одному досягати своїх цілей. Навіть, якщо через певний період працівник залишить підприємство, де він довгий час пропрацював у хорошій команді, він швидше за все, розповсюджуватиме позитивну інформацію про компанію.

13. *Заохочуйте прагнення до освіти.* Достатньо ефективним інноваційним інструментом у вирішенні цієї проблеми є використання технології коучингу, особливо у практиці професійного розвитку управлінського потенціалу підприємства.

14. *Прихильність справі підвищення якості і дієвість вищого керівництва.* Останній принцип сам говорить про дієвість вищого керівництва і зобов'язує його не тільки на словах упроваджувати якість послуг, але конкретно день за днем працювати над якістю разом з колективом організації

УДК 338

Федишин І.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ЗАГАЛЬНІЙ ПРОБЛЕМІ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ

Fedyshyn I.B.

CRISIS MANAGEMENT IN THE GENERAL PROBLEM OF PRODUCTION SYSTEMS

Суспільства стають не тільки більш складними та взаємопов'язаними, але й дедалі більше вразливими щодо впливу непередбачуваних соціальних, економічних та екологічних негативних подій, оскільки нові загрози можуть виникати та швидше поширюватися через ефекти глобалізації. Ця концепція також враховує іншу закономірність нових криз: каскадні ризики, які стають активними загрозами, коли вони поширюються на глобальні системи, незалежно від того, чи виникають вони в галузі охорони здоров'я, клімату, соціальної чи фінансової систем. Підвищена мобільність у глобальному світі сприяє поширенню носіїв ризику чи векторів, таких як віруси чи терористичні атаки. Глобалізація також призвела до посилення взаємозалежності виробничих та постачальницьких систем та їх інфраструктури, а також до централізації та концентрації критичних систем. Ланцюги поставок та мережі життєво важливих служб стають все більш глобальними і тому піддаються багатьом небезпекам та загрозам. Вони також є вразливими, взаємозалежними, і наші суспільства та економіки все більше покладаються на них у своєму щоденному функціонуванні та діяльності. Криза, що зачіпає один вузол такої системи, може вплинути на всю, маючи масштабні каскадні наслідки. Катастрофи виявляють не лише структурні сильні сторони та обмеження середовища певної громади, а й те, як місцеві, державні та національні організації реагують ефективно чи неефективно. Виробникам для збереження конкурентоспроможності доведеться диверсифікувати виробництво згідно з новими стандартами, враховуючи новітні технологічні продукти та процеси, в тому числі для того, щоб уникнути цінових воєн.

Сьогодні, згідно з Глобальним індексом конкурентоспроможності виробничої сфери, США не посідає перше місце як найконкурентніша економіка світу. Однак перше місце займає Китай. Додатковою макроекономічною змінною, яка може мати серйозні наслідки для світової економіки, є будь-яке уповільнення зростання в Китаї. Китай відіграє важливу роль, завдяки енергійному попиту споживачів (зокрема через розвинену систему Інтернет комерції) та фіскальному стимулюванню, що надається розвиненим країнам Світу за рахунок придбання облігацій та активів. Однак у 2019 році зростання Китаю сповільнилося до приблизно 6% - найнижчий темп його зростання за 30 років, при цьому відбувалося падіння інвестицій, ослаблення внутрішнього попиту та зниження об'ємів експорту (частково через торговельну війну із США). Зростання економіки Китаю, ймовірно, було причиною швидкого відновлення в єврозоні та зростанню, яке спостерігається в США, оскільки навряд чи тільки монетарний стимул міг створити умови для відновлення зростання [1].

Традиційні управлінські та маркетингові зусилля сьогодні для виробників виявляються набагато менш ефективними, ніж у минулому; виставки, торгові оголошення та телефонні опитування вже не працюють так, як раніше. У цифрову епоху організаціям потрібно зробити більше, ніж створити веб-сайт і сподіватися, що їх найкращі перспективи пов'язані тільки з ним. Маркетологи на промислових B2B повинні докласти зусиль, щоб такий веб сайт можна було органічно знайти через

пошук в Інтернеті, а також надавати велику кількість інформації, яка демонструє актуальність та досвід. Це означає, що потрібно використовувати вхідний маркетинг та тактику SEO, створюючи контент, який дає відповіді на запитання та проблеми потенційних клієнтів.

Надалі, у міру прогресу технологій, зростають зусилля та навички кіберзлочинців. У той час як програмне забезпечення колись було найпоширенішою ціллю кіберзлочинності, після багатьох років бурхливого зростання його обігнали дві "нові" загрози: банківські трояни та криптовалюти (згідно з середньорічним звітом про кібератаку «Checkpoint Trend: 2018» [2], кіберзлочинці атакували 42% організацій по всьому світу лише в першій половині 2018 року).

Більшість виробників покладаються на застарілі системи безпеки, нездатні вирішити кількість та складність загроз сьогодні, залишаючись уразливими до атак. Компанії повинні використовувати більш складні способи убезпечення своїх мереж.

Найкраща зброя для боротьби з кібер-атаками - це забезпечення регулярного оновлення всього програмного забезпечення та навчання працівників щодо попереджувальних знаків про порушення безпеки компанії. Один з поширених способів потрапляння кіберзлочинців у мережу - це електронна пошта.

Перше, що необхідно підприємству в кризових умовах - це робота з бізнес-консалтинговою фірмою, яка має досвід у критичних ситуаціях.

Ризики, які невідомі через невизначеність впливають на цілі організації та її виживання. Такі ризики можуть призвести до фізичного припинення бізнесу. Ризики цієї категорії включають ризикові події, пов'язані з платоспроможністю, які виникають, коли рішення, прийняті всередині організації або поза нею, мають ефект доміно та впливають на здатність фірми функціонувати.

На відміну від управління ризиками, яке передбачає оцінку потенційних загроз та пошук найкращих способів уникнути цих загроз, управління кризовими ситуаціями передбачає подолання загроз до, під час та після їх виникнення. Управління повинно зосереджуватись відповідно на швидкій, але нетривалій реакції "першої допомоги" та довготривалій фазі відновлення (наприклад, переміщення операцій на інший сайт).

На успішне застосування будь-якої теорії чи концепції як для менеджменту, так і для повсякденного (оперативного) управління сильно впливає ситуація. Наприклад, функціональна організаційна структура з багатьма шарами управління функціонує найкраще в стабільних умовах та рутинних операціях. Для практичного управління операційне середовище повинно бути гнучким, щоб швидко та адекватно реагувати на різноманітні небезпеки, з якими стикається громада чи бізнес. Керівники повинні будувати організаційну культуру та структуру, яка імпровізує та визнає, що кожна криза є унікальною. Як результат, система може бути структурована більш динамічно, виходячи з характеру проблеми (небезпеки) та того, хто потребує участі у прийнятті рішень та вжитих дій. Використання жорсткої структури незалежно від ситуації, може не забезпечити належну основу для швидкого та всебічного прийняття рішень в умовах кризи. А також нові технології, закони та нормативні акти, потреби громади та бізнесу, є основними чинниками, що підштовхують зміни в програмах реагування та відновлення, інструментах планування та підходах до менеджменту взагалі.

Список використаних джерел:

1. Financial Risks in Europe: The End of the Beginning 2020. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/QA0420079ENN.en.pdf>
2. Check Point Cyber Attack Trends: Mid-Year Report 2018. URL: <https://research.checkpoint.com/wp-content/uploads/2018/07/Cyber-Attack-Trends-2018-Mid-Year-Report.pdf>

УДК 338.3

Шевцова О.Л, Юркевич Г.Й.

Чортківський навчально-науковий інституту підприємництва і бізнесу ТНЕУ

УПРАВЛІНСЬКА ГУМАНІТАРОЛОГІЯ ЯК НАПРЯМ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ

Shevtsova O.L, Yurkevych H.Y.

MANAGERIAL HUMANITIES AS A DIRECTION FOR TRAINING MANAGERS

Професійна підготовка успішного менеджера в сьогоднішніх реаліях стає неможливою без її гуманістичного підґрунтя. Ціннісною підставою формування професійної культури сучасних менеджерів повинна стати орієнтація на духовність особистості, оволодіння нею світовими і національними надбаннями культури. Моделюючи механізми духовної культури менеджерів в сфері послуг можна визначити основні:

- 1) цілісний гуманістично спрямований процес, завдяки побудованим суб'єкт - суб'єктивним відносинам на принципах гармонізації соціальних та індивідуальних потреб;
- 2) умови особистісного самовиховання і самодетермінації;
- 3) формування професійної культури як складової організаційної поведінки майбутнього менеджера.[1]

Духовне наповнення професійною культурою майбутніх менеджерів має відбуватися як цілеспрямована робота для формування культури мовлення, поваги до національних традицій, виховання художнього смаку, почуття краси, добра і поваги, самоповаги, формування позитивної мотивації соціальної діяльності особистості.

Ряд дослідників стверджують, що шлях менеджера в системі управління в значній мірі визначається індивідуальними якостями, особливостями дитинства і юності, навчанням, досвідом трудової діяльності, темпами, змістом і результатами розвитку особистості до вступу на керуючу посаду. Окремі вчені виокремлюють певний набір протипоказань до управлінської діяльності: агресивність, понижений самоконтроль, індивідуалізм, безхарактерність, невміння логічно мислити, надмірна емоційність та ін. [1; 2; 3; 4].

Розглядаючи інноваційний підхід до підготовки бізнесменів і менеджерів у сфері туризму, готельно-ресторанного бізнесу В.М. Шепель пропонує модель їх гуманітарної освіти, яка повинна закладатися в процесі навчання у вузі. Автор рекомендує ввести у вищі навчальні заклади які займаються підготовкою фахівців у сфері гостинності і туризму системний курс "Гуманітарологія", призначення якого - сприяти гармонійному розвитку мислення студентів, формуванню у них благородних почуттів, утвердженню здорових моральних засад. Як загальний курс пропонується викладати у вищих навчальних закладах економічного профілю ряд дисциплін етичного й екологічного циклу. Їх освітнє значення полягає у засвоєнні майбутніми спеціалістами системи управління загальнолюдськими ідеалами і вищими духовними цінностями, у розумінні громадянської честі і обов'язку. [5]

Особливої уваги потребує процес формування морального обличчя ділової людини, яке представляє як систему загальних, конкретних і спеціальних якостей.[3]

Загальні моральні якості - патріотизм (вірність своїй країні, дотримання і розвиток кращих традицій свого народу та ін.), гуманізм (визнання особистості як цінності, віра в людські можливості та ін.), справедливість (об'єктивна оцінка особистісно-ділових якостей людини і її діяльності, визнання її індивідуальності та ін.).

Конкретні моральні якості - громадянська совість (загострене відчуття особистісної відповідальності перед суспільством і людьми), моральна воля (вміння досягати мети, здобувати повагу людей, розвинутий самоконтроль), професійна чесність (ділова вимогливість, самовіддача у роботі), мужність (сміливість, вміння переносити особисті невдачі і службові).

Професійні якості особистості необхідно розглядати разом з її моральними нормами. Такий підхід образно аргументований у народній мудрості: той, хто встигає у науці, але відстає від моральних норм, більше відстає, ніж встигає. Досвід ринкової економіки теж підтверджує ефективність базованих на принципах справедливості, порядності, гуманізму управлінських дій. Аморальна поведінка керівника спричинює погіршення людських взаємин, моральну ерозію.

Важливими рисами професіоналізму керівника є його здатність до виявів гуманізму, поваги, справедливості, визнання прав людини, усвідомлення того, що управлінська діяльність потенційно володіє морально-виховними можливостями.

Ще одним показником професійної управлінської діяльності керівника з позицій етики є дотримання моральних принципів взаємодії, в процесі якої реалізуються соціальний, психологічний контакти, пов'язані із психічним станом їх учасників. Взаємодія немислима без спільної матеріальної і духовної діяльності. Незадоволені потреби призводять до безпринципності, деградації особистості. Саме тому свою професійну діяльність керівник повинен будувати на основі моральних засад співробітництва.

Теоретичні морально-психологічні засади управлінської діяльності є підґрунтям професійної етики керівника, яка передбачає наявність теоретико-прикладних етичних знань і практичних рекомендацій, зорієнтованих на якісне виконання адміністративно-господарських функцій. Вона охоплює передовий досвід морально-психологічного розв'язання конкретних проблем управління.

Розглядаючи процес формування управлінських кадрів, не варто забувати, що керівник перш за все є членом суспільства, потім представником певної галузі виробництва, робітником конкретної організації, членом колективу. Певний період історичного розвитку, соціальний контекст становлення управлінських кадрів породжує загальні риси і характеристики, особливості розвитку керівників.

Список використаних джерел:

1. Дукла Д. Професійні компетенції менеджера сучасної Європи – визначник його професіоналізму / М. Міровська // Соціальна праця як інструмент інтеграції місцевого суспільства. – Ченстохова, 2008. – С. 34-35.

2. Жигайло Н. І. Психологія духовного становлення особистості майбутнього фахівця : монографія / Н. І. Жигайло. – Львів : Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2008. – 336 с.

3. Жигайло Н. І. Соціально-економічна діагностика: Навчальний посібник. – Львів: Новий Світ-2000, 2008. – 224 с.

4. Котлярська-Міхальська А. Менеджер як досліджувач і стратег – нові виклики в освіті // Суспільні дії в соціальній праці на порозі ХХІ століття» / Єва Кантовіч, Анджей Олюбінські. – Торунь, 2003. – С. 33

5. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям / В.М. Шепель. – URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/shep/index.php

УДК 338

Шерстюк Р.П., Андрушків Б.М., Погайдак О.Б.

Тернопільський Національний технічний університет імені Івана Пулюя

**НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ
ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ
ПРОЦЕСІВ**

Sherstiuk R.P., Andrushkiv B.M., Pohajdak O.B.

**DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF THE ECONOMIC SECURITY
MANAGEMENT SYSTEM IN CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF UNITED
TERRITORIAL COMMUNITIES AND EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES**

В сучасних умовах розвитку добровільних об'єднань територіальних громад та Євроінтеграційних процесів, посилення у цьому зв'язку конкурентної боротьби, вимагають від промислових підприємств що функціонують на означених територіях, організації належної економічної безпеки. Як відомо, економічна безпека підприємств є запорукою зростання основних соціально-економічних показників розвитку не лише безпосередньо суб'єктів господарювання, а і добровільних об'єднань територіальних громад (ДОТГ) та в послідуєчому, національної економіки і параметрів держави загалом. Досвід показує, що активізація розвитку добровільних об'єднань територіальних громад та посилення Євроінтеграційних процесів, передбачає глибоке і всебічне дослідження управлінських процесів, яке ставить за мету не лише формування їх теоретико-методичних засад, а і практичних рекомендацій щодо удосконалення та побудови системи управління економічною безпекою підприємства за умов підвищення результативності діяльності під дією сучасного ринкового середовища.

Соціологічні дослідження стану та діагностика тенденцій рівня економічної безпеки підприємств в умовах добровільного об'єднання територіальних громад залежить від логічної і послідовно побудованої структури управління що забезпечує його високу ефективність. В цих обставинах викликають практичну зацікавленість науково-методичні підходи до формування структури системи управління економічною безпекою підприємств, за умов розвитку Євроінтеграційних процесів їх функціонування, яка ґрунтується на функціональному забезпеченні складових взаємозв'язків економічної безпеки із складовими ризик-менеджменту які організаційно доповнюють структурну побудову системи управління із науково-методичними підходами до розподілу ресурсно-фінансового забезпечення господарюючих суб'єктів на об'єднаній території. У цій ситуації для організації цілеспрямованого управлінського впливу, доцільно застосувати засади бального визначення складових економічної безпеки, за даними якого, на першому етапі, можна зробити висновок про її рівень та фінансово-економічний стан підприємств, а в послідуєчому приймати обґрунтовані управлінські рішення з координації процесів.

Отже вище означені обставини підтверджують доцільність, на даному етапі, формування відповідної структури системи управління економічною безпекою підприємства (в умовах ДОТГ), яка ґрунтується на концептуальному забезпеченні функціональних взаємозв'язків складових економічної безпеки із складовими ризик-менеджменту які організаційно доповнюють структурну побудову системи із науково-методичними підходами до розподілу ресурсно-фінансового та ін. забезпечення у процесах підвищення економічної безпеки господарюючих суб'єктів функціонуючих в умовах

добровільного об'єднання територіальної громади, що пришвидшить досягнення стратегічних цілей розвитку діяльності в сучасному Євроінтеграційному процесі.

Результативність управління (системи ризик-менеджменту економічної безпеки підприємства) в умовах добровільного об'єднання територіальної громади, на відміну від інших, функціонально доповнює процеси організації економічної безпеки та вдосконалює методiku оцінки ситуації, виявлення проблем та систему прийняття управлінських рішень, шляхом бального оцінювання їх ефективності, та визначення важелів посилення Євроінтеграції, що підвищить основні економічні параметри їх стабільного господарювання. Основні положення та спрямовані на вирішення наукової проблеми удосконалення процесів управління економічною безпекою підприємства в умовах добровільного об'єднання територіальної громади забезпечують гармонійний і безпечний розвиток відповідно до Європейських стандартів.

Тим часом для глибшого вивчення проблематики, на даний час, варто дослідити конкретний вплив функціонування фінансово-ресурсної складової на результативність забезпечення економічної безпеки підприємств добровільного об'єднання територіальних громад, визначити пріоритетність обрання для визначення результативності саме фінансово-ресурсної складової безпеки підприємства. В цілому, вирішення означених завдань окресленої мети удосконалення структури системи управління економічною безпекою соціально-економічного розвитку підприємств добровільного об'єднання територіальних громад, за умов розвитку Євроінтеграційних процесів, могли б суттєво підвищити науково-методичну і практичну цінність розробок та ефективність запропонованих рішень.

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б. Маргіналізація і глобальні небезпеки економіки / Б. Андрушків, І. Романська // Матеріали тези 15-ої наукової конференції Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, 14-15 грудня 2011 р. – Тернопіль: ТНТУ, 2011. – С.
2. Стратегія розвитку адміністративного району (Концептуальні засади організації соціально-економічного розвитку адміністративного району в контексті формування добровільних об'єднань територіальних громад Лановеччини / Б.М. Андрушків, Г.Х. Мельник, С.М. Співак/. – Тернопіль: ФОП Паляниця В.А, 2017. – 456 с.
3. Дорофиенко В.В. Создание и организация деятельности объединений совладельцев многоквартирных домов (ОСМД) – основа реформирования управления жилищным хозяйством / В.В. Дорофиенко, В.И. Логвиненко, И.Н. Осипенко. – Донецк: ВИК, 2007. – 240 с.
4. Економіка міського господарства / Т.П. Юр'єва, В.О. Костюк, В.А. Бардаков та ін. – Харків : ХДАМГ, 2008. – 672 с.
5. Димченко О.В. Житлово-комунальне господарство в реформаційному процесі: аналіз, проектування, управління: монографія / О.В. Димченко; Харк. нац. акад. міськ. госпва. – Х. : ХНАМГ, 2009. – 356 с.
6. Поляков П. А. Структура системи підвищення економічної безпеки підприємств за умов євроінтеграції / П.А. Поляков, Т.М. Оксенюк // Соціально-трудові та економічні пріоритети розвитку виробничих систем у прискоренні євроінтеграції : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника. – Хмельницький : ХНУ, 2019. – С. 377–426.
7. Поляков П.А. Формування економічної безпеки промислових підприємств / П. А. Поляков // Соціально-трудовий потенціал: формування, забезпечення та розвиток у підвищенні економічної безпеки : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника. – Хмельницький : ХНУ, 2018. – С. 499–554.

УДК 316.4

Юркевич Г.Й.

Чортківський навчально-науковий інституту підприємництва і бізнесу ТНЕУ

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Yurkevych H.Y.

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE SERVICE PROCESS

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки, туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням операції об'єднаних сил на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому ринку.

Проте туристична галузь залишається важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету та сприяє активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей народного господарства: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту та зв'язку тощо. Індустрія туризму має найбільш сильний ефект мультиплікатора, ніж більшість інших економічних галузей [4].

Сфера туризму, як одна з перспективних економічних галузей, потребує висококваліфікованих працівників з високим рівнем загальної культури та екологічної свідомості, здатних до самовдосконалення та творчого мислення, до розв'язання складних завдань і проблем, що потребують оновлення та інтеграції знань, відповідальних за результати праці.

Психологічна готовність включає в себе з однієї сторони запас професійних знань, умінь і навичок; з іншої - риси особистості: переконання, педагогічні здібності, інтереси, професійна пам'ять, мислення, увага, спрямованість думки, працездатність, емоційність, моральний потенціал особистості, що забезпечать успішне виконання професійних функцій. Розвиток має бути комплексним і включати в себе як знання профільних дисциплін, так і знання психології, а також іноземних мов з огляду на спеціалізацію туристичної діяльності [2].

Професійно-особистісний розвиток співробітників туристичної сфери має супроводжуватись високоосвіченими фахівцями з професійним досвідом роботи та знаннями у галузі психології. Передусім професійно-психологічна компетентність персоналу туристичного бізнесу передбачає знання психології й таких її галузей, як «Психологія управління», «Психологія професійної (туристичної) діяльності», «Психологія харчової поведінки», «Організаційна психологія» та «Вікова психологія».

Зважаючи на це, доцільно приділяти більше уваги підготовці кваліфікованого персоналу шляхом вивчення як професійних дисциплін, так і в першу чергу психології. Часто при проходженні випробувального терміну або на початку роботи співробітники туристичних установ проходять різноманітні тренінги («Тренінг особистісного зростання», «Мистецтво переконувати», «Основи нейролінгвістичного програмування», «Бізнес-консультування» тощо), які мають на меті ознайомлення з основами психології у вузькопрофільному напрямку [2].

Розглядаючи це питання з професійно-психологічної точки зору, слід зазначити, що таке уривчасте вивчення психології є однобічним, оскільки надає можливість отримати або знання, або уміння, або навички з певної теми, які, на погляд керівництва, є необхідними у даний момент часу, що може призвести до непрогнозованих,

нестабільних результатів, а інколи й до погіршення результатів професійної діяльності [1].

Розглядаючи практичні аспекти гостинності у туризмі можна відокремити найбільш значну її частину: компетентне забезпечення сервіс-послуг для клієнтів еногастрономічного туризму таким чином, щоб сформувати у них психологічну потребу в повторенні позитивного досвіду. У певному змісті високий рівень сервісу має створювати позитивну звичку до його наявності.

Продуктивна діяльність співробітників туристичної сфери передбачає наявність ефективної взаємодії туристичного персоналу й туристів. Така взаємодія буде одним з найважливіших чинників успішної туристичної діяльності. Не вирішеною раніше частиною проблеми є диференційований підхід до призначення персоналу туристичного бізнесу. Виконання функцій працівника туристичної галузі висуває певні вимоги до психологічної сфери особистості, у тому числі до окремих психічних функцій, що пов'язані з особливостями його діяльності [2].

Зокрема, компетентність керівника у галузі психології дозволить застосувати принципи популярної у зарубіжній практиці технології управління «happy management» і таким чином оптимізувати результати роботи співробітників туристичного бізнесу, оскільки за численними спостереженнями спеціалістів з психології праці, людина, задоволена життям, більш якісно праці. Правильна кадрова політика сприяє формуванню фахового й стабільного персоналу фірми, який характеризують такі ознаки:

- компетентність – працівники володіють відповідними якісними ознаками;
- ввічливість – працівники ставляться до клієнта тактовно і з повагою;
- надійність – працівники виконують роботу добросовісно, відповідно до поставлених вимог;
- відповідальність – працівники заслуговують на довіру;
- швидкість реагування – працівники реагують на проблеми та прохання клієнтів;
- комунікабельність – працівник намагається уважно вислухати клієнта та надати йому найповнішу інформацію [4].

Масовість туризму, зростання його суспільної значущості обумовили не тільки практичну, а й наукову діяльність у цій сфері. Як синтетичний вид діяльності, туризм потребує всебічного наукового дослідження, певної консолідації зусиль наукової спільноти. Без науково обґрунтованої стратегії розвиток туризму має хаотичний характер, що негативно відбивається в першу чергу на державній туристичній політиці та практичній діяльності.

Список використаних джерел:

1. Власова О.І. Психологія соціальних здібностей: структура, динаміка, чинники розвитку: монографія / О.І. Власова. – Київ: Київський університет, 2015. – 308 с.
2. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – Київ: Знання, 2011. – 334 с.
2. Лозов'юк Ю.С. Психологічна готовність фахівців з туризму до професійної діяльності. Вісник Луганського національного університету ім.Т.Шевченка Серія: Педагогічні науки . Частина III. – 2013. – № 18 (277). – С.81-86.
4. Чугаєва Н.Ю. Деякі особливості педагогічної творчості у контексті сприяння освітній соціалізації студентів / Н.Ю. Чугаєва. – Актуальні проблеми психології: зб. наук. пр. / Інститут психології ім. Г.С. Костюка НАПН України; за ред. С.Д. Максименка. – Т. XII. Психологія творчості. – Випуск 15. – Ч. 1. – Київ, 2012. – С. 417-425.

УДК 338.48

Яковець Т.А.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу ТНЕУ

ТУРИЗМ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Yakovets T.A.

TOURISM IN THE UNITED TERRITORIAL COMMUNITY AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE DOMESTIC TOURISM INDUSTRY

Туризм входить в ТОП-10 світових галузей за рівнем доходів і щорічно зростає на 6%. Загалом по Україні надходження від суб'єктів господарювання туристичної галузі до зведеного бюджету держави в 2018 році зросли на 250%. Було 1,7 млрд грн, а зараз отримали 4,2 млрд грн. Соціологічні дослідження свідчать про те, що дві третини українців не були за кордоном, а протягом останніх п'яти років більшість не вирушала ані до Європи, ані до країн СНД. Оптимістичнішою виглядає статистика міжрегіональних подорожей: так, 75% опитаних франківців і 59% харків'ян хоча б раз виїжджали в інший регіон (28% і 18% з них відповідно — багато разів) [1].

Проте, аналіз ситуації в Україні показує, що більш популярними є закордонні тури. У 2018 р. реалізовано 1546223 путівки для подорожей за кордон, що на 701322 більше, ніж 2017 р. Щодо показників внутрішнього туризму, то кількість реалізованих путівок знижується впродовж останніх років на 43294 одиниць [2].

З розвитком процесу децентралізації важливим стратегічним напрямком розвитку внутрішнього туризму є саме стратегічна орієнтація туристичного потенціалу об'єднаних територіальних громад (далі ОТГ), що сприятиме розширенню інфраструктури та елементів туристичної сфери.

Якщо розглядати вплив туризму саме на економічний розвиток ОТГ, то можемо виділити кілька напрямків: збільшує надходження до бюджету, стимулює розвиток малого бізнесу у понад 50 суміжних галузей економіки, створює робочі місця (кожні 26 туристів створює одне робоче місце), розвиває інфраструктуру, покращує якість життя, зменшує відтік людей.

Що ж потрібно зробити ОТГ, щоб туризм став прибутковим бізнесом?

По-перше чітко окреслити матеріально-технічну базу туристично-рекреаційних об'єктів громади, розробити чітку стратегію розвитку туризму в ОТГ з планом заходів, кошторисом й термінами виконання. Налагодити співпрацю з широким колом бізнес-партнерів.

По-друге створити туристичний портал та організувати промо-тури й, звичайно, ребрейдинг. Враховуючи наявність в Україні вагомих факторів розвитку туризму, а саме: історичні, географічні, природні, економічні, соціально-демографічні, можливим є інтерпретація цікавих туристичних продуктів в особливій формі, з врахуванням специфіки місцевості.

Приміром, згідно статистичних даних в Тернопільській області переважають такі види туризму, як діловий (1%) , дозвілля (97%) та спортивний (3%) [2]. Разом з тим, в Тернопільській області налічується 54 ОТГ. Враховуючи місцевість цих ОТГ, можливим є реалізація таких видів туризму як трекінг туризм, етнографічні тури та відповідно до особливостей цього регіону, інтерпретувати на даному маршруті джайлоо туризм. Цікавий формат, привабить туристів, тим самим сприятиме розвитку внутрішнього туризму.

По-третє, на постійній основі здійснювати соціально-економічний аналіз розроблених проєктів для визначення сильних та слабких сторін.

Цікавою практикою щодо розвитку туризму ОТГ, є створення туристичного кластеру, шляхом об'єднання активу кількох ОТГ.

Туристичний кластер можна визначити як географічно сконцентрована група взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, підприємств у суміжних галузях, а також пов'язані з їх діяльністю організації (університети, агентства зі стандартизації, торговельні об'єднання, які конкурують і при цьому здійснюють сумісну діяльність») [3].

Впровадження кластерного підходу дозволяє забезпечити ефективну взаємодію між спорідненими організаціями, їх партнерами та органами державної влади. При цьому завдання влади - виявити основні кластери, в яких зацікавлений регіон, через формування інституціонального механізму в законодавчому плані, знайти шляхи об'єднання наявного інтелектуального та науково-освітнього потенціалу, матеріально-технічних й інших ресурсів, визначити стратегічні основи розвитку [4 с.342].

Для розвитку туристичних кластерів в ОТГ, вважаємо необхідним є запровадження ряду заходів, а саме: створити раду кластеру; обрати менеджера кластеру; визначити зони відповідальності кластеру; окреслити показники діяльності керівника кластеру; розробити стратегію діяльності кластеру. Основоположним в діяльності туристичного кластеру ОТГ є взаємодія з бізнес структурами. Ефективна її побудова може забезпечувати вигоду як для ОТГ, так і для бізнесу (рис 1.).

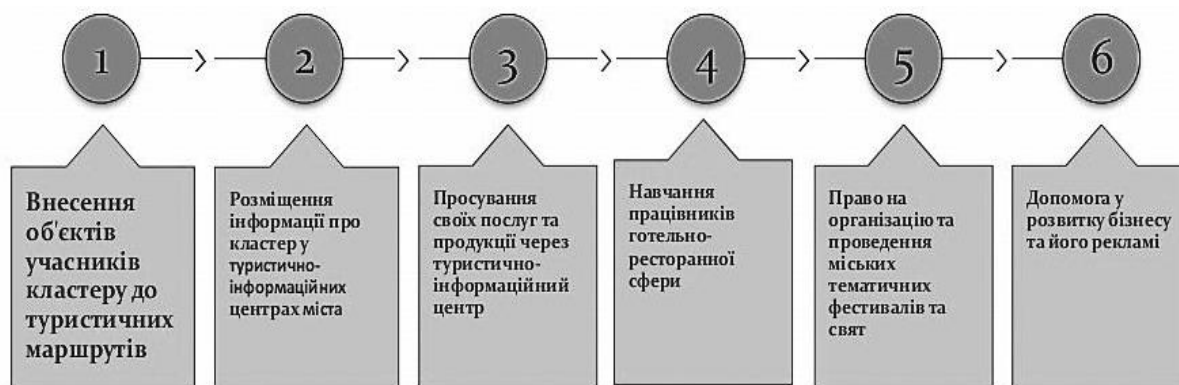


Рис. 1. Вигода для бізнесу у взаємодії з туристичним кластером ОТГ

Наведені рекомендації дозволять усунути проблеми, що гальмують розвиток туризму та туристичної індустрії в Україні. Саме розвиток туризму в ОТГ вплине на розбудову внутрішньої туристичної інфраструктури та покращення економічного, так і соціального розвитку країни.

Список використаних джерел:

1. Четверте всеукраїнське муніципальне опитування. URL: http://ratinggroup.ua/research/regions/chetvertyy_vseukrainskiy_municipalnyy_opros.html.
2. Туристична діяльність в Україні. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Porter M.E. On Competition / M.E. Porter. - Updated and Expanded Edition. - A Harvard Business Review Book, 2008. - 544 p.
4. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону / Г.І. Михайліченко // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : збірник наук. праць. - 2012. - С.341-349.

УДК 378:659

Яковець Т.А., Ковальчук Ю.П.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу ТНЕУ

СТВОРЕННЯ БРЕНДУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Yakovets T.A., Kovalchuk Y.P.

FORMATION OF A BRAND OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN THE CONTEXT OF IMPROVING THE QUALITY OF EDUCATIONAL SERVICES

В Україні відповідно до програмних цілей здобуття вищої освіти можемо навести таку класифікацію абітурієнтів: найбільш численну групу складають ті, хто прагне отримати соціальний статус як підставу для кар'єри; другу, менш численну групу утворюють ті, хто націлений на придбання бренду на додаток до державного диплому; третю групу складають ті, ким рухає тяга до знань як така. Переважають студенти, які мають за основний мотив обрати заклад вищої освіти (далі – ЗВО) найпрестижніший з можливих по їх балам зовнішнього незалежного оцінювання (далі – ЗНО).

В ході проведення дослідження, виділено якісні характеристики ЗВО, які відіграють важливу роль в процесі вибору навчального закладу. Велику увагу сьогодні спрямовано на престиж ЗВО. Саме престиж пов'язаний з брендом ЗВО. Можна виділити такі групи характеристик, що пов'язуються з престижем вузу (рис. 1).



Рис. 1 Основні групи характеристик бренду ЗВО

Процес формування бренду ЗВО відбувається в кілька етапів:

1. Позичування. На даному етапі відбувається розміщення бренду ЗВО в свідомості споживачів по відношенню до конкурентів. Важливими складовими позиціонування є: довіра (відповідність між очікуваннями споживачів і реальним становищем ЗВО), цінність (сприймаються вигоди для споживачів), придатність (сильні сторони ЗВО) і стійкість .

2. Формування індивідуальних рис бренду. В якості індивідуальних рис розглядаються місія, цінності, ключові компетенції, філософія, імідж, корпоративна культура.

3. Створення атрибутів бренду. До атрибутів бренду ЗВО відносяться: історія вузу, логотип, єдиний фірмовий стиль, сайт.

4. Управління брендом. Розвиток бренду ЗВО вимагає постійної уваги. Показниками лояльності до бренду ЗВО виступають: високий конкурс на бюджетні і «платні» місця; постійне зростання контингенту студентів; кількість випускників, які бажають вступити в магістратуру і аспірантуру; ступінь задоволеність ЗВО [2].

5. Просування бренду. Просування бренду здійснюється за допомогою вибору каналів комунікації і способів просування. Головною відмінною рисою просування ЗВО є одночасна діяльність на двох ринках - ринку освітніх послуг і ринку праці. ЗВО надає споживачам два види товару: різні освітні програми - на ринку освітніх послуг і кваліфікованих випускників - на ринку праці. Тому необхідно просувати як освітні програми, так і самих випускників [2].

Найбільш часто студенти пов'язували престиж з викладацьким складом. Зокрема, важливою характеристикою бренду ЗВО є саме викладачі (науково-методичний рівень, розвиток, поведінка, репутація та й навіть, стиль одягу).

Пріоритетними якостями викладача вищого навчального закладу є:

- усвідомлення свого громадянського обов'язку, виховання гідних громадян країни, висококваліфікованих спеціалістів;
- досконале володіння своїм предметом;
- майстерне володіння методикою викладання, управління навчально-пізнавальною діяльністю студентів;
- творчий підхід до справи;
- здатність перевіряти та аналізувати власний досвід; високі моральні якості;
- ініціативність, вимогливість до себе та інших.

Особливої важливості наведені показники набувають з набуттям чинності постанови Кабінету міністрів України від 24 грудня 2019 р. Про розподіл видатків державного бюджету між закладами вищої освіти на основі показників їх освітньої, наукової та міжнародної діяльності [3], відповідно до якої з 2020 р. ЗВО фінансуються за формулою, де університети з кращими результатами діяльності отримують більше фінансування порівняно із бюджетом минулого року. Розрахунок обсягу фінансування у 2020 р. здійснюється Міністерством освіти і науки (далі – МОН) за конкретними показниками, серед яких: масштаб університету; контингент; регіональний коефіцієнт; позиції у міжнародних рейтингах; обсяг коштів на дослідження, які університет залучає від бізнесу чи з міжнародних грантів. З 2021 року до цих показників доєднають працевлаштування випускників, які МОН буде відслідковувати через онлайн-систему. Для поступовості переходу у 2020 році були запроваджені обмеження для мінімальної та максимальної зміни бюджету кожного ЗВО – 95% та 120% від 2019 року відповідно.

Таким чином, професійне удосконалення викладача, є основним елементом підвищення якості освітніх послуг ЗВО. Збільшене фінансування ЗВО можуть вкласти в підвищення якості. Наприклад, збільшити заробітну плату сильним викладачам. Це підвищить їхню мотивацію та покращить якість освіти у закладі.

Список використаних джерел:

1. Сорока О.В. Бренд закладу вищої освіти – основа конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. / О.В. Сорока, М.С. Кривцова // Науковий вісник Ужгородського національного університету // Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – 2018. – Вип. 19. – Ч. 3. – С. 65-70.

2. Лухменева Елена Петровна, Калиева Ольга Михайловна Особенности формирования и продвижения бренда вуза // Вестник ОГУ. – 2012. – №13 (149). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-i-prodvizheniya-brenda-vuza> (дата звернення: 13.04.2020).

3. Про розподіл видатків державного бюджету між закладами вищої освіти на основі показників їх освітньої, наукової та міжнародної діяльності. Постанова Кабінету Міністрів України № 1146 від 24 грудня 2019 р. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1146-2019-%D0%BF> (дата звернення: 13.04.2020).

РЕКОМЕНДАЦІЇ

ІХ-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича: «СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ ВЕКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СТРУКТУР»

23 квітня 2020 р.

11.00 (онлайн)

м. Тернопіль

Узагальнення результатів дискусії з теоретичних та практичних досліджень щодо стратегії та перспектив розвитку інноваційної діяльності у сфері управління, виробництва та послуг в умовах нестабільного суспільства, показало необхідність визначення соціально-економічних векторів інноваційного розвитку бізнес структур та удосконалення господарських, організаційно-економічних механізмів, та дало можливість: виробити наступні висновки і рекомендації:

1. Констатувати що запровадження 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 організувати на громадських засадах вивчення сучасних адаптивно-трансформаційних підходів до формування інноваційних засад управління виробничими підприємствами та підприємствами сфери обслуговування.

2. Сучасні господарські, організаційно-економічні механізми управління підприємствами в реформаційних умовах держави, організація виробництва та сфери послуг свідчить про необхідність визначення соціально-економічних векторів інноваційного розвитку бізнес-структур та удосконалення господарських, організаційно-економічних механізмів їх реалізацію як у державі загалом, так і у регіонах та зокрема на локальному рівнях.

3. Реформування національної економіки у постконфліктний період підтверджує правомірність та доцільність застосовування в Україні світового досвіду в т.ч. у сфері управління, виробництва та послуг.

4. Рекомендувати органам державного управління повсякчас сприяти пріоритетному розвитку, впровадженню досягнень науки і техніки, науково-технічного прогресу у рамках реалізації Програми розвитку управління підприємствами задля організації їх поступового розвитку.

5. Повсякчасно орієнтувати промислову політику на сприяння розвитку підприємств на інноваційних засадах у контексті вступу України до Європейського Союзу.

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

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

Над рекомендаціями працювали: Андрушків Б.М., Гагалюк О.І., Дудкін П.Д., Кузь Т.І., Малюта Л.Я. Мельник Л.М., Нагорняк Г.С., Островська Г.Й., Стойко І.І., Ціх Г.В., Шерстюк Р.П., Федішин І.Б.