

МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Запорізька політехніка» (м. Запоріжжя, Україна)
Академія економічних наук України (м. Київ, Україна)
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України (м. Одеса, Україна)
Донецький національний університет імені Василя Стуса (м. Вінниця, Україна)
Національний авіаційний університет (м. Київ, Україна)
Центральноукраїнський національний технічний університет
(м. Кропивницький, Україна)
Асоціація сприяння глобалізації освіти та науки SPACETIME (м. Київ, Україна)
Куявсько-Поморська Вища школа (м. Бидгощ, Польща)
Технічний університет (м. Кошице, Словаччина)
Американський університет культури та освіти (м. Бейрут, Ліван)
Економічний університет (м. Варна, Болгарія)

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

матеріали

**Міжнародної науково-практичної конференції
м. Запоріжжя, 29-30 жовтня 2019 року**

Запоріжжя
2019

УДК 338.28:(004.08)
ББК 65.053.9(4Укр)
С83

Рекомендовано до друку Вченою радою
Національного університету «Запорізька політехніка»
(протокол № 4 від 25 листопада 2019 року)

Редакційна колегія:

Прушківський Володимир Геннадійович – доктор економічних наук, професор, перший проректор Національного університету «Запорізька політехніка»;

Чаковська Хелена – доктор економічних наук, професор, ректор Куявсько-Поморської Вищої школи;

Зайцева Валентина Миколаївна – кандидат педагогічних наук, професор, директор інституту Управління та права НУ «Запорізька політехніка»;

Васильєва Олена Олексіївна – кандидат фізико-математичних наук, доцент, декан факультету Міжнародного туризму та економіки НУ «Запорізька політехніка»;

Гудзь Марина Вікторівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та митної справи НУ «Запорізька політехніка»;

Карпенко Андрій Володимирович – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та митної справи НУ «Запорізька політехніка»;

Соколов Андрій Васильович – кандидат наук з державного управління, доцент, завідувач кафедри економіки та митної справи НУ «Запорізька політехніка».

Стратегічні пріоритети трансформації економіки в умовах цифровізації:
С83 матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 29–30 жовтня 2019 р. / Національний університет «Запорізька політехніка». Запоріжжя: ФОП Мокшанов В. В., 2019. 284 с.
ISBN 978-617-7520-62-6

Збірка матеріалів містить наукові доповіді учасників Міжнародної науково-практичної конференції про основні сучасні тенденції та актуальні проблеми економіки в умовах глобалізації, стратегічні пріоритети трансформації економіки в умовах цифровізації.

Призначено для науковців, державних службовців, викладачів, практиків, аспірантів, студентів.

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст матеріалів, що опубліковані у збірці. Всі вони надані в авторській редакції та виражають персональну позицію учасників конференції.

УДК 338.28:(004.08)
ББК 65.053.9(4Укр)

© Автори, 2019
© Національний університет «Запорізька політехніка», 2019
ISBN 978-617-7520-62-6

ЗМІСТ

Атаманчук З.А. Цифрові трансформації у міжнародному туризмі як чинник економічного розвитку держав	8
Ахновська І.О. Аналіз альтернативних підходів до визначення сутності людського капіталу	12
Bazeli Beata, Ksobiech Weronika, Gudz Petro Natura, pojawienie się i rozwój elektronicznego pieniądza	14
Безгін К.С. Трансформація інноваційного процесу в умовах цифровізації економіки	18
Безпалько О. М. Партиципативна модель управління розвитком об'єднаних територіальних громад	22
Безхлібна А.П., Гурова Д.Д. Роль державної політики у забезпеченні регіональної конкурентоспроможності	25
Белікова М.В., Булатов С.В. Особливості музейного менеджменту України	27
Біленко О.В. Комерційна діяльність в умовах цифрової економіки	31
Біленко О.В., Поліщук С.С. Кадрова політика з використанням сучасних інформаційних технологій	34
Болгов В.Є., Марків Г.О. Розвиток інноваційної інфраструктури в Донецькому регіоні	37
Болгов В.Є., Тарапата С.О. Аналіз інноваційного розвитку економіки України	41
Бондаренко Д.С., Цвілий С.М. Розробка маркетингових інструментів в системі антикризового управління підприємством	45
Буркіна Н.В. Особливості використання Big data в умовах цифрової економіки	48
Буркіна Н.В., Донюк О.А. Smart-city в Україні: особливості та проблематика	52
Бут Т.В., Делі О.В. Розвиток релігійного туризму	56
Василичев Д.В. Прогнозування розвитку української ІТ-індустрії в умовах цифровізації	58
Василичев Д.В., Синиця В.С. Електронна торгівля в українському бізнес-просторі	62
Васильєва О.О. Децентралізація як чинник розвитку трудового потенціалу аграрної сфери	65

Васильєва О.О., Черненко В.В.	
Охорона здоров'я населення як один із чинників впливу на формування трудового потенціалу аграрної сфери	68
Вронська С.О.	
Місце університету в інформаційній економіці	71
Гевлич Л.Л., Журжа А.С.	
Транспортна задача в управлінні розрахунками із постачальниками та покупцями	73
Гіль Л.А., Завоюра К.В.	
Проблеми психології управління в сучасній організації	76
Гладкова А.О.	
Фактори впливу зовнішнього середовища на підприємство при стратегічному розвитку	79
Гнибіденко О.М.	
Актуальні проблеми зайнятості населення та сучасний стан ринку праці України	82
Горбань С.Ф.	
Тенденції розвитку ринку праці в Україні	85
Горбань С.Ф., Поліщук С.С.	
Управління адаптацією в організації	89
Gudz Petro, Czakowski Dariusz, Kędzierska Magdalena	
Formy i warunki aktywizacji biznesu działalności w rolnictwie w gminie białostawie	93
Дороніна О.А., Бернадська Ю.О., Федорченко О.Г.	
Трудовий потенціал регіонів як об'єкт соціально-економічного управління	97
Дороніна О.А., Вигонюк А.В.	
Стратегічні пріоритети управління якістю спеціалізованої медичної допомоги в Україні	101
Дубель М.В.	
Зміни в структурі світової економіки під впливом цифровізації	104
Жилко О.В., Прусс В.Л.	
Проблема плинності кадрів в індустрії гостинності	108
Журавльова С.М., Каптюх Т.В.	
Стратегії діяльності підприємств готельного господарства в умовах глобалізації економіки	111
Zgoliński Ihor, Gęsicka Agata,	
Etatyzm w polityce gospodarczej państwa	114
Зайцева В.М., Бут Т.В.	
Сучасний стан розвитку внутрішнього туризму в Україні	118
Калінічук Н. С.	
Молокопереробна промисловість України: проблеми та перспективи розвитку	122

Карпенко А.В., Будицька Ю.О. Визначальна роль інноваційного потенціалу в сучасному глобалізованому світі.....	124
Карпенко А.В., Засоріна Г.В. Працевлаштування молоді в умовах цифрової економіки	127
Карпенко Н.М. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності	129
Карпенко Н.М., Рябінін С.А. Коворкінгові центри як елементи інноваційної інфраструктури	133
Кленін О.В. Краудсорсинг як технологія управління інтелектуальними ресурсами	135
Климова І.Г., Брутман А.Б. Управління персоналом в умовах цифровізації готельного бізнесу	139
Коваленко М.О. Системний підхід як основа управління в митних органах	143
Коваленко М.О., Чепінога С.С. Особливості митної справи як об'єкта управління	146
Козловський С.В., Ломакін О.Ю. Парадигма мотивування персоналу та його роль за сучасних економічних умов	149
Козловський С.В., Мисник Я.Є. Підвищення ефективності управління оборотними коштами підприємства	154
Козловський С.В., Танасієнко О.І. Парадигма соціального підприємництва	157
Кригульська Т.Б. Економічні та соціальні переваги цифровізації економічних процесів	162
Кукліна Т.С., Віндюк А.В. Національні тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства	164
Левченко А.О., Горпинченко О.В. Актуальні аспекти реалізації концепції навчання впродовж життя в умовах цифровізації економіки	167
Левченко О.М., Царенко І.О. Управління конкурентоспроможністю вищої освіти в умовах знаннєвої економіки	171
Levchenko O.M., Haidura H.M. Regulation mechanism of innovative development of research sector of the higher education system in Ukraine	174
Малаховський Ю.В., Кансо Алі Ахмед Теоретичні основи формування соціального капіталу національної економіки	179
Мамотенко Д.Ю., Зацепіна Н.О. Державний борг України: причини виникнення та шляхи його скорочення	183
Маслов Д.А., Цвілій С.М. Вдосконалення системи маркетингу на підприємстві готельно-ресторанного бізнесу	187

Nalbandian M.A.	
Business digitalization: problems of small and medium enterprises	190
Никоненко С.В., Гресь-Євреїнова С.В.	
Ефективні прийоми проведення співбесід у туристичному офісі	192
Онищенко О.А., Козюк О.В.	
Дослідження впливу інновацій на розвиток підприємства	194
Паршин Ю.І.	
Аналіз та оцінка трансформації економічної системи національного господарства	196
Паршина О.А.	
Аналітичний інструментарій обґрунтування рішень з конкурентно-спроможності підприємства	199
Пінсон Бенітес Х.М.	
Особливості формування цифрової економіки та електронного бізнесу	201
Плинокос Д.Д., Котюк А.О.	
Особливості здійснення експорту послуг в Україні	204
Плинокос Д.Д., Кривохлябова О.В.	
Розвиток університетів в нових соціально-економічних умовах	207
Поліщук О.Т., Шаргородська І.Г.	
Інвентаризація у вітчизняній та міжнародній контрольній практиці	209
Пуліна Т.В., Мірошніченко В.О.	
Розробка стратегії управління іміджем ЗВО	212
Пуліна Т. В., Сичов М. О.	
Управління персоналом науково-дослідницького підприємства	215
Пуліна Т.В., Чепур Г.Л.	
Стратегічне управління персоналом металургійного підприємства	217
Sass Roman, Kamińska Patrycja, Gudź Marina	
Praktyczne aspekty oceny efektywności systemów zarządzania jakością w przedsiębiorstwie branży spożywczej	219
Сепета В.В.	
Управління трудовим потенціалом металургійних підприємств в сучасних умовах	223
Соколов А.В.	
Розвиток електронного бізнесу та електронної комерції	227
Соколов А.В., Дубріков С.Е.	
Міжнародні митні конвенції	230
Сочинська-Сибирцева І.М.	
Науково-інноваційні чинники розвитку потенціалу національної економіки	234
Сторожук О.В., Заярнюк О.В.	
Потенційні ризики та можливості цифрової економіки	238
Прушківська Е. В., Ткачук А. М.	
Трансформація потреб у робочій силі в умовах діджиталізації	240
Ушенко Н.В., Максименко Ж.В.	
Фактори формування та розвитку інтелектуального капіталу в Україні	242

Ушенко Н.В., Школенко О.Б.	
Особливості функціонування бізнес-асоціацій як основного елемента підтримки малих і середніх підприємницьких структур	246
Федина В.В., Приходько А. С., Табахарник О.Я.	
Розвиток електронного бізнесу у сфері страхових послуг	249
Фещенко І.О.	
Застосування сучасних інструментів у навчанні персоналу підприємства ...	252
Цвілий С.М., Гончаров Є.В.	
Підвищення конкурентного статусу підприємств туристичного бізнесу за рахунок розробки стратегії	254
Цвілий С.М., Корнієнко О.М.	
Розробка стратегії диверсифікації діяльності Вітчизняних підприємницьких структур	257
Цвілий С.М., Ненашева А.А.	
Розробка і впровадження системи управління якістю відповідно до міжнародного стандарту серії ISO 9001 у вищому навчальному закладі	262
Чумак О. В.	
Особливості цифровізації національного сільського господарства	265
Чумак М.В., Цвилый С.Н.	
Формирование концепции маркетинговых отношений предприятия сферы услуг	268
Шаульська Л. В., Томчук О. В.	
Роль людського потенціалу в економіці міста	271
Шелеметьєва Т.В.	
Туристичний інформаційний центр як ефективний інструмент управління розвитком туризму в Україні	275
Якимова Н.С., Кобідзе Н.Н.	
Особливості взаємодії ринку праці та ринку освітніх послуг в новій економіці	279

*Атаманчук З.А.,
кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВ

Подальше прискорення економічного та соціального розвитку держав світу можливе лише за умови цифрових перетворень. Діджитал-трансформація є природним процесом розвитку соціуму і бізнесу. Цей еволюційний етап особливий – прибирає бар'єри і глобалізує ринок. Успіх або провал у цій гонці розділить світ на два табори: країни – обізнані лідери, які створюють визначальні для майбутнього цінності та інновації, і суспільства – рядові споживачі, які знаходяться в хвості цивілізації [1]. Країнами-лідерами з розвитку цифрової економіки сьогодні є: Сінгапур, Великобританія, Нова Зеландія, ОАЕ, Естонія, Японія, Ізраїль [2], Швеція [1]. Частка цифрової економіки у ВВП найбільших країн світу складає від 6 до 15%. У 2030 році вона досягне 50-60%. В Україні на сьогодні її частка – близько 4% [3].

Стверджується, що сектори економіки, що використовують цифрові технології, зростають швидше, дешевше та якісніше [4]. Провідні держави світу взяли курс на цифровий розвиток у сферах транспорту, освіти, електронних засобів, новітніх технологій. Особливої актуальності набувають трансформації у сфері міжнародного туризму.

Цифровізація міжнародного туризму — це насамперед цифрові зручності, нові потужні можливості для держави, суспільства і громадян. Характерною рисою процесу глобалізації у туристичній сфері є зростання ролі сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій, зокрема наявність на ринку послуг так званих «глобальних он-лайн агентств подорожей», де торгівля послугами відбувається виключно в он-лайн режимі. Особливостями їх функціонування є відсутність офісів, представництв, безпосереднього контакту зі співробітниками. Серед провідних онлайн агентств подорожей особливою популярністю користуються наступні: «Expedia», «Priceline», «American Express», «Carlson Wagonlit Travel», «BCD Travel», «HRG North America», «FCA USA», «Orbitz Worldwide», «AAA Travel», «Fareportal/Travelong» [5]. Більшість туристичних і транспортних організацій перейшли на електронні документи, що дає можливість укладати контракти, видавати проїзні документи туристам, не виходячи з дому чи офісу, а розрахунки вести завдяки Інтернет-банкінгу, що являє собою сучасну багатофункціональну систему дистанційного обслуговування клієнтів, яка дозволяє управляти банківськими рахунками цілодобово в режимі реального часу з будь-якої точки світу, використовуючи Інтернет і гарантує клієнтові високий рівень зручності та безпеки.

На рис. 1 представлена зростаюча динаміка користувачів Інтернет-банкінгом в Україні за 2007-2018 років.

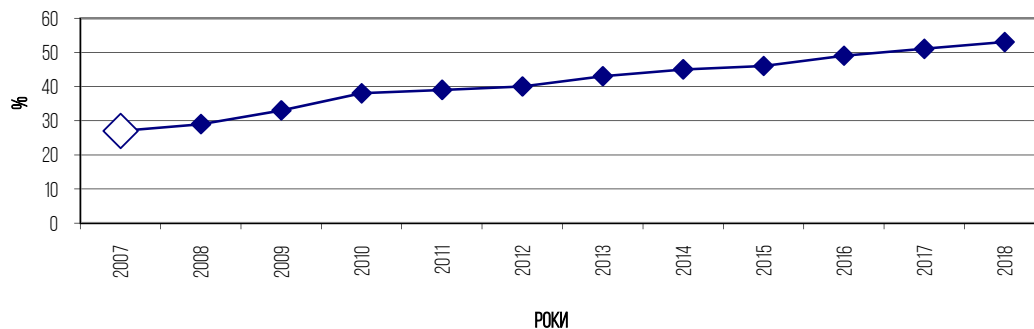


Рис. 1. Користувачі Інтернет-банкінгом в Україні, 2007-2018 роки, %
Розроблено автором за: [10]

Значну популярність здобули туроператорські системи он-лайн бронювання, що підтверджується концентрацією часток ринку та фінансових потоків у компаніях: «Sabre», «Travelport», «Galileo», «Amadeus», сфери впливу яких розташовані в межах мегарегіонів туристичного бізнесу [6, с. 12]. З появою форумів, блогів, «Facebook», «Twitter», «Youtube», «Foursquare» та інших соціальних мереж туристи стали створювати імідж і впливати на бренд компанії завдяки своїм повідомленням у соціальних мережах [7, с. 622]. Електронна комерція відіграє величезну роль у глобалізації туризму [8, с. 159]. Цей процес кидає виклик і професіоналам, задіяним у туристичній сфері, тому що аналітичні інструменти, мобільні Інтернет-пристрої, додатки і хмарні Інтернет-сервіси будуть удосконалені до такої міри, що перевершать людські здібності [9, с. 54].

На рис. 2 відображена зростаюча динаміка користувачів Інтернет-доступом в Україні за період 2007-2018 років.

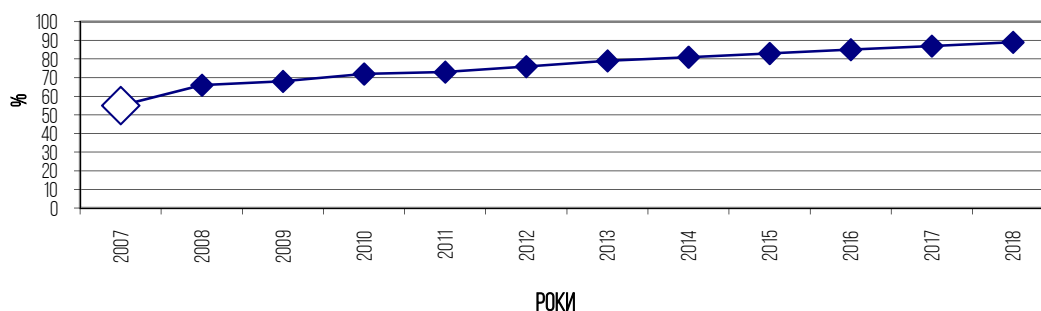


Рис. 2. Користувачі Інтернет-доступом в Україні, 2007-2018 роки, %
Розроблено автором за: [10]

Цифрова епоха змінює підхід до ведення туристичного бізнесу, а також вимоги до використовуваних інформаційних технологій: систем управління маркетингом, продажами і сервісом; телефонії і месенджером; систем документообігу й управління персоналом; облікових систем і безлічі інших корпоративних додатків. Адже туризм сьогодні – це цілий комплекс взаємопов'язаних суміжних 54 галузей економіки [5]. Серед цифрових технологій, які вважаються інноваційними трендами сучасного соціально-економічного середовища міжнародного туризму поширюються: BioTech, NanoTech, RetailTech, FinTech, LegalTech, InsurTech, GovTech. Цифрові продукти та послуги охоплюють такі інноваційні тренди як: BlockChain, Digital marketing, CRM & BPM, Gridтехнології, Digitalстрахування, ePrescription, TeleHealth.

Серед учасників світового туристичного ринку найбільш гнучкими є авіакомпанії. Вони першими спостерігають вигоди залучення інновацій в бізнесі, в основному в сфері міжнародних розрахунків. Наприклад, авіакомпанія Lufthansa вже налаштована на використання у своїй роботі технологій BlockChain. Інформація про маршрути, подорожуючих та бронювання квитків допоможе побудувати більш ефективну маркетингову політику. Віртуальна реальність змінює спосіб онлайн-шопінгу подорожуючих. Marriott, Best Western, Kayak, Carlson Rezidor та інші оператори вже використовують ці технології. Окрім існуючих роботів-співробітників деяких потужних аеропортів світу, роботи починають працювати також в готелях. Robotic Process Automation (RPA) допоможе підприємствам виконувати адміністративні задачі більш якісно і дешево [5].

У січні 2018 року Кабінетом Міністрів України було ухвалено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки й затверджено план заходів щодо її реалізації [4]. Серед очікуваних результатів Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [11] передбачено створення сучасної туристичної інформаційної інфраструктури, а також забезпечення поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі, що є не можливим без інтенсивного розвитку цифрового підприємництва. Запропонований цільовий (форсований) сценарій розвитку цифрової економіки в Україні передбачає перехід вітчизняної економіки протягом 5-10 років до появи в її структурі значної частки цифрових інновацій (до 65% ВВП), досягнення у 2030 році номінального ВВП близько 1 трлн. дол. США [12]. Причому, цифровізація країни розглядається як комплексна, а не точкова. Вважається, що «клаптиковий» підхід до використання цифрових технологій не допоможе отримати суттєві переваги для економіки та громадян України [13].

Прискорення розвитку світової туристичної індустрії та залучення інвестицій, трансформація суміжних з туризмом секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні, технологічна та цифрова модернізація туристичних послуг, доступність для громадян переваг та можливостей цифрових технологій під час подорожей, розвиток цифрового туристичного підприємництва – це далеко не вичерпний перелік цілей цифровізації

міжнародного туризму, реалізація яких дозволить відкрити нові потужні можливості для держави, суспільства, громадян. Очікується, що масштаби і темп цифрових трансформацій можуть стати основними чинниками економічного поступу нашої держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ферчук О. Цифровізація бізнесу: як Україні встигнути за світовими трендами. Економічна правда. 2018. 26 груд. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/12/26/643874/> (дата звернення: 02.10.2019).

2. Фіщук В. Діджиталізація – це лише початок. День. 2018. 12 квіт. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/didzhytalizaciya-ce-lyshe-pochatok> (дата звернення: 15.05.2019).

3. Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://znaj.ua/press-release/232023-ukrajina-2030e-krajina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju> (дата звернення: 15.05.2019).

4. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (дата звернення: 10.05.2019).

5. Атаманчук З.А. Перспективи розвитку міжнародного туризму в умовах цифровізації економіки. Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні: міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 16-17 трав. 2019 р.). Львів: ЛІЕТ, 2019. С. 111-119.

6. Фалько Є.А. Розвиток інформатизації міжнародного туристичного бізнесу в умовах глобалізації: дис. ...канд. економ. наук: 08.00.02 / Дніпр. нац. ун-т. Дніпро, 2014. 296 с.

7. Папп В.В., Бошота Н.В. Роль соціальних та бізнес-мереж у діяльності туристичних підприємств. Економіка і суспільство. 2018. № 3. С. 24-32.

8. Петриченко П.А., Яроміч С.А. Розвиток споживчих мереж в індустрії туризму. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 5(167). С. 153-160.

9. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23-24 жовт. 2014 р.). Київ: КНТЕУ, 2014. 418 с.

10. World Economic Forum. URL: <http://edclub.com.ua/tegy/vsesvitniy-ekonomichnuu-forum> (дата звернення: 27.04.2019).

11. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (дата звернення: 10.05.2019).

12. Економічна стратегія України 2030. URL: <https://strategy.uifuture.org/> (дата звернення: 02.10.2019).

13. Форум DIGITALIZATION: business talk, open opportunities, 04 червень 2019 року. Укрінформ. 2019. 11 жовт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/> (дата звернення: 02.10.2019).

*Ахновська І. О.,
кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

АНАЛІЗ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Освіта є головним джерелом перетворення інвестицій на людський капітал. Формування концепції розвитку людського капіталу поділяється на два етапи: по-перше, це система формальної освіти підготовки людського капіталу, по-друге, система неформальної або відкритої освіти. Сьогодні ми спостерігаємо одночасне реформування формальної освіти та збільшення ролі неформальної освіти.

Дослідженням людського капіталу займалися такі вчені, як В. Антонюк, О. Бородіна, О. Гізело, С. Гинда, Н. Головай, Л. Головка, С. Горбань, О. Грішнова, Т. Давидюк, А. Добринін, С. Дятлов, Т. Кір'ян, Д. Коляденко, В. Коннов, С. Курганський, Н. Маркова, Л. Михайлова, Р. Нуреєв, В. Приймак, Т. Трофімчук, О. Чумак, Л. Шевчук та інші. Однак, на сьогодні серед науковців не існує єдиної спільної думки щодо трактування цієї категорії, тому тема дослідження є актуальною та своєчасною.

У сучасній науковій літературі людський капітал розглядається: по-перше, як сукупність якостей людини (В. Антонюк, О. Гізело, Н. Головай, Л. Головка, С. Горбань, О. Чумак, О. Грішнова, Т. Давидюк, А. Добринін, Т. Кір'ян, Д. Коляденко, Н. Маркова, Р. Нуреєв, В. Приймак, С. Гинда, Г. Боуен, І. Фішер, Л. Туроу); по-друге, як форма організації, функціонування і розвитку продуктивних сил (Л. Артеменко, Л. Михайлова); по-третє, як сукупність проінвестованих суспільно доцільних виробничих та загальнолюдських навичок (О. Бородіна, Т. Трофімчук, Л. Шевчук). Отже, людський капітал являє собою сукупність знань, вмінь, навичок, психічних особливостей, інтелектуальних здібностей, особистих рис, моральних якостей, рівня культурного розвитку, набутого досвіду особистості, а також її фізичне та психічне здоров'я, мотивація, здатність збирати і обробляти інформацію, схильність до ризику та генерування ідей.

Основними особливостями людського капіталу є самовідтворення, ресурсність, невіддільність від людської особистості, контроль з боку індивідуума, конвертованість та можливість отримання доходу.

Індекс людського капіталу (ІЛК) вимірюється в одиницях продуктивності в порівнянні з еталоном, що мають закінчену освіту і прекрасне здоров'я, і становить від 0 до 1. Мета індексу – дати цілісну оцінку людського капіталу країни. Всесвітній банк щорічно складає рейтинги країн світу за рівнем людського капіталу. Так, у 2018 році зі 157 країн світу Україна посідає 50-те місце [1], тоді як у 2017 році – 24 місце серед 130 країн, у 2016 – 26 місце серед 130 країн, у 2015 – 31 місце серед 124 країн.

Будучи енергійно-продуктивним принципом сучасного суспільства, освіта орієнтується на економіку знань. Видатки на освіту в нашій країні є достатньо високими у порівнянні з іншими країнами. Попри високий показник видатків на

освіту як частки ВВП видатки на одного слухача (учня, студента) та заробітні плати освітян є дуже низькими. Ще однією проблемою в Україні є те, що економічно активне населення країни знижується. Кількість дорослого населення, яке залишає Україну через пошук кращих умов життя та роботи, зростає. З іншого боку, донедавна кількість української молоді, яка виїжджала навчатись закордон, була меншою, ніж кількість студентів-іноземців, які навчаються в українських університетах. Але з 2014-2015 навчального року ситуація змінилася. Найбільше українських студентів навчаються у Польщі (14951 осіб). Динаміка зростання кількості студентів-українців за кордоном за останні 5 років склала 77% [2]. Спостерігаємо також зменшення частки домогосподарств в освітніх витратах. Проте ця частка в Україні все одно є вищою, ніж пересічна у розвинутих країнах. Традиційно частка витрат домогосподарств у вищій та професійно-технічній освіті є набагато більшою, ніж у школі. Наразі українці покривають зі своєї кишені третину видатків на навчання у ЗВО. Найвищий рівень участі бізнесу у фінансуванні освіти – 12% зафіксовано у післядипломної освіти, проте загалом участь бізнесу у фінансуванні освіти залишається на майже непомітному рівні – 0,8%.

Таким чином, у контексті забезпечення збалансованого розвитку країни та покращення показників фінансово-економічної діяльності суб'єктів господарювання людський капітал є важливішим ресурсом, що дозволяє працівникам отримувати нові можливості і підвищувати свої конкурентні позиції на ринку праці.

За результатами дослідження можемо зробити наступні висновки: по-перше, людський капітал розглядається у різних сферах соціально-економічного пізнання; на відміну від інших видів капіталу є активним; по-друге, знання та професійні навички сьогодні відіграють надважливу роль, тому виступають критерієм встановлення заробітної плати, отже, людський капітал є результатом впливу різноманітних обставин на сферу соціальних відносин суб'єктів господарювання, а одним із завдань сучасних підприємств є організація максимального використання творчої енергії свого персоналу; по-третє, людський капітал можна розглядати як на рівні підприємства, так і держави; він є одним з основних чинників стабільного зростання країни і скорочення масштабів бідності; четверте - під інвестиціями в людський капітал слід розуміти витрати на освіту та науку; п'яте - на етапі примноження людського капіталу велике значення має його державне регулювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Human Development Reports. URL: <http://hdr.undp.org/en/2018-update> (дата звернення: 18.10.2019).
2. Освіта в Україні / За ред. Є. Стадного. URL: https://cedos.org.ua/data/pdfs/osvita_ua_250416_updated.pdf (дата звернення: 19.10.2019).

Bazeli Beata,
doctor Phd, professor,
Ksobiech Weronika,
magisterka,
Gudz Petro,
doktor habilitowany, professor,
Kujawsko-Pomorska Szkoła Wyższa w Bydgoszczy, Polska

NATURA, POJAWIENIE SIĘ I ROZWÓJ ELEKTRONICZNEGO PIENIĄDZA

Pieniądz, jako najstarszy instrument finansowy, dostosowywał swoją formę do zmieniających się potrzeb człowieka i gospodarki. Pojawienie się pieniądza w formie zapisu na elektronicznym nośniku informacji stanowi nowy etap w wielowiekowej ewolucji środków płatniczych. Jego powstanie zostało spowodowane w dużej mierze pojawieniem się Internetu, który umożliwił rozwój bezgotówkowych form rozliczeń. Aspekt praktycznego wykorzystania pieniądza elektronicznego w obszarze płatności zyskuje coraz większe znaczenie. W raporcie opublikowanym w 1999 r. przez Bank Finlandii przewidywano, że e-pieniądz ma realną szansę zastąpić pieniądz banku centralnego. Pomimo, że wzrasta liczba transakcji z udziałem e-pieniądza, to jego wykorzystanie jest wciąż niewielkie w porównaniu do tradycyjnych form rozliczeń i nie zastępuje on w znaczącym stopniu transakcji gotówkowych. Słuszne wydaje się stwierdzenie, że pieniądz elektroniczny należy traktować jako uzupełnienie dotychczasowych form pieniądza, nie zaś jako ich substytut [1, s. 23].

E-pieniądz w raporcie z 1996 roku w Banku Rozrachunków Międzynarodowych został określony jako produkt „z zapisaną wartością» lub „przedpłacony». Dostępna dla użytkownika elektroniczna wartość pieniężna jest nabywana przez konsumenta i przechowywana na należącym do niego nośniku elektronicznym. Zmniejsza się ona w przypadku, gdy konsument wykorzysta urządzenie w celu dokonania zapłaty. Polska definicja mówi natomiast, że pieniądz elektroniczny to: „wartość pieniężna stanowiąca elektroniczny odpowiednik znaków pieniężnych, która spełnia łącznie następujące przesłanki: a) jest przechowywana elektronicznie, w tym magnetycznie, b) jest wydawana do dyspozycji na podstawie umowy w zamian za środki pieniężne o nominalnej wartości nie mniejszej niż ta wartość, c) jest przyjmowana jako środek płatniczy przez przedsiębiorców innych niż wydający ją do dyspozycji, d) jest wyrażona w jednostkach pieniężnych» [2]. Natomiast według aktualnej definicji pieniądz elektroniczny to „wartość pieniężna przechowywana elektronicznie, w tym magnetycznie, wydawana, z obowiązkiem jej wykupu, w celu dokonywania transakcji płatniczych, akceptowana przez podmioty inne niż wyłącznie wydawca pieniądza elektronicznego». Pierwszy rodzaj pieniądza elektronicznego oparty jest na kartach procesorowych.

Wiadomo, że pierwsza płatność elektroniczna została dokonana w Ameryce w 1972 r. Inicjatywa należała do Banku Rezerwy Federalnej. Myśląc o zaletach i wadach pieniądza elektronicznego, nikt nie przyszedł mu do głowy. Ogólnoświatowa sieć, wspólna dla współczesnych użytkowników, nie istniała w tym czasie, a rozwój

technologii elektronicznej właśnie się rozpoczął. Jednym z pierwszych i najbardziej znanych systemów płatności był WebMoney.

Systemy pieniądza elektronicznego w Polsce rozwijają się w dobrze zdefiniowanych niszach, w których napotykają na niewielką konkurencję. Niszami takimi są obecnie: sprzedaż biletów komunikacji miejskiej, płatności za parkingi (mobilne e-portmonetki), mikropłatności w Internecie (YetiPay) oraz obsługa transgranicznego e-handlu (PayPal, Skrill, vouchery pre-paid). Bariery wejścia na polski rynek podmiotów zarejestrowanych w UE są niewielkie, wymagane jest tylko złożenie notyfikacji w miejscowym organie nadzoru nad rynkiem finansowym. Sprzyja temu dodatkowo specyfika działalności związanej z emisją pieniądza elektronicznego, która nie wymaga fizycznej obecności usługodawcy i rozwiniętej sieci dystrybucji. Uproszczenie zasad tworzenia instytucji pieniądza elektronicznego i rozszerzenie katalogu podmiotów, które mogą prowadzić taką działalność, doprowadzi zapewne do szybszego wzrostu tego rynku w Polsce. Można oczekiwać, że wkrótce przynajmniej niektóre instytucje płatnicze dołączą do grona emitentów pieniądza elektronicznego. Zapotrzebowanie na usługi płatnicze opierające się na e-pieniądzu będzie bez wątpienia rosło, co jest pochodną zwiększającej się penetracji Internetu i telefonii komórkowej. Powyższe uwarunkowania sprawiają, że liczba podmiotów świadczących usługi na polskim rynku może ulegać w przyszłości znaczącym zmianom. Nowi konkurenci będą mieli szanse powodzenia przede wszystkim w samodzielnie stworzonych niszach (np. poprzez innowacje produktowe). Pozycja podmiotów obsługujących najbardziej atrakcyjne rynki handlu online (w szczególności PayPal) jest bowiem tak silna, że bardzo utrudnia nawiązanie konkurencyjnej walki.

"Finansowy Barometr ING: „Społeczeństwo bezgotówkowe" to międzynarodowe badanie, które dla grupy ING przeprowadził IPSOS. Wzięło w nim udział blisko 13 tysięcy respondentów z 13 europejskich krajów, w tym ponad tysiąc z Polski. Główny wniosek z badania jest taki, że gotówka zaczyna w gospodarce pełnić funkcję środka do regulowania niewielkich należności, ale ze wszystkich innych funkcji wypiera ją pieniądz elektroniczny. Gotówki używamy najczęściej do drobnych płatności (do 40 zł) oraz do tzw. wydatków "na mieście", czyli choćby zakupu biletu autobusowego, ciastka w kawiarni oraz drobnych zakupów w sklepie. Z kolei większe wydatki oraz te, które możemy uregulować zdalnie (np. czynsz, prezent), najczęściej opłacamy elektronicznie. Z badania jasno wynika, że Polacy są jednym z najbardziej entuzjastycznie nastawionych do pieniądza elektronicznego społeczeństw w Europie. Dużo częściej niż mieszkańcy innych krajów deklarujemy, że nie nosimy ze sobą gotówki (tak twierdzi 33 proc. respondentów, to drugi wynik na 13 państw objętych badaniem), używamy gotówki rzadziej niż jeszcze rok temu (68 proc. - 2 miejsce), chętnie zrezygnowalibyśmy całkowicie z gotówki (40 proc. - 3 miejsce), a także twierdzimy, że pieniądz elektroniczny jest bezpieczniejszy od gotówki (2 miejsce). Obok Polaków, najmniej do gotówki przywiązani są Francuzi. Na przeciwległym biegunie znajdziemy Niemców, Austriaków, Czechów, Hiszpanów i Rumunów. Aż 90 proc. naszych zachodnich sąsiadów prawie zawsze lub często nosi ze sobą banknoty i monety.

Jak wynika z badania, co czwarty Polak nosi w portfelu nie więcej niż 42 złote (równowartość 10 euro). Z kolei blisko co 20 osoba, w momencie zadawania pytań, nie miała przy sobie żadnej gotówki. Przeciętnie Polacy posiadają w portmonetce około 110 złotych. W innych krajach odsetek osób, które nie miały przy sobie gotówki, również był na niskim poziomie i wahał się od 1 procenta (Czechy, Turcja, Austria, Włochy) do 7 procent (Holandia i Wielka Brytania).

Trend jest jasny - Polacy coraz rzadziej używają gotówki. Aż 2/3 rodaków płaci fizycznymi pieniędzmi rzadziej niż przed rokiem. A ponad połowa mieszkańców Polski spodziewa się, że za rok gotówką będziemy płacić jeszcze rzadziej. Z badania wynika też, że - choć popularność gotówki maleje - większość osób nie jest gotowa, by z niej całkowicie zrezygnować. We wszystkich krajach większość respondentów odpowiedziała, że gdyby to od nich zależało, nie porzuciłaby gotówki. Polska wyróżnia się na tle innych państw - poparcie dla pomysłu rezygnacji z gotówki jest u nas dość wysokie i wynosi 40 procent. Więcej osób deklaruje taką chęć tylko w Turcji i Włoszech. Europejczycy, w większości, są przekonani, że za ich życia gotówka nie zniknie z obiegu. W całkowite zniknięcie banknotów i monet nie wierzy blisko 3/4 Polaków.

Kolejną wartą uwagi wirtualną kryptowaluta jest Bitcoin. Stworzona w 2009 przez nieznaną autorów, działającą pod pseudonimem Satoshi Nakamoto. Jej istnienie opiera się na niezwykle zaawansowanej kryptografii oraz sieci wymiany P2P (peer-to-peer), czyli bez pośredników. Bitcoinów można używać do finansowania rozmaitych transakcji elektronicznych prosty, szybki i dość bezpieczny sposób. W zasadzie każdy, kto ma komputer, może wydobywać Bitcoiny. Wyraźną inspiracją twórców tej waluty było złoto - sposób jego pozyskiwania oraz funkcje w gospodarce. Najprościej rzecz ujmując, Bitcoina można uzyskać, udostępniając moc obliczeniową swojego komputera. Najważniejszym atutem kryptowaluty jest wygoda jej użytkowania. Jako się już rzekło wcześniej, Bitcoiny nie są przetwarzane w trakcie transakcji przez żadnych pośredników. Przy międzynarodowej wymianie handlowej bazującej na tradycyjnym pieniądzu spore koszty generuje przewalutowywanie. Ponadto przelane Bitcoiny trafiają błyskawicznie na docelowe konto - niezależnie od tego, z jakich krajów uczestnicy biorą udział w transakcji.

Bitcoin posiada mechanizm obronny przed inflacją - jego zasoby będą zwiększać się tylko do limitu 21 milionów. Bitcoin ma na plecach potężny bagaż wad i zalet, a przed sobą niepewną przyszłość [3]. Dojście do tej bariery zajmie jeszcze kilka dobrych lat, gdyż obecnie w obiegu jest ich nieco ponad połowa założonej sumy. Niemożliwe do wystąpienia są sytuacje «dodrukowywania» pieniędzy, znane przecież ze współczesnej praktyki państw. I ostatnia, dla wielu kluczowa zaleta Bitcoinów - zapewniają one godną zaufania anonimowość podczas transakcji. To przekonuje tych, którzy ze strachem obserwują kolejne doniesienia o łamaniu prywatności internautów przez instytucje rządowe wielu państw. Trudno się dziwić zatem, że kryptowaluta jest chętnie używana do opłacania serwisów pornograficznych. Wraz ze wzrostem zainteresowania Bitcoinami jak grzyby po deszczu powstało mnóstwo stron edukacyjnych, nastawionych na promowanie zalet wirtualnej waluty. Można na nich wyczytać rzetelne informacje na temat mocnych stron używania Bitcoinów, jednak wady są najczęściej pomijane. A warto im się

przyjrzeć, bo stawiają pod znakiem zapytania sens stosowania cyfrowych monet w biznesie. Bitcoiny nie są w żaden sposób kontrolowane przez instytucje finansowe, nie posiadają banku centralnego. Szersze użycie Bitcoina przez przestępców może stać się impulsem dla rządów państw do prób zdelegalizowania waluty. I w tym momencie dochodzimy do ostatniej słabości kryptowaluty - jej podatności na działania władz krajów i organizacji międzynarodowych, które nie patrzą na jej rozprzestrzenianie przychylnym okiem. Przykładem braku akceptacji dla Bitcoina są Chiny, które zapowiedziały, że waluta nie będzie wymienialna w tamtejszych bankach. Her Majesty's Revenue and Custom, ważny finansowy organ Wielkiej Brytanii zadeklarował z kolei uznanie Bitcoina za prywatny pieniądz, dzięki czemu zniknie konieczność wielokrotnego opodatkowywania VATem transakcji za jego pomocą. Podobny status kryptowaluta uzyskała w Niemczech, gdzie można ją używać do handlu i opłacania podatków.

Pieniądz elektroniczny podlega ciągłym zmianom, a pojawianie się na rynku coraz to nowszych produktów płatniczych oraz często trudnych do przewidzenia rozwiązań technologicznych, sprawia że pojęcie to często wymyka się z obszaru określających go definicji. Przedstawione definicje pieniądza elektronicznego charakteryzują się różnym stopniem wyszczególnienia oraz naprowadzają nacisk na odmienne aspekty jego funkcjonowania. Pieniądz ten początkowo nie przekonywał, iż zastąpi w pełni banknoty i monety, ale nowe uregulowania prawne dają szansę na rozwój wdrożenia pieniądza elektronicznego. Efektem nieustannych przeobrażeń zachodzących na rynku płatności mających na celu sprostanie rosnącym oczekiwaniom konsumentów, służącym upraszczaniu życia i zwiększaniem jego wygody, jest powstanie pieniądza wirtualnego. Zaletą pieniądza wirtualnego jest fakt, że dokładnie odpowiada oczekiwaniom internautów. Europejski Bank Centralny zainteresował się wdrożeniem pieniądza elektronicznego i opublikował raport dotyczący jego funkcjonowania. Można oczekiwać, że stanowi to początek do regulacji prawnej tego zagadnienia. Całkiem możliwe że ten pieniądz rozwinię się na tyle by można było wykluczyć z rynku banknoty i monety. W Polsce Bitcoin nie został legalnym środkiem płatności, ponadto - wg interpretacji Ministerstwa Finansów - zyski z jego obrotu podlegają opodatkowaniu tak samo, jak zyski z praw majątkowych. Jak widać, co państwo, to inna regulacja - trudno zatem przewidzieć, czy kiedykolwiek w przyszłości Bitcoin zdobędzie zaufanie wszystkich liczących się na świecie rządów.

REFERENCES

1. Frączek B. Pieniądz elektroniczny – próby zdefiniowania i sklasyfikowania. *Bank i Kredyt*. 2014. № 4. s.21-27.
2. Ustawa z dnia 12 września 2002 r., art. 2, pkt. 10. internetowy System Aktów Prawnych. URL: <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU2002.1691386>
3. I Love Crypto - największa konferencja kryptowalutowa w Polsce nadciąga! URL: <https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-i-love-crypto-najwieksza-konferencja-kryptowalutowa-w-polsce-nadciaga>.

*Безгін К. С.,
доктор економічних наук, професор,
Донецький національний університет імені В. Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Базальною причиною трансформації інноваційних процесів є цифровізація економіки, що обумовлює вільне поширення інформації та руйнування інформаційної асиметричності у взаєминах «споживач – виробник», яка так ретельно оберігалась та підтримувалась останнім через представлення суб'єкту споживання лише титульних властивостей споживаних благ, необхідних для підтримки ілюзії раціонального порівняння та вибору. Але завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям в сучасному суспільстві намітились амбівалентні процеси, з одного боку, як і раніше відбувається інтелектуальна примітивізація частини соціуму (фрагментація (редукція) знань і компетенцій; експансія інформації та знання; нав'язування примітивних онтологічних патернів; рутинізація процесів діяльності та ін.), а з іншого, формування спільноти зростаючої рефлексії, що володіє експертними знаннями, які за рівнем когнітивної досконалості співставні, а в деяких аспектах перевершують суб'єктів інноваційного розвитку, що представляють формальні інституції. Це викликає до життя нові організаційно-управлінські форми співтворчості виробника та споживача, методологічно інтегровані в колабораційну парадигму інноваційної діяльності, яка дозволяє врахувати стохастичний характер процесів управління інноваціями в умовах зростаючої складності та невизначеності зовнішнього середовища.

За оцінкою Ф. Котлера, відсоток невдалих інновацій виключно високий (80% – на споживчих ринках, 40% – на B2B-ринках), що обумовлено використанням традиційних методів створення інноваційних цінностей. Нижчі показники невідповідності створюваних інновацій на ринках B2B в порівнянні зі споживчими, есплікуються когерентністю процесів діяльності виробника та споживача, що є прямим підтвердженням ефективності колабораційної парадигми і розумінням каузальності - прибутковість інноваційного процесу обумовлена затребуваністю його результатів. Традиційно в менеджменті пріоритетною метою підприємства є отримання прибутку. Експлікуючи природу сучасного бізнесу, необхідно відзначити, що прибуток - це не причина, а результат. У зв'язку з цим становить інтерес дефініція бізнесу, сформульована П. Друкером, «...процес, який перетворює зовнішні ресурси, а саме знання, в зовнішні результати – економічні цінності» [1, с. 14]. Обґрунтованим визначенням мети бізнесу, на думку П. Друкера, є створення споживчої вартості, яка має економічну цінність. Прибуток в рамках його позиції є лише функцією бізнесу. Таким чином, сучасне підприємство необхідно розглядати, як медіатора, між потребами і їх носіями (споживачами), основним завданням якого є енактивація в ринковий потік наростаючої складності, для

цілеспрямованого створення релевантних інноваційних цінностей. Тільки в цьому випадку відсоток консонансних інновацій буде відповідати вимогам суспільства сталого розвитку, а підприємство буде виконувати свою макро- і мікроекономічну місію, яка полягає в соціальній відповідальності перед суспільством і осмисленій трансформації обмежених ресурсів.

На даний момент до числа основних тенденцій, які формують інноваційний ландшафт, відносяться: зникнення кордонів між фундаментальними і прикладними дослідженнями; множинність джерел інноваційних ідей (інтрапренерство, краудсорсинг, імовації, коопетиція, аутсорсинг, бенчмаркінг та ін.); конвергенція гетерогенних когнітивних систем, що призводить до створення споживчих цінностей, які виходять за межі традиційних монодисциплінарних моделей; інноваційні форми маркування значущих для споживача інновацій (краудфандинг, даунсорсинг та ін.). Хрестоматійним прикладом радикальних перетворень процесу створення інноваційних цінностей є компанія Procter & Gamble (P&G), яка на даний момент отримує 50% нових ідей за рахунок краудсорсингу (залучення зовнішніх фахівців на безоплатній основі). Після запуску програми відкритих інновацій в P&G підрахували, що в самій компанії працює приблизно 7500 дослідників, а в усьому світі близько 1,5 мільйони дослідників з навичками, корисними для компанії. До 2006 року у компанії як і раніше було 7500 штатних дослідників, але вона ще привернула 2000 дослідників з компаній-постачальників, а з 7000 встановила відносини через мережу. P&G також поширює власні ідеї, щоб побачити, що з ними зможуть зробити інші компанії. Термін дії всіх її патентів становить п'ять років з моменту отримання або три роки з моменту початку продажів. IBM пройшла через схожу трансформацію, надавши більше 500 патентів на програмне забезпечення Фонду відкритого коду (Open Source Foundation) та фінансуючи розробників Linux сумами щонайменше в 100 мільйонів доларів щорічно. Nokia привернула на свій Інтернет-форум понад мільйон розробників та оголосила, що не буде переслідувати в судовому порядку програми з відкритим кодом, засновані на її патентах. Компанія Lego почала тісно співпрацювати з розробниками, що створюють програми з відкритим кодом для лінійки продуктів Mindstorm.

В свою чергу статистичне дослідження процесів використання вітчизняними суб'єктами господарювання інформаційно-комунікаційних технологій в процесах створення інноваційних цінностей, як способу збільшення ступеня структурного спряження сфер виробництва і споживання, а також розширення рефлексивного поля інноваційної діяльності продемонструвало, що з 11309 підприємств переробної промисловості мають доступ до Інтернету, тільки 5726 (50,6%) мають власні веб-сайти, з них 2215 (38,7%) підприємств використовують їх з метою виготовлення продукції відповідно до вимог клієнта або створення можливості для клієнтів самостійно розробляти дизайн продукції. Масштабне дослідження впливу відкритості інноваційних процесів на рішення творчих завдань, проведене К. Лакхані, в ході якого проаналізовано 166 інноваційних проблем, з якими не впоралися департаменти досліджень і розробок 26 підприємств, що змусило їх звернутися в компанію InnoCentive,

яка спеціалізується на організації відкритих мережових конкурсів, в ході яких будь-який бажаючий може запропонувати власне рішення поставленої проблеми і отримати встановлену винагороду. Результатом дослідження став висновок про те, що в 75% випадків позаштатним винахідникам апріорі було відомо рішення, яке виявилось недоступним для закритих дослідних підрозділів [2]. Це актуалізує припущення, що не високий рівень професіоналізму та глибина спеціалізованих знань визначає успішність вирішення поставленого завдання, а високий ступінь когнітивної гетерогенності зовнішніх суб'єктів, яких стає все легше залучати до інноваційного процесу підприємства в умовах цифровізації економіки. Наведені дані підтверджують необхідність для вітчизняних підприємств подальшого розвитку процесів інтеграції сфер виробництва і споживання для створення релевантних інновацій.

Епістемічні тенденції в суспільстві зростаючої рефлексії ілюструє вислів К. Нордстрема «в деяких ситуаціях ваші клієнти - це ваші найкращі консультанти (хоча і не найдешевші). Сучасний менеджер має одну величезну перевагу. Ні співробітники, ні споживачі ніколи ще не були настільки освічені. Розумний керівник поводить з ними, як з найціннішими кадрами, а не як з ідіотами. Природним рішенням було б передати більше влади людям, які кожен день знаходяться в безпосередньому контакті зі споживачами. Адже вони беруть участь в створенні моменту істини, ..., їм повинні бути надані інструменти, що дозволяють управляти ситуацією» [3, с. 82]. Однак, негативне ставлення європейських та вітчизняних компаній до відкритих інновацій дозволяє зафіксувати низку соціально-психологічних, техніко-технологічних та економіко-управлінських перешкод на шляху цифрової співтворчості виробника та споживача, що суттєво ускладнює процес її поширення та відображає анахронічну систему поглядів на взаємини організації із зовнішнім середовищем. Виробник повинен усвідомити радикальність соціальних змін, що стосуються аксіологічних орієнтирів та свою координуючу роль у цих процесах. Так, на думку К. Нордстрема, «в минулому утримання і накопичення звеличували і плекали», але в сучасному суспільстві «ці дві опори Старого Світу руйнуються, задоволення і насолоди - ось нова реальність» [3, с. 134]. Однак деякі підприємства буквально розуміють цей тезис, використовуючи його як керівництво к дії, розкручуючи маховик споживання та, як наслідок, нарощуючи обсяг негативних соціальних перетворень. Так, наприклад, корпорація Canon щорічно виводить на ринок близько 15 - 20 оновлених цифрових фотокамер. Дана тенденція активізує комбінаторику «постійних удосконалень» та свідчить про такі несприятливі наслідки для споживача [4]:

гомогенність та псевдоінноваційність створюваної цінності. Існуюче різноманіття та інноваційність продукції незначні, дана обставина формує ринок гомогенних товарних груп, на якому представлені функціональні якості продукту практично ідентичні, через що конкурентна боротьба реалізується не на раціональному, а на ірраціональному полі (бренд; максимізація кількості та якості реклами, що впливає на цільову аудиторію; управління сприйняттям; поділ асортименту на ієрархічні статусні групи та ін.);

штучне старіння. Це пояснюється штучним обмеженням терміну служби та інтенсифікацією процесу оновлення товарних груп псевдо- та вдосконалюючими інноваціями. Обмеження гарантованого терміну служби необхідно виробнику для стимулювання постійного споживання, тому що високоякісний продукт може виключити з даного процесу потенційного споживача, який задоволений властивостями існуючого у нього товару, як наслідок, виробнику не вдається підтримувати існуючий прогрес обсягів виробництва. Це зумовлює появу в суспільстві тенденцій до інтеграції навколо ідеї ремонту та продовження терміну експлуатації деяких продуктів – апсайклінг. Таким чином, виробник свідомо відмовляється від високої якості створюваної інноваційної цінності, яка б мала необмежений термін служби та можливість удосконалення та адаптації своїх техніко-технологічних параметрів відповідно до вимог науково-технічного прогресу. Альтернативним шляхом у машинобудуванні є модульне конструювання, яке передбачає наявність одного шасі та можливість оренди необхідного кузова та силового агрегату, дана технологія, знайшла втілення в знаменитому концепт-карі GM Autonomy;

нераціональне витрачання наявних ресурсів. Однією з основних тенденцій у розвитку реклами інноваційної цінності є поступова заміна її справжнього призначення. Якщо раніше основною метою реклами було підвищення попиту на товар шляхом інформування потенційного споживача про додавання споживчих властивостей, а відповідно й кінцевої цінності товару, то в сучасних умовах мета реклами отримує подвійний характер, по своїй експліцитній природі вона відповідає своєму первісному призначенню, а імпліцитно - виконує завдання позбавлення цінності попередніх моделей, через фактори моди, статусу, сумісності, функціональності, інновацій та ін.

Таким чином, для сучасного виробника інноваційних цінностей в умовах цифровізації економіки, ринок має такі важливі особливості: доступність інформації; постійні інновації та підвищення якості призвели до того, що споживач частково є проектувальником створюваної цінності, носієм експертних знань, з якими виробнику необхідно консультиватися в процесі створення цінності; масова кастомізація; поширення колабораційних процесів у різних сферах діяльності; різноманіття інноваційних пропозицій між якими все менше відмінностей; маніпуляція свідомістю споживача, через постійну апеляцію до ірраціональних мотивів та підміну істинних духовних та суспільних цінностей матеріальними та індивідуалістичними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения. М. : ФАИР-ПРЕСС, 1998. 288 с.
2. Lakhani K. R. The Value of Openness in Scientific Problem Solving. Boston : Harvard Business School Press, 2007. 58 p.
3. Нордстрем К., Риддерстрале. Й. Бизнес в стиле фанк : капитал пляшет под дудку таланта. СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2008. 280 с.
4. Безгин К.С. Управление процессом создания ценности на предприятии: полисубъектность и коллаборация. Харьков : «НТМТ», 2015. 288 с.

*Безпалько О. М.,
аспірантка,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ПАРТИЦИПАТИВНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Актуальний стан впровадження реформи з децентралізації влади в Україні показує, що в цілому досвід роботи об'єднаних територіальних громад (далі - ОТГ), в своїй переважній більшості виявився позитивним, що сприяло подальшій активізації процесу добровільного об'єднання громад. Так, загальна кількість ОТГ в Україні в 2015 році склала 159 ОТГ, в 2016 – 366, в 2017 – 665, в 2018 – 806, а станом на серпень 2019 року складає 936 ОТГ (з яких 55 громад очікують рішення ЦВК про призначення перших виборів, а 34 ОТГ – це міста обласного значення, до яких приєдналися сусідні громади). Станом на серпень 2019 року в ОТГ проживає близько 10 млн мешканців, що складає 28,6% мешканців країни, а їх площа складає близько 225 тис км кв, або 40,3% території України (без врахування тимчасово окупованих територій).

Проте перші громади, які пішли шляхом утворення об'єднаних територіальних громад, зустрілися із низкою проблем як на етапі утворення ОТГ, так і на перших етапах самостійної діяльності в якості ОТГ.

Однією із ключових проблем стала відсутність досвіду самостійного функціонування в форматі ОТГ, а отже – відсутність організованої системи управління, яку потрібно формувати «з нуля». В багатьох випадках дана проблема залишається актуальною й досі, оскільки процес добровільного об'єднання ще не завершено. Також вона підсилюється відсутністю власних або неможливістю залучення зовнішніх спеціалістів для виконання окремих завдань у виконавчих структурах ОТГ.

На початковому етапі самостійного функціонування значна частина ОТГ стикається з відсутністю власних підготовлених кадрів, які б мали достатній рівень досвіду і компетенції для організації управління тими видами послуг, що отримує громада від району. Це призводить до неможливості одразу приступити до розробки планів оптимізації і підвищення ефективності надання цих послуг. Громади часто чекають, поки буде працевлаштовано керівника відповідного новоствореного відділу, а він вже в подальшому розроблятиме такі плани. Часто громади змушені декілька раз оголошувати повторні конкурси на посади керівників таких відділів, адже рівень заробітної платні в ОТГ залишається досить низьким, що не дає можливість залучити відповідно підготовлених фахівців.

Після утворення таких відділів з'являються проблеми відсутності або низького рівня методичного забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування ОТГ, і тому часто виконавчі структури в громадах працюють за принципом надання послуг в тому форматі, який вони отримали на момент

об'єднання, не займаючись вкрай важливим напрямком оптимізації послуг і зменшення видаткової частини бюджетів.

Незважаючи на те, що в Україні працює досить багато програм підтримки органів місцевого самоврядування (програма ДОБРЕ, U-LEAD – Центри розвитку місцевого самоврядування, ПУЛЬС, Центри підвищення кваліфікації працівників органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування), загальний рівень підтримки громадами часто оцінюється як недостатній.

Особливо важливим є використання досвіду надання експертного консультування безпосередньо в громаді з супроводом розробки Стратегій розвитку та секторальних планів покращення рівня надання послуг. Цей метод відзначається громадами як більш ефективний, ніж проведення навчань, коли представники громад збираються в обласному центрі, і експерт презентує загальні рекомендації чи методологію розробки окремих документів. Досвід показує, що практично всі секторальні програми з покращення якості надання окремих послуг в ОТГ були розроблені не самостійно працівниками виконавчого апарату громади, а за підтримки експертів, і самі жителі громад високо оцінюють якість підготовки таких програм.

Нажаль, в українському суспільстві панує два види стереотипів. Перший говорить про те, що залучення зовнішніх експертів до процесу розробки Стратегій розвитку населених пунктів носить негативний характер, так як ці спеціалісти не володіють глибиною всіх процесів, що відбуваються в громаді. Другий – вказує на те, що жителі без експертів не в змозі розробити якісну Стратегію. І один, і інший варіант мають «дві сторони медалі», адже в першому - профільні експерти можуть звернути увагу на дієві методи, чи підказати новітні технології. Разом з тим, Стратегії стають «живими» виключно за участі жителів громади.

Саме тому, варто відзначити важливість широкого використання партиципативної моделі стратегічного планування, яку було розроблено Фондацією Розвитку Місцевої демократії (далі - ФРМД). Проведення діагностування умов місцевого розвитку та опрацювання Стратегії розвитку проводиться безпосередньо в громаді за участі команди експертів ФРМД та із залученням мешканців громади на всіх етапах – у форматі інтерв'ю, участі в робочій групі, проведення соціологічних опитувань та громадських обговорень проекту стратегії. Це дозволяє отримати суспільно узгоджену Стратегію розвитку, яка враховує потреби всіх категорій мешканців, а використання досвіду експертів дозволяє прописати в Стратегії не суто інфраструктурні заходи на кшталт ремонтів і купівлі обладнання, а й низку «м'яких» заходів, заходів з внутрішньої інтеграції мешканців ОТГ, та, найважливіше – запланувати розробку окремих секторальних програм оптимізації і покращення якості надання послуг, які в подальшому і опрацьовуються за підтримки експертів програми.

Виходячи з цього, рекомендується використання досвіду щодо партиципативного стратегічного планування та експертного супроводу розробки, схвалення та реалізації окремих секторальних програм. Дане питання набуває особливої актуальності в зв'язку з очікуваною в 2020 році

адміністративно-територіальною реформою, внаслідок якої буде утворено нову, повсюдну мережу ОТГ, більшість з яких не обізнані з практиками використання цих інструментів, а крім того – більшість ОТГ зазнає суттєвого розширення, що призведе до необхідності тотальної актуалізації всіх наявних стратегічних документів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон про добровільне об'єднання територіальних громад №157-19 від 05.02.2015р., оприлюднений 04.03.2015р. зі змінами (<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/157-19>)

2. Методика формування спроможних територіальних громад, Постанова Кабінету Міністрів №214 від 08.04.2015 р. (опублікована 27.04.2015 р.) зі змінами (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-%D0%BF>).

3. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні (<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>).

*Безхлібна А.П.,
кандидат економічних наук, доцент,
Гурова Д.Д.,
кандидат географічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РЕГІОНАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Функціонування регіону як ефективної економічної системи не можливо без урахування прямого впливу державного управління на регіональну економіку.

Державне регулювання стратегічного розвитку регіону передбачає досягнення визначеного результату, тобто воно має цільову спрямованість і певний набір завдань [1, 153]. Державні органи розробляють механізми та інструменти, директиви та документи, що визначають організаційно-процедурні питання щодо складання, розгляду, затвердження, виконання, внесення змін, контролю та звітності бюджетів органів місцевого самоврядування, стратегічне бачення яких знаходиться в площині підвищення конкурентоспроможності регіональних одиниць.

Сфери координації стратегічних цілей у регіональній політиці, які чинять прямий вплив на підвищення регіональної конкурентоспроможності [2, с. 234]: транспорт та інфраструктура, економічний розвиток та інвестиції, підприємництво та регулярне середовище. Тобто найвпливовіші сфери регіональної економіки функціонують у чіткій взаємодії з державною політикою, яка, безумовно, основні вектори розвитку: ринок праці, освіта і наука, інноваційна діяльність, промисловість та сільське господарство.

Реалізація регіонального розвитку повинна ґрунтуватися на [2, с. 234] чіткій відповідності інституцій державні регіональній політиці та відповідним стратегіям, налагодженій ефективній координації горизонтальних та вертикальних зв'язків між різними рівнями врядування, забезпечення достатньої укомплектованості кадрами на регіональну та місцевому рівнях, їх управлінської конкурентоспроможності.

При складанні стратегії регіонального розвитку необхідно чітко розуміння, що регіональна політика підвищення конкурентоспроможності є політикою розвитку, а не суто вирішення проблем.

До особливих методів, що використовуються під час розробки та реалізації регіональної стратегії розвитку як інструменту здійснення державної політики, застосовують: факторний, ситуаційний та кореляційно-рекреційний аналіз, SWOT-аналіз, ABC-аналіз, PEST-аналіз, методи експертної оцінки, екстраполяції та інтерполяції, сценаріїв, балансовий, нормативний та соціологічний методи, теорія ігор тощо [3].

Індикаторами підвищення регіональної конкурентоспроможності (тобто, результативні чинники, які відображають рівень виконання вимог та взаємодії всіх факторів підвищення конкурентоспроможності) є:

1. Збільшення туристичних потоків та доходів від туризму як основного економічного індикатора.
2. Підвищення освітнього рівня населення.
3. Підвищення рівня іноземних інвестицій.
4. Підвищення зайнятості населення (зменшення рівня безробіття).
5. Підвищення попиту на продукцію вітчизняного виробника, що, в свою чергу, позитивно впливає на сальдо зовнішньоторгівельного балансу країни, курс валют та загалом на грошово-монетарну політику, уповільнює інфляційні процеси в країні (відстежується вплив мікроекономіки на мезо- та макрорівень господарювання).

Дослідження існуючого стану, моніторинг та складання прогностичних трендів розвитку допомагає здійснювати активне управління впровадженням змін, викликаних впливом факторів зовнішнього середовища.

Джерелами фінансування підвищення регіональної конкурентоспроможності є:

1. Кошти державного бюджету.
2. Кошти місцевих бюджетів.
3. Кошти міжнародних організацій.
4. Кошти інших джерел.
5. Благодійні внески.

Аналіз динаміки та структури фінансування місцевих бюджетів дозволяє зробити висновок про ефективність виконання стратегії розвитку регіону.

Заходи державної політики, спрямовані на концентрацію ресурсів на певних територіях слід проводити у жорсткій зв'язці із заходами спрямованими на підвищення коннективності точок росту із оточуючими їх територіями задля розширення зони позитивного впливу цих заходів [2, с. 230]. Таким чином, здійснення постійного порівняльного аналізу та моніторингу розвитку території є необхідною умовою ефективного впровадження змін у регіональній політиці та економіці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лебединська О., Валентюк І. Державне регулювання регіону: проблеми та перспективи. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. Київ. НАДУ, 2010. № 3. С. 151–156.
2. Регіональний розвиток та державна регіональна політика в Україні: Стан і перспективи змін у контексті глобальних викликів та європейських стандартів політики. Аналітичний звіт. 342 с. URL:https://surdp.eu/uploads/files/Analytical_Report_Main_part_UA.pdf. (дата звернення: 02.10.2018).
3. Бакуменко В.Д., Кравченко С.О., Туленков М.В. Методи державного управління. *Енциклопедія державного управління* : у 8 т. / наук.-ред. колегія : Ю.В. Ковбасюк (голова) [та ін.]. Київ : НАДУ, 2011. Т. 2 : *Методологія державного управління*. С. 7–16.

Белікова М.В.,
кандидат історичних наук, доцент,
Булатов С.В.,
старший викладач,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ОСОБЛИВОСТІ МУЗЕЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНИ

За офіційної статистикою в Україні 88% офіційно зареєстрованих музеїв складають музейні установи комунальної форми власності, 95–100% відсотків фінансування державних та комунальних музеїв спрямовується на «видатки споживання» (зарплати, охорона, комунальні послуги). Розмір середньої зарплати в установах галузі культури в березні 2019 р. за офіційною статистикою складав 7046 грн. (або 68,8% від середньої зарплати по країні), водночас в реальності зарплати переважної більшості музейних працівників, у томи числі – наукових, коливаються у діапазоні 3000 – 5000 грн. і є абсолютно неконкурентними та непривабливими для молоді [1].

Національний музей історії України у Другій світовій війні (м. Київ) відрізняється кращими умовами державного фінансування у порівнянні з тими, хто не має національного статусу. За даними табл. 1 за період 2014 – 2015 рр. державне фінансування музею зросло на 1,05%. Державне фінансування спрямовувалося на утримання штату працівників, закупівлю нових музейних предметів, на оплату послуг. В лютому 2016 р. на оплату послуг державою було виділено 59144190,9 грн., з них – на постачання водяної пари і гарячої води (25,46%) та електричної енергії (34,42%), оплату послуг охорони об'єктів меморіального комплексу (37,58%) та спостереження сигналізації термінового виклику наряду охорони (2,54%) [2, с.267].

Таблиця 1

Статистичні показники Національного музею історії України у Другій світовій війні за 2014–2015 рр.

Державне фінансування (тис. грн.)		Власні надходження (тис. грн.)		Кількість відвідувачів (осіб)			
				Платні		Безоплатні	
2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
28125	29545	3332,4	4838,1	206453	600348	254238	301746

Впадає в очі велика різниця між державним фінансуванням музеїв та власними надходженнями, які у 2015 р. склали 4,45% від загальної суми надходжень Національного музею історії України у Другій світовій війні. Музей займав друге місце серед українських музеїв за цим показником після Львівської національної галереї мистецтв імені Б.Г. Возницького (5,11%). Для порівняння відсоток власних надходжень п'ятірки провідних українських музеїв коливається від 1,22% до 5,11%. Така ж ситуація існує у більшості

музеїв, навіть за кордоном, де власні музейні надходження від продажу квитків нижчі, ніж державне фінансування, кошти грантів та спонсорів [2, с.267].

За 2014–2015 рр. власні надходження Національного музею історії України у Другій світовій війні зросли на 45,18%. Музей їх отримує головним чином від продажу квитків та надання екскурсійних послуг. Ціна на вхідний квиток на дорослого складає 20 грн., що є цілком доступним для вітчизняних туристів, на яких орієнтована ця група музеїв. Національний музей історії України у Другій світовій війні займає перше місце за кількістю платних відвідувачів серед провідних музеїв країни. За період 2014–2015 рр. відсоток платних відвідувачів музею зріс від 44,81% до 66,55% (на 21,74%) [2, с. 267].

Кошти, які отримує музей від надання послуг, витрачаються на власний розсуд, тому існує необхідність мотивувати персонал, щоб той пропонував відвідувачам додаткові та ексклюзивні послуги музеїв (підйом на оглядові майданчики скульптури Батьківщина-мати). Фінансові труднощі, які постали нині перед музеєм, зумовлюють необхідність пошуку шляхів оптимізації системи управління та організації музейної роботи.

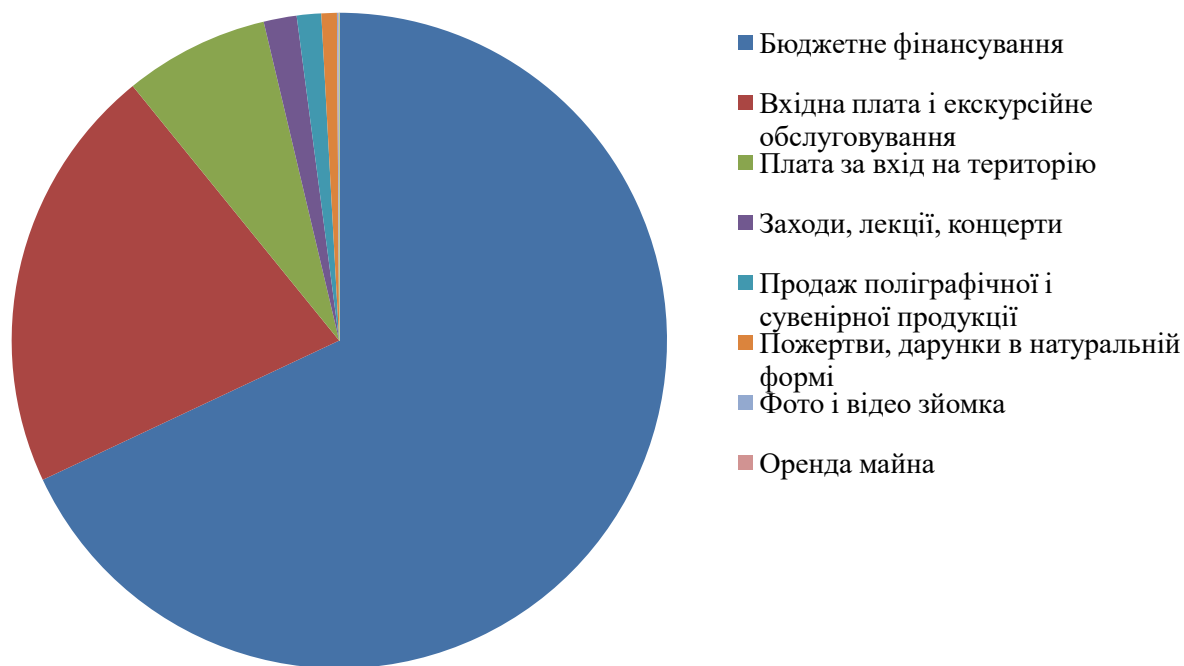


Рис. 1. Структура фінансування і утримання Національного заповідника «Софії Київської»

Національний заповідник «Софія Київська» має перевагу бюджетного фінансування – 67,7% (25090,4 тис. грн.) над власними надходженнями – 32,3% (11997 тис.), однак диспропорція менше, ніж у інших музейних комплексів України. Власні надходження 2016 р. склали 32,3%, структура власних надходжень була наступною: 64,9% вхідна плата і екскурсійне обслуговування, 22% плата за вхід на територію, 5% заходи, лекції, концерти, 3,7% продаж

поліграфічної і сувенірної продукції, 2,4% пожертви, дарунки в натуральній формі, 0,2% фото і відео зйомка, 0,1% оренда майна (див. рис.1) [3, с.236].

В музейному менеджменті Національного заповідника «Софії Київської» можна прослідкувати збільшення власних надходжень за рахунок вхідної плати, екскурсійного обслуговування, масових заходів, що притаманне більшості музеїв України. В той же час заповідником використовується зарубіжний досвід в політиці збільшення продажу поліграфічної і сувенірної продукції, прибуток від їх продажу за 2012 – 2016 рр. зріс в 3,8 рази (див. рис. 2) [3, с.236]. Багато музеїв України публікують наукові видання, але не достатньо зацікавлені в продажі друкованої і сувенірної продукції відвідувачам.

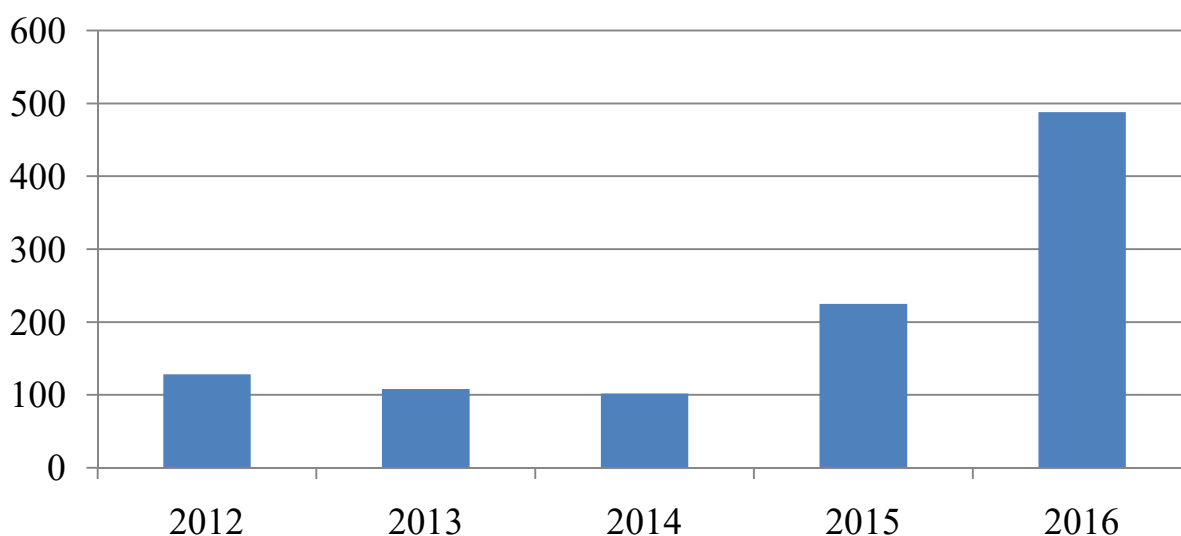


Рис. 2. Надходження від продажу поліграфічної і сувенірної продукції

Відмінним в оперативному менеджменті заповідника є розроблені спецпропозиції – сімейний квиток, доросла і дитяча карта, оскільки заповідник орієнтується на родину і дітей серед своїх потенційних відвідувачів, тоді як туристам пропонуються аудіогіди та екскурсії різними мовами.

Національний заповідник «Софія Київська» дотримується компромісної концепції щодо пріоритетів своєї діяльності. Керівництво заповідника неоднозначно оцінює стан збереженості пам'яток Софійського музею, тому вважає недоцільним збільшення його відвідуваності до 800 тис. – 1 млн., як це було у 80–90-ті рр. ХХ ст. В музейних пріоритетах присутня як науково-дослідна робота, особливо реставраційна через специфіку музейного комплексу, так і культурно-масова з акцентом на послуги розважального характеру (дитячі програми, концерти та ін.). Крім того, робиться акцент на збільшення відвідуваності інших музеїв заповідника.

Отже, на сьогодні особливостями музейного менеджменту України є те, що державне фінансування складає від 99 до 95% від загального фінансування музеїв країни, тоді як відсоток власних надходжень навіть провідних українських музеїв в середньому коливається від 1,22% до 5,11%. Переглянуті вище музеї пропонують знижки сім'ям, групам, студентам, дітям, літнім людям,

але відсоток знижок українських музеїв відрізняється від західноєвропейських музеїв. Ці відмінності пояснюються макроекономічними чинниками на внутрішньому рівні, такими як рівень доходів та рівень інфляції, політична та економічна ситуація в країнах. В Україні ці групи сплачують на 50% менше, ніж повна плата за вхідний квиток для дорослого, тоді як у Польщі, Чехії, Німеччині, – на 30% менше відповідно. Тому для того, щоб музеї «заробляли», по-перше, необхідно оптимізувати діяльність, направлену на відвідування вітчизняними та іноземними туристами, а це співпраця з туроператорами та партнерами музеїв. По-друге, необхідно вдосконалення веб-сайтів музеїв, які можуть запропонувати потенційним відвідувачам такі послуги як он-лайн бронювання та пожертвувальні зони, он-лайнові відгуки клієнтів, які допоможуть управлінському персоналу оперативно реагувати на скарги відвідувачів щодо якості обслуговування та виправляти недоліки, тому що від цього залежить чи залишать позитивні відгуки туристи на сайті Tripadvisor та чи будуть рекомендувати музей знайомим. По-третє, встановлення в музеях терміналів для оплати збільшить витрати туристів, тоді як неможливість сплатити банківською картою зменшує їх. По-четверте, ексклюзивні послуги музеїв потребують контекстної реклами в Інтернеті, розрахованої на туристів. По-п'яте, до 50% відвідувачів музеїв України складають школяри та студенти, тому було б доречним оптимізувати відвідування цією групою відвідувачів у нетуристичний сезон – взимку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Піоро В., Копитько О., Гасиджак Л. Музейний порядок денний. Травень 2019 р. URL: <http://prostir.museum.ua/post/41899>. (дата звернення: 15.10.2019).
2. Белікова М.В., Безхлібна А.П. Менеджмент «Національного музею історії України у Другій світовій війні. Меморіального комплексу». Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск № 16. С.264–269. URL: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/53.pdf>. (дата звернення: 15.10.2019).
3. Белікова М.В., Безхлібна А.П., Тарасенко А.В. Зміни в управлінні розвитком музеїв як складової туристичної інфраструктури. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск № 20. С.234–239. URL: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/47.pdf>. (дата звернення: 15.10.2019).

Біленко О.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Головною тенденцією сучасного розвитку є перехід від індустріального до постіндустріального суспільства, головною перевагою якого є використання цифрових інформаційно-комунікаційних технологій. Термін «цифрова економіка» вперше з'явився у 1996 році в публікації Д. Тапскотта [1]. Цим терміном автор пояснює взаємозв'язок між новою економікою, новими типами бізнесу і новими технологіями. Основними чинниками розвитку цифрової економіки визначено розростання мережі Інтернет, електронну торгівлю між підприємствами, цифрову доставку товарів і послуг, роздрібний продаж фізичних товарів і послуг [2].

У 2001 році Томас Месенбург виділив три основні складові концепції «Цифрова економіка»: підтримуюча інфраструктура (апаратне забезпечення, програмне забезпечення, телекомунікації, мережі тощо); електронний бізнес (бізнес-процеси та операції, які провадяться через комп'ютерні мережі як віртуальні взаємодії між суб'єктами віртуального ринку); електронна комерція (передача товарів за допомогою мережі Інтернет).

В даний час серед науковців не існує єдиного підходу до визначення поняття «цифрова економіка». С. Веретюк та В. Пілінський вважають, що цифрова економіка – це трансформація всіх сфер економіки завдяки перенесенню інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу з метою їх подальшого використання [3, с. 48]. Г. Карчева визначає цифрову економіку як інноваційну динамічну економіку, що базується на активному впровадженні інновацій та інформаційно-комунікаційних технологій в усі види економічної діяльності та сфери життєдіяльності суспільства, що дозволяє підвищити ефективність та конкурентоспроможність окремих компаній, економіки та рівень життя населення [4 с. 14]. Цифрову економіку також розглядають як сукупність відносин, що формуються у сферах виробництва, розподілу, обміну і споживання, і які ґрунтуються на онлайн-технологіях та спрямовані на задоволення потреб у життєвих благах. Це передбачає формування нових способів і методів господарювання та вимагає дієвих інструментів державного регулювання [5, с. 18]. Світовий банк надає широке визначення цифрової економіки як системи економічних, соціальних і культурних відносин, заснованих на використанні цифрових інформаційно-комунікаційних технологій.

Цифровізація є ключовим драйвером соціально-економічного розвитку та зростання ВВП країни. Цифровізація економіки обумовлює перетворення всіх сфер життєдіяльності, надаючи їм значний економічний і соціальний ефекти, що, своєю чергою, відкриває нові можливості для розвитку комерційної діяльності. Бурхливий розвиток цифрових технологій, їх проникнення в

традиційний бізнес, поява нових видів цифрових продуктів і послуг, масове використання онлайн-каналів призводять до перебудови комерційних процесів, трансформації бізнес-моделей, систем управління маркетингом та змін у поведінці споживачів. Високі темпи проникнення мережі Інтернет надають можливість підприємцям розширювати канали збуту, поєднувати виробників, постачальників і покупців не тільки всередині країн, але й за їх межами.

Нові бізнес-моделі (freemium, on-demand, crowdsourcing, crowdfunding) дозволяють підприємцям та компаніям здійснювати комерційну діяльність без власної IT-інфраструктури і програмного забезпечення («хмарний» бізнес, інтернет речей IoT), без власних матеріальних активів (co-sharing), без складського господарства (dropshipping).

Сайт новин про цифрову економіку TechCrunch зазначив: «Найбільша в світі компанія таксі Uber не має автомобілів. Найпопулярніший в світі медіа-власник Facebook – не створює контенту. Рітейлер з найвищою капіталізацією Alibaba не має складських запасів. Найбільший в світі сервіс з оренди квартир Airbnb не володіє нерухомістю. Відбувається щось цікаве.»

Характерними рисами комерційної діяльності в умовах цифрової економіки є:

- діяльність на цифрових платформах (маркетплейсах), що забезпечує безпосередні комунікації між виробниками та споживачами;
- скорочення транзакційних витрат за одночасного підвищення продуктивності праці;
- глобальна присутність завдяки виходу на електронні ринки та глобальна гіперконкуренція;
- підвищення споживчої цінності товарів і послуг внаслідок їх персоналізації;
- омніканальність комунікацій зі споживачами та покупцями;
- акцентування уваги на довірі та безпеці між учасниками транзакцій;
- скорочення життєвого циклу інновацій і продуктів;
- зростання ризиків і рівня невизначеності при прийнятті стратегічних рішень внаслідок динамічних змін технологій та кон'юнктури ринків.

Нові характеристики економічного простору вимагають перейти від культу ефективності й раціональності до перенесення акцентів на відкритість, демократизацію, соціологізацію, креативність організаційних процесів, нерівноважність та нелінійність управлінських ієрархічних ланцюгів, непередбачуваність і різноманітність траєкторій розвитку підприємств [6, с. 7].

Сьогодні цифровізація є головним напрямком трансформації української економіки, першим кроком якого було схвалення Кабінетом Міністрів України Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства на 2018–2020 роки [7]. Ця концепція передбачає здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій.

Для успішного формування цифрової економіки потрібні ефективно функціонуючі три компоненти [4, с. 20]: нормативно-правова база, яка б сприяла конкуренції і виходу на ринок підприємствам, дозволяла фірмам повною мірою використовувати цифрові технології для конкуренції та інновацій; навички, необхідні працівникам, бізнесменам, державним службовцям для використання можливостей цифрових технологій; ефективні і підзвітні інститути, що використовують Інтернет для розширення прав і можливостей громадян.

В сфері комерційної діяльності підприємці, зі свого боку, мають забезпечити своїм клієнтам і покупцям комплекс переваг онлайн-комерції, зокрема: широкий асортимент та найкоротший термін доставки товарів чи надання послуг, можливості різних способів оплати, безпека особистих даних покупців, чіткі стандарти повернення товарів або грошей за товар чи послугу, можливість використання мобільної версії онлайн-магазину. Водночас, покупцям та клієнтам слід удосконалювати власні навички володіння різними інструментами мережі Інтернет, а також культури придбання товарів та послуг в онлайн-середовищі.

Упровадження нових технологій, якість інтернет-інфраструктури, інституційний розвиток та інноваційний клімат – це ті напрями, які мають визначати розвиток цифрової економіки в Україні. Успіх цифрової трансформації економіки залежить від спільних узгоджених зусиль держави і підприємців. Цей складний шлях передбачає зміни бізнес-моделі, стратегії розвитку, перегляд бізнес-середовища та правил ведення бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York, NY: McGraw-Hill, 1996.
2. Margherio L. et al. The Emerging Digital Economy. Washington, DC: Department of Commerce. 1999. URL: http://www.esa.doc.gov/sites/default/files/emergingdig_0.pdf. (дата звернення: 27.08.2019)
3. Веретюк С., Пілінський В. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. *Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку*. 2016. № 2. С. 47–58.
4. Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенько В.А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3 (27). С. 13-21.
5. Лапидус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : монографія. Москва : ИНФРА-М, 2018. 381 с.
6. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 2 (24). С. 4–11.
7. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Урядовий портал. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p>.

Біленко О.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Поліщук С.С.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

КАДРОВА ПОЛІТИКА З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Кадрова політика вважається основоположною і дуже важливою складовою корпоративної культури всіх сучасних підприємств незалежно від їх форми власності. Від грамотності її побудови та ефективного застосування залежить процвітання фірми та кожного з її кадрів.

Кадрова політика будь-якого підприємства повинна забезпечити:

– організаційну інтеграцію – вище керівництво і лінійні керівники приймають розроблену та добре скоординовану стратегію управління людськими ресурсами як «свою власну» і реалізують її у своїй оперативній роботі, тісно взаємодіючи з функціональними службами;

– високий рівень відповідальності всіх працівників, під якими розуміють як ідентифікацію з базовими цінностями підприємства, так і наполегливу реалізацію визначених цілей у практичній роботі;

– функціональність – варіантність функціональних завдань, що передбачає відмову від традиційного жорсткого розмежування різних видів робіт, а також використання різноманітних форм трудових контрактів;

– структурність – адаптація до безперервного навчання, організаційних змін, гнучкість організаційно-кадрового потенціалу, висока якість роботи та її результатів, умов праці (робоче середовище, зміст роботи, задоволеність працівників) [1, с. 357].

Однією з важливих складових кадрової політики є кадровий менеджмент, який в своїй діяльності використовується широкий спектр кадрових технологій.

Кадрова технологія являє собою певний метод, спосіб або процедуру, що дозволяє приймати правильні та ефективні кадрові рішення. Кадрова технологія містить наступні базові складові: підбір кадрів, розрахунок фонду оплати праці і соціальні пільги, професійна адаптація і профорієнтація, підвищення кваліфікації персоналу, системний моніторинг і діагностика персоналу, соціальне анкетування, формування та подальше підтримання корпоративної культури.

Інноваційні напрямки в кадровому менеджменті ґрунтуються саме на використанні ІТ-технологій при розробці та реалізації кадрової політики. За допомогою інформаційних технологій спрощується рішення цілого ряду завдань таких як: формування штатного розкладу; рішення оперативних завдань: ведення таблиць, графіка відпусток; підвищення кваліфікації персоналу; калькуляція фонду оплати праці, пільгових і соціальних виплат; електронний документообіг; податковий облік.

Кадрові ІТ-технології включають в себе інтернет - технології та спеціалізоване програмне забезпечення [3, с. 117].

Існує ряд проблем системи управління персоналом підприємства, які можливо вирішити впровадженням в неї інформаційних технологій управління персоналом:

- наявність територіально-розподільчої організаційної структури бізнесу (група компаній, холдинг, дилерська мережа і т.п.);
- потреба в постійному припливі нових кадрів;
- неефективна робота з пошуку та підбору претендентів, кандидатів;
- велика чисельність найнятих працівників;
- присутність відмінностей в кваліфікації фахівців;
- потреба в централізованому веденні процесів підготовки, навчання, тестування;
- складність здійснення розрахункових операцій по заробітній платі, прагнення до ведення безпомилкового фінансового обліку витрат, що стосуються персоналу;
- проблеми з рівнем плинності кадрів;
- сучасний стиль управління підприємством, бажання топ-менеджменту слідувати сучасним тенденціям і впроваджувати інновацій;
- потреба у впровадженні нових HR-технологій.

Проблеми перелічені вище, безпосередньо зачіпають процеси управління людськими ресурсами та для того, щоб з максимальною віддачею реалізувати їх, необхідно впроваджувати на підприємствах автоматизовані системи управління персоналом, які будуть оптимізувати всі необхідні процеси, пов'язані з кадровою діяльністю [4, с. 30].

Розглянемо більш докладно кожен з них:

1. Інтернет технології:

1.1. Корпоративні Веб-сайти. Створюють імідж і репутацію компанії позиціонуючи її в мережі Інтернет і надаючи різну інформацію про організацію та її продукції.

1.2. Поштова програма. Програмне забезпечення, завдяки якому співробітники компанії мають широкий функціонал при роботі з поштою, що значно покращує комунікаційний процес, як всередині компанії, так і з зовнішніми користувачами. Як приклад наведемо такі програми як TheBat, IncediMail, Microsoft Outlook.

Використання системи кадрового електронного документообігу дає можливість відправляти і отримувати важливу інформацію оперативна, використовуючи телекомунікаційні канали зв'язку. Головними перевагами на відправку документації, швидке отримання даних іншими організаціями, простота і зручність в роботі, легкий пошук інформації, складання документів по шаблонам, відстеження передачі даних, захист інформації.

1.3. Професійні Інтернет-спільноти. Такі платформи допомагають оперативно знайти вузькоспеціалізованого фахівця для оперативного вирішення проблеми, що виникла в ході робочого процесу. Як правило, в даних

спільнотах представлені різні майстер-класи, вебінари і курси навчання співробітників.

2. Спеціальне програмне забезпечення:

2.1. Інформаційно-довідкові системи. Є основним джерелом корпоративної інформації. Без них важко уявити кадровий менеджмент в наші дні. Довідково-правова система – програма, що надає повну та систематизовану інформацію, інтегровану з комп'ютерними засобами.

2.2. Експертні системи.

Являють собою системи, які динамічно розвивається, та в яких акумулюються і накопичуються професійна інформація кваліфікованих фахівців і передається менш досвідченим співробітникам.

Технології, що застосовуються при розробці та супроводженні кадрової політики – це інноваційний напрямок розвитку кадрового менеджменту, що дозволяє оптимізувати бізнес-процеси сучасної організації за рахунок засобів автоматизації. Інформаційні кадрові технології є одним з ефективних інструментів управління сучасною організацією.

Таким чином, можна стверджувати, що впровадження інформаційних технологій в системі управління персоналом організації – це вже не інноваційні технології, які полегшують ефективне виконання робіт оперативного характеру, але, в першу чергу, своєрідний каталізатор поширення передового управлінського досвіду, а також сучасних технологій менеджменту, які забезпечують наявність додаткових адаптаційних можливостей і конкурентних переваг.

У висновку слід зазначити, що трансформація кадрової політики підприємства є необхідним і неминучим процесом у зв'язку з переходом до загальної цифровізації у всіх сферах суспільної діяльності. Для побудови автоматизованої системи управління персоналом на підприємстві і формування кадрової політики керівнику необхідно чітко уявити, якої мети він хоче досягти, впроваджуючи автоматизовану систему, і описати логіку дії виконавців, ефективну з його точки зору. Це буде представляти опис бізнес-процесу, як це бачить керівник, і далі поетапно впроваджувати цю логіку в обраний для автоматизації продукт.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кравченко О. О. Роль кадрової політики на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2016. №3. С. 355–359.

2. Погребняк А.Ю. Ліннік І.М. Інноваційні методи вдосконалення кадрової політики на підприємстві. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*, 2017. Вип.20. С. 108–114.

3. Чемоданова О.Н. Використання сучасних інформаційних технологій в ході розробки та реалізації кадрової політики. *Муниципальна академія*. 2017. № 2. С.111–114.

4. В. І. Борщ, В. В. Белякова. Формування і реалізація кадрової політики на підприємствах України. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2015. Вип. 3 (37). С. 175–184.

*Болгов В.Є.,
кандидат економічних наук, доцент,
Марків Г.О.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В ДОНЕЦЬКОМУ РЕГІОНІ

Інноваційному розвитку Донецького регіону приділено багато уваги та вже чимало зроблено, але разом з тим на сьогодні відсутня належна підтримка інноваційної діяльності регіону. Основною проблемою при цьому є військовий конфлікт на Донбасі, а також - недосформованість, нефункціональність та недостатній розвиток інноваційної інфраструктури Донецького регіону. Активна інноваційна діяльність визначає темпи економічного розвитку, структуру сучасного виробництва, життєвий рівень в регіоні та країні, а головне - визначає напрямок подальшого економічного розвитку. [1, с. 36].

Не зважаючи на триваючі бойові дії та повний розрив виробничих ланцюгів з підприємствами на окупованій території Донецької області промисловістю продовжувалась інноваційна діяльність, у тому числі було впроваджено 69 нових технологічних процесів та 101 вид інноваційної продукції. Протягом 2017 року інноваційну діяльність здійснювали 22 підприємства, що становить 11,5% до загальної кількості обстежених підприємств із середньою кількістю працівників 50 осіб і більше.

На інновації в 2017 році підприємствами було витрачено 725,3 млн. грн. (на 18,7% більше ніж у 2016 році), у тому числі на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 477,3 млн. грн. (65,8% від загального обсягу інноваційних витрат), на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 209,0 млн. грн., (28,8%), на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) та інші інноваційні затрати – 39,0 млн. грн. (5,4%).

Основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств – 724,7 млн. грн., що складає 99,9% загального обсягу фінансування інновацій.

Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації у 2017 році склала 22 одинці, що дорівнює показнику 2016 року, у тому числі кількість підприємств, які впроваджували інноваційні процеси збільшилась на 4 одиниці, кількість маловідходних, ресурсозберігаючих підприємств збільшилась на 4 одиниці. За 2017 рік на промислових підприємствах було впроваджено у виробництво 101 найменування інноваційних видів продукції.

Кількість працівників за рівнем освіти, задіяних під час виконання наукових досліджень і розробок у Донецькій області за 2017 рік склала: 26 докторів наук, 42 кандидати наук, 170 дослідників. Варто відзначити зростання на 21 особу кількості науковців у порівнянні з показником 2016 року. Донецька область займає 7 місце серед областей України по кількості закладів вищої освіти, які мають аспірантуру і докторантуру, 15 місце по кількості випущених аспірантів за 2017 рік.

Результати проведення Swot-аналізу Донецької області

S СИЛЬНІ СТОРОНИ	W СЛАБКІ СТОРОНИ
<p>S1 Висока концентрація покладів природних корисних копалин</p> <p>S2 Потужний промисловий та енергетичний комплекси з ланцюжками «сировина-виробництво-збут», а також лідерськими позиціями за окремими напрямками виробництва</p> <p>S3 Суттєва ресурсна база для розвитку агропромислового виробництва</p> <p>S4 Наявність промислових майданчиків, логістично привабливих для створення індустріальних та технологічних парків</p> <p>S5 Культурна спадщина та унікальний природний і рекреаційний потенціал, як база для розвитку туризму</p> <p>S6 Високий освітній рівень та інтелектуальний потенціал населення</p> <p>S7 Розгалужена мережа закладів вищої освіти</p> <p>S8 Істотний потенціал для розвитку системи кардіохірургії</p> <p>S9 Потужні традиції підготовки спортивних кадрів</p> <p>S10 Активна молодь, яка готова втілювати ідеї для впровадження змін</p>	<p>W1 Тимчасова окупація частини території регіону</p> <p>W2 Негативні демографічні тенденції з поглибленням гендерного дисбалансу</p> <p>W3 Високий рівень безробіття через диспропорції між попитом та пропозицією робочої сили</p> <p>W4 Брак кваліфікованих кадрів у найбільш затребуваних галузях та сферах</p> <p>W5 Ускладненість транспортно-логістичних зв'язків</p> <p>W6 Структурні деформації існуючої економічної системи</p> <p>W7 Невідповідність наявної наукової, інноваційної та підприємницької інфраструктури сучасним потребам розвитку</p> <p>W8 Негативний імідж регіону на національному та міжнародному рівнях</p> <p>W9 Інформаційна ізоляваність та низький рівень обізнаності населення (особливо вздовж лінії розмежування)</p> <p>W10 Значні диспропорції у соціально-економічному розвитку територій</p> <p>W11 Відсутність рівного доступу населення до якісних послуг, у тому числі через недостатній рівень інклюзивності закладів, що їх надають</p> <p>W12 Високий ступінь зносу житлово-комунального господарства та житлового фонду</p> <p>W13 Відсутність альтернативного джерела водопостачання для населення та галузей економіки (особливо вздовж лінії розмежування)</p> <p>W14 Відсутність цілісної трирівневої системи надання медичної допомоги</p> <p>W15 Недостатність культурно-дозвілєвої, спортивної та туристичної інфраструктури (у тому числі інклюзивної) для забезпечення гармонійного фізичного та духовного розвитку населення</p> <p>W16 Поширеність соціально небезпечних хвороб</p> <p>W17 Недосконалість системи реагування на надзвичайні ситуації</p> <p>W18 Значне забруднення довкілля, у тому числі через істотне техногенне навантаження на нього</p> <p>W19 Слабкість системи забезпечення особистої безпеки жителів, у тому числі в умовах бойових дій</p>
O МОЖЛИВОСТІ	T ЗАГРОЗИ
<p>O1 Завершення військового конфлікту</p> <p>O2 Реалізація проектів міжнародних організацій, залучення міжнародної технічної допомоги</p> <p>O3 Успішне впровадження реформи децентралізації та інших загальнодержавних галузевих реформ</p> <p>O4 Диверсифікація ринків збуту через реалізацію положень Угоди про асоціацію з Європейським Союзом</p> <p>O5 Розвиток електронного урядування та цифрової економіки</p> <p>O6 Посилення комунікації «освіта-бізнес», розвиток механізмів дуальної освіти через реалізацію Концепції підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти</p> <p>O7 Зняття мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення</p> <p>O8 Нормативне врегулювання передачі закладів професійної (професійно-технічної) освіти до обласної комунальної власності</p> <p>O9 Законодавче врегулювання питань надання інформаційно-бібліотечних послуг населенню в умовах децентралізації</p> <p>O10 Розвиток унікальної регіональної інноваційної системи безпеки</p> <p>O11 Розширення діяльності щодо гуманітарного розмінування</p> <p>O12 Функціонування автоматизованої системи моніторингу довкілля</p> <p>O13 Розбудова системи цивільного захисту в об'єднаних територіальних громадах</p> <p>O14 Формування системного підходу до поводження з відходами в регіоні</p>	<p>T1 Ескалація бойових дій / «заморожування» військового конфлікту / збереження ситуації, яка склалася</p> <p>T2 Неконтрольований вплив негативних тенденцій, що відбуваються на тимчасово окупованих територіях</p> <p>T3 Подальше падіння інвестиційної привабливості регіону</p> <p>T4 Втрата конкурентоспроможності провідних секторів економіки</p> <p>T5 Нестабільність курсу національної валюти та ситуації на зовнішніх ринках</p> <p>T6 Скорочення закордонної фінансової підтримки заходів з відновлення інфраструктури регіону</p> <p>T7 Недофінансування інвестиційних проектів та проектів регіонального розвитку за рахунок бюджетних коштів</p> <p>T8 Подальше падіння престижу професійної освіти</p> <p>T9 Відсутність ефективних механізмів комплексного державного та громадського контролю за дотриманням норм природоохоронного законодавства</p> <p>T10 Несправедливий розподіл коштів екологічного податку між державним та місцевим рівнями</p> <p>T11 Подальше погіршення демографічної ситуації</p> <p>T12 Розташування регіону в зоні ризикованого землеробства</p> <p>T13 Збільшення кількості аварій на об'єктах інфраструктури, обумовлених наростаючим зносом основних фондів та бойовими діями</p> <p>T14 Підвищення соціальної напруженості та зростання недовіри населення до влади</p>

На виконання наукових досліджень і розробок в 2017 році спрямовано 13,24 млн. грн., формування яких відбувалося: за рахунок державного бюджету – 55,05%; за рахунок власних коштів – 24,09%; за рахунок коштів підприємств, організацій та установ – 20,86% [2].

З незалежних від України причин Донбас перетворився на суцільні руїни – втрачено (в багатьох випадках безповоротно) інфраструктуру, економічний і людський потенціал. Кардинальних змін неминуче зазнає система розселення і розміщення економічних об'єктів, зміняться чисельність і склад населення, копіткою працею доведеться відновлювати природні ресурси. Разом з тим, руйнування об'єктів виробничої і соціальної інфраструктури відкриває нові можливості відродження не морально і фізично застарілої економіки, а розбудови сучасної модерної і ефективної економічної системи. Реалізація реформ в Україні відкриває можливості для узгодження специфічних новацій, адресованих Донбасу, з тими, що поширюються на всю країну [3].

У таблиці 1 наведені стратегічно важливі логічні взаємозв'язки між внутрішніми (сильні та слабкі сторони) та зовнішніми (можливості та загрози) факторами, які були виявлені на основі SWOT-аналізу і стануть основою для формулювання стратегічних та операційних цілей розвитку області на довгострокову перспективу [4].

За даними таблиці видно, що, незважаючи на наявне перевищення слабких сторін над сильними, все ж існують можливості розвитку інноваційної діяльності у регіоні. Підприємство, яке розвивається на основі інновацій, вважається новатором, тому воно беззаперечно йде на ризик. Щоб уникнути або зменшити цей ризик, воно змушене вдосконалювати та оптимізувати виробничу базу, систему матеріально-технічного забезпечення, структуру мережі збуту та систему руху товарів. Ці складові повинні будувати адаптовані до змін ситуацій на ринку, що призведе до розширення ринкових можливостей. У табл. 2 можна виділити як позитивні, так і негативні аспекти інноваційного ризику.

Однією із головних проблем інноваційної діяльності є забезпечення певної передбачуваності, тому що часто значні витрати можуть дати нульовий результат через великі ризики. Ризик визначається як стан знань, коли відомі один або декілька варіантів по кожній альтернативі, коли ймовірність реалізації кожного результату відома особі, що приймає рішення. Так як невід'ємною характеристикою інновацій є підвищений ризик, то одним із першочергових завдань будь-якого інноваційно-активного підприємства завжди є вдосконалення системи управління ризиками.

Тож, першочерговим завданням для Донецького регіону є створення привабливого інвестиційного клімату та запровадження механізмів і стимулів, для цього необхідне:

- 1) удосконалення податного законодавства;
- 2) запровадження систему державного субсидування наукових розробок за визначеними пріоритетними напрямками із одночасним збільшенням фінансового забезпечення інноваційної діяльності;
- 4) сприяння розвитку інфраструктури з фінансової, інформаційної, консалтингової, маркетингової та інших видів підтримки інновацій;

5) формування системи підготовки кадрів для реалізації інноваційних процесів;

6) заснування об'єктів інноваційної інфраструктури з урахуванням специфіки регіонів [5, с. 112–113].

Таблиця 2

**Позитивні і негативні аспекти інноваційного ризику
для підприємства-новатора**

Стимулювальний фактор (негативний аспект)		Шанс на успіх (стимулювальний аспект)
1. Прямі фінансові втрати внаслідок не сприйняття інновації ринком. 2. Втрачені можливості внаслідок концентрації зусиль на безперспективних напрямках. 3. Перебудова налагодженої системи взаємодії з економічними контрагентами. 4. Складності фінансування інноваційної діяльності, результат якої не цілком визначений. 5. Перебудова традиційної налагодженої системи функціонування і управління підприємством. 6. Високі витрати на залучення висококваліфікованих фахівців ззовні. 7. Втрата іміджу в разі провалу інновації	Інноваційний ризик	1. Випередження конкурентів. 2. Можливість використовувати переваги першовідкривача. 3. Розширення адаптаційних можливостей підприємства новатора до змін ситуації на ринку. 4. Підтримання інтересу споживачів шляхом надання їм досконаліших видів продукції. 5. Підвищення іміджу підприємства-новатора. 6. Проникнення в нові, найбільш привабливі з економічного погляду сфери діяльності. 7. Реалізація творчого потенціалу працівників і менеджерів підприємства-новатора. 8. Удосконалення організаційної структури управління. 9. Поліпшення фінансових результатів

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сластьонін В.А., Ісаєв І.Ф., Шиянов Е.Н. Економічний розвиток. К. : Академія, 2010. 576 с.

2. Аналітично – статистична інформація. Звіт про інноваційну діяльність регіону в 2017 році. URL: <https://dn.gov.ua/ua/ekonomika/innovacijna-diyalnist/analitichni-dovidki>

3. Національна академія наук України відродження Донбасу: оцінка соціально-економічних втрат і пріоритетні напрями державної політики квітень 2015. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=2ahUKEwii45OcmZblAhXQpIsKHWx3CDEQFjAFegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fief.org.ua%2Fwp>

4. Стратегія розвитку Донецької області на період до 2027 року. URL: <https://dn.gov.ua/ua/projects/strategiya-rozvitku-doneckoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku>

5. Дьячкова Ю. М., Токарева А. О., Дьячков А. М. Інноваційна активність промислових підприємств України в контексті їх сталого розвитку. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=2ahUKEwiT1byPq5blAhXI>

Болгов В.Є.,
кандидат економічних наук, доцент,
Таранета С.О.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Запровадження інноваційної моделі національної економіки передбачає перехід на вищі технологічні устрої розвитку. Однак дослідження наявного рівня технологічного розвитку економіки України показує, по цей час вітчизняна сфера виробництва зберігає технологічну багатокладність, що можна назвати однією з головних структурних проблем національної економіки. Різноманітні технологічні устрої існують і відтворюються паралельно і незалежно один від одного.

В даний час в Україні домінує відтворення 3-го технологічного устрою. Це панування залізничного транспорту, чорної металургії, електроенергетики, неорганічної хімії, споживання вугілля, універсального машинобудування. В країнах з розвинутою економікою домінування 3-го устрою доводилося на післявоєнні роки.

Згідно даним Інституту економічного прогнозування Академії наук України, майже 60% об'єму промислової продукції доводиться на 3-й технологічний устрій, 38% – на 4-й устрій, з випуску продукції модерні технологічні устрої – 5-й і 6-й – складають близько 4%, до того ж 6-й устрій, який визначає перспективи високотехнологічного розвитку країни в майбутньому, в Україні майже відсутній (менше 0,1%). [4 с. 76].

Фінансування науково-технічних розробок майже на 70% доводиться сьогодні на 4-й, і лише 23% – на 5-й технологічний устрій. 60% і 30% інноваційних витрат розподіляються між 4-м і 3-м технологічними укладами, а 5-й устрій в інноваційних витратах займає лише 8,6%.

Що стосується інвестицій, які, по суті, визначають майбутнє на найближчі 10-15 років, то 95% всіх інвестицій спрямовані в 3-й і 4-й технологічні устрої (75% і 20% відповідно), і лише 4,5% інвестицій спрямовані в 5-й технологічний устрій. У технологічній частині капітальних вкладень (технічне переозброєння і модернізація) на 83% домінує 3-й технологічний устрій і лише 10% доводиться на 4-й.

За останніми даними міжнародних досліджень [4, 130], за період 2007-2017 років, технологічна структура економіки України майже не змінилась. Питома вага технологій за укладами становить відповідно: третій устрій - 57%, четвертий устрій - 38%, п'ятий устрій - 5%.

При цьому спостерігається процес зниження рівня інноваційного потенціалу підприємств, тобто кількість підприємств, які займаються інноваційною діяльністю. Зокрема, якщо у 1994 році питома вага інноваційно активних підприємств в Україні становила 26%, у 2004 році – 13,7%, а у 2006 році – 11,2%. Останнім часом помітне незначне поживлення, так, у 2009 році –

12,8%, у 2010 році – 13,8%, а у 2011 р. – 16,2%, 2015 р. – 17, 3% [1, с. 451].
 Більш детальний аналіз інноваційної активності підприємств України наведений у таблиці 1.

Таблиця 1

Інноваційна активність підприємств України

Рік	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	Загальна сума витрат, млн. грн.	Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП, %	У тому числі за напрямками			
				дослідження і розробки, млн. грн.	придбання інших зовнішніх знань, млн. грн.	придбання машин обладнання та програмного за безпечення, млн. грн.	інші витрати, млн. грн.
2010	13,8	1760,1	0,9	996,4	141,6	5051,7	1855,8
2011	16,2	1979,4	0,79	1079,9	324,7	10489,1	2440,2
2012	17,4	3018,3	0,8	1196,3	47,0	8051,8	2185,5
2013	16,8	3059,8	0,8	1638,5	87,0	5546,3	2290,9
2014	16,1	4534,6	0,69	1754,6	47,2	5115,3	778,8
2015	17,3	5751,6	0,64	2039,5	84,9	11141,3	548,0
2016	18,9	6160,0	н.д.	2457,8	64,2	19829,0	878,4
2017	16,2	10850,9	н.д.	2169,8	21,8	5898,8	1027,1

Таким чином, можна зробити висновок, що на жаль, саме покращення технологічного рівня, порівняно з інноваційним вдосконаленням виробництва та обладнання, залишається поза увагою вітчизняного інноваційного процесу.

Одним з головних чинників, що обумовлює швидкі темпи розповсюдження інноваційної діяльності є інноваційна інфраструктура. Перш за все, встановлення відповідного інституціонального забезпечення, що обумовлює ефективність процесу комерціалізації нових знань: від етапу генерування науково-технічної ідеї до етапу реалізації нового продукту кінцевому споживачеві. Тим більш, що насиченість України науковими кадрами, тобто науковий потенціал, залишається досить значним. В розрахунку на 1000 осіб зайнятого населення цей показник відповідає рівню таких європейських країн, як Польща, Угорщина, Іспанія та Чехія. Але якщо порівнювати з провідними країнами світу, такими як Японія та Німеччина, то в них ці показники в двічі більші [1, с. 193]. Україна має впроваджувати негайні заходи щодо розвитку інноваційної інфраструктури національної економіки.

У 1990 році в Україні було зосереджено 6,5% світового науково-технічного потенціалу при чисельності населення близько 0,1% світової чисельності. З кожної 1000 зайнятих 11 осіб працювали в науково-технічній сфері [2, с. 43]. У 2000 році таке співвідношення становило вже 6 осіб на 1000 зайнятих, у 2005 році - 5 осіб, а 2017 році – 4,8 особи. Аналіз статистичних даних свідчить, що за роки незалежності України чисельність виконавців наукових та науково-технічних робіт скоротилася з 313 тис. осіб у 1990 році до 92,4 тис. у 2009 році, тобто більше ніж втричі. З року в рік за межі України емігрує в середньому близько 50 тис. дипломованих фахівців, що займаються інноваційною діяльністю. Зменшення висококваліфікованих наукових кадрів

відповідно зменшує можливості виробляти нові знання. У той же час у розвинутих країнах кількість наукових працівників збільшується в середньому на 2,5-3% щорічно [3], так у Фінляндії становив їх чисельність на 1000 зайнятих становить 32,7, у Данії – 31,6 відсотка, Ісландії – 29,6. Аналіз кількості науковців та науково-дослідних організацій наведений в табл. 2.

Таблиця 2

Наукові кадри та кількість науково-дослідних організацій в Україні

Рік	Чисельність науковців, осіб	Чисельність докторів наук в економіці України, осіб	Чисельність кандидатів наук в економіці України, осіб
2010	182484	11974	46685
2011	175330	11677	46321
2012	164340	11172	42050
2013	155386	11155	41196
2014	136123	9983	37082
2015	122504	9571	32849
2016	97912	7091	20208
2017	94274	6942	19219
2018	88128	7043	18 806

За даними табл. 3 видно, що чисельність науковців загалом, та чисельність кандидатів і докторів наук в економіці України з року в рік постійно зменшується, що ілюструє рис. 1.

Підґрунтям, що обумовлює розвиток ресурсного забезпечення наукового потенціалу національної економіки перш за все виступає загальний високий рівня освіти населення. Який в кінцевому результаті сприяє зростанню кваліфікації робочої сили, лояльності до змін, поширенню нових знань та загальному зростанню продуктивності праці в національній економіці.

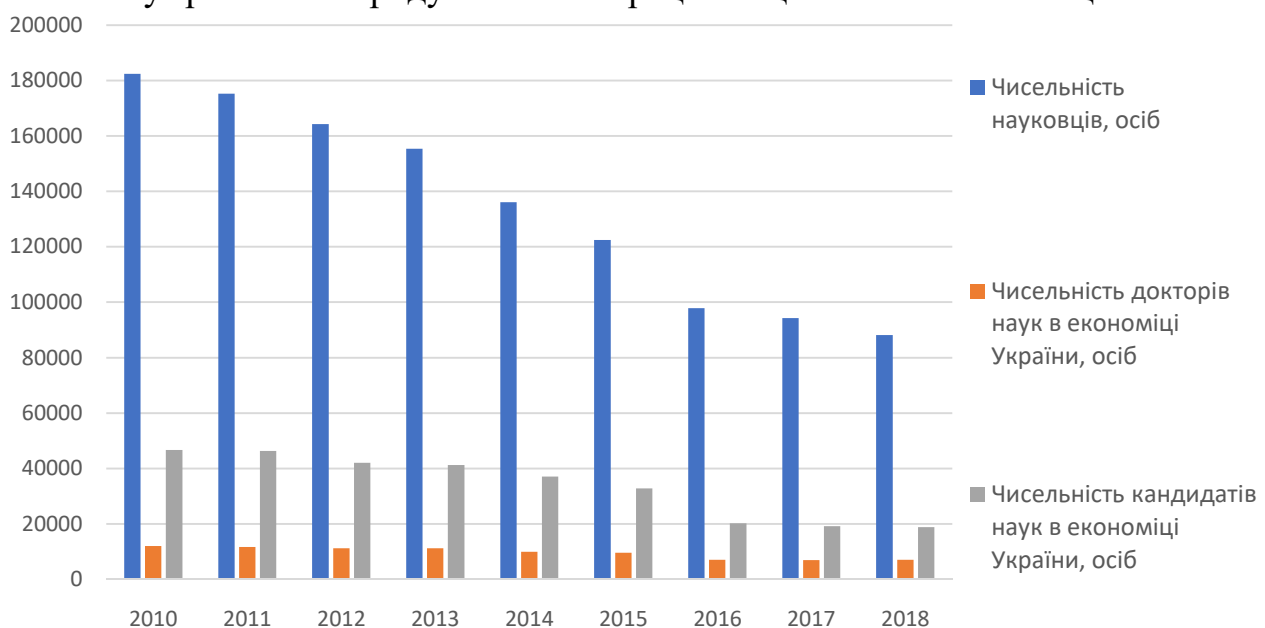


Рис. 1. Чисельність науковців, кандидатів і докторів наук в економіці України

Стаття 34 Закону України «Про наукову та науково-технічну діяльність» [1, с. 195] передбачає бюджетне фінансування даної сфери в розмірі 1,7% від обсягу ВВП. Якщо, у 2012 році ці витрати склали 1,49%, то в 2017 році вони скоротилися до 0,58%.

За результатами аналізу рівня витрат на науково дослідницьку діяльність у розвинутих країнах за останні роки, можна стверджувати, що оптимальний його рівень, який забезпечує самодостатній розвиток науки, становить 3-5% ВВП [4, с. 23]. Це фактично ілюструє роль наукового сектору в економіці.

Також є резерви в збільшенні фінансування інноваційної діяльності як за рахунок державних, так і недержавних джерел. Збільшення обсягів фінансування інноваційної діяльності в недержавному секторі можна досягти за рахунок створення відповідних умов, що сприятимуть капіталовкладенням в НДДКР та виробництво нової продукції. Досвід країн, що розвиваються швидкими темпами, свідчить про те, що рівень фінансування НДДКР та інновації у недержавному секторі можна збільшити в два рази за 12 років, а частку державних витрат на ці цілі можна довести до 1,5 – 1,7 рази у ВВП за той самий період. Світовий досвід пропонує велику кількість економічних механізмів, за допомогою яких відбувається управління інноваційними процесами як на макро- так і на мікрорівнях. Для їх успішного застосування необхідна наявність адекватної державної економічної політики [5, с. 48].

Таким чином, проведений нами аналіз стану та тенденцій інноваційного розвитку економіки України дозволив виявити проблемні аспекти цього процесу, основними з яких є: рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств, частка розвитку технологічних укладів в економіці України, фінансування наукової сфери, науковий потенціал нашої держави та підготовка наукових кадрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Карпенко А.В., Кононенко Ю.С. Стратегічне значення комерціалізації для інноваційного розвитку національної економіки. *Економіка і організація управління*. Збірник наукових праць. № 1(25). 2017. С. 190-201.
2. Кендюхов О.В., Болгов В.Є., Залізнюк В.П. Чинники ефективності маркетингової стратегії експортної діяльності підприємства. *Економіка і організація управління*. Збірник наукових праць. № 1(25). 2017. С. 38-51.
3. Попович О.С., Булкін І.О. Новий бюджет і доля науки.-URL: <https://commons.com.ua/uk/novij-byudzhet-i-dolya-nauki/> (дата звернення 07.10.2019 р.).
4. Розвиток інноваційної системи України в європейському науково-технологічному просторі : наукова доповідь / за ред. чл.-кор. НАН України І.Ю. Єгорова ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2018. 198 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/sr/302.pdf> (дата звернення 07.10.2019 р.).
5. Kozlovskiy S., Bolhov V., Yousuf A., Batechko A., Hlushchenko L., Vitka N. Marketing analysis of the electromobile market as a factor in the innovation of the national economy. *Innovative Marketing*, 15(1), 2019, p. 42-53. doi:10.21511/im.15(1).2019.04.

*Бондаренко Д.С.,
магістрант,
Цвілій С.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасний стан функціонування підприємств України фахівці продовжують визначати як кризовий. Одним із проблемних питань антикризового управління є необхідність більш чітко окреслити сутність цього поняття. Досить часто в спеціальній літературі антикризове управління пов'язують лише зі здійсненням заходів при банкрутстві і санації компаній. На практиці антикризове управління виходить за межі таких процедур і охоплює комплекс заходів щодо повернення компанії до стійкої прибуткової діяльності. Антикризове управління базується на передбаченні появи кризових ситуацій, пом'якшенні наслідків криз у господарській діяльності підприємства. Досі існує багато проблем, пов'язаних з антикризовим управлінням, що не знайшли достатнього відображення і потребують розвитку, а саме: відсутні показники, які б дозволили здійснити диференційований підхід до оцінки рівня кризового стану підприємств з урахуванням їх специфіки; недостатньо досліджені особливості вибору цілей та стратегій підприємств; обмаль практичного досвіду в прийнятті рішень та ін.

Методичним підходам до формування механізму антикризового управління присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: Байцим В.Ф., Бланк І.О., Василенко В.О., Ковальчук С.В., Коротков Є.М., Скібіцький О.М., Терещенко О.О., Уткін Е.А., Шершньова З.Є. та ін. Проте лише деякі з них приділяють достатньо уваги розробленню маркетингових стратегій для виходу з кризи, тому окремі питання щодо формування механізму антикризового управління потребують удосконалення та подальшого розвитку.

Метою дослідження є визначення причин виникнення кризових ситуацій у діяльності підприємств, антикризових інструментів та особливостей їхньої реалізації на практиці. Під кризою в даному випадку розуміється такий стан підприємства, при якому воно без здійснення внутрішніх змін не здатне ефективно працювати далі. На сьогоднішній день прийнято виділяти такі зовнішні причини кризового стану підприємства: несприятлива фінансово-економічна або соціально-політична ситуація в державі й відповідні зміни ринкових умов, загострення конкуренції, прийняття нових законів чи нормативних актів, що ускладнюють діяльність суб'єкта господарювання, стихійні лиха та інше. До внутрішніх причин кризи слід віднести: прийняття менеджерами помилкових стратегічних або тактичних управлінських рішень, ігнорування потреб модернізації та реструктуризації, недоліки в організації виробництва або технології надання послуг, недосконалість облікової, фінансової, кадрової, інноваційної, інвестиційної та маркетингової політик [1].

Залежно від причини виникнення кризи кожним окремим підприємством розробляються і реалізуються методи її подолання в межах антикризової політики, яка враховує сферу та специфіку діяльності, форму власності, розмір організації, наявні ресурси й можливості, реальне становище та рівень загрози.

Проаналізувавши певні джерела можна сформулювати основні принципи маркетингового антикризового управління: моніторинг кризових явищ на ринку і їх вплив на діяльність організацій; миттєве реагування на кризові явища; адекватність реагування підприємства на ступінь реальної загрози його фінансовому та ринковому становищу; повна мобілізація і реалізація внутрішніх можливостей виходу підприємства з кризового стану [2].

Антикризова маркетингова політика повинна включати такі напрями як: цінове регулювання, залучення нових споживачів та активізацію політики утримання існуючих, оптимізацію витрат на збут та просування продукції, укладення стратегічних союзів, визначення оптимального обсягу виробництва, коригування асортиментної політики, перегляд методів і витрат на маркетингові дослідження, маркетинговий аудит. Формування антикризової політики має ґрунтуватися на внутрішніх можливостях підприємства, що включають і рівень розвитку таких компонентів менеджменту, як: прогнозування, планування, інформаційне забезпечення, мотивація персоналу, процеси централізації і децентралізації, інтеграції і диверсифікованості управління, організаційні структури управління і контролю тощо.

Доцільно виділити такі інструменти антикризового маркетингу [4]:

- постійний моніторинг стану ринку збуту та сегментація;
- оцінка і прогноз місткості ринку й аналіз чинників впливу на розмір;
- концентрація маркетингових зусиль на конкурентних перевагах;
- повний або частковий вихід з неперспективних ринків;
- припинення виробництва та збуту збиткової продукції;
- концентрація на обслуговуванні ринків з перспективою зростання;
- вибір тактики маркетингової діяльності, побудованої на заходах партизанського та вірусного маркетингу;
- заходи з підвищення гнучкості та маневреності асортименту продукції у рамках виробничих або торговельно-технологічних можливостей підприємства;
- гнучка цінова політика;
- формування власної дилерської мережі й мережі фірмової торгівлі;
- дослідження попиту та усунення надлишкових ланцюгів товароруку;
- регіональна диверсифікація збуту продукції;
- створення мінімальної дистанції між виробником і замовниками;
- орієнтація на придбання корпоративних прав слабких конкурентів для посилення конкурентної позиції;
- вихід на зовнішні ринки за умов позитивної;
- активна інноваційна політика;
- залучення іноземних інвестицій;
- активна комунікаційна підтримка програми зі створення позитивного іміджу підприємства;

– впровадження маркетингу партнерських відносин.

Кризові явища мають циклічний характер, що дає можливість передбачити їх та попередити, накопичити досвід наслідків дії, дослідити кризоутворювальні фактори, сформулювати індикатори кризових явищ. Специфіка антикризового маркетингу полягає в багатогранності нестандартних інструментів, які змінюються відповідно до умов ринкового середовища та універсальності їх застосування. Об'єктивність використання маркетингових інструментів в кризових умовах має свою специфіку на різних етапах. На передкризовій стадії значну роль відіграють маркетингові дослідження, під час кризи - маркетингові комунікації, цінні стратегії та креативні засоби, у післякризовий період - стратегії диверсифікації й розвитку інновацій, практичне значення яких полягає у пріоритетності використання сьогодні вітчизняними підприємствами.

Запропоновано таку класифікацію антикризових маркетингових стратегій: за стадією антикризового управління: передкризове управління, кризове управління, післякризове управління; залежно від характеру впливу кризи на діяльність підприємства: стратегії «скорочення», стратегії «захоплення ринку»; залежно від виду диференціації критерію малобюджетності: сервісна, іміджева; залежно від елементів маркетинг-мікс: товарна, збутова, цінна, комунікаційна; залежно від прогнозу ситуації на ринку і можливостей підприємства: стратегія повернення на ринок, стратегія розвитку ринку, стратегія розроблення товару, стратегії диверсифікації, стратегії відходу з ринку; залежно від ринкової кон'юнктури: стратегія великих компаній (глибоке проникнення, збирання вершків), стратегія середніх компаній; стратегія малих компаній. Також до типу антикризових маркетингових стратегій можна віднести інноваційні стратегії, кадрові стратегії, конкурентні стратегії, креативні стратегії та інші, метою яких є виведення підприємства з кризового стану та пошук нових можливостей [3].

Таким чином, для реалізації підприємством ринкових пріоритетів розвитку та досягнення стратегічних і тактичних цілей дієвим є використання механізму антикризового управління на засадах маркетингу, який дозволить за невеликих фінансових витрат досягти результатів за рахунок управлінсько-організаційних інновацій, в свою чергу, інноваційна маркетингова політика стане ефективним інструментом для швидкого виведення підприємства з кризового стану.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2003. 504 с.
2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія. Київ : КНТЕУ, 2004. 580 с.
3. Мельник Ю. М. Вибір маркетингових інструментів на основі матриці позиціонування «стадія життєвого циклу товару – ціна – стадія кризи». *Вісник Сумського національного університету*. Суми. СМУ, 2010. № 6/1. С. 133–139.
4. Максимова Т. Особливості формування маркетингової стратегії та маркетингової політики на українських промислових підприємствах в умовах кризи. *Маркетинг в Україні*. 2009. № 6 (58). С. 22-26.

*Буркіна Н.В.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасні цифрові технології стрімко розвиваються, обсяг інформації зростає, і, одночасно, розширюються можливості для використання Big Data в реальних проектах. За результатами прогнозів IDC Digital Univers, до 2020 року загальний обсяг даних на планеті складе 40 зеттабайт, що еквівалентно 5200 Гб на кожного жителя Землі. Термін Big Data з'явився в 2008 році. Вперше його вжив редактор журналу Nature – Кліффорд Лінч. Він розповідав про вибухове зростання обсягів світової інформації і відзначав, що освоїти їх допоможуть нові інструменти і більш розвинені технології [1].

Великі дані (Big Data, біг дата) – це структуровані і неструктуровані дані величезних обсягів і різноманітності, а також методи їх обробки, які дозволяють розподілений аналізувати інформацію. Такі дані ефективно обробляються за допомогою масштабованих програмних інструментів, які з'явилися в кінці 2000-х років і стали альтернативою традиційним базам даних і рішенням Business Intelligence [2]. Аналіз великих даних проводять для того, щоб отримати нову, раніше невідому інформацію.

Big Data підпорядковуються правилу VVV – це три суттєві ознаки або властивості, якими мають бути притаманні всім великим даним:

1. Volume – обсяг (дані вимірюються за величиною фізичного обсягу документів).
2. Velocity (швидкість) – дані регулярно оновлюються, що вимагає їх постійної обробки.
3. Variety (різноманітність) – дані можуть мати неоднорідні формати, бути неструктурованими або структурованими частково.

Робота з Big Data має декілька послідовних етапів, кожен з яких виконує свої задачі, які деталізовано у таблиці 1.

З розширенням застосування Big Data в економіці все частіше використовуються дефініції «економіка даних» і «Data Driven-економіка», які звертають увагу на особливості сучасних економічних систем, які пов'язані з оцифруванням, переходом в Інтернет і розширеним застосуванням комп'ютерної техніки для акумулювання і аналізу великих обсягів даних з метою кращого задоволення суспільних потреб, підвищення ефективності виробництва і управління [3].

У світовій практиці аналіз великих обсягів даних, так чи інакше, застосовується в таких галузях, як: банківські, фінансові та страхові послуги; боротьба з тероризмом; землеробство; видобувна та обробна промисловість; природокористування; гуртова та роздрібна торгівля; телекомунікації; логістика; охорона здоров'я; консалтингові послуги, управління містами тощо [4].

Етапи опрацювання та задачі Big Data

Етап роботи з Big Data	Задача етапу
Big Data – власне масиви необроблених даних	Збір, зберігання та управління великими обсягами інформації, що постійно оновлюється
Data mining – процес обробки і структуризації даних, аналітичний етап виявлення закономірностей	Структурування різноманітних даних, пошук прихованих і неочевидних зв'язків для побудови моделей
Machine learning – процес машинного навчання на основі виявлених зв'язків в процесі аналізу	Аналітика, моделювання та прогнозування на основі обробленої і структурованої інформації
Deep learning (Глибоке навчання). новий тип машинного навчання	Побудова складних моделей, оснований на кшталт нейронних мереж, які допомагають приймати оптимальні рішення із застосуванням штучного інтелекту.

Big Data в Україні набувають все більшої популярності, але цей процес відбувається не так швидко, як в розвинутих країнах, бо існує серія обмежень застосування Big Data для компаній, серед яких: висока вартість технологій Big Data і їх впровадження; необхідність забезпечення захисту даних; нестача кваліфікованих кадрів; правові обмеження на використання особистих даних; недовіра компаній до існуючих технологій; недостатній обсяг накопичених даних; підвищення витрат на придбання, зберігання і обробку даних; складність інтеграції з існуючими системами; низька якість даних з точки зору характеристики об'єкта (дискретність і вибірковість); складність розробки алгоритмів і методів обробки даних для певних сфер; спотворення даних і низька достовірність тощо [5].

Вирішення зазначених проблем має організаційний, комерційний, інфраструктурний та інші виміри. Але головна необхідність сьогодні в Україні є у розробці нових структур даних, які б сприяли виконанню трьох основних вимог до Big Data – VVV: обсяг, різноманітність і швидкість накопичення. За рахунок таких структур даних можна вирішити цілий ряд проблем застосування Big Data, а також розробити більш ефективні сервіси і платформи для аналітики.

Таким чином, враховуючи особливості сучасної економіки та можливості використання Big Data в Україні сформулюємо основні питання, які потребують подальшого дослідження та вирішення:

- 1) обґрунтування необхідності і доцільності застосування Big Data в кожній галузі економіки;
- 2) формулювання завдань для застосування Big Data у різних галузях економіки та знаходження логічних закономірностей застосування методів та алгоритмів опрацювання Big Data для кожної сфери економіки;

- 3) оцінка економічного ефекту від використання Big Data та отриманих на їх основі рішень;
- 4) управління вибором споживачів та оптимізація ритейлу;
- 5) вивчення умов конкуренції за рахунок обмеження доступу до даних і монополізація ринку даних;
- 6) доступ до даних як бар'єр входу в ринок;
- 7) здійснення оптимізації за рахунок Big Data в громадському секторі та в управлінні містами;
- 8) пояснення змін у формах економічної організації (розподіл праці, комунікації, ресурси, планування, механізми роботи з даними).

Справжня цифровізація відбувається тільки тоді, коли дані стають реальним активом підприємства і коли з ними вміють працювати його співробітники на будь-якому рівні управління. А для цього недостатньо мати навіть у штаті просто аналітика чи будь-якого іншого дослідника даних, бо культура роботи з даними має стати невід'ємною частиною роботи всього колективу. Але нажаль, сьогодні в Україні поки що близько 90% бізнесів приймають рішення інтуїтивно, не працюють з даними, не спираються на цифри при прийнятті рішень і не реалізують свій потенціал.

Впровадження роботи з Big Data та аналіз даних із використанням сучасних технологій та методів штучного інтелекту нададуть бізнесу низку переваг, серед яких:

- Спрощення процедури планування та підвищення його точності.
- Збільшення швидкості запуску нових проектів та зростання їх результативності.
- Підвищення шансів проекту на затребуваність.
- Підвищення якості оцінки ступені задоволеності користувачів та зростання рівня задоволеності клієнтів.
- Більш ефективне знаходження і залучення цільової аудиторії.
- Прискорення взаємодії з клієнтами та контрагентами.
- Оптимізація інтеграції в ланцюзі постачань.
- Підвищення якості клієнтського сервісу та швидкості взаємодії з клієнтами.
- Підвищення лояльності поточних клієнтів [6].

Технології Big Data вже активно почали використовуватися на великих підприємствах для вирішення задач бізнесу поряд із автоматизацією та впровадженням CRM. Тому майбутнє великих даних для них за застосуванням технологій Blockchain, глибоким впровадженням штучного інтелекту, активним переходом на хмарні сервіси і платформи для самостійної роботи, а також аналіз Dark Data – всієї неоцифрованої інформації про компанії за допомогою операційної аналітики [7].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Press G. A Very Short History Of Big Data / Gil Press // Forbes. – 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2013/05/09/a-very-short-history-of-big-data/#125fecab65a1>.
2. Beyer M.A., Laney D. The Importance of «Big Data»: A Definition [Electronic resource] / Mark A. Beyer, Douglas Laney // Gartner Inc. — Electronic data. — [Stamford: Gartner, 2012]. — Mode of access: World Wide Web: <http://www.gartner.com/id=2057415/>
3. Cavanillas J. M. Curry E., Wahlster W. New Horizons for a Data-Driven Economy. A Roadmap for Usage and Exploitation of Big Data in Europe [Electronic resource] / José María Cavanillas, Edward Curry, Wolfgang Wahlster // Big Data Usage. — Electronic data. — [Springer, Cham, 2016]. — Mode of access: World Wide Web: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-21569-3_8
4. Большие данные в разных отраслях: сценарии применения [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.uipdp.com/articles/2014-10/17.html>.
5. Research Big Data [Electronic resource] / Wikibon Inc. — Electronic data. — [Wikibon, 2017]. — Mode of access: World Wide Web: <https://wikibon.com/research/big-data/>
6. Davenport T. The Rise of Analytics 3.0: How to Compete in the Data Economy / Thomas Davenport. – 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ru.scribd.com/document/304323625/The-Rise-of-Analytics3-0-Thomas-Davenport>.
7. Фрэнкс Б. «Революция в аналитике. Как в эпоху Big Data улучшить ваш бизнес с помощью операционной аналитики» / Билл Фрэнкс. — Москва: Альпина Паблишер, 2017. — 320 с.

*Буркіна Н. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Донюк О. А.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

SMART-CITY В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМАТИКА

Актуальні тенденції розвитку сучасних українських міст все ще досить складно вписати в межі загальноєвропейського сценарію модернізованого міського розвитку. Ряд системних проблем, серед яких, зокрема, політична й економічна нестабільність, загострення геополітичних ризиків, суттєво стримує прогресивний рух великих міст України на шляху до покращення комунальних сервісів, поглиблення їх взаємоінтеграції для підвищення комфорту проживання громадян. У цьому світлі першочерговим питанням міського розвитку, яке потребує вирішення, є визначення ключових понять, що пояснюють зміст ті розкривають сутність «розумного міста» як об'єкта публічного управління, керованої системи забезпечення своїх громадян покращеним комплексом послуг.

Концепція smart-city була покликана вирішити ряд проблем, які виникають при управлінні будь-яким великим містом, особливо якщо мова йде про глобальне місто. Повсюдна урбанізація – характерний тренд сучасного суспільства. 70% українців живуть у містах, до 2050 року цей відсоток наблизиться до вісімдесяти. У відповідь на зростання навантаження на міську інфраструктуру була висунута концепція Смарт Сіті – єдиної системи управління міським господарством, заснованої на енергозберігаючих та енергоефективних технологій, інформатизації виробничих процесів» [1].

Автори дослідження щодо smart-city в Європі виділили шість характеристик, які є найважливішими для того чи іншого міста при впровадженні концепції smart-city.

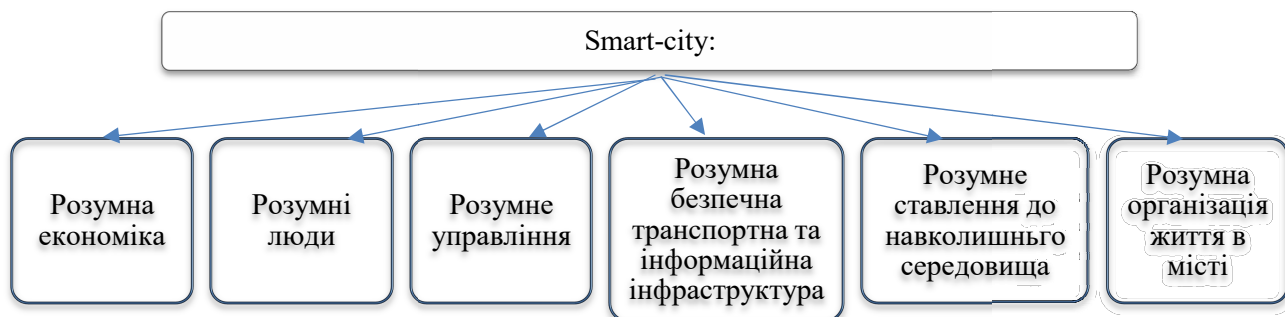


Рис. 1. Характеристики smart-city у Європі

Варто зауважити, що кожна з шести характеристик несе в собі істотну економічну функцію, де технології працюють на благо суспільства та

майбутнього. Тому смарт-сіті технології так пов'язані зі сталим розвитком, мета якого – керувати майбутнім заради якості життя прийдешніх поколінь [2].

Найбільш розвинуту систему електронного уряду та взаємодії з громадянами мають у Естонії. Там можна онлайн проголосувати на виборах, зареєструвати народження дитини, замовити паспорт та виконати ще десятки бюрократичних процедур за спрощеною системою, яка забирає години, а іноді й хвилини, замість тижнів та місяців. Але на e-government та онлайн-послугах населенню від влади принцип розумного міста не закінчується.

Найкращими прикладами розвитку smart city вважають Барселону, Амстердам, Лондон, Нью-Йорк, де населенню надається доступ до різноманітних ініціатив та проектів з покращення життєдіяльності міста, залучення громадян та бізнесу до цих процесів. Smart-можливості кожного міста надаються з акцентом на використання ними телекомунікаційних мереж, інтелектуальних систем управління дорожнім рухом і розумний підхід до вуличного освітлення. За всіма цими показниками Барселона виявилася найкращою. В столиці Каталонії реалізовано багато smart-проектів – від інтелектуальних датчиків різних показників і безкоштовного Wi-Fi до сміттєвих контейнерів, які самі сповіщають про рівень заповнення, «розумних» паркінгів та зупинок, що інформують про час прибуття транспорту. До того ж, в місті запроваджена система «Big Data BI» для аналізу ефективності роботи уряду.

Концепція Smart City вже кілька років реалізується в Києві, частково – на Донеччині. Різні її складові втілюють з досвіду інших міст світу: «відкритий бюджет» – з Бостона, «Київ Сіті Хаб» та акселератор міських проектів – з Амстердама, розвиток Wi-Fi – за прикладом Барселони та Сеула, електронний квиток – з Талліна, безпека – як у Лондоні й Тель-Авіві [3].

Вітчизняна концепція «Київ смарт-сіті» визначає розумне місто як сучасну модель міської трансформації, де інформаційні технології дозволяють якісно удосконалити систему управління та вирішити проблеми міської спільноти. Тобто до визначення «розумного міста» можна підходити через систему факторів, що його утворюють (рис. 2). На рис. 2 представлено концептуальний зміст поняття розумного міста в розрізі чотирьох його складових факторів: інституційного, технологічного, людського і економічного.

Міська ініціатива Kyiv Smart City за 4 роки своєї діяльності втілила досить багато визначних проектів, що вже зараз покладають початок і стартову позицію Києва, як якісного європейського смарт міста, а саме:

- 1) Портал відкритих даних. Його створено для оприлюднення відкритих даних Київської міської ради, виконавчого органу Київської міської ради (КМДА), районних у м. Києві державних адміністрацій та підприємств, установ і організацій, що належать до комунальної власності територіальної громади міста Києва та є розпорядниками інформації.

- 2) Єдиний веб-портал – міський сервіс, в якому можна читати цікаві новини з життя української столиці та дізнаватися актуальну інформацію про діяльність місцевої влади.

- 3) Бюджет участі. Передбачає участь жителів міста в розподілі коштів міського бюджету. Проект сприяє діалогу між місцевою владою та

громадськістю шляхом співпраці у плануванні та імплементації бюджетів учасників, які, в свою чергу, подають власні ініціативи, пов'язані із покращенням життя у місті.

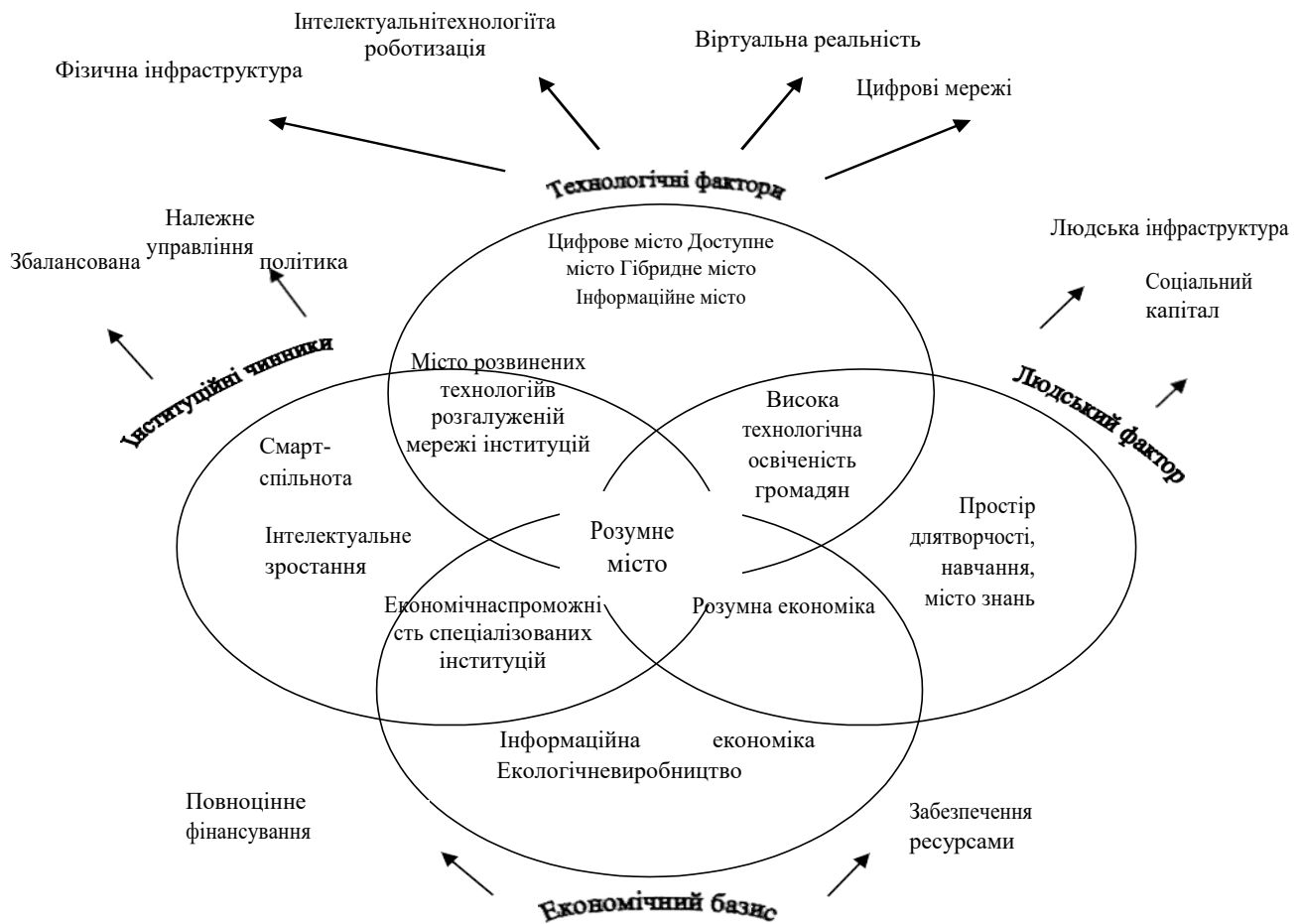


Рис. 2. Фактори, що утворюють «розумне місто» [4; 5]

4) Онлайн-петиції. Даний сервіс дає змогу кожному киянину та прихильнику Києва у простий, безпаперовий спосіб донести до всієї громади та влади свої ідеї щодо вирішення проблем.

5) Відкритий бюджет – цифровий сервіс, створений для забезпечення прозорості та вільного доступу громадськості до інформації про планування та виконання бюджету міста.

6) Електронні державні закупівлі або система електронних закупівель ProZorro.

7) Контактний центр міста. Центр, до якого може звернутися кожен бажаючий та розповісти про проблеми міста.

8) Інформаційно-аналітична система «Майно». На даному сервісі можна отримати інформацію про майнові та інші об'єкти міської території, переглянути облік комунального майна і незаконної забудови, а також ознайомитися з моніторингом доріг та ростом агломерації.

9) GPS-трекери. У режимі онлайн можна відстежити рух комунальної техніки, яка прибирає місто. Портал особливо актуальний для водіїв та пішоходів взимку, коли можна відслідковувати рух снігоприбиральної техніки.

10) Проект «Безпечне місто». 5823 камер працює в Києві в рамках загальноміської системи відеоспостереження. Даний проект створений задля посилення безпеки киян, контролю роботи комунальних служб, а також для управління трафіком у місті.

11) Інші електронні сервіси.

Але не дивлячись на усі переваги запровадження Smart City в Україні, існує ціла низка ризиків та проблем, які несе за собою дане явище:

– відкритість – загроза для національної безпеки (кіберзлочини, інформаційні війни);

– публічна демонстрація інформації та звітів – загроза для економічної безпеки (недобросовісне використання інформації конкурентами), що робить і без того кволе українське бізнес-середовище ще більш вразливим;

– втрата приватності (несанкціонований збір персональних даних, втілення у життя оруелівського антиутопічного жаху з роману «1984»).

– документація в електронному форматі в єдиній базі даних може в один момент призвести до державного колапсу у випадку виключення електроенергії або «зависання» електронної системи);

– втілення у життя естонівської моделі навчання пенсіонерів користуватись електронними послугами досить важке [6].

Отже, як показало дослідження, впровадження концепції «розумного міста» як комплексної системи інформаційно-комунікаційних та соціальних технологій викликане необхідністю вирішення в найближчому майбутньому назрілих проблем і забезпечення ефективного функціонування сучасних мегаполісів відповідно до потреб їхніх жителів. Приділення достатньої уваги технологіям майбутнього і достатня матеріальна підтримка Smart-технологій дозволить Україні піднятися на новий рівень розвитку у сфері сучасного Smart-міста.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Краці зарубіжні практики розвитку розумних міст та можливості їх імплементації в Україні. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/0f0b6dc03ed47c5ea602ec1803739be7.pdf>

2. Creating the smart cities of the future : smart cities development gather pace around the world. URL: <https://www.pwc.com/us/en/industries/capitalprojectsinfrastructure/library/future-smart-cities.html>

3. Що таке смарт-сіті в Україні і Києві URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2015/07/22/shho-take-smart-city-v-sviti-ta-v-kiyevi/>

4. Кунанець Н. Е., Небесний Р. М., Мацюк О. В. Особливості формування цілей соціальних та соціо-комунікаційних складових у проектах «розумних міст». *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі*. 2016. № 854. С. 257–274.

5. Концепція Київ Смарт Сіті 2020. URL: <https://www.kyivsmartcity.com/concept>.

6. Чукут С. А., Дмитренко В. І. Смарт-сіті чи електронне місто: сучасні підходи до розуміння впровадження е-урядування на місцевому рівні. *Вісник НТУУ «КПІ»*, 2013. 176 с.

*Бут Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Делі О.В.,
студент,
Національний Університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

РОЗВИТОК РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

Релігійний туризм є одним з найстаріших видів туризму в світі і являє собою виключно або сильно мотивовані релігійні міркування і неухильно зростаючий ринок. Слід зазначити, що в даний час існують такі види релігій: християнство, іслам, буддизм, іудаїзм, індуїзм, сикхізм, конфуціанство, даосизм, джайнізм, синтоїзм.

Особливо слід виділити релігію як невід'ємну частину кожної держави, де в деяких випадках їй притаманна головна роль. Існування людського суспільства неможливо без релігійної течії, яка зародилася з моменту світобудови. На сьогоднішній день є такі різновиди релігійної подорожі: релігійний туризм екскурсійного спрямування і паломницький туризм.

За результатами аналізу з'ясовано, що кількість атеїстів (людей, що заперечують існування бога) у світі йде на спад. Так, дослідницький центр «Рев» провів опитування, яке показало, що кількість атеїстів в 2016 році склала – 16%, прогноз на 2050 рік показує зменшення атеїстів до 13% – на 3%. Зростання числа віруючих дослідники, в першу чергу, пов'язують з високим зростанням чисельності населення планети без виключення і інших чинників: коефіцієнт народжуваності, чисельність молодого населення та середня тривалість життя [1]. Сутність вищевикладеного зводиться до неухильного приросту віруючих, що показує масштаб соціального явища як економічного початку стрімкого розвитку духовного туризму і його напрямків.

З урахуванням зростання чисельності населення збільшується і чисельність туристів. Різні релігійні свята в певні місця планети щорічно збирають більше десятків тисяч людей, що не може не позначатися на економічному показнику рівня доходів держав. Так як духовний туризм задіє практично всі аспекти сфери послуг цілому, він може надати сприятливі умови для швидкого розвитку інфраструктури навколо певних святих місць тим самим створюючи симбіоз, але як і в більшості течій туризму має ряд проблем:

- недостатня розвиненість туристичної інфраструктури в певних місцях поклоніння та знаходження святих місць;
- недостатня кількість готельних місць і невідповідність якості послуг, що виступає головною проблемою в місцях великого скупчення прочан;
- відсутність належного громадського порядку в місцях здійснення паломництва, що стає великим ризиком для приймаючої країни;

– відсутність рекламно-інформаційної продукції, пропаганди та просування релігійного туризму, так як вважається, що релігійний туризм повинен рекламувати себе сам [2].

Отже встановлено, що релігійний туризм гостро потребує вирішення існуючих проблем, оскільки може призвести до збиткам різного плану.

Крім того, дослідження вказує на те, що духовний туризм також має вплив і на інші сфери туризму і людської діяльності. Він може поєднувати в собі різні види послуг, так як ринок послуг незмінно росте, релігійний туризм так само «обростає» новими напрямками. Духовний розвиток все частіше поєднують з діловим напрямком, де вплив на духовне начало допомагає знайти себе як лідера, як істоту релігійну, а отже знайти деякий спокій в думках і допомогти більш легкому, в психологічному плані, управління певним бізнесом. Екстремальний туризм, де подорож до важкодоступних святинь вимагає значних фізичних затрат і насичену екстремальну програму і так далі. Прикладів, цього явища існує безліч.

Туризм як діяльність дозволяє набуває все нову роль в житті суспільства, що перетворюється в унікальну великомасштабну світову індустрію, а туристичні ресурси стають найважливішою частиною національного багатства багатьох країн. У зв'язку із зростанням попиту на релігійні тури почали з'являтися фірми, що спеціалізуються на організації подорожей у співпраці з церквою. Це ще раз доводить зростання ринку послуг в цьому напрямку.

Слід зазначити, що релігійний туризм – це не тільки можливість зіткнення з давніми традиціями, архітектурними спорудами різних вірувань або винятковий культ поклоніння, який сприймається як належне споконвіку і через це недооцінене. Це унікальна пропозиція і можливість створення абсолютно нових типів послуг або істотна різноманітність в уже існуючих, масове соціально-культурне явище, що здатне збільшити доходи від туристичної діяльності для країни. Розвиток релігійного туризму матиме позитивний вплив на інші сфери діяльності всередині країни, так як він багатогранний.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Статистична інформація. Електронний ресурс. URL: <https://www.pewforum.org/religious-landscape-study/religious-family/atheist/>. (дата звернення: 06.10.2019).

2. Маїло Я.В. Проблеми розвитку релігійного туризму в Україні. *Студентська наука в новому тисячолітті: сучасні проблеми громадського харчування, готельного господарства та туризму*: тези доп. всеукр. студ. наук. конф. (м. Київ, 19-21 квітня 2000 р.). Київ, 2000. С. 119–121.

*Василичев Д.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ІТ-ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення.

Щороку в Україні ІТ-сектор залишається одним з найбільш динамічних секторів економіки, що розвивається, особливо в умовах цифровізації. Незважаючи на тривалу стагнацію української економіки, експорт ІТ-послуг з України щорічно зростає, у середньому, на 20%.

Уряд України ухвалив Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки, що схвалено Розпорядженням Кабінету міністрів України від 17.01.2018 р., №67-р. Ця концепція передбачає здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетентностей, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій [1].

Шлях до цифрової економіки пролягає через внутрішній ринок виробництва, використання та споживання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій. Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. Саме дані є ключовим ресурсом цифрової економіки, вони генеруються та забезпечують електронно-комунікаційну взаємодію завдяки функціонуванню електронно-цифрових пристроїв, засобів та систем.

Цифровізація – насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливорює інтегральну взаємодію вір туалного та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір [1].

Основна мета цифровізації полягає у досягненні цифрової трансформації існуючих та створенні нових галузей економіки, а також трансформації сфер життєдіяльності у нові більш ефективні та сучасні. Такий приріст є можливим лише тоді, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, які стосуються цифровізації, будуть інтегровані, зокрема, в національні, регіональні, галузеві стратегії і

програми розвитку. Масштаб і темп цифрових трансформацій мають стати основними характеристиками економічного розвитку [1].

Цифровий розвиток передбачає виконання комплексу завдань, що позитивно вплинуть на економіку, бізнес, суспільство та життєдіяльність країни в цілому. Основними цілями цифрового розвитку є:

- прискорення економічного зростання та залучення інвестицій;
- трансформація секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні;
- технологічна та цифрова модернізація промисловості та створення високотехнологічних виробництв;
- доступність для громадян переваг та можливостей цифрового світу;
- реалізація людського ресурсу, розвиток цифрових індустрій та цифрового підприємництва.

При системному державному підході цифрові технології будуть сприяти розвитку відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів розвитку демократії в Україні, підвищення продуктивності, економічного зростання, а також підвищення якості життя громадян.

За даними моніторингу, який проведено Українською асоціацією «IT Ukraine», обсяг експорту IT-послуг зріс з \$ 3,0 млрд. в 2016 році до \$ 4,4 млрд. в 2018 році, при цьому внесок експортного IT-сегменту в ВВП України склав 3,34%. IT-компанії, що працюють в Україні заплатили 16,7 млрд. грн. податків у 2018 році. У 2019 році асоціація очікує зростання обсягу експортної продукції до \$ 4,8 млрд., у 2020 році – до \$ 5,4 млрд., а до 2025 року – до \$ 8,4 млрд. (на цей момент внесок IT-індустрії у ВВП зростає до 4,65%, а сплачені податки прогножуються на рівні 46,1 млрд. грн. (прогноз за поточним валютним курсом)) [2].

Таким чином, IT-сектор чинить все більший вплив на внутрішню економіку України. Крім збільшення валютних надходжень в Україну, ця індустрія сприяє формуванню середнього класу – основи для побудови розвинутої економіки.

Галузь надає все більше робочих місць з високим рівнем доходу. Середній рівень доходу розробника IT-продукції в Україні у 2018 році складає \$1600 на місяць [2]. Рівень доходу розробника IT-продукції має тенденцію до зростання, що повинно супроводжуватись збільшенням вартості розробки та реалізації IT-продукції.

Однак, доля українського IT-ринку на світовому IT-ринку складає близько 1%. Основними гравцями цього ринку є США, Індія та Китай, доля яких складає понад 75%. Саме ці гравці формують цінову політику на IT-продукцію. Тому, вартість розробки IT-продукції українського ринку повинна бути конкурентоспроможною, враховуючи що якість розробки українських компаній значно вища ніж індійських компаній. Наприклад, IT-ринок Індії оцінюється у \$145 млрд. Це у 40 разів більше, ніж в Україні. При цьому індійський ринок інформаційних технологій активно підтримується на рівні

держави, чого немає в Україні. Зараз кількість ІТ-фахівців в Індії перевищує 4 млн. осіб, що у 40 разів більше, ніж в Україні [2].

З 2011 р. по 2016 рік кількість фахівців в ІТ-секторі зросла на 144%. На даний момент (на кінець 2018 р.) складає близько 116 тисяч висококваліфікованих фахівців. Однак, за прогнозами асоціації «ІТ Ukraine», вже у 2025 році їх кількість повинна становити близько 242 тисяч осіб. На даний момент в Україні 72% ІТ-фахівців чоловічої і 28% – жіночої статі, середній вік фахівців – 30 років.

Також, можна зазначити, що в Україні 54% працівників ІТ-сектора починають працювати ще під час навчання; 28% – мають додаткові кваліфікаційні сертифікати, які підтверджують рівень компетентностей; 45% – володіють іноземною мовою на рівні «upperintermediate»; 71% – постійно підвищують рівень компетентностей шляхом вивчення спеціалізованої літератури, тренінгів, коучингів, вебінарів, семінарів, конференцій; 64% – мають диплом про вищу освіту [3].

Що стосується питання здобуття вищої освіти за спеціальностями, що пов'язані з інформаційними технологіями, то в Україні можна сформувати ТОП-5 закладів вищої освіти за кількістю підготовлених фахівців ІТ-сектора, а саме:

- Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» – 16,7%;
- Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара – 5,2%;
- Київський національний університет ім. Т. Шевченка – 4%;
- Харківський національний університет радіоелектроніки – 3,6%;
- Національний університет «Львівська політехніка» – 3,4%.

Відносно локалізації ІТ-фахівців в Україні можна виділити ТОП-5 міст, а саме: Київ, Дніпро, Львів, Харків, Одеса. Щодо локалізації ІТ-компаній, то можна виділити ТОП-50 українських компаній, які розташовано наступним чином (мається на увазі головні офіси та представництва): 42 компанії з ТОП-50 мають офіси у Києві. У Львові на 4 компанії з ТОП-50 більше, ніж у Харкові (24 проти 20). В Одесі – 15 компаній, у Дніпрі – 12, у Вінниці – 10. В інших українських містах представлено менше 5 компаній.

Український ІТ-сектор не тільки швидко розвивається, а й стикається з внутрішніми перешкодами, без яких його розвиток в нашій країні відбувалося б значно швидше.

За останні кілька років з України виїхало працювати за кордон більше 10 тис. ІТ-фахівців, або десята частина від загальної їх кількості. Причина – низький рівень життя в країні, політична нестабільність і правова незахищеність бізнесу від тиску з боку державних органів і силових структур. Така ситуація сприяла активному переїзду в інші країни окремих фахівців і цілих компаній. Це призвело до втрати десятої частини доходів від ІТ-сектора і відчутних втрат для України. Іноземний інвестор не буде вкладати гроші в країну, з якої йдуть місцеві компанії. Та й самі українські підприємці добре задумуються, чи варто розширювати існуючий бізнес або відкривати новий в Україні.

Також одна з головних проблем ринку – відсутність стратегії розвитку галузі та програми освіти майбутніх фахівців. Рівень української технічної освіти не відповідає сучасному попиту. На світовому ринку найбільш затребуваними є висококласні фахівці, які спеціалізуються на найбільш перспективних сегментах інформаційних технологій – DevOps, WebUI, Python, Bigdata, Java, BlockChaine та інші.

Для забезпечення сталого розвитку українського ІТ-ринку потрібно знизити рівень державного втручання і сприяти поліпшенню бізнес-клімату в країні. Поки діловий клімат в Україні буде гірше, ніж у сусідніх країнах, українські інноватори реалізовуватимуть свої «стартапи» на території інших держав, де для їх розвитку створені більш сприятливі умови.

На сьогодні, 90% діяльності ІТ-ринку спрямовано на аутсорсинг. На думку експертів асоціації «ІТ Ukraine», зараз наші компанії починають відходити від аутсорсингу, пропонуючи замовникам продукти під ключ і готові рішення для бізнес-процесів.

Це якісний крок, який сприятиме зростанню прибутковості і технологічності компаній. Подальший розвиток продуктових компаній в Україні буде залежати не стільки від рівня інженерів-програмістів, скільки від стану бізнес-клімату в Україні.

Для розвитку ІТ-виробництва в Україні потрібно запровадити пільговий податковий режим для венчурних інвестицій та спрощену процедуру відкриття компаній для іноземців, підсилити захист прав інтелектуальної власності, почати державне інвестування у дослідження технологічної сфери, розвивати R&D складову та стартап-індустрію, розробити нову систему підготовки кадрів для ІТ. Усі ці процеси повинні стартувати паралельно і рухатися у високому темпі. За таких умов Україна зможе увійти усвітовий клуб високотехнологічних держав.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» від 17.01.2018 р., № 67-р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80/ed20180117#n20>

2. Савенко С. ІТ України. Помогать нельзя мешать.
URL: <https://news.finance.ua/ru/news/-/419649/it-ukrainy-pomogat-nelzya-meshat>

3. В Украине возросло количество IT-специалистов (ИНФОГРАФИКА).
URL: <https://delo.ua/business/v-ukraine-vozroslo-kolichestvo-it-specialistov-i-356705/>

Василичев Д.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Синиця В.С.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕС-ПРОСТОРІ

Інтенсивний розвиток науково-технічного прогресу, трансформаційні перетворення інноваційних та інформаційних технологій та весоме значення мережі Інтернет обумовлює швидке становлення електронної комерції, формування та розвиток якої зумовлено успішним здійсненням господарської діяльності усіма суб'єктами електронного бізнесу у міжнародному просторі. Україна як повноправний член СОТ повинна вчасно реагувати на нові виклики стрімких змін електронної комерції для більш ефективного функціонування у глобальному середовищі, використовуючи при цьому багаторічний досвід високорозвинених країн у сфері електронного бізнесу. Саме тому, досить важливо оцінити сутність, ключові особливості та специфіку тенденцій подальшого розвитку електронної комерції у світі та в Україні.

Концепція розвитку інформаційного суспільства в Україні передбачає створення електронного уряду, електронної економіки, торгівлі, охорони здоров'я, навчання, зайнятості та соціального захисту населення тощо. Електронна економіка має на меті розвиток електронної торгівлі та електронного декларування, вдосконалення єдиного розрахункового інформаційного простору, гармонізацію національної та міжнародної нормативно-правової бази в сфері електронної торгівлі.

Разом з тим, у колі фахівців і законодавців, на даний час, немає єдиного підходу до розуміння терміну «електронна торгівля». Найчастіше вона розглядається як «електронна комерція» або «електронний обмін даними». Електронна комерція є економічним процесом обміну товарами і послугами на базі існуючих партнерських зв'язків за допомогою електронних засобів комунікації. Електронний обмін даними означає обмін діловими документами між комп'ютерними програмами різних компаній в стандартизованій формі [1].

Електронна торгівля має ряд переваг як для покупця, так і для продавця. Проте певна частина населення використовує технології електронної торгівлі лише в незначній мірі. Розвиток електронної комерції у XXI столітті, зокрема, розглядається в роботах Ю.В.Бережної, Магомедова Г.Д., Панкіна Т.В. та інших. В роботі Маслової А.Є. розглядається різноманітність каналів продажів як перспективний напрямок розвитку роздрібною торгівлі, при цьому електронна торгівля є одним з ефективних каналів продажів [1].

У широкому сенсі, електронна торгівля визначається як сучасна методологія бізнесу, яка звернена до потреб організацій та споживачів щодо скорочення витрат, поліпшення якості товарів і прискорення надання послуг

[2]. До електронної торгівлі, згідно з даною точкою зору, відносяться господарські операції з використанням електронних комунікаційних мереж та дії, що забезпечують їх здійснення – діяльність провайдерів доступу в мережу, операторів пошукових систем, розміщення інформаційних ресурсів в мережі Інтернет.

Інше визначення трактує електронну торгівлю як «електронний бізнес». В цьому плані, в режимі он-лайн, розуміється як електронна комерція і включає електронну торгівлю, електронний обмін повідомленнями, електронний обмін даними, електронну пошту, електронні каталоги, електронні дошки оголошень, бази даних для спільного використання. Такий підхід означає використання електронних засобів в режимі он-лайн для здійснення будь-яких елементів підприємницької діяльності.

У вузькому значенні «під електронною торгівлею розуміється виробництво, реклама, продаж і розповсюдження товарів з використанням телекомунікаційних мереж» [3]. Тут електронна торгівля розглядається як особлива форма здійснення угод, за якою їх укладення і виконання здійснюється за допомогою електронних засобів комунікації. Правова природа угод при цьому залишається незмінною. Вони повинні регулюватися нормами права, які узгоджують відносини відповідного виду (купівлю-продаж, перевезення, оренду, надання послуг тощо). Електронний обмін даними, відповідно до даної позиції, не змінює суті взаємовідносин сторін і впливає тільки на форму, в якій ці відносини будуються [3].

Формування засад електронної комерції в Україні відбулося з певною затримкою у порівнянні з сусідніми країнами, що розвиваються і, як наслідок, можна спостерігати найнижчий показник електронної торгівлі та біржової діяльності. Розвиток даної сфери бізнесу в Україні все ще знаходиться на етапі становлення, що пов'язано з низьким ступенем проникності Інтернету (на сьогодні майже 50% населення), що свідчить про суттєве відставання від сусідніх країн, не говорячи про розвинені, у яких цей показник досягає близько 85–90% населення. Також, культура здійснення покупок товарів на електронних платформах тільки формується. Проте з кожним роком в Україні відбувається досить прискорене зростання обсягів угод у рамках електронної комерції.

Порівнюючи розвиток електронної комерції в Україні з провідними країнами світу можна зазначити, що частка нашої країни є мізерною. Цей стан обумовлений низкою факторів, серед яких невідповідне матеріально-технічне забезпечення суб'єктів господарювання, недостатня поінформованість покупців з перевагами та можливостями цієї сфери, неналежна підготовка кадрів, які працюють у сфері е-комерція, невідповідне ставлення та регулювання держави, а також високий ступінь розбіжності державного законодавства зі світовими стандартами. У сучасних умовах розвитку сфери е-комерції в Україні держава повинна підтримувати розвиток послуг мобільного зв'язку (4G, 5G), високошвидкісний Інтернет, доступну мережу передачі даних, забезпечуючи при цьому необхідні умови, а саме:

- цифровізацію ліній зв'язку, впровадження новітніх технологій, сприяння розвитку конкуренції і впровадження можливостей для безперешкодного входження на ринкових операторів;
- перехід від аналогових до цифрових мереж зв'язку;
- розвиток телекомунікаційної сфери, державна підтримка діяльності операторів у цифровізації сільської і гірської місцевості;
- збільшення спектра надання послуг за рахунок застосування нових технологій у сфері телекомунікаційних послуг

Таким чином, можна відзначити, що електронна торгівля передбачає укладання угод шляхом електронного обміну даними та іншими електронними засобами передачі даних. До правочинів в електронному вигляді належать угоди, що укладаються і виконуються з використанням електронних засобів зв'язку та сучасних інформаційно-комунікаційних систем і мереж.

Узагальнюючи вищесказане, можна запропонувати наступне визначення: електронна торгівля – це вид підприємницької діяльності, що здійснюється електронним способом, при якому укладання угод відбувається за допомогою телекомунікаційних мереж. Тому, подальший її розвиток буде залежати від інформаційної інфраструктури, правового забезпечення електронних угод, платіжних систем і систем доставки товарів, а також інших механізмів реалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маслова А.Е. Тимяшева Е.Т. Никишин А.Ф. Разнообразие каналов продаж как перспективное направление развития розничной торговли / *Инновационная наука*. №1(5). 2015. С. 195–197.
2. Фартович Д. Електронна комерція як ніша для бізнесу. URL: <https://fintramplin.com/elektronna-komertsiya>.
3. Що таке електронна комерція? Як роблять онлайн-покупки українці, європейці та американці URL: http://tvoemisto.tv/news/shcho_take_elektronna_komertsiya_yak_roblyat_onlaynpokupky_ukraintsi_ievropeytsi_ta_ amerykantsi_93469.html.

Васильєва О.О.,
кандидат фізико-математичних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Реформи територіальної організації влади, що розпочаті в Україні, спрямовані на забезпечення якості життя населення, реалізація стратегії реформ відбувається через процеси децентралізації та підвищення ролі громад. В Україні діє трирівнева система організації влади, яка реалізується через поєднання базового, субрегіонального та регіонального рівнів. Децентралізація передбачає послідовний процес передачі з рівня центральних органів на нижчий рівень владних повноважень та обсягів компетенцій, що забезпечує поєднання та врахування загальнодержавних та місцевих інтересів [1, с. 146]. Процеси децентралізації спрямовані на підвищення якості життя населення за рахунок створення сприятливих умов для розвитку територіальних громад. Саме територіальні громади за наявності відповідних ресурсів та повноважень формують та розвивають відповідну інфраструктуру для комфортного й безпечного проживання, економічну базу для трудової діяльності, створюють баланс, що забезпечує економічний потенціал території.

Реформування адміністративно-територіального устрою держави на базовому рівні відбувається шляхом формування об'єднаних територіальних громад (ОТГ), переважна більшість яких створюється на сільських територіях.

Трансформація аграрної сфери, що відбувається останніми роками, в основному пов'язана з реформуванням сільськогосподарського виробництва й стосується земельних та майнових відносин, у той час як формуванню та розвитку інфраструктури села, як важливої складової аграрної сфери, приділялось недостатньо уваги, що призвело до демографічної кризи в сільській місцевості. Починаючи з 1991 року чисельність сільського населення зменшилася майже на 3,9 млн. осіб, а кількість сільських населених пунктів – майже на 470 одиниць, що є наслідком низького рівня забезпечення ресурсами в сільській місцевості та росту трудової міграції. Внаслідок низької заробітної плати в сільському господарстві, невисоких пенсій, зростання цін та тарифів на комунальні послуги знижується купівельна спроможність сільських жителів, занепад соціальної сфери сільських територій призводить до значного погіршення якості життя сільського населення, що негативно впливає на стан та розвиток трудового потенціалу аграрної сфери [2, с. 7].

В результаті прийняття базових нормативно-правових актів з питань місцевого самоврядування розвиток місцевого самоврядування фактично здійснювався лише на рівні територіальних громад міст обласного значення, оскільки переважна більшість територіальних громад через їх надмірну подрібненість та надзвичайно слабку матеріально-фінансову базу виявилися

неспроможними виконувати всі повноваження органів місцевого самоврядування.

Система місцевого самоврядування на сьогодні не задовольняє потреб суспільства. Функціонування органів місцевого самоврядування у більшості територіальних громад не забезпечує створення та підтримку сприятливого життєвого середовища, необхідного для всебічного розвитку людини, її самореалізації, захисту її прав, надання населенню органами місцевого самоврядування, утвореними ними установами та організаціями високоякісних і доступних адміністративних, соціальних та інших послуг на відповідних територіях.

З 2014 року уряд розпочав реформу, за цей час вже сформований і діє основний пакет нового законодавства, впроваджуються першочергові законодавчі ініціативи. Закон «Про добровільне об'єднання територіальних громад» дав змогу почати формувати спроможний базовий рівень місцевого самоврядування. З 2015 по 2019 роки в Україні створено 951 об'єднану територіальну громаду. До складу цих ОТГ увійшли більше 4300 колишніх місцевих рад, 10,2 млн. людей проживають в ОТГ (29,1% від загальної кількості населення). Закон також запровадив інститут старост в ОТГ, які представляють інтереси сільських мешканців в раді громади, в селах ОТГ працюють вже 3207 старост [3].

Створено понад 950 об'єднаних територіальних громад, передусім у сільських територіях, які вперше за всі роки незалежності отримали пряме бюджетне фінансування власної інфраструктури (1 млрд. грн. – 2016 р., 1,5 млрд. – 2017 р., 1,9 млрд. – 2018 р.), що дало змогу побудувати сотні кілометрів водогонів, облаштувати освітлення вулиць, відремонтувати сотні шкіл, дитячих садочків, відкрити нові футбольні поля, спортивні зали тощо [4, с. 264].

У 2018 році об'єднані громади отримали у комунальну власність майже 1,5 млн. га земель сільськогосподарського призначення за межами населених пунктів. З лютого 2018 р. розпочався процес передання земельних ділянок сільськогосподарського призначення державної власності в комунальну власність відповідних об'єднаних територіальних громад, що додатково сприятиме збільшенню податкових надходжень у місцеві бюджети. Як наслідок, у бюджетах ОТГ на 9,5% відбувся приріст плати за землю, що становив 89,2 млн. грн. [4, с. 265].

Закон «Про співробітництво територіальних громад» створив механізм вирішення спільних проблем громад: освіта, охорона здоров'я, соціальне забезпечення, утилізація та переробка сміття, розвиток спільної інфраструктури тощо. На 10.09.2019 року реалізується вже 483 договорів про співробітництво, цим механізмом вже скористалися 1110 громад.

Державна підтримка регіонального розвитку та розвитку інфраструктури громад, що врегульована Законом «Про засади державної регіональної політики», за час реформи зросла у 41,5 рази: з 0,5 млрд. в 2014 до 20,75 млрд. грн. у 2019 році. За рахунок цієї підтримки в регіонах та громадах реалізовано у 2015-2019 роках більше 10 тисяч проектів. На 2019 рік передбачена субвенція на будівництво, реконструкцію, ремонт та утримання доріг загального користування місцевого значення в сумі 14,7 млрд. грн. Субвенція на

соціально-економічний розвиток зростає з 0,5 млрд. у 2014 до 4,7 млрд. грн. у 2019 році, субвенція на розвиток медицини у сільській місцевості на 2019 рік становила 5 млрд. грн. [3].

Уряд визначив підтримку реформи децентралізації в Україні одним з пріоритетних завдань, що сприятиме розвитку місцевого самоуправління і економічного розвитку країни в цілому. Очікується, що 2019 рік стане ключовим у питанні формування базового рівня місцевого самоврядування: до кінця року більшість існуючих малочисельних місцевих рад зможуть об'єднатися, а отже стати спроможними перебрати на себе більшість повноважень, належним чином використовувати ресурси і нести відповідальність за свої дії чи бездіяльність перед людьми та державою. Це створить стійке підґрунтя для наступних кроків реформи місцевого самоврядування, а також сприятиме прискоренню реформ у сфері охорони здоров'я, освіти, культури, соціальних послуг, енергоефективності та інших секторах.

Створення ОТГ в сільській місцевості надасть можливість самоорганізації жителям села, які об'єднані спільним життєвим простором, спільними інтересами та реальними діями, спрямованими на покращення економічного, соціального та екологічного становища рідного села [5, с. 437].

Отже, децентралізація, як метод управління, що спрямований на розвиток територій, ефективний чинник розвитку трудового потенціалу аграрної сфери, матиме позитивний вплив на процеси розвитку сільських територій, підвищення рівня життя сільських мешканців за рахунок розширення сфер зайнятості, диверсифікації сільськогосподарського виробництва та розвитку сільських територій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук Ю.М. Децентралізація та збалансованість публічного управління регіональним і місцевим розвитком: питання теорії. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2019. № 2. С. 144-150.

2. Рябоконт В.П. Формування стійкої сільської поселенської мережі та об'єднаних територіальних громад. *Економіка АПК*. 2019. № 2. С. 6-18.

3. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування. URL: <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/470/10.09.2019.pdf>.

4. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2018 році». К. : НІСД, 2018. 688 с.

5. Публічне управління та адміністрування / за заг. ред. О. В. Скидана. Житомир: ЖНАЕУ, 2017. 705 с.

Васильєва О.О.,
кандидат фізико-математичних наук, доцент,
Черненко В.В.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ОХОРОНА ЗДОРОВ'Я НАСЕЛЕННЯ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Категорія «трудовий потенціал» в економічній літературі з'явилась порівняно недавно і розглядається з позицій сукупності можливостей (потенціалу) індивіда як суб'єкта трудової діяльності: психофізіологічні можливості, можливості соціальних контактів, генерації нових знань, використання знань та навичок, необхідних для суспільно корисної діяльності. На думку вчених Д.П. Богині та О.А. Грішнєвої «трудовий потенціал – це інтегральна оцінка кількісних та якісних характеристик економічно активного населення» [1, с. 42]. Деякі автори ототожнюють трудовий потенціал із трудовими ресурсами, які складають найбільш дієздатну його частину, акцентуючи увагу на їх якісних характеристиках. Наприклад, таке визначення дає С.В. Мочерний: «Трудовий потенціал – це людські можливості, ресурси праці, найповніша і всебічна характеристика працездатного населення як продуктивної сили» [2, с. 695].

Трудовий потенціал, як частина економічного потенціалу міста, характеризує, «інтегральну сукупність можливостей громади до ведення ефективної трудової, підприємницької, інноваційної діяльності та об'єднує кількісно-якісні характеристики населення з умовами, які створені для їх формування і використання» [3, с. 7]. Ця характеристика може бути використана й для трудового потенціалу сільської місцевості та аграрної сфери в цілому. Особливістю трудового потенціалу села є низький рівень зайнятості, значна кількість працездатних безробітних, більшість працівників мають вік старше від працездатного [4, с. 297]. Середній вік жителів села, у тому числі працюючого населення, зростає, зменшується частка сільського населення молодшого від працездатного віку, а старшого від працездатного – зростає, що спричиняє високе демографічне навантаження на сільське населення працездатного віку.

На нашу думку, трудовий потенціал – складна соціально-економічна категорія, базовим компонентом якої є здоров'я населення, що визначає формування та розвиток інших складових трудового потенціалу, його використання в різних економічних галузях, у тому числі шкідливому виробництві. Здоров'я можна віднести до факторів економічного зростання, оскільки саме стан здоров'я населення визначає забезпеченість робочою силою, підвищення продуктивності праці. Незначне поліпшення охорони здоров'я та харчування населення призводять до істотного зростання ВВП, здоров'я підвищує економічну продуктивність та національний дохід [5, с. 24-26].

Здоров'я населення, як складової трудового потенціалу, на рівні окремого працівника характеризується здатністю до праці, тривалістю непрацездатності через стан здоров'я, на рівні підприємства – втратами робочого часу внаслідок хвороби працівників, витратами на охорону здоров'я, на рівні суспільства – середньою тривалістю життя, смертністю, рівня захворюваності. Здоров'я сільського населення, як особлива складова трудового потенціалу аграрної сфери, залежить від раціонального харчування, стану довкілля та якості медичного обслуговування в сільській місцевості.

За даними результатів опитування населення України щодо самооцінки стану здоров'я, що проводилось Київським міжнародним інститутом соціології, сільські жителі у порівнянні з міським населенням мають гірший стан здоров'я (табл. 1).

Таблиця 1

**Самооцінка здоров'я міського та сільського населення
(дані за 2015–2018 роки,%) [6]**

Стан здоров'я	Міське населення	Сільське населення
Дуже хороше	5,7	3,8
Хороше	34,4	30,2
Посереднє	41,3	43,2
Погане	14,4	17,9
Дуже погане	3,1	4,2
Важко сказати	1,1	0,7
Загалом	100	100

Частка жителів, які почувають себе здоровими, дещо вища у містах, ніж у сільській місцевості, що може бути пов'язане з кращими умовами праці та проживання, вищим рівнем матеріального добробуту, кращою доступністю послуг з охорони здоров'я, більш розвиненою інфраструктурою. Сільські жителі більше, ніж міські, вважають необхідність проведення реформи в системі охорони здоров'я, менше відчують реальне втілення реформи [6].

Погіршення стану здоров'я осіб працездатного віку в сільській місцевості внаслідок недоступності своєчасної й адекватної медичної допомоги є світовою проблемою. За даними досліджень Організації Об'єднаних Націй та Міжнародної організації праці, що проводились в 174 країнах, в сільській місцевості катастрофічно не вистачає медичних працівників – лише 23% медичних фахівців працюють на селі. В світі не вистачає 10,3 млн. медичних працівників, з яких 7 млн. потрібні в сільській місцевості, 56% сільського населення не мають доступ до основних видів медичних послуг [7, с. 71]. Аналіз рівня поширеності та захворюваності за всіма класами хвороб показав, що для сільського населення вони нижчі, ніж для міського, а смертність – вища, що пояснюється низькою якістю надання медичної допомоги у сільських районах [7, с. 74].

За оцінкою Європейського регіонального бюро Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), сучасний стан здоров'я української нації

характеризується низьким рівнем тривалості життя, вкрай високими показниками захворюваності та смертності, відсутністю можливості отримувати громадянами України належну медичну допомогу. Організаційні, правові, фінансові, управлінські, економічні, структурні, кадрові, інформаційні та інші фундаментальні помилки заважають Україні отримувати користь від власного людського капіталу та заважають проведенню комплексу економічних і соціальних заходів, які прямо або побічно сприяють досягненню найвищого рівня здоров'я українців і збільшенню тривалості їх якісного життя [8].

Підвищення рівня трудового потенціалу аграрної сфери залежить від рівня соціальної інфраструктури села, особливо закладів охорони здоров'я. Забезпечення здоров'я населення – одне з основних завдань державної соціальної політики, реалізація якого можлива шляхом створення безпечних та здорових умов праці, побуту та виховання здорового способу життя [7, с. 76]. Існуюча система охорони здоров'я не задовольняє в повному обсязі потребу сільського населення в доступній, високоякісній та ефективній медичній допомозі. Необхідно продовжувати перехід від лікувальної роботи до профілактичної. Найбільш перспективним шляхом для забезпечення здоров'я та благополуччя населення є злагоджена робота усіх секторів держави, яка скерована на соціальні та індивідуальні детермінанти здоров'я.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богиня Д. П. Основи економіки праці : [навч. посіб., 3-тє вид.] / Д. П. Богиня, О. А. Грішнова. – К. : Знання-Прес, 2002. 313 с.
2. Економічна енциклопедія: у 3-х т. / редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Академія, 2002. Т. 3. 952 с.
3. Шаульська Л.В., Сидорова А.В. Соціально-демографічний і трудовий потенціал міста Вінниця в системі пріоритетів розвитку. *Економіка і організація управління*. 2017. Вип. 3. С. 6-16.
4. Ульяненко О.В. Еволюція соціально-економічної категорії «трудоий потенціал». *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 2(2). С. 294-301.
5. Фірсова О. Д. Здоров'я населення як аспект благополуччя українського суспільства. *Теорія та практика державного управління*. 2017. Вип. 4. С. 22-29.
6. Самооцінка стану здоров'я населенням України. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=768&page=3&t=7>.
7. Нагорна А. М. Трудовий потенціал в Україні: медико-соціальні і демографічні характеристики (огляд літератури та власних досліджень). *Журнал Національної академії медичних наук України*. 2016. Т. 22, № 1. С. 70-79.
8. Національна стратегія охорони здоров'я: ініціативи з надр громадського сектору. URL: <https://www.umj.com.ua/article/123790>.

*Вронська С.О.,
аспірант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

МІСЦЕ УНІВЕРСИТЕТУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Динамічний розвиток сучасного світу обумовлює трансформаційні процеси в різних сферах життя суспільства загалом і кожної людини окремо. Інститут освіти в цьому аспекті виступає одночасно в декількох ролях, іноді суперечливих за змістом: університети мають виконувати місію драйверів змін, хоча частіше є хранителями традицій та інертності розвитку; крім того, динаміка та напрям розвитку університету є індикатором ситуації, яка характеризує імплементацію принципів інформатизації суспільства. Дедалі частіше, на фоні інформатизації суспільства поширюється теза щодо втрати університетами як освітніми структурами своїх позицій, тобто за умов невідповідності мінливим викликам можна фіксувати дисфункцію цього соціального інституту.

Дослідженню теоретичних і прикладних аспектів ролі освіти у контексті формування інформаційної економіки присвячені роботи відомих вчених Г. Беккера, П. Друкера, І. Каленюк, О. Кукліна, А. Тоффлера, А. Чухна, О. Шкурупій та ін. Проте тематика залишається актуальною та потребує систематичного дослідження й розробки нових рекомендацій щодо розвитку університетів у ХХІ столітті.

Метою даної роботи є визначення переваг і слабких сторін сучасної університетської освіти в умовах розвитку інформаційної економіки.

Досить часто останнім часом можна почути думку про втрату актуальності університетської освіти зважаючи на бурхливий розвиток інформаційного суспільства та економіки, де основним аспектом є інформація та знання. Знання, які можна отримати сьогодні за допомогою мережі Інтернет, витісняють університетську освіту через низку переваг, що мають онлайн курси, бібліотеки та інформаційні ресурси. Звичайно, що класичний університет дещо програє онлайн освіті через слабку технологічну оснащеність – більшість закладів освіти мають застарілу техніку, викладачів, які не бажають розвиватись, через що неспроможні якісно навчати, страждає швидкість оновлення навчальних матеріалів та адаптація їх до потреб бізнесу і суспільства, а також через супротив інноваціям на місцях.

Переваги, які є у класичних університетів, це:

1. Структуроване подання інформації.

Зважаючи на те, що ми живемо в інформаційному суспільстві, де основним ресурсом є інформація, варто пам'ятати про те, що більшість людей не має навичок критичного мислення, не вміє орієнтуватися в інформаційних масивах та знаходити саме те, що є коректним, актуальним та релевантним. Університет, в свою чергу, з чітко побудованим навчальним планом, забезпечує системність у набутті компетентностей і необхідний методичний супровід.

2. Соціалізація серед однодумців.

Інтернет та соціальні мережі дають можливість постійно бути на зв'язку, спілкуватись з людьми з іншого міста, країни чи навіть континенту, але варто зазначити, що ті, хто проводять забагато часу за комп'ютером, втрачають навички «живого спілкування». Університет є тим місцем соціалізації, в якому кожен може знайти однодумців.

3. Наставництво.

Даний пункт частково виходить з попереднього: викладачі виступають наставниками не лише в аспекті навчання, а й наукової, професійної діяльності. Синергія двох поглядів може давати надзвичайний результат.

У доповіді «Освіта до 2030 року» було визначено, що університет світового рівня – це університет, де є критична маса талантів (студентів і викладачів), які поділяють академічні цінності, усвідомлюють місію та мають модель ефективної автономії та самоуправління, але забезпечують усі умови для проведення провідних досліджень і просувати науки задля служіння людству [1]. Таким чином, університет є не простою базою знань, а площиною для мислення та створення нового.

Сучасні ЗВО потребують спільної роботи держави, закладів вищої освіти та представників бізнесу задля отримання бажаного результату. Тільки підвищення якості освіти через систематичне удосконалення дисциплін, впровадження практично орієнтованих занять (на реальних підприємствах, в установах, організаціях), покращення технологічного обладнання, спонукання до творчого мислення та популяризація наукової діяльності дозволить отримати бажаний ефект.

Система університетської освіти має значний потенціал для розвитку, більш продуктивне використання якого при відповідній підтримці держави може стати фундаментом для становлення українських університетів як ЗВО європейського рівня. Звичайно, що впровадження елементів онлайн навчання сприятиме покращенню якості освітнього процесу, надасть можливість створення індивідуальної траєкторії навчання для кожного студента відповідно до його потреб та дозволить розвивати новий тип закладів вищої освіти. Інвестиції в розвиток інноваційного потенціалу – найбільш ефективний варіант державної стратегії формування таких університетів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Education 2030: Incheon Declaration and Framework for Action for the implementation of Sustainable Development Goal 4: Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245656> (дата звернення: 14.10.2019).

2. Importance of higher education for today's economy. URL: <https://qswownews.com/importance-of-higher-education/> (дата звернення: 11.10.2019)

3. Каленюк І.С., Куклін О.В. Розвиток вищої освіти та економіка знань: монографія. Київ : Знання, 2012. 343 с.

*Гевлич Л.Л.,
кандидат економічних наук, доцент,
Журжа А.С.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ТРАНСПОРТНА ЗАДАЧА В УПРАВЛІННІ РОЗРАХУНКАМИ ІЗ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПОКУПЦЯМИ

Розрахунки із постачальниками та покупцями є однією з найважливіших ділянок обліку та сферою особливої уваги менеджменту підприємства. Дані розрахунки напряму впливають на фінансовий стан суб'єкта господарювання, його інвестиційну привабливість та конкурентне становище. Розрахунки із постачальниками та покупцями пов'язані із формуванням основних і оборотних засобів, реалізацією продукції і наданням послуг, розподілом прибутку, розрахунками із фінансовими інститутами, бюджетом та органами соціального страхування, тому їх дослідження є вкрай важливим практичним завданням.

Теоретико-методологічні аспекти та практика обліку розрахунків з постачальниками та покупцями на вітчизняному підприємстві в рамках прийняття ефективних управлінських рішень розглядалися у працях таких науковців, як О.А. Короткова, К. В. Ковтуненко, І.Я. Омецінська, В.М. Пархоменко [1-3], але жоден із дослідників не ув'язував напрями оптимізації розрахунків із рухом матеріальних цінностей. Вищезазначене обумовило актуальність теми дослідження, її теоретичну та практичну значущість.

Метою дослідження є розгляд транспортної задачі в якості напряму підвищення ефективності управління розрахунками із постачальниками та покупцями вітчизняного підприємства.

Класична транспортна задача є задачею лінійного програмування та формулюється наступним чином: визначити оптимальний план перевезень товару, що знаходиться у m постачальників A_i в обсягах $a_1, a_2 \dots a_m$ одиниць відповідно, n споживачам, що його потребують в обсягах $b_1, b_2 \dots b_n$ одиниць. При цьому відомі вартості перевезень C_{ij} одиниці продукції від кожного A_i -го постачальника до кожного B_j -го споживача, а загальний наявний обсяг продукції у постачальників дорівнює загальному попиту всіх споживачів. Розрізняють два види оптимального плану перевезень: за критерієм вартості (план оптимальний, якщо досягнуто мінімальних витрат на його реалізацію) та критерієм часу (план оптимальний, якщо на його реалізацію витрачається мінімум часу).

Легко зрозуміти, що дана задача є нагальною для логістичних компаній, що займаються транспортуванням вантажів. Але і будь-яке інше підприємство стикається із проблемою оптимізації вантажопотоків при наявності власного транспорту, задіяного в процесах закупки сировини і матеріалів і реалізації готової продукції і товарів. В цьому ракурсі рішення транспортної задачі є не

тільки засобом оптимізації руху товарно-матеріальних цінностей, а й підвищення ефективності пов'язаних із ними розрахунків, зокрема, розрахунків із постачальниками і підрядниками та покупцями і замовниками. Адже в умовах нормальної взаємодії із контрагентами момент розрахунків настає після відвантаження проданих товарів, що ставить проблему пришвидшення моменту отримання товарно-матеріальних цінностей безпосередньо у пункт їх споживання чи переробки.

У роботі [4] автори обґрунтували найбільш ефективні методи складання опорного плану транспортної задачі: північно-західного кута, мінімальної вартості, подвійної переваги, апроксимації Фогеля. При цьому метод північно-західного кута є найпростішим, але має суттєвий недолік: спочатку мають бути задоволені потреби споживачів, а тільки потім враховується вартість перевезень. Метод мінімальної вартості дозволяє усунути вказаний недолік і досягти меншої загальної вартості перевезень. Використання методу подвійної переваги у порівнянні з попередніми методами дає найменше значення цільової функції. Але найбільш ефективним є метод Фогеля, що дозволяє скласти опорний план для задач великих розмірностей, а також враховує співвідношення витрат та маршрути з мінімальним перевезенням продукції.

При цьому використання транспортної задачі в управлінні розрахунками має бути ситуаційним і зважати на інші умови здійснення поставок та відвантажень. Автори дослідження [5] вважають, транспортна задача як оптимізаційний інструмент має застосовуватись для пошуку найкращих транспортних сполучень на обмеженій території терміном здійснення перевезень в межах 10 годин, наприклад, в межах області чи суміжних областей. Також слід обов'язково звертати увагу на моменти завантаження/розвантаження, бо почасти зустрічається ситуація, коли машина знаходиться близько від місця наступного завантаження, однак завчасно як для завантаження, що призводить до втрати коштів з причини довгих простоїв. У зв'язку з цим більш ефективним буде використання іншої машини, яка знаходиться далі, але має більш вдале сполучення завантаження/розвантаження по часу. Усе вищезазначене призводить до необхідності розрахунку вартості часу в економічних категоріях (витрати на стоянку, втрачені доходи від можливої реалізації тощо).

Можливою актуалізацією рішення транспортної задачі виступає випадок, коли вантаж перевозиться від постачальників до споживачів не тільки через проміжні пункти, але і напряму, як це розглядалося авторами роботи [6]. Це може бути цікаво для сфери торгівлі при взаємодії виробника товарів з оптовим торгівельним підприємством, а останнього – з роздрібним пунктом торгівлі, а також для агропідприємств, які займаються розподіленням та доставкою вирощеної продукції для продажу або переробки на власних потужностях. В останньому випадку в якості проміжних пунктів можуть виступати власні та орендовані елеватори (зернохосовища), а споживачі мають потужності по переробці продукції. Аналогічне використання даного розв'язку транспортної задачі можливе для корпорацій із розташуванням філій на значній території.

Особливо важливим є використання транспортної задачі в умовах реалізації концепції менеджменту JIT (Just in Time), при якій запаси мають надходити в необхідній кількості в потрібне місце у точно призначений термін для виробництва, складування або реалізації без утворення страхових запасів і, відповідно, вилучення коштів з обігу.

Таким чином, за результатами дослідження можна зробити наступні висновки:

- транспортна задача є важливим інструментом оптимізації не тільки матеріальних потоків, а й розрахунків сучасного підприємства;
- використання транспортної задачі в управлінні розрахунками має бути ситуаційним і зважати на інші умови здійснення поставок та відвантажень;
- особливо актуальним рішення транспортної задачі є у сфері торгівлі, агропромислового, корпоративному секторі, при використанні концепції JIT.

Пошук напрямів оптимізації розрахунків підприємства із використанням економіко-математичних методів буде напрямом подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Короткова А. О., Ковтуненко К. В. Проблеми організації обліку розрахунків з покупцями та замовниками на торгівельному підприємстві. *Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі: Тези доповідей 48-ої наукової конференції*. Одеса: ОНПУ, 2013. URL: <http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/3815/1/6-78.pdf>.
2. Омецінська І. Я. Зобов'язання перед постачальниками та підрядниками: сутність, умови визнання та облік. *Інноваційна економіка*. 2012. № 11. С. 264–267.
3. Пархоменко В. М. Розрахунки з покупцями та замовниками: обліковий аспект. *Вісник ЖДТУ. Серія «Економічні науки»*. 2012. №3 (61). С. 142-145
4. Іваницька О. В., Рощина Н. В., Сербул Р. С. Транспортна задача лінійного програмування. *Агросвіт*. 2015. № 14. С. 35-40.
5. Подвальна Г. В. Оптимізація перевезень: проблеми використання «транспортної задачі». URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/16046/1/25-Podvalna-176-180.pdf>.
6. Стецюк П. І., Міца О. В., Стрелюк О. В., Фесюк О. В. Транспортна задача з обмеженнями на пропускні спроможності проміжних пунктів. *Питання прикладної математики і математичного моделювання*. 2017. Випуск 17. С. 207-219.

*Гіль Л.А.,
старший викладач,
Завоюра К.В.,
студентка,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Значну частину життя людина проводить на роботі. Сприятливий психологічний мікроклімат підвищує ефективність працівників, а несприятливі умови значно знижують їхню активність, що в кінцевому результаті призводить до непродуктивної праці. Недооцінка психологічних факторів в економіці призводить до згубних наслідків. Ця аксіома і зумовила виникнення напрямків психології, які вивчають взаємозв'язок психологічних характеристик суб'єктів господарювання (зокрема особистість, організація, держава тощо) [1, с. 10].

Психологія управління - це порівняно молода галузь психологічної науки, яка вивчає психологічні закономірності управлінської діяльності.

Управління (з психологічної точки зору) – це цілеспрямований та свідомий процес впливу на діяльність та свідомість окремого індивіда або членів групи для підвищення організованості та ефективності їхньої спільної діяльності.

Управління вимагає не тільки загальних знань менеджера, а й майстерності в сфері психології. Без вмільої комунікації, вміння професійно вийти з конфлікту, без використання дієвих засобів впливу не обходяться сучасні керівники будь-якого рівня [2, с. 5-9].

Праця - це основа життєдіяльності і розвитку людського суспільства, а також процес доцільної діяльності людей, за допомогою якої вони змінюють предмети природи і в подальшому використовують їх для задоволення своїх потреб. Одна з головних цілей керівника – мотивувати своїх підлеглих працювати на результат. Тобто, їх праця має бути швидкою, чіткою, ефективною і відповідати всім вимогам організації. [3, с. 9-10]

Кожен вид праці завжди має такі обов'язкові компоненти: об'єкт (на який спрямована праця); знаряддя та засоби праці; її продукт, тобто результат. Якщо розглянути управління під таким кутом, можна побачити, що діяльність керівника та кожен її компонент має цілком визначений психологічний зміст. Об'єкт управління – окремі люди з їхніми психологічними та психофізичними якостями. Сам керівник також є особистістю з власними соціально-психологічними рисами, що неодмінно впливають на ефективність його роботи.

Придатність до управління обумовлена психологічними властивостями, необхідними людині для ефективного керування взагалі, а також соціально-психологічними і психологічними особливостями людей та колективів.

Психологія процесу управління – це система взаємопов'язаних психологічних компонентів (див. табл.), до вивчення яких причетні всі галузі психологічної науки.

Психологічні компоненти процесу управління

№	Назва компоненту	Зміст професійних дій
1	Психодіагностичний	Вивчення та аналіз рівня розвитку психологічних та соціально-психологічних якостей об'єкта та суб'єкта управління: діагностика інтелектуальних якостей, емоційно-вольової сфери, типу ВНД, темпераменту, соціометричного статусу членів колективу, керівників
2	Прогностичний	Прогнозування розвитку об'єктів та суб'єктів керівництва, можливих тенденцій цього розвитку з урахуванням соціально-економічних, політичних умов в країні, регіональних особливостей
3	Проектувальний	Розробка конкретних напрямків і форм відповідної практичної діяльності
4	Організаторський	Врахування психологічних особливостей працівників під час розподілу виробничих завдань та доручень, визначення методів досягнення виробничих цілей, критеріїв щодо оцінки результатів діяльності
5	Комунікативний	Налагодження позитивних стосунків управлінця з підлеглими та працівників між собою. Здійснення ділового спілкування, яке сприятиме позитивному ставленню підлеглих до мети і змісту роботи
6	Мотиваційний	Формування позитивного ставлення працівників до трудового процесу через застосування таких стимулюючих засобів, які враховують ієрархію мотивів кожного індивіда, індивідуальних особливостей людей, характерних рис груп і колективів
7	Емоційно-вольовий	Формування і підтримання такого емоційного тону який сприяє оптимізму та впевненості в успішному результаті
8	Порівняльно-оцінювальний	Аналіз і оцінка роботи, зіставлення отриманих результатів із запланованими. Самоаналіз керівника
9	Гностичний	Компетентність керівника. Конкретний зміст та обсяг знань, що вимагаються від керівника

Джерело: розроблено за [4]

Ефективна робота менеджера забезпечується знаннями досягнень загальної, соціальної, вікової психології, фізіології і психології праці.

Хоча економічні методи є більш зрозумілими для робітників, можливості цієї групи є вичерпними, і тоді більш ефективними і стають методи

психологічні. В практиці вітчизняних підприємств переважають традиційні матеріальні стимули, не приділяється належна увага нефінансовим системам, що формує недостатньо ефективні системи мотивації. Оскільки головним завданням системи мотивації є створення умов, за яких працівники будуть мотивовані на досягнення особистих цілей та цілей компанії, найбільш ефективною є комбінація двох груп методів - і матеріального, і нематеріального стимулювання, тобто соціально-психологічного. Методи психологічного спонукання, формування і розвитку трудового колективу, гуманізації стосунків, професійного відбору і навчання на сучасному етапі набувають значної уваги [5, с. 89].

Зверхнє ставлення до психологічної складової управлінської діяльності призводить до недоліків організації трудового процесу, управлінських помилок (невміння розставити людей відповідно до їхньої кваліфікації та психологічних особливостей, нечітка постановка завдання тощо), несприятливого соціально-психологічного клімату в колективі. Саме оволодіння прийомами психології управління призведе до ефективної організаційної поведінки працівників.

Важливо вивчати психологію конфліктів, конфліктних особистостей, причини і сутність конфліктогенів, психологію керівника. Підвищення психологічної культури та психологічна освіта сприятимуть становленню і вдосконаленню особистості сучасного керівника.

Якщо керівник усвідомлює, що найголовнішим в його праці є взаємозв'язок з людьми та вплив на них, якщо він здатний до самоаналізу, якщо розуміє психологію своїх підлеглих, керівників та інших людей, мотиви поведінки тощо, а також може застосувати вміння на практиці, йому вдасться досягнути успіхів в управлінській діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мельник Л. П. Психологія управління: курс лекцій. - 2-ге вид., стереотип. К. : МАУП, 2002. 176 с.
2. Слободянюк А.В., Андрущенко Н.О. Психологія управління та конфліктологія: навчальний посібник для практичних та семінарських занять. Вінниця: ВНТУ, 2010. 120 с.
3. Калина А. В. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2012. 498 с.
4. Коломинський Н.Л. Психологія педагогічного менеджменту: навч. посібник. К.: МАУП, 1996. 176 с.
5. Ковбатюк М.В. Алгоритм прийняття рішень щодо управління мотивацією персоналу виробничого підприємства. *Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій: Серія «Економіка і управління»*. Вип. 43-44. К.: ДУІТ, 2018. С. 87-95.

*Гладкова А.О.,
аспірант,
Донецькій національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПІДПРИЄМСТВО ПРИ СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ

Ефективний стратегічний розвиток підприємства виникає на основі поглибленого аналізу як внутрішнього середовища підприємства так і зовнішнього. Для українських підприємств аналіз середовища це незвична діяльність, якою процвітаючі компанії України почали займатись нещодавно. Однак опанування прийомами та методами аналізу – одне з найважливіших завдань, що стоїть перед керівниками, оскільки параметри середовища – це унікальна комбінація факторів, що перебувають у постійному русі.

Дослідження у даній сфері є досі актуальними та підтверджуються значною кількістю публікацій. Зокрема, дослідженням середовища підприємства, його сутності та складових займалися такі науковці, як: Ф. Фрай, М. Хелмс, Л. Боссіді, Р. Чаран, Ф. Хедоурі, Т. Бейтмен, М. Мескон. Але даному питанню приділяли увагу не тільки зарубіжні науковці. Серед вітчизняних ми можемо виокремити А. П. Міщенко, З. Є. Шершньову, Т. А. Гайдаєнко, Г. В. Осовську та Л. Г. Шемаєву. Питання взаємодії підприємства як відкритої організації із зовнішнім середовищем знайшли своє відображення у працях А. Е. Воронкової, Л. І. Донець, О. В. Шатілової та ін.

Необхідність проведення аналізу зовнішнього середовища обумовлюється потребою у врахуванні характеру впливу факторів при формуванні, реалізації та коригуванні стратегії та стратегічного розвитку підприємства. Це один із найголовніших етапів, оскільки на ньому визначається, які сили мають позитивний, а які - негативний вплив на підприємство. Узагальнений аналіз щодо існуючих факторів впливу зовнішнього середовища на підприємство з погляду різних вчених зображений у таблиці 1.

При розгляді факторів зовнішнього середовища необхідно розуміти, що всі вони взаємодіють між собою, це як ланцюжок, де зміна однієї складової призводить до значних змін інших. Присвячення часу детальному аналізу факторів впливу зовнішнього середовища та їх врахування при стратегічному розвитку підприємства створюють передумови для забезпечення ефективності діяльності підприємства. Однак серед такої кількості факторів складно зрозуміти що саме впливає на підприємство і в якій мірі, що має безпосередньо прямий вплив, а що тільки відголоски для підприємства. Визначення факторів у кожного дослідника залишається різним, в силу своїх переконань, спостережень, року та місця народження і т.п. З розвитком глобальної економіки, науково-технічного прогресу, зміненням політичних гравців відбувається і зміна факторів зовнішнього середовища. Ті фактори, які ми знали та виокремлювали ще вчора, сьогодні вже можуть бути доповнені іншими.

Фактори впливу зовнішнього середовища на підприємство

Вчені	Фактори впливу зовнішнього середовища													
	Ринок ресурсів	Соціальні	Культурне середовище	Демографічні умови	Економічні	Фактори ближнього оточення (постачальники, конкуренти, клієнти)	Науково-технічні, технологічні	Міжнародні	Правове середовище	Державна політика	Географічні умови	Ринкова інфраструктура	Інформаційне забезпечення	Екологічні
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Варналій С., Мельник П., Тарангул Л.						+	+		+	+	+	+	+	
Віханський О.		+		+	+		+	+	+	+	+			
Головень О.	+			+	+		+	+	+	+				+
Дж. Беллне		+			+	+			+					
Довгань Л., Каракай Ю., Артеменко Л.		+	+		+		+	+	+					+
Зуб А.		+	+		+		+		+	+				
Іванов Ю.			+	+	+		+	+	+	+				
Косівська К.		+		+			+	+		+		+	+	+
Котлер Ф.	+		+	+	+		+		+	+				
Люкшинов А.		+	+		+		+	+		+				
Мельник П., Філоненко М., Гацька Л., Кошарська Н.		+	+		+			+		+				
Мескон М.	+					+			+	+				
Мізюк Б., Пенцак Г.	+	+	+	+	+		+		+	+				
Мошек Г., Гомба Л., Піддубна Л.		+	+		+		+	+		+				+
Нечаюк Л., Телеш Н.	+	+	+		+		+	+	+	+				
Осовська Г. , Осовський О.		+	+	+	+		+	+		+				
Роу А.		+		+	+	+	+			+	+			
Фатхутдинов Р.	+	+	+	+	+		+		+		+			
Хілл Ч., Джонс Г.		+		+	+		+			+				
Фрай Ф., Стоунер Ч.					+			+	+	+				
Стенфорд Н.				+					+					+
Бейтмен Т. Снелл С.	+			+	+		+	+	+	+				

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11]

Авторським підходом є укрупнення факторів і виділення фактору «ближнього оточення», що включає в себе все, що пов'язано з постачальниками, клієнтами, конкурентами.

Вплив факторів зовнішнього середовища на підприємства є потужним і різновекторним, що зумовлює необхідність своєчасного виявлення й оперативного реагування на них, щоб уникнути небезпеки або швидше за конкурентів скористатися новими можливостями.

Зовнішнє середовища в Україні є складним і, наразі, нестабільним. Війна, політична боротьба з країною агресором, бідність більшості населення, протистояння законодавчої та виконавчої влади, часті зміни уряду, залежність від інших країн в енергоносіях, вкрай несприятлива екологія, знецінення моральних якостей - усе це надзвичайно ускладнює політичний і бізнесовий менеджмент. Зміни, що постійно відбуваються в зовнішньому середовищі, змушують змінюватися й підприємства. Політичні партії, зокрема, змінюють свої політичні системи, своїх лідерів, уточнюють свої програми, вишуковують нові форми роботи в масах, утворюють політичні блоки, коаліції, модернізують організаційну структуру тощо. Бізнесові організації припиняють випуск старої продукції й освоюють виготовлення нової, шукають нових споживачів на ринку, використовують нові технологічні процеси, розділяються на дрібніші організації, або ж, навпаки, зливаються з іншими, виходять на ринки інших країн чи припиняють діяльність на них. Тому аналіз зовнішнього середовища це перша та одна з найголовніших сходинок, яка безпосередньо пов'язана з функціонуванням підприємства і його стратегічним розвитком.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджмента. М.: Дело, 1992. 702 с.
2. Иванов Ю. Б. та ін. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємництва; ред. Ю. Б. Иванов, О. М. Тищенко ; Харківський національний економічний ун-т. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. 382 с.
3. Gerald D. Bell. Organizations and the External Environment. op. cit. : McGuire, 1997. 260 p.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. М. : Издательский дом «Вильямс», 2007. 656 с.
5. Головень О. В. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на операційну діяльність підприємства на підґрунті нейронних мереж. *Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці*. 2012. № 1. С. 119-141.
6. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции для анализа. М. : Издательский дом «Вильямс», 2002. 928 с.
7. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.
8. Hill C., Jones G. Essentials of strategic management. 2nd ed. Cengage Learning, 2008. 385 p.
9. Fry F., Stoner C., Hattwick R. Business: an integrative approach. 2nd ed. Irwin / McGraw-Hill, 2001. 567 p.
10. Stanford N. Guide to organization design: creating high-performing and adaptable enterprises. London : Profile Books Ltd., 2007. 351 p.
11. Bateman T., Snell S. Management: building competitive advantage. 3rd ed. Irwin / McGraw-Hill, 1999. 642 p.

*Гнибіденко О.М.,
викладач,
Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький, Україна*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

В сучасних соціально-економічних умовах проблема зайнятості населення набула особливого значення. У нашій державі вона дуже відчутна, в першу чергу, у малих містах і сільській місцевості де, фактично, відсутні робочі місця. У великих містах ще збереглася хоч якась можливість знайти роботу, хоча заробітна плата не завжди забезпечує середній рівень життя.

Сучасний стан ринку праці ускладнюється негативними демографічними процесами (зростає смертність, знижується народжуваність внаслідок міграції молодих людей і молодих сімей за кордон), що викликає негативні структурні зміни у сфері трудових ресурсів. Демографічна ситуація в цілому по країні, і особливо у малих містах та селах за роки незалежності негативно відбилася, в першу чергу, на статевовіковому складі: значно зріс відсоток людей старшого, пенсійного та передпенсійного віку і знизився молоді. Ці процеси суттєво залежні від стану економіки (виробництва і споживання), і безпосередньо впливають на ринок праці і пенсійне забезпечення. Зараз ситуація на ринку праці показує, що: а) став високим рівень безробіття; б) його термін збільшився від 4-х місяців до року (через відсутність робочих місць); в) зросла кількість заявок на робочі професії (бетонників, дорожніх робітників, мулярів-каменярів, електрогазозварників, токарів, сантехніків, швачок, слюсарів, електромонтерів, водіїв тощо). Також затребувані працівники сфери послуг (продавці, кухарі, офіціанти, перукарі, охоронці тощо), у сільськогосподарському секторі – агрономи, трактористи та робітники з обслуговування сільськогосподарських машин; г) значно знижена потреба у спеціалістах з вищою освітою – економістах, юристах, вчителях, лікарях (виключення становлять ІТ - фахівці) [1, с. 4].

Працевлаштування молодих людей віком 16-25 років і людей перед пенсійного віку (за 5-7 років до пенсії) та жінок віком 40-45 років стало великою проблемою. Молоді люди виїжджають у великі міста нашої країни або за кордон, з надією на кращі заробітки. Виїзд на заробітки жінок породжує в Україні ще одні проблеми – соціальне сирітство (коли у дитини мама асоціюється тільки з матеріальним достатком), або дитячу безпритульність (часто при живих безробітних батьках діти ростуть сиротами). Таким чином, проблема зайнятості населення вимагає комплексного вирішення у масштабах країни. Адже, з одного боку ми втрачаємо молодих, перспективних працівників і майбутніх батьків, внаслідок чого відбувається старіння нації, а з іншого – ми інвестуємо своїм молодим людським капіталом зарубіжну економіку.

Негативного впливу на систему функціонування вітчизняного ринку праці та залучення інвестиційного капіталу в економіку країни, надала світова фінансова криза та військова агресія Російської Федерації.

Серед найактуальніших проблем ринку праці України слід виділити такі:

- недостатній рівень реформування трудової сфери, що призводить до неефективної зайнятості; низька продуктивність праці і недостатній рівень її

оплати; недостатньо висока, порівняно з розвиненими країнами, частка працюючих у високо техногенних і наукоємних сферах економіки; відсутність взаємозв'язку між трудовим вкладом і доходами працівників і т. ін.;

- втрата трудових навичок кваліфікованих і висококваліфікованих кадрів, внаслідок закриття, реструктуризації великих промислових підприємств, їх збитковості; перехід фахівців і спеціалістів у сферу нерегламентованої зайнятості, тіньової економіки, міграція за кордон;

- проблеми у сфері забезпечення належних якісних характеристик робочих місць, недостатнє введення в дію нових робочих місць для кваліфікованих кадрів, що збільшує обсяги та рівень безробіття, знижує продуктивність праці і конкурентоспроможність виробництва;

- невідповідність між пропозицією і попитом робочої сили; недостатність обсягів інвестицій у сферу виробництва для вирішення питань забезпечення безробітних сучасними робочими місцями; недостатність державної підтримки підприємництва і малого бізнесу;

- високий рівень тіньової зайнятості;

- недоліки процесів реформування системи державного професійного навчання і освіти, неадекватність масштабів, структури і форм професійної підготовки і перепідготовки кадрів вимогам сучасного ринку праці у аспектах попиту на певні професії; недостатня розвиненість системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації; слабка зацікавленість роботодавців у підвищенні кваліфікації працівників;

- складна ситуація щодо працевлаштування окремих соціально-демографічних груп населення (молоді, жінок, інвалідів, осіб старшого віку та ін.); збереження дискримінаційного підходу при вирішенні питань вивільнення і найму на роботу залежно від статі, віку, стану здоров'я; недоліки системи дотримання норм трудового законодавства щодо режиму і охорони праці; недосконалість існуючих нормативно-правових актів, які регулюють трудові відносини (доцільним є прискорення прийняття оновленого Трудового кодексу);

- спостерігається диференціація регіональних ринків праці, наявність депресивних регіонів з особливо напруженою ситуацією на ринку праці, значно вищим за середнім рівнем безробіття при одночасно обмеженій можливості щодо внутрішньої трудової міграції, яка свідчить про недоліки державної системи регулювання цих аспектів зайнятості і безробіття;

- глобальною проблемою національного ринку праці є його функціонування в умовах набуття Україною членства у Світовій організації торгівлі, інтеграції України в європейське співтовариство, у тому числі проблема конкурентоспроможності національної робочої сили [1, с. 27].

Ринок праці України формується як основний елемент економічної системи, що чутливо реагує в цілому на всі суспільні процеси (табл. 1). Аналіз кількості зайнятого населення у віці 15-70 років свідчить про підвищення їх економічної активності з 2010 до 2013 р., що характеризується зростанням рівня зайнятості в цей період.

Аналіз тенденції зайнятого населення працездатного віку свідчить про скорочення даної категорії на 2819,3 тис. осіб на період 2010-2018 рр. Але як свідчать дані табл.1, вперше за останні п'ять років на ринку праці відбулося зростання чисельності зайнятого населення на 204,5 тис. осіб. Причиною є

певне економічне зростання. В першому кварталі 2018 року порівняно з першим кварталом 2017 року відбулося зростання ВВП на 3,1%.

Таблиця 1

Кількість та рівень зайнятого населення в Україні з 2010-2017 рр. [2]

Рік	Зайняте населення у віці 15-70 років, тис. осіб	Рівень зайнятості населення у 15-70 років, у % до всього населення відповідного віку	Працевдатного віку, тис. осіб	Рівень зайнятості населення працевдатного віку, у % до всього населення відповідного віку
2010	19180,2	58,4	17451,5	65,5
2012	19261,4	59,6	17728,6	66,9
2013	19314,2	60,2	17889,4	67,3
2014	18073,3	56,6	17188,1	64,5
2015	16443,2	56,7	15742,0	64,7
2016	16276,9	56,3	15626,1	64,2
2017	16156,4	56,1	15495,9	64,5
2018	16360,9	57,1	15718,6	66,1

Біда української економіки, що велика частка працює у «тіні». За даними Державної статистики 21,8% українців у 2018 році, порівняно з 22,3% у 2017 році, працюють поза межами чинного законодавства.

На ринку праці України існує дисбаланс. В Україні до 80% випускників шкіл вступають у вищі навчальні заклади, і менше 30% отримують професійну освіту. Протилежна ситуація для країн Європи. Тому дисбаланс полягає в тому, що ринок потребує швачок, електромонтерів, слюсарів, сантехніків. А у службі зайнятості надлишок економістів і юристів. Така ситуація пов'язана з рівнем оплати. Найнижчі заробітні плати у медсестер, швачок, водіїв, продавців, а найвищі – у працівників галузі фармацевтики, фінансових та страхових напрямків, а також працівників сфери ІТ [3].

Основними напрямками зростання ринку праці є: гідна оплата праці; доступність і якість освіти і медицини; стимулювання підприємницької активності; формування рівних можливостей для всіх громадян, не залежно від національності, мови, соціального статусу тощо; реалізація програм з масової зайнятості; впровадження справедливого розподілу доходів.

Отже, ситуація на ринку праці України перебуває під впливом складних політичних та економічних умов. Для успішного подолання кризових явищ потрібна комплексна державна та регіональна політика, яка повинна включати: удосконалення податкового законодавства, удосконалення системи кредитування у напрямку розвитку підприємництва, реалізацію заходів для створення додаткових робочих місць і, як наслідок – підвищення рівня зайнятості населення країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сучасні проблеми ринку праці і зайнятості в контексті політики швидкого економічного зростання : матер. засідання круглого столу (17 травня 2018 р., м. Київ) / за наук. ред. С.М. Кожем'якіної . К. : ІПК ДСЗУ, 2018. 54с.
2. Ринок праці України. К. : Державна служба статистики України, 2018.
3. Основні тенденції та виклики ринку праці у 2018 році. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2506257-osnovni-tendencii-na-rinku-praci-v-umovah-stabilizacii-ekonomiki.html>

Горбань С.Ф.,
кандидат технічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Ринок праці є однією з основних складових ринкової економіки, де відбуваються процеси формування попиту та пропозиції на особливий товар – робочу силу. Ринок праці України має свої специфічні особливості, які потребують аналізу та рекомендацій щодо його подальшого розвитку. Розглянемо ситуацію, що склалася на ринку праці України за показниками зайнятості населення, рівня безробіття, оплати праці та затребуваності професій.

Попит на ринку праці формується роботодавцями, вони диктують потреби на робочу силу зі сторони підприємств та організацій. Пропозиція формується залежно від демографічної ситуації в країні, віку, статі та освіти робочої сили. Визначальними факторами для робочої сили є її вартість та ціна. Заробітна плата працівників – це і є ціна, за яку вони можуть пропонувати свою робочу силу [1].

Одним з найважливіших показників, які характеризують стан ринку праці України є зайнятість населення.

За даними Державної служби статистики України, кількість зайнятого населення у віці 15 років і старше у I кварталі 2019 року становила майже 16,4 млн осіб (у сільській місцевості – 5,0 млн осіб, у міських поселеннях – 11,3 млн осіб). Рівень зайнятості склав 50,7% (у сільській місцевості – 47,2%, у міських поселеннях – 52,5%).

Чисельність зайнятого населення у віці 15-70 років у I кварталі 2019 року зросла, порівняно з таким же періодом 2018 року, на 227 тис. осіб та становила 16,3 млн осіб. Зокрема, у сільській місцевості чисельність зайнятого населення зросла на 102 тис. осіб та становила 5,0 млн громадян (або 31% загальної кількості зайнятих). У міських поселеннях чисельність зайнятих громадян зросла майже на 125 тис. осіб та становила 11,3 млн громадян (або 69% загальної кількості зайнятих). Рівень зайнятості населення зріс з 55,9% до 57,1%, у тому числі серед мешканців сільської місцевості з 52,8% до 54,2%, серед міських мешканців з 57,4% до 58,4% [2].

Наступним важливим показником, який визначає стан ринку праці, є рівень безробіття.

Кількість безробітного населення у віці 15 років і старше у I кварталі 2019 року становила 1,6 млн осіб (у сільській місцевості – 80,9 тис. осіб, у міських поселеннях – 1 064,9 тис. осіб). Рівень безробіття склав – 9,1% робочої сили (у сільській місцевості – 10,4%, у міських поселеннях – 8,6%).

Чисельність безробітних у віці 15-70 років у I кварталі 2019 року скоротилася, порівняно з таким же періодом 2018 року, на 67 тис. осіб та становила 1,6 млн. осіб. Зокрема, у сільській місцевості кількість безробітних зменшилася на 16 тис. осіб та становила 581 тис. громадян (або 35% загальної кількості безробітних). У міських поселеннях чисельність безробітних

зменшилася на 51 тис. осіб та становила 1,1 млн громадян (або 65% загальної кількості безробітних). Рівень безробіття скоротився з 9,7% до робочої сили до 9,2%. Серед мешканців сільської місцевості рівень безробіття скоротився з 10,9% до 10,4%, серед міських мешканців з 9,1% до 8,6%. Незважаючи на позитивну тенденцію рівень безробіття залишається досить високим, хоча нижчий в порівнянні з показниками країн Європи (Франція – 10,1%, Польща – 13,9%, Італія – 12,2%, Іспанія – 26,1%, Греція 26,6%, а також Португалія – 16,5% та Кіпр – 15,1%) [2].

Якщо розглядати регіональний аспект, то найвищі показники безробіття зафіксовано у Донецькій та Луганській областях. Вище середнього безробіття сягнуло також у Вінницькій, Волинській, Кіровоградській та Закарпатській областях. Головними причинами є погіршення політичної ситуації в країні за останні роки, часткова окупація Донецької та Луганської областей та анексія АР Крим. Ці події призвели до призупинення діяльності підприємств, скорочення робочих місць.

З січня 2019 року послуги державної служби зайнятості отримали 748,7 тис. зареєстрованих безробітних, у тому числі 42% (316,7 тис. осіб) мешканці сільської місцевості та 58% (432,0 тис. осіб) жителі міських поселень. Чисельність працевлаштованих за сприянням державної служби зайнятості становила 563,1 тис. осіб, зокрема 40% (225,5 тис. осіб) мешкали у сільській місцевості та 60% (337,6 тис. осіб) проживали у міських поселеннях.

Для профілактики безробіття та пом'якшення дисбалансу на ринку праці державною службою зайнятості здійснюється професійна орієнтація громадян. З початку 2019 року профорієнтаційними послугами було охоплено 710,1 тис. осіб, які мали статус безробітного, зокрема 43% (303,3 тис. осіб) з числа сільських мешканців та 57% (406,8 тис. осіб) проживають у місті.

Для забезпечення відповідності професійно-кваліфікаційного рівня безробітних вимогам роботодавців, за направленням служби зайнятості протягом січня-серпня 2019 року професійне навчання проходили 103,8 тис. безробітних, з яких 56% (57,6 тис. осіб) мешканці сільської місцевості та 44% (46,2 тис. осіб) жителі міських поселень. У громадських та інших роботах тимчасового характеру взяли участь 153,1 тис. осіб, з них 56% (85,0 тис. осіб) мешканці сільської місцевості та 44% (68,1 тис. осіб) жителі міста.

Станом на 1 вересня 2019 року статус безробітного мали 275,0 тис. осіб, зокрема 41% (112,9 тис. осіб) сільські мешканці та 59% (162,1 тис. осіб) мешканці міських поселень [2].

Найбільша кількість зайнятого населення за останні роки спостерігається у сфері оптової та роздрібної торгівлі, сільському господарстві та промисловості. Найнижчі показники зайнятості у сфері мистецтва, спорту, відпочинку та інформації, телекомунікації, сфері фінансової діяльності. Формування саме таких тенденцій на ринку праці відбувається через те, що Україна є сировинною і низько технологічною країною.

Одним з основних показників, що виділяють для характеристики ринку праці, є оплата праці. В Україні, у порівнянні з іншими країнами світу, вона вирізняється низьким рівнем, хоча за останній рік в гривневому еквіваленті

заробітні плати зросли, але у зв'язку з тим, що паралельно зросла й інфляція, населення не відчуло покращення рівня життя. Найвищі заробітні плати отримують працівники в галузі авіаційного транспорту – 34334 грн, або 375,6% до середнього рівня по економіці; у працівників, зайнятих поштовою та кур'єрською діяльністю, – 5 180 грн, або 56,7% до середнього рівня по економіці).

Серед найбільш затребуваних професій на ринку праці останні роки виділяють спеціалістів у ІТ та банківській сферах, HR-менеджери, маркетингологи, дизайнери.

Сьогодні на українському ринку праці втрачають свою актуальність наступні професії: юристи, адміністративні службовці на топ-менеджери. Людям даних професій досить важко у пошуку робочого місця з гідною оплатою праці.

В Запорізькій області найбільшим попитом у роботодавців користуються висококваліфіковані робітники: слюсарі-ремонтники, електрогазозварники, водії, кухарі, продавці, молодші медсестри, вихователі, офіціанти, трактористи та інші представників робочих професій. Крім цього, користуються попитом фахівці з високим рівнем кваліфікації: бухгалтери з відповідним досвідом роботи, лікарі, вчителі, фармацевти, провізори, економістів, а також інженерів різних галузей. Серед найпростіших професій найбільш затребувані підсобні робітники, вантажники, прибиральники, двірники, укладальники-пакувальники, комірники, сторожі та кухонні робітники.

Станом на 1 березня 2019 року на одну вакансію в середньому по Україні претендувало четверо безробітних (станом на 1 березня 2018 року – п'ять осіб). Кількість актуальних вакансій по Запорізькій області станом на початок серпня 2019 року – 3221 одиниця (у м. Запоріжжі – 1624 одиниці). Таким чином, на одне вільне робоче місце претендувало 4 безробітних осіб (у м. Запоріжжі – 2 безробітних). Приблизно три чверті вакансій, які пропонуються – це робітничі спеціальності, а 75% безробітних – люди з вищою освітою для яких ця робота вважається не підходящою. Тому маємо дисбаланс попиту і пропозиції робочої сили на ринку.

В Запорізькому регіоні за останній рік рівень зайнятості населення підвищився і нині можна говорити не про загальне, а лише про структурне безробіття, яке характеризується не недостатньою кількістю вакансій, а не відповідністю безробітного професійним чи віковим вимогам роботодавця. У містах та сільській місцевості ситуація різниться. Якщо у містах безробітними є переважно люди передпенсійного віку та молодь, яка необдуманно отримала ту професію, котра не користується попитом на ринку праці, то у сільській місцевості серед безробітних чимало людей середнього віку. На селі, як і раніше, економічна ситуація залишається складною, безробітні не мають сфери докладання сил. Основним видом працевлаштування для них залишається відкриття власного бізнесу.

Недостатня кількість робочих місць призводить до збільшення трудових міграцій як у межах України, так і за її кордони. Офіційно, на постійній основі на заробітках за кордоном перебуває 3 мільйони 200 тисяч громадян України.

Водночас, ця цифра не є сталою, зазначають у Мінсоцполітики, оскільки йдеться про різних людей: хто живе там постійно та тих, котрі приїжджають і від'їжджають. За даними міністерства, у цьому рухливому міграційному процесі беруть участь у середньому від 7 до 9 мільйонів українців на рік.

Низький рівень життя українців та пов'язана з цим міграція висококваліфікованих спеціалістів за кордон є ще однією причиною недостатності висококваліфікованих кадрів. Економічний спад, який зараз прослідковується в Україні породжує за собою ще одну проблему – відтік робочої сили. При чому, зараз територію України в пошуках роботи покидають як представники середнього класу, так і висококваліфіковані (30% мають вищу освіту) кадри. Крім того спостерігається стрімке збільшення міграції серед студентів. Навчальна міграція набула свого розвитку за рахунок можливості навчання з подальшим працевлаштуванням за кордоном.

Якщо ще кілька років тому міграція відзначалася сезонним характером, то останні два-три роки вона стає постійною. Найбільш привабливими для трудових мігрантів з України є Польща, Чехія, Італія, Білорусь та Росія. Таким чином, відкриття кордонів між Україною та Європейським Союзом спричинило відтік молоді. Україні необхідно спрямувати всі зусилля на збереження виробництва, щоб запобігти втраті ще більшої кількості працездатного висококваліфікованого населення.

Відомо, що іноземні інвестори, які повідкривали бізнес в Україні, розраховували на дешеву робочу силу. Тепер вони зіткнулися з чималими проблемами – браком робочих рук. Український ринок праці відчуває гострий голод кваліфікованих робітників. Якщо роботодавці хочуть залучити до себе робітників, вони мають пропонувати безробітним достойний зарібок, нормальні умови праці, можливість підвищити кваліфікацію, соціальну підтримку тощо. Тоді і в Україні буде можливість заробити непогані гроші, маючи відповідний фах.

Провівши аналіз ринку праці України можемо сказати, що ситуація достатньо складна. Інтеграційні процеси, вимагають удосконалення та проведення більш ефективної політики на ринку праці. Головними цілями мають бути зменшення безробіття, збільшення кількості робочих місць, створення вигідних умов праці, підвищення оплати праці, сприяння тому, щоб українські фахівці працювали на благо держави, адже проблема міграції трудових ресурсів залишається однією з ключових проблем на ринку праці України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пігуль В.В. Стан сучасного ринку праці України.
URL:<http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80117>
2. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Горбань С.Ф.,
кандидат технічних наук, доцент,
Поліщук С.С.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ

В сучасних умовах ринкової конкуренції людські ресурси відіграють найважливішу роль в діяльності кожного підприємства. Проблеми в роботі підприємства можуть виникати за рахунок того, що керівники віддають перевагу вирішенню фінансових та виробничих питань, проблем матеріально-технічного забезпечення або просуванню та збуту готової продукції. І зовсім не звертають уваги на персонал, який забезпечує стабільну діяльність підприємства по всім напрямом. Щоб знайти ефективні механізми управління різними людьми необхідно особливий, індивідуальний підхід до кожного працівника.

Процес управління персоналом являє собою сукупність принципів, методів та засобів цілеспрямованого впливу на персонал, що забезпечує максимальне використання їх інтелектуальних і фізичних здібностей та необхідних організації навичок для виконання трудових функцій щодо досягнення цілей підприємства. Ці завдання можна вирішити насамперед за рахунок створення професійного підбору персоналу. Однак високий професіоналізм працівника є недостатнім для того щоб він повноцінно розпочав нову роботу в новому колективі, необхідно допомогти йому адаптуватися. Цей процес потребує спеціальних знань та навичок менеджерів усіх ланок.

Впровадження системи управління адаптацією на підприємстві є досить складною задачею, але від неї залежить вирішення таких важливих завдань для підприємства, як зменшення стартових витрат, плинності кадрів; більш швидке досягнення бажаних показників; входження працівника в робочий колектив, у його неформальну структуру і відчуття себе членом команди; зниження тривожності і невпевненості нових працівників [1, с.642].

Недостатньо вивченими залишаються питання адаптації нових працівників на підприємствах в умовах трансформаційних перетворень в економіці. Відповідно до цього необхідним є розкриття особливостей процесу адаптації персоналу підприємства. Виходячи з цього, основним завданнями виступає визначення сутності адаптації нових працівників на підприємстві, встановлення її ролі у формуванні потенціалу розвитку та економічної безпеки, а також дослідження прогресивних методів та підходів, що сприятимуть входженню співробітника у колектив.

Актуальність дослідження пояснюється, перш за все, тим, що процедура адаптації персоналу покликана полегшити входження нових співробітників у життя організації. Професійна адаптація виступає важливим складовим

елементом системи підготовки кадрів і є регулятором зв'язку між системою освіти і виробництвом.

Трактування адаптації як процесу пристосування працівника до умов функціонування підприємства свідчить про його багатогранність, яка охоплює організаційно-виробниче середовище, в якому оптимально повинні проявитися професійні риси працівника з тим, щоб в результаті його праці досягти поставлених перед підприємством цілей. Тобто процес адаптації та його результативність повинні ґрунтуватись на взаємній узгодженості інтересів працівника і підприємства. Тільки в такий спосіб досягають результативності процесу адаптації працівника і поставлених перед підрозділом цілей.

Досвід передових підприємств показує, що процес взаємного пристосування працівника і підприємства успішно завершиться лише тоді, коли чинні норми, правила та виробничо-організаційні цінності колективу підприємства стають нормами і цінностями кожного окремого нового працівника, який залучається до роботи та активно виконує свої виробничі й соціальні функції [2, с.602].

Для більшого розуміння сутності процесу адаптації розглянемо систему адаптації на прикладі підприємства ТОВ «Еліт плюс». Підприємство входить в п'ятірку успішних компаній з надання професійних послуг у сфері аудиту, податків, управлінського і фінансового менеджменту.

Всі відділи ТОВ «Еліт плюс» можна розділити на дві категорії: відділи, що працюють безпосередньо з клієнтами і відділи підтримки. До першої категорії відносяться відділи аудиту, податковий, корпоративних фінансів. До другої групи належать фінансовий, маркетинговий, інформаційних технологій, відділ кадрів і професійної підготовки, а також відділ з управління інтелектуальними ресурсами.

Компанія у своїй діяльності орієнтується на розвиток і вирощування власних кадрів. Набір нових співробітників проводиться тільки на початкові позиції. Для цього залучаються випускники вузів. Гасло ТОВ «Еліт плюс»: «Ми не розраховуємо на людей з досвідом, а прагнемо прищепити їм необхідні для роботи навички в процесі роботи і навчання».

Процес адаптації нових співробітників у ТОВ «Еліт плюс» проводиться безпосереднім керівником нового працівника, контролюється та коригується відділом управління персоналу. Основною метою адаптації нових співробітників є ефективно залучення нового члена команди до активних процесів, що відбуваються в ТОВ «Еліт плюс» та підготовка лояльного працівника з акцентом на необхідні для успішної роботи навички та знання.

Безпосередній керівник розробляє план роботи на випробувальний термін для працівника та критерії його проходження. Нового працівника ознайомлюють з планом проходження випробувального терміну та критеріями його проходження на початку виконання його обов'язків. При якісному виконанні завдань випробувального терміну керівник доводить до відома відділ управління персоналом про результати роботи працівника. Наприкінці першого місяця роботи керівник проводить вивчення думки співробітників про працівника (соціометрія) для оцінки успішності проходження випробувального

терміну та адаптації в ТОВ «Еліт плюс». Адаптація нового працівника вважається успішною, якщо він засвоїв організаційну структуру, принципи та систему управління в ТОВ «Еліт плюс», дотримується правил внутрішнього трудового розпорядку та норм дисципліни праці, розподіляє та дотримується корпоративної культури.

Процес адаптації на ТОВ «Еліт плюс» включає наступні етапи:

– зустріч нового працівника у відділі управління персоналом, оформлення документів, ознайомлення зі структурою підприємства та підрозділами, особливостями взаємодії, посадовою інструкцією;

– знайомство з колективом та наставником;

– складання плану роботи на випробувальний термін;

– ознайомча екскурсія по підприємству;

– контроль ходу випробувального терміну, вивчення думки співробітників про працівника (соціометрія);

– закінчення випробувального терміну, оцінка працівника.

Щодо ефективності адаптації персоналу на ТОВ «Еліт плюс», був розрахований показник якості адаптації працівників до нового робочого місця роботи за формулою:

$$K_a = \frac{K_r}{K_n}, \quad (1)$$

де: K_a - коефіцієнт адаптації нових співробітників; K_r – чисельність працівників, які продовжили працювати після закінчення адаптації; K_n – загальна чисельність новоприйнятих працівників.

Так у 2017 році він склав 0,762, що вказує на низьку ефективність адаптації персоналу. У 2018 році відбулось зростання зазначеного показника до 0,84, отже система адаптації працівників у 2018 році зазнала позитивних змін, проте все рівно потребує вдосконалення.

Процес управління адаптацією це важливий елемент для успішної діяльності персоналу і всієї організації в цілому. Великим плюсом для підприємства є наявність фахівців з проведення адаптаційних заходів, з використанням відповідних програм, з урахуванням особистісних особливостей нових працівників. Найпоширеніші методи адаптації в Україні, це: інструктаж на робочому місці; наставництво; навчання без відриву і з відривом від робочого місця.

Проаналізувавши процес адаптації на підприємстві ТОВ «Еліт плюс», можна зробити висновок, що період адаптації на підприємстві може тривати від декількох тижнів, місяців до 1-2 років в залежності від посади. Найважливішим етапом адаптації можна назвати перші три місяці. За цей час новачок повинен освоїти нову діяльність, познайомитись з колективом. Процес адаптації на ТОВ «Еліт плюс» обов'язково повинен включати в себе три рівнозначних і взаємопов'язаних напрямків: організаційна адаптація; соціально-психологічна та виробнича адаптація.

З урахуванням вище зазначеного, розроблені теоретичні, методичні та практичні рекомендації щодо вдосконалення організації адаптації персоналу ТОВ «Еліт плюс» в сучасних соціально-економічних умовах. Для формування ефективної системи адаптації необхідно:

- при прийомі нового працівника в компанію видавати йому пам'ятку співробітника;

- для вирішення проблеми відсутності знань стосовно корпоративної культури, основних виробничих процесів, пропонуємо відзняти ролик про компанію, та демонструвати його протягом першого місяця адаптації;

- після першого робочого дня новачка було б бажано, провести дружню вечерю;

- швидше та якісніше адаптувати персонал допоможе проведення командо утворюючих тренінгів.

Внаслідок запропонованих заходів, з обґрунтованими розрахунками був визначений соціальний ефект від запропонованих заходів.

Таким чином, можна вважати, що запропоновані заходи позитивно вплинуть на підсумки адаптації, які призведуть, до зменшення плинності персоналу, впливатимуть на мікроклімат в колективі, задоволеність та лояльність персоналу до підприємства, що в цілому позитивно позначиться на його діяльності.

Отже, можна зробити висновок, що впровадження системи адаптації є складним і трудомістким завданням, вирішення якого впливає на зменшення витрат на управління персоналом, покращання показників ефективності його роботи, формуватиме позитивне ставлення до праці, колективу та лояльність до підприємства в цілому.

Для більш успішного входження у посаду працівників необхідно розробляти: адаптаційні заходи; перелік і зміст документів, які видаються працівникам на період адаптації; проводити адаптаційні тренінги для новачків. Крім того важливо безпосередньо контролювати процес адаптації, отримуючи зворотний зв'язок як від самого працівника, так і від його лінійного керівника протягом випробувального терміну. Успішність адаптації залежить від характеристик виробничого середовища та самого працівника.

Використання різноманітних інструментів для ефективної побудови адаптації дозволить забезпечити підприємство висококваліфікованим та конкурентоспроможним персоналом, здатним швидко справитися з поставленими завданнями, продемонструвати достатній рівень професіональних компетентностей і досвіду, стати частиною команди та знайти спільну мову з безпосереднім керівником.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бикова А. Л., Паранько Д. Д. Складові ефективної адаптації персоналу. *Молодий вчений*. 2016. № 12.1. С. 640-646.

2. Миронова О. М. Основні проблеми адаптації персоналу та методи їх вирішення на підприємствах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 602-607.

Gudz Petro,
doktor habilitowany, professor,
Narodowy Uniwersytet «Zaporizka politechnika»,
Czakowski Dariusz,
magister,
Kędzierska Magdalena,
magisterka,
Kujawsko-Pomorska Szkoła Wyższa w Bydgoszczy, Polska

FORMY I WARUNKI AKTYWIZACJI BIZNESU DZIAŁALNOŚCI W ROLNICTWIE W GMINIE BIAŁOŚLIWIE

Pojęcie motywacja jest postrzegane w różnoraki sposób. Zależy ono od człowieka. W niniejszym artykule badaniom podlega motywacja w rolnictwie. Do badań wzięliśmy pod uwagę kilka książek. Między innymi: „Zachowanie organizacyjne: motywacja, przywództwa, kultura organizacyjna», a także plan strategii rozwoju opisywanej w artykule gminy Białośliwie na lata 2016 – 2025. Celem pracy jest ukazanie czym jest motywacja robotników w rolnictwie oraz sposoby motywacji.

Motywacja jest przyczyną, dzięki której ludzie zachowują się w określony sposób. Pojęcia motywacji są definiowane w różnorodny sposób. Najczęściej ludzie rozumieją motywację jako stan gotowości do podjęcia postawionych im zadań. Występuje ona nie tylko w pracy, lecz także w różnych dziedzinach życia społecznego – w szkole, pracy w rolnictwie. Motywacja jest pewnym pragnieniem, które nie jest nigdy zaspokajane. Można wyróżnić trzy sposoby ogólnej motywacji wg M.W. Kopertyńskiej:

- 1) Podporządkowanie
- 2) Identyfikacja celu
- 3) Zaangażowanie [1, s 123].

W podporządkowaniu pracownicy w danej firmie bądź jednostce wykonują wszystkie zadania zlecone przez swojego przełożonego. Nie wyrażają oni swojego zdania, swojej opinii. Nawet jeśli pracownik chciałby coś zmienić, to nie powie tego swojemu przełożonemu, ponieważ będzie obawiał się nagany bądź utraty swojego stanowiska (zdegradowania) a nawet utarty pracy.

Identyfikacja celu to inaczej chęć osiągnięcia postawionego celu. Aby możliwe było osiągnięcie lepszych rezultatów, należy wspomóc pracownika, oferując pewne korzyści jakie będzie mógł otrzymać, jeżeli dany cel zostanie przez niego osiągnięty.

Z kolei zaangażowanie polega na tym, że pracownicy postrzegają ten cel jako własny. Aby firma osiągnęła wyższy poziom, to pracownik musi mieć świadomość, że to jemu jako jedynej osobie powierzono wykonanie określonego celu, zadania a także że jest to w jego interesie [2, s. 15-28].

Zbyt silna motywacja nie jest dobrym zjawiskiem. Może ona spowodować, że po pewnym czasie zrezygnujemy z konkretnego działania. Pojawiają się wtedy pewne zahamowania w wykonywaniu tych zadań. Pracownicy zaczynają popełniać coraz więcej błędów. Poza zbyt silną motywacją może wystąpić także zbyt słaba

motywacja pracowników. Powierzone im zadania do wykonania nie zawsze przynoszą takie efekty, jakie kierownictwo sobie ustaliło i jakich się spodziewało.

W obecnych warunkach decyzje podejmowane przez producentów rolnych związane są z dużym poziomem niepewności oraz spekulacji w stosunku do możliwych scenariuszy rozwoju. Producenci muszą zastanowić się, czy aby w ciągu najbliższych kilku lat wypracują jakiś zysk.

Podstawową formą jest odpowiednia cena za wyprodukowane przez rolników produkty. Jeśli otrzymują odpowiednią cenę za np. czereśnie, to motywuje ich to do posadzenia kolejnych drzew owocowych w celu zwiększenia liczby owoców, które będą sprzedawać. To samo tyczy się bydła. Odpowiednia cena mleka jest radością dla rolnika. Jeśli jest odpowiednio wysoka, może on jeśli jest w stanie i posiada takie warunki, dokupić kolejne sztuki bydła. Wiadomo, że nie od razu wcześniej wspomniane czereśnie zaczną owocować a krowy dawać mleko. Wszystko jest związane z kosztami.

Poza odpowiednią ceną za dany towar wpływ ma także cena za wszelkie niezbędne rzeczy do wytworzenia danych produktów. Nawozy, pokarm dla zwierząt, opryski na wszelkiego rodzaju potrzeby – wszystko związane jest z kosztami. Ich odpowiednio niska cena motywuje rolników aby dalej prowadzić tą działalność rolniczą.

Motywatorem są także środki, które rolnicy mogą otrzymać z Unii Europejskiej, czyli tak zwane dotacje. Mogą oni je przeznaczyć na określony cel – np. zakup ciągnika rolniczego.

Przykładowe dotacje przyznawane rolnikom w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020:

Gmina Białośliwie jest jedną z gmin powiatu pilskiego w części południowo-wschodniej, w województwie wielkopolskim. Położona jest blisko rzeki Noteć i przy drodze wojewódzkiej numer 190. Gmina ta zajmuje obszar 75,57 km². Według danych 2015 roku gminę zamieszkiwało 4951 mieszkańców. Wójtem gminy jest pan Krzysztof Rutkowski od 2015 roku. Gmina ta sąsiaduje z gminą Wyrzysk, oddaloną o 15 km. Sąsiaduje także z gminami: Wysoka, Miasteczko Krajeńskie a także Szamocin, który znajduje się w powiecie chodzieskim. Gminę Białośliwie tworzą miejscowości: Białośliwie, Niezychowo, Dębówko Nowe, Dębówko Stare, Otylin, Niezychówko, Dworzakowo, Kocik Młyn, Krostkowo, Jańczyn, Wymysłowo, Pobórka Mała, Pobórka Wielka i Tomaszewo [3, s. 8].

Rolnictwo jest jednym z najważniejszych sektorów kształtujących gospodarkę. W gminie Białośliwie z tego sektora można wyłonić bardzo istotną branżę – sadownictwo. Sektor ten pełni bardzo istotną rolę, ponieważ dzięki sadownictwu dużo osób może podjąć pracę, chociażby sezonową. Tym co wyróżnia gminę to wysoki udział sadów, które zajmują ponad 11% powierzchni ogółem. W zdecydowanej większości gmin w Polsce udział tej kategorii z reguły nie przekracza 1-2%. Gmina jest znaczącym producentem owoców w całym regionie Polski północno-zachodniej. Produkcja rolnicza może rozwijać się dzięki temu, że gmina posiada korzystne warunki przyrodnicze.

Pomoc na rozpoczęcie działalności gospodarczej na rzecz rozwoju małych gospodarstw w rolnictwie:

1. Premia może zostać przyznana rolnikowi, jeżeli m.in.:

jest posiadaczem samoistnym lub zależnym:

gospodarstwa rolnego, obejmującego co najmniej 1 ha gruntów ornych, sadów, łąk trwałych, pastwisk trwałych, gruntów rolnych zabudowanych, gruntów pod stawami lub gruntów pod rowami, lub

nieruchomości służącej do prowadzenia produkcji w zakresie działów specjalnych produkcji rolnej, położonych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, którego wielkość ekonomiczna jest mniejsza niż 13 tys. euro;

jest obywatelem państwa członkowskiego Unii Europejskiej;

jest pełnoletni w dniu złożenia wniosku;

przedłożył biznesplan dotyczący rozwoju gospodarstwa oraz zobowiązał się do jego realizacji;

w gospodarstwie, którego jest posiadaczem, prowadzi w celach zarobkowych, osobiście i na własny rachunek, działalność rolniczą w zakresie produkcji roślinnej lub zwierzęcej, z wyłączeniem chowu i hodowli ryb.

2. Forma i wysokość pomocy: Premia w wysokości 60 tys. zł (jednak nie więcej niż równowartość 15 tys. euro), płatna w II ratach:

I rata – 80% całkowitej wartości pomocy, ale nie więcej niż 48 tys. zł (wniosek o płatność I raty składa się w terminie 6 miesięcy od dnia doręczenia decyzji o przyznaniu pomocy);

II rata – 20% całkowitej wartości pomocy, ale nie więcej niż 12 tys. zł (wniosek o płatność II raty składa się po realizacji biznesplanu, jednak nie później niż do dnia upływu 3 lat od dnia wypłaty pierwszej raty pomocy i nie później niż do dnia 31 sierpnia 2023 r.).

Pomoc w tym zakresie przyznaje się na dane gospodarstwo tylko raz.

Gmina Białośliwie oprócz wyżej wymienionych projektów korzystała także z innych, które nie są związane typowo z rolnictwem. Jednym z nich było poddziałanie „Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność», w ramach działania „Wsparcie dla rozwoju lokalnego w ramach inicjatywy LEADER», objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 - 2020. Dotyczył on budowy i przebudowy placów zabaw a także budynku rekreacyjnego w tej gminie. Obejmował przebudowę dwóch placów zabaw oraz budowę placu zabaw jak i budowę budynku rekreacyjnego. Wartość dofinansowania wynosiła 120 895zł.

Wykorzystano także program „Program Operacyjny Wiedza, Edukacja, Rozwój na lata 2014 2020». Dotyczyło to przedsięwzięcia Cyfrowy rozwój samorządów – nowe obszary świadczenia e – usług w 14 gminach województwa Wielkopolskiego, w tym właśnie gminy Białośliwie. Celem projektu jest podniesienie jakości usług administracyjnych istotnych dla prowadzenia działalności gospodarczej w powyższych gminach województwa wielkopolskiego. Poprzez wdrożenie rozwiązań ICT poprawiona zostanie efektywność usług w obszarach podatki i opłaty lokalne, zarządzanie nieruchomościami, a także podniesione zostaną kompetencje pracowników samorządowych. Poprawiając dostęp do usług publicznych usprawniona zostanie obsługa klientów w gminach partnerskich. Rezultatem projektu

będzie wdrożenie w każdej gminie uczestniczącej nowego narzędzia internetowego do obsługi mieszkańców i przedsiębiorców.

Kolejnym projektem, który był wykorzystany to „Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie». Operacja typu „Inwestycje w targowiska lub obiekty budowlane przeznaczone na cele promocji lokalnych produktów» pn. Modernizacja-przebudowa targowiska gminnego w ramach zadania pn. „Utwardzenie terenu przy świetlicy wiejskiej w Białosłiwie wraz z wykonaniem ogrodzenia placu», mająca na celu przystosowanie istniejącego gruntowego terenu targowiska do wymagań określonych w Rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 20 lipca 2016 r. dzięki modernizacji - przebudowie targowiska gminnego przeznaczonego do promocji lokalnych produktów, współfinansowana jest ze środków Unii Europejskiej w ramach poddziałania „Wsparcie inwestycji w tworzenie, ulepszanie i rozwijanie podstawowych usług lokalnych dla ludności wiejskiej, w tym rekreacji i kultury, i powiązanej infrastruktury» Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 - 2020. Wnioskowana kwota pomocy to 169 087zł.

Dzięki tym programom dużo gospodarstw rolnych się rozwinęło. Wykorzystując te dotacje dużo rolników zaopatrzyło się m.in. w nowy sprzęt rolniczy, który jest niezbędny do wykonywania ich pracy. Programy te zachęcają też młodych rolników, aby pracowali w tym zawodzie, nawet jeśli jego gospodarstwo jest małe. Poza rolniczymi dotacjami, gmina uzyskała także inne, które pomogły w jej rozwoju.

Motywacja spełnia ważną funkcję w każdym sektorze. Zarówno jak w przedsiębiorstwach prywatnych jak i w rolnictwie. Myślę, że w rolnictwie jest bardzo ważna, gdyż to dzięki rolnictwu każdy z nas jest w stanie żyć. Dzięki rolnikom mamy dobra podstawowe – m.in. chleb, który jest każdemu z nas potrzebny. Dzięki motywacji każdy realizuje swoją pracę z większym entuzjazmem.

Motywacja w rolnictwie jest bardzo ważnym czynnikiem. Dzięki różnorodnym programom, które rolnicy mogą otrzymać z Unii Europejskiej, wytwarzają oni więcej jak i nowocześniej. Dzięki nim rolnicy są w stanie zwiększyć swoje możliwości. To ich motywuje do wykonywania swojej pracy. Dzięki programom pomocy z Unii Europejskiej, mogą oni modernizować swoje gospodarstwa.

REFERENCES

1. Borkowska S. (2015), System motywowania w przedsiębiorstwie, PWN, Warszawa/
2. Kopertyńska M. W. (2018) Motywowanie pracowników – teoria i praktyka, Placet, Warszawa
3. Urząd Gminy w Białosłiwie. Strategia Rozwoju Gminy Białosłiwie na lata 2016 – 2025. URL http://bip2.bialoslawie.pl/content.php?cms_id=796%7C%7Cm=29
4. PROW, Poddziałanie 6.3. Pomoc na rozpoczęcie działalności gospodarczej na rzecz rozwoju małych gospodarstw. URL <https://www.arimr.gov.pl/pomoc-unijna/prow-2014-2020/poddzialanie-63-pomoc-na-rozpozecie-dzialalnosci-gospodarczej-na-rzecz-rozwoju-malych-gospodarstw.html>.

*Дороніна О.А.,
доктор економічних наук, професор,
Бернадська Ю.О.,
студент,
Федорченко О.Г.,
студент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНІВ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

На сучасному етапі розвитку економіки трудовий потенціал та його якість є провідним чинником конкурентоспроможності регіонів. Однак, у той же час, в Україні в цілому та у окремих регіонах останніми роками констатовано тенденції руйнування трудового потенціалу, що стали причинами уповільнення темпів економічного та соціального розвитку. Отже, питання оцінки стану трудового потенціалу, що будуть покладені в основу регіональних програм мають стати важливим акцентом соціально-економічного управління на регіональному та національному рівнях.

Проблеми і перспективи розвитку трудового потенціалу, а також стан сфери його практичної реалізації – національного та регіональних ринків праці, досліджено у роботах провідних науковців: В. Антонюк, С. Бандура, Д. Богині, В. Герасимчук, О.Грішнєвої, А. Колота, І. Кравченко, В. Онікієнка, В. Петюха, І. Петрової, Е. Лібанової, Л.Лісогор, Л.Шаульської та інших. Незважаючи на глибоку теоретичну опрацьованість зазначеного питання, прикладний аспект управління трудовим потенціалом на регіональному рівні не втрачає свої актуальності.

Метою даного дослідження є оцінка базових компонентів трудового потенціалу Подільського регіону та визначення перспектив його розвитку в системі пріоритетів соціально-економічного управління.

У науковій літературі трудовий потенціал визначається як частина населення працездатного віку, які здатні та мають намір проводити трудову діяльність відповідно до стану здоров'я, психофізіологічних особливостей, рівня освіти, спеціальності та соціально-етнічної приналежності [4]. Управління трудовим потенціалом має ґрунтуватися на достовірній та всебічній його оцінці, що дозволяє сформулювати повне уявлення щодо його поточного стану, переваг, недоліків та обґрунтувати напрями його розвитку.

Оцінку трудового потенціалу найчастіше проводять з використанням системи кількісних та якісних показників. Трудовий потенціал з кількісного боку визначають, перш за все, загальною чисельністю населення працездатного віку, а що стосується якісної сторони, то її визначають статевовіковою структурою, рівнем освіти, професійними вміннями та мобільністю [5].

З використанням даних офіційної статистики проведемо оцінку трудового потенціалу Подільського регіону, що охоплює Житомирську, Хмельницьку та

Вінницьку області. Зазначимо, що в структурі економіки досліджуваних областей переважають сільське господарство та переробна промисловість; значна частина населення проживає у сільській місцевості.

Виходячи з даних табл. 1, можна стверджувати, що за аналізований трирічний період динаміка чисельності населення у всіх трьох областях була спадною. У 2018 р., порівняно з 2016 р., чисельність населення Житомирської, Хмельницької та Вінницької області скоротилася на 1,3%, 1,6% та 1,9% відповідно.

Таблиця 1

**Динаміка природного приросту населення
Подільського регіону у 2016–2018 рр. [1,2,3]**

Область	Чисельність наявного населення, тис. осіб			Природний приріст, скор. нас., осіб		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Житомирська	1247,5	1240,482	1231,239	- 7126	- 8355	- 9615
Хмельницька	1289,841	1279,838	1269,557	- 7239	- 8076	- 9038
Вінницька	1590,4	1575,808	1560,394	- 9301	- 9924	-11572
Разом	4127,74	4096,13	4061,2	-23666	-26355	-30225

За досліджуваний період чисельність наявного населення регіону в цілому скоротилася на 66,54 тис. осіб, у тому числі на 30,225 тис. осіб за рахунок природного скорочення населення. Отже, наявна від’ємна динаміка чисельності населення, що впливає на чисельність працездатного та економічно-активного населення негативно впливає на формування трудового потенціалу, а також є стримуючим чинником регіонального розвитку.

Слід зазначити, що розширене відтворення населення Подільського регіону можна забезпечити за рахунок високого рівня охорони здоров’я, стимулювання народжуваності, що обумовлює необхідність врахування та оцінювання якості медичного забезпечення та внутрішньої політики місцевих органів влади. Важливу роль має врегулювання міграційного руху мешканців досліджуваних областей, що є комплексним та складним завданням соціально-економічного управління.

При оцінюванні трудового потенціалу важливо дослідити населення за економічною активністю (рис. 1). Показник економічної активності характеризує населення як чоловічої, так і жіночої статі віком від 15 до 70 років, котре протягом певного проміжку часу забезпечує пропозицію робочої сили на ринку праці.

З рис. 1 видно, що у 2016-2018 рр. кількість зайнятого та безробітного населення у Вінницькій області має не однозначну тенденцію, але за три роки кількість зайнятих знизилася, а безробітних – несуттєво зросла. Саме ця область характеризується найбільшим у Подільському регіоні числом економічно активного населення -724, 3 тис. осіб у 2018 р. Кількість зайнятого населення Житомирської та Хмельницької області мала тенденцію до збільшення. Що стосується чисельності безробітних, то можна спостерігати позитивні зміни у Хмельницькій області - за останні 3 роки вона знизилась на 5 тис. осіб.

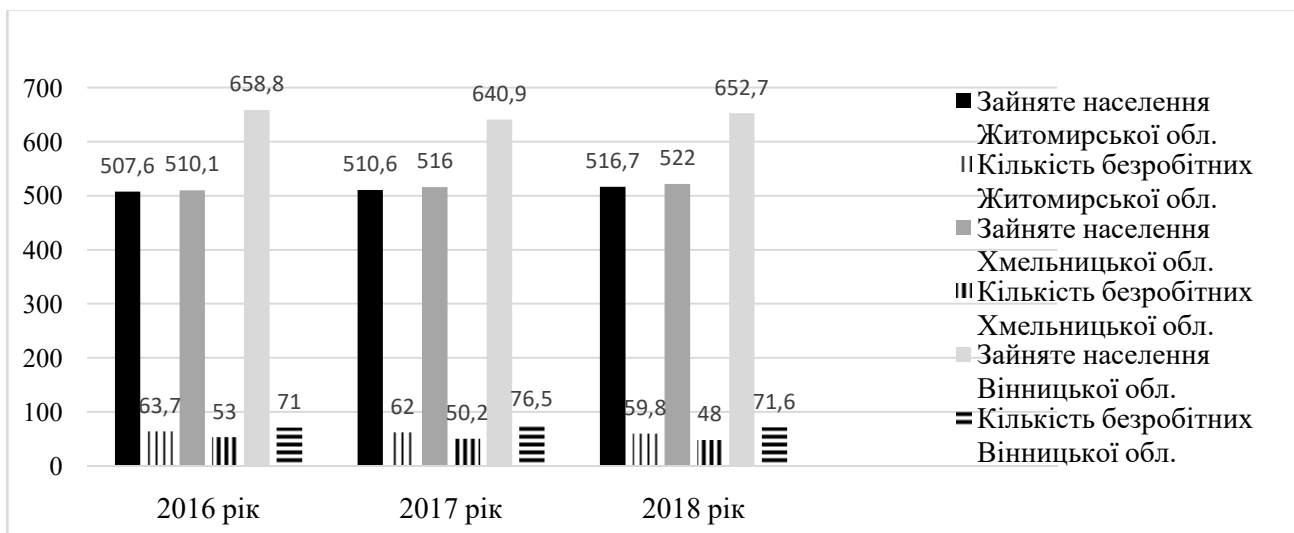


Рис. 1. Динаміка чисельності зайнятого та безробітного населення Подільського регіону у 2016-2018 рр., тис.осіб [1; 2; 3]

Але все одно безробіття залишається стримуючим чинником розвитку економіки, що несе в собі негативні соціальні та економічні наслідки як для регіону в цілому, так і для осіб, що не мають роботи. При цьому, зокрема бюджети втрачають доходи у вигляді податків, а витрати збільшуються за рахунок виплат по безробіттю.

Однією із проблем, якій потрібно приділити увагу в контексті оцінювання трудового потенціалу є внутрішня та зовнішня міграція населення (рис. 2).

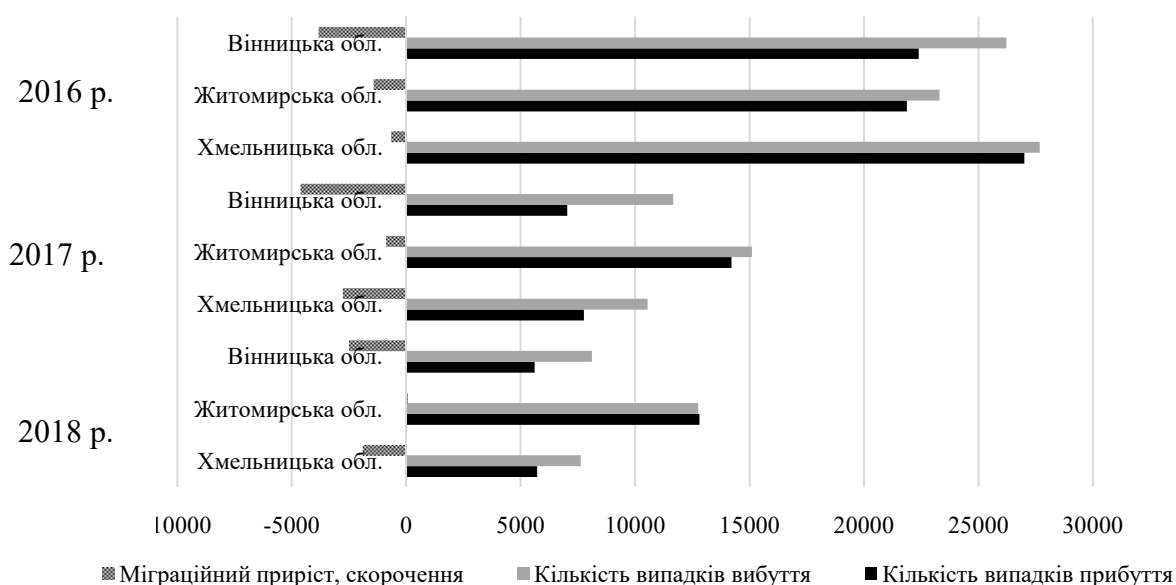


Рис. 2. Міграційний рух населення Подільського регіону [6]

З рис. 2 наочно видно, що у Вінницькій області міграційний рух населення у 2017 р. значно збільшився, у порівнянні з 2016 р. У Житомирській – навпаки, можна побачити позитивну тенденцію, адже у 2018 р. кількість людей, що прибули до регіону дорівнює кількості людей, що виїхали. У Хмельницькій області міграційне скорочення населення у 2018 р. дещо стабілізувалося порівняно з 2017 р.

Важливу роль у формуванні трудового потенціалу відіграє освітня складова. Саме рівень освіти впливає на його якість та конкурентоспроможність (табл. 2).

Таблиця 2

Кількість випускників закладів освіти регіону [6]

Роки	Заклади професійної (професійно-технічної) освіти, тис.ос.	Заклади вищої освіти	
		коледжі, технікуми, училища, тис.ос.	університети, академії, інститути, тис.ос.
2016	285,8	68,0	318,7
2017	269,4	61,2	359,9
2018	255,0	55,5	357,4

Проаналізувавши ситуацію за останні роки, можна побачити негативну тенденцію щодо скорочення кількості осіб, які закінчили професійно-технічні заклади та ЗВО. При цьому, за умови дефіциту на рику праці робітничих професій, кількісно переважає чисельність випускників ЗВО. Така ситуація потребує перегляду механізмів регулювання системи освіти та її якості.

З метою покращення якості трудового потенціалу регіону мають реалізовуватись такі напрямки: задоволення потреб регіону працівниками необхідних професій і кваліфікацій, які відповідають вимогам змін в економіці та технічному рівню виробництва; дослідження та аналіз ринку праці задля виявлення його насиченості фахівцями однієї професії та недопущення недостатньої кількості фахівців іншої професії; здійснення підготовки населення за новими перспективними професіями; сприяння трудовій активності населення, розвитку підприємництва та різних форм самозайнятості.

Трудовий потенціал за умови ефективної системи управління ним спроможний стати провідною рушійною силою перетворень регіональних соціально-економічних систем. В той же час, як інтегральна та багаторівнева категорія він потребує комплексного та системного впливу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Головне управління статистики у Житомирській області. URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення 15.10.2019).
2. Головне управління статистики у Хмельницькій області. URL: <http://km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm> (Дата звернення 15.10.2019).
3. Головне управління статистики у Вінницькій області. URL: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення 15.10.2019).
4. Козар В. В. Трудовий потенціал регіонів України в євроінтеграційному вимірі: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Вінниця, 2016. С. 240.
5. Мігай Н.Б. Моніторинг ефективності використання трудового потенціалу регіону. «Молодий вчений», № 4.4 (44.4). Квітень, 2017 р. С. 77-81.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення 10.10.2019).

*Дороніна О.А.,
доктор економічних наук, професор,
Вигонюк А.В.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ В УКРАЇНІ

Надання якісних медичних послуг та найбільш раціональне використання наявних ресурсів є одним з найважливіших завдань реформи охорони здоров'я в Україні. На шляху до підвищення якості послуг в медичній галузі потрібні нові методи та моделі інституційного розвитку. Важливого значення набуває обґрунтування пріоритетів управління якістю, що матимуть довгостроковий характер та сприятимуть реалізації стратегії розвитку сфери охорони здоров'я. На нашу думку, саме надання якісної медичної допомоги є одним з пріоритетних чинників зниження рівня смертності населення України, зростання середньої тривалості життя та покращання демографічної складової показника людського розвитку в цілому. Таким чином, забезпечення професійного та системного управління якістю медичної допомоги в Україні на стратегічних засадах сприятиме досягненню важливих соціально-економічних ефектів на усіх рівнях (від індивідуального до національного).

Відповідно до чинного в Україні законодавства [1], оцінка якості медичної допомоги передбачає визначення відповідності наданої медичної допомоги встановленим стандартам у сфері охорони здоров'я.

Об'єктами контролю якості медичної допомоги у закладі визначено структурні, процесуальні та результативні компоненти системи, зокрема, кваліфікація спеціалістів, організація медичної допомоги, реалізація управлінських рішень з питань якості, дотримання стандартів, протоколів медичної допомоги, випадки дефектів, несприятливих наслідків лікування та скарг громадян, забезпечення прав та безпеки пацієнтів, вивчення їх думки щодо отриманої медичної допомоги [2, с. 24].

Контроль за якістю як складова процесу управління призначений забезпечити реалізацію стратегічної мети – досягнення позитивного кінцевого результату лікування пацієнта та його задоволеність від отриманої медичної допомоги шляхом встановлення рівня відповідності визначених компонентів (характеристик) якості медичної допомоги прийнятним вимогам. Це передбачає збір даних про фактичні характеристики медичної допомоги на основі їх моніторингу за визначеними критеріями, порівняння отриманих даних з вимогами нормативів, стандартів, протоколів, інструкцій, виявлення відхилень (невідповідностей) та їх оцінку, аналіз причин відхилень, використання аналітичної інформації для підтримки прийняття управлінського рішення з поліпшення якості медичної допомоги. Таким чином реалізується зворотний зв'язок в системі управління якістю [3, с. 4].

Розроблення та затвердження інформаційної бази й критеріїв надання медичних послуг покладається на керівника закладу охорони здоров'я. Система контролю повинна ґрунтуватись на максимальному ступені об'єктивності оцінки, охоплювати усі компоненти якості та слугувати орієнтирами на шляху досягнення запланованих цілей з надання медичної допомоги. Критерії якості деталізуються для кожного структурного підрозділу і кожного співробітника, відповідно до виду і обсягу медичної допомоги, визначених положеннями про структурні підрозділи та посадовими інструкціями.

Керівник закладу охорони здоров'я здійснює оперативний контроль якості на основі аналізу узагальнених даних головних позаштатних спеціалістів, заступника з лікувальної роботи та голів експертних комісій, що діють у закладі. На рівні структурного підрозділу закладу охорони здоров'я оперативний контроль результатів наданої медичної допомоги здійснюється завідувачем шляхом оцінки якості за сукупністю випадків медичної допомоги, наданою пацієнтам за визначений період часу [1].

Сучасний підхід до розрахунку оплати праці лікарів передбачає врахування показників якості наданої ними медичної допомоги, тому завідувачі структурних підрозділів повинні проводити аналіз зібраних показників щомісячно. До критеріїв оцінки праці лікарів слід обов'язково враховувати дотримання статистичної дисципліни, виконавчої дисципліни, наявність обґрунтованих скарг пацієнтів та їхніх родичів, дотримання норм медичної етики та деонтології, зафіксовані випадки грубої лікувально-діагностичної похибки. Саме це зможе забезпечити зростання мотивованості лікарів та медичного персоналу у підвищення якості медичних послуг й усунути диспропорції в оплаті праці різної якості, що мали місце за умов використання традиційних підходів на основі ЄТС.

Кожен суб'єкт контролю якості за результатами його проведення формує значні обсяги інформації, які повинні відповідати певним вимогам, а саме: цінність зібраних даних, відсутність помилок при зборі та інтерпретації інформації, своєчасне подання необхідних показників, достатня обробка даних та передача на вищий рівень. Збір та передача інформації стосовно якості є відповідальним та тривалим процесом, тому він не повинен перевантажувати задіяний персонал надмірними витратами часу.

Автоматизація процедур контролю з використанням комп'ютерної техніки та спеціального програмного забезпечення суттєво полегшує роботу по збору та обробці необхідної інформації. Зазначеним вимогам відповідають медичні інформаційні системи – комплекс методологічних прийомів, технічних засобів і алгоритмів управління, призначених для збору, зберігання, обробки й передачі інформації з питань контролю якості медичної допомоги на різних рівнях управління. Виконання державних та місцевих програм інформатизації галузі охорони здоров'я в ході реформи дозволяє поступово вирішувати питання забезпечення медичних закладів комп'ютерною технікою, програмними продуктами та навчання персоналу користуватись ними [4].

В Україні формується єдиний електронний простір на всіх рівнях управління галуззю, що прискорить рух інформації для потреб пацієнтів,

медичних працівників, керівників, науковців, зокрема, в частині її використання з метою контролю якості медичної допомоги. Зокрема, на Вінниччині у 2019 році заплановано укомплектувати усі заклади охорони здоров'я вторинного та третинного рівня медичними інформаційними системами.

Суттєвим моментом вдосконалення процесу управління якістю послуг стане впровадження електронних документів – електронної історії хвороби, електронного паспорту пацієнта, які містять відомості про клінічні діагнози, лікарські призначення, результати лабораторних тестів і діагностичних досліджень, динаміку захворювання і дефекти під час надання медичної допомоги, тривалість перебування пацієнта в стаціонарі, що дозволить в режимі реального часу і в найкоротші терміни відслідковувати клінічний результат, здійснювати підрахунки вартості кожного клінічного випадку, оцінювати рівень і обсяг небезпечних втручань [3, с. 7].

Зазначені можливості медичних інформаційних систем стали важливим інструментом для керівників медичних закладів при прийнятті обґрунтованих рішень в умовах дефіциту фінансових, кадрових і матеріально-технічних ресурсів. Запровадження і використання інформаційних технологій прискорить обмін інформацією і комунікації в системі контролю якості медичної допомоги, знизить ризики і невизначеність за рахунок достатнього обсягу інформації, які, як правило, обумовлюються її дефіцитом при прийнятті управлінських рішень.

Необхідною також є розробка сучасних підходів щодо організації контролю якості медичної допомоги в закладах охорони здоров'я, зокрема, відповідно до потреб інформаційного забезпечення прийняття керівниками управлінських рішень з поліпшення якості

Таким чином, стратегічні пріоритети управління якістю спеціалізованої медичної допомоги в Україні мають ґрунтуватися на комплексних критеріях та методиках оцінювання якості, що забезпечують реалізацію інтересів споживачів медичних послуг; компетентному та мотивованому кадровому складі медичних установ, що очолюються керівниками зі стратегічним мисленням; відповідному інформаційному та технічному забезпеченні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наказ Міністерства охорони здоров'я України «Про порядок контролю якості медичної допомоги від 28.09.2012 р. № 752. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1996-12> (дата звернення: 15.10.2019 р.).
2. Вороненко Ю.В., Гойда Н. Г., Децик О. З. Організація контролю якості медичної допомоги в закладах охорони здоров'я. Методичні рекомендації. Київ, 2013. С. 24-25.
3. Проект Національної стратегії побудови нової системи охорони здоров'я в Україні на період 2015-2025 URL: <https://www.apteka.ua/article/315522> (дата звернення: 11.10.2019 р.).
4. Чабан О.П., Бойко О.В. Розроблення методики оцінювання рівня якості медичних послуг. Тези доповіді Міжнародної науково-практичної конференції «Управління якістю в освіті та промисловості: досвід, проблеми та перспективи». Львів, 2013. С.209.

*Дубель М.В.,
аспірант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ЗМІНИ В СТРУКТУРІ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

«Цифровізація» стала новим етапом розвитку світової економіки з точки зору розробки, впровадження та поширення нових технологій. Саме тому її вплив на розвиток міжнародної торгівлі є визначальним - спостерігається вибухове зростання цифрових транзакцій і цифровий торгівлі в масштабах світового господарства. Ключовим результатом цифрових трансформацій для міжнародної торгівлі є створення нових ринків, товарів і бізнес-моделей на основі нових цифрових технологій («інтернет речей», штучний інтелект, блокчейн, Big Data). В умовах цифровізації, однак, виникає певна складність визначення все більш розмитих кордонів між товарами і послугами.

Основними проявами цифровий трансформації міжнародної торгівлі виступають:

- масштабний розвиток електронної комерції, в якому (включаючи як внутрішній, так і транскордонний) велику частку займають поставки B2B (англ. - Business-to-business), тобто поставки між підприємствами [1, с. 23]. При цьому в режимі онлайн вкрай географічно концентрована: лише на чотири країни (Китай, Японія, Республіка Корея і США) припадає 50% її обороту.

- інтенсивний розвиток зовнішньої торгівлі інформаційно-комунікаційних-ними послугами, частка яких в міжнародній торгівлі в період 2005-2016 рр. збільшилася вдвічі .

- розвиток цифрових платформ електронної комерції. Ефекти впровадження цифрових технологій відчуються значними верствами населення світу саме за рахунок торгових платформ, які розмивають кордони між компаніями. За рахунок цифрових платформ бізнес формує глобальні «платформні» компанії, в яких вартість генерується за рахунок ефекту мережі, що інтегрує постачальників, виробників і клієнтів. Конгломерат Alibaba на базі цифрових технологій лише за два роки довів чисельність своєї клієнтурі до 1 млн чол., а за півтора десятиліття інтегрував на своїй платформі 9 млн різних торговців в мережі Інтернет, довівши свій оборот до 700 млрд долл [2, с. 5-6] . У відомої компанії Amazon (США) 32% чистих продажів вже є закордонними, а у Ali Express (міжнародний сегмент китайської компанії Alibaba) є 60 млн покупців по всьому світу [3]. Інтенсивно розвиваються і такі глобальні «платформні» компанії, як Flipkart (Індія), Jumia (Нігерія). Розвиток таких платформ, однак, актуалізує все нові проблеми, що стосуються оподаткування і конкуренції.

Нові цифрові технології сприяють трансформації міжнародної торгівлі, створюють нові можливості для більш інклюзивної торгової системи, однак несуть в собі і нові виклики. За даними СОТ, за період 1996-2014 рр. під

впливом технологічних переваг відбулося зниження витрат в міжнародній торгівлі на 15% [4, с. 65-66], основні з яких позначені в таблиці 1.

Таблиця 1

Вплив окремих видів витрат на міжнародну торгівлю

Вид витрат	Частка в структурі сукупних витрат транскордонної торгівлі (%):	
	товарами	послугами
Транспортні	37	17
Логістичні	11	11
Витрати перетину кордону	5	6
Інформаційні	24	30
Транзакційні витрати	11	15
Витрати, пов'язані з подоланням торгово-політичних бар'єрів	12	21

Принциповим і значущим є вплив параметрів цифровізації на окремі види витрат. Зокрема: транспортні витрати зменшуються за рахунок штучного інтелекту, автономного водіння і GPS-навігації; логістичні витрати можливо знижувати за рахунок відстеження відвантажень за допомогою «інтернету речей», що дозволить до 2025 року знизити витрати на контейнери на 13 млрд долл.[5,р.4]; «Розумні роботи» сприяють зниженню витрат на зберігання і т.д. Під впливом нових технологій зменшилися витрати на зв'язок, тому ступінь вертикальної інтеграції компаній знизилася, що зумовило передачу різних функцій компаній на зовнішній підряд. У літературі наводиться хороший приклад з компанією ІКЕА, вертикальна інтеграція якої в країні свого походження (Швеції) стала базою для її подальшої інтернаціоналізації в 1980-1990-і рр. Далі зменшення бар'єрів в торгівлі дозволило компанії формувати ГЛСВ, а інтернет-технології сприяли перетворенню цих ГЛСВ і тепер компанія виробляє значну частину продукції на основі інтернет-торгів, і її постачальниками є компанії з різних країн світу [6, с.36].

Однак, свою негативну роль вносять витрати, пов'язані з перетином кордону (митні формальності іноді можуть бути більш витратними, ніж традиційні митні тарифи). В одному з досліджень [7, с. 121] було доведено, що збільшення на 10% митних формальностей веде до зниження експорту на 3,8%, і цей вплив найбільшою мірою позначається на нових імпортерах, менш розвинених країнах, а також на товари, «чутливих до часу» (наприклад швидкопсувних). Разом з тим, застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій знижує час на проходження митних формальностей на кордоні. У 2017 році набула чинності Угода СОТ про спрощення процедур міжнародної торгівлі (англ. - Trade Facilitation Agreement), покликане модернізувати процеси експорту та імпорту і спростити митні процедури.

Очікується, що повна імплементація норм цієї Угоди дозволити знизити торгові витрати в середньому на 14,3% [8, р. 121]. Ключова роль з точки зору спрощення митних процедур відводиться технологіям блокчейн і системам штучного інтелекту.

З процесами проникнення і розповсюдження цифрових технологій міжнародна торгівля деякими товарами може рости, а деякими - знижуватися і навіть припинитися в найближчі десятиліття. Торгівля товарами, виробленими на основі інформаційних технологій (англ. - information technology goods, ITG) в останні десятиліттями експоненціально зростає. Угода СОТ про інформаційні технології (англ. – Information Technology Agreement, ІТА), прийняте в 1986 році і розширене в 2015 році, покриває велику кількість високотехнологічних товарів, включаючи комп'ютери, телекомунікаційне обладнання, напівпровідники і супутнє обладнання, програмне забезпечення, а також аксесуари і частини зазначених товарів.

В період 1996-2016 рр. міжнародна торгівля ІТ-товарами збільшилася майже в три рази (з 549 млрд до 1,6 трлн дол.), проте товарна структура торгівлі зазнавала змін: частка комп'ютерів знижується (на нашу думку, як з огляду на насичення ринку, так і з огляду на зниження вартості самих комп'ютерів), а частка телекомунікаційного обладнання зростає (через масового використання мобільних телефонів і смартфонів) (табл. 2) [4, с. 89.].

Таблиця 2

Зміна структури світової торгівлі ІТ-товарами в 1996–2016 рр.

Вид товару	Частка в структурі торгівлі ІТ-товарами, %	
	1996 р.	2016 р.
Напівпровідникові компоненти	28	32
Телекомунікаційне обладнання	9	21
Комп'ютери та обчислювальні машини	28	20
Запасні частини та аксесуари	28	20
Інше	7	7

Важливим представляється навіть не тільки і не стільки залучення в світовий товарообіг нових високотехнологічних товарів: набагато важливішим є, як справедливо відзначається в сучасних дослідженнях, формування нового світового ринку – ринку систем і технологій штучного інтелекту, найважливішими факторами чого стали інтенсивний розвиток ринку інформаційно-комунікаційних послуг і наноматеріалів, повсюдне поширення інтернета.

Під впливом цифровізації міжнародна торгівля стає більш мобільною, оскільки більш гнучко працюють ГЛСВ, економиться час на доставку товарів, все ширше використовуються «розумні контракти», а кредити як засіб фінансування торгівлі стають доступнішими. Міжнародна торгівля від своїх традиційних форм (в 1920-і роки) переходить до електронної торгівлі (1990-ті роки) і поступово до «торгівлі на основі технологій штучного інтелекту» (даний

етап, як очікують, почнеться з 2025 року) . Однак посилення мобільності товаропотоків буде загострювати міжнародну конкуренцію і, відповідно, сприятиме подальшому посиленню технологічного розриву між країнами.

Разом з тим, як виклик розвитку даного ринку виступає небезпека виходу його на стабілізується (а не експонентну) траєкторію розвитку, оскільки в умовах диверсифікації об'єктів міжнародної торгівлі під впливом штучного інтелекту можливе зниження попиту на багато товарів і розширення потенціалу перевиробництва. Втім, зазначений виклик, має, скоріше, довгостроковий характер. Крім того, дисбаланс у світовій економіці й міжнародній торгівлі під впливом цифровізації буде, швидше за все, посилюватися. Все частіше використовується термін «цифрова нерівність» , загрозою якого буде подальше загострення протекціоністських бар'єрів в торгівлі. Тому вже зараз необхідний пошук нової парадигми для сталого розвитку міжнародної торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Global Digital Trade 1: Market Opportunities and Key Foreign Trade Restrictions. Wash., D.C.: United States International Trade Commission (USITC), 2017. P. 23

2. Доклад о мировом развитии 2019: изменение характера труда. - Вашингтон: МБРР, Всемирный банк, 2019. С. 5-6.

3. Amazon.com, Inc. Form 10-K 2016. Wash., D.C.: U.S. Securities and Exchange Commission (SEC), 2017. URL: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1018724/000101872419000004/amzn-20181231x10k.htm> (дата обращения: 10.04.2019); Alibaba Group Holding Limited Form 20-F 2017. Wash., D.C.: U.S. Securities and Exchange Commission (SEC), 2018. URL: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1577552/000104746917004019/a2231121z20-f.htm> (дата обращения: 10.04.2019).

4. World Trade Report 2018: The future of world trade: How digital technologies are transforming global commerce. Geneva: WTO, 2018. P. 3.

5. Lund S., Manyika J. How Digital Trade is Transforming Globalisation. – Geneva: International Center for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum (WEF), 2017. P. 4.

6. Доклад о мировом развитии 2019: изменение характера труда. - Вашингтон: МБРР, Всемирный банк, 2019. С. 36.

7. Volpe Martincus C., Carballo J., Graziano A. Customs // Journal of International Economics. 2015. Vol. 96(1). P. 121.

8. World Trade Report 2015: Speeding up Trade: benefits and challenges of implementing the WTO Trade Facilitation Agreement. Geneva: WTO, 2015. P. 78.

Жилко О.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Прусс В.Л.,
старший викладач,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ПРОБЛЕМА ПЛИННОСТІ КАДРІВ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Туризм є однією з провідних галузей української економіки та, незважаючи на складні обставини в економічній та політичній ситуації в країні, однією з найбільш перспективних. І, хоча частка туризму в структурі ВВП країни складає лише 1,5-2,5%, що значно менше ніж у розвинутих країнах, де цей показник зазвичай складає 6-10%, туристична галузь в Україні динамічно розвивається та обсяги інвестицій в готельну та ресторанну справу на протязі останніх років постійно зростають.

У туристичній галузі зайнято 8% населення України, від функціонування туризму залежить діяльність ще сорока галузей економіки України та 10-15% її населення [1].

З розвитком індустрії туризму та зростанням потреби в персоналі даної сфери набувають актуальності також проблеми, пов'язані з кадрами, характерні для цієї індустрії. Найбільш важливі з них – це недостатня кваліфікація працівників індустрії туризму та висока плинність кадрів.

Плинність кадрів на підприємстві визначається рівнем, за яким підприємство втрачає старий та набирає новий персонал. Певний рівень плинності кадрів на підприємстві є необхідним для ефективної діяльності компанії, але занадто високий рівень плинності кадрів може спричинити значні збитки.

Рівень плинності кадрів в індустрії гостинності є одним з найбільш високих. Середній показник плинності персоналу в сфері гостинності США складає 50% для звичайних працівників та 25% для працівників, які займають керівні посади [4]. Цей же показник для індустрії гостинності в Великій Британії в 2013 році складав 18,5%, а в Новій Зеландії – 33,4%. В Україні коефіцієнт плинності кадрів в індустрії гостинності у 2013 року складав 75,4% і являвся найбільш високим серед аналогічних показників усіх видів економічної діяльності [2].

Коефіцієнт плинності кадрів розраховується як відсоткове відношення кількості працівників, які залишили підприємство за певний період часу (через звільнення або за власним бажанням) до середньооблікової чисельності штатних працівників підприємства за той же період (як правило, за рік). Високий коефіцієнт плинності кадрів є значною проблемою для більшості компаній через високі витрати, які він спричиняє. Такі витрати можуть бути прямі та непрямі, і у більшості випадків включають затрати на рекламу, пошук працівників через агентства, втрату продуктивності, затрати на тренінг нових працівників, можливу втрату клієнтів. Також висока плинність персоналу може викликати такі негативні наслідки як деморалізація персоналу, низький рівень

сервісу, негативна громадська думка, зниження соціальної інтеграції, втрата стратегічних можливостей, тощо.

Дослідженням проблеми плинності кадрів в туристичній сфері на протязі десятиріч займались численні вчені з різних країн світу. Спираючись на результати цих досліджень, серед головних чинників, що викликають високу плинність кадрів на підприємствах в індустрії гостинності можна відокремити:

- організаційна культура та лідерство. Брак позитивної культури на підприємстві та неприємний робочий клімат також знижують рівень корпоративної відданості працівників;

- проблеми, пов'язані з роботою з клієнтами. Якщо менеджмент завжди стає на сторону клієнта – це може призвести к зниженню корпоративної моралі та підвищенню рівня плинності кадрів;

- недостатній рівень тренінгу та завищені очікування менеджменту;

- брак значних переваг та допоміжних виплат, таких як забезпечення медичного страхування підприємством, додаткові тренінги, пенсійні доплати за вислугу літ, тощо;

- брак можливостей для кар'єрного росту в індустрії;

- сезонність. Багато посад в індустрії гостинності мають сезонний характер, що негативно впливає на мораль працівників;

- робоча сила. Трудовий резерв індустрії гостинності включає велику кількість робітників, яким бракує досвіду та кваліфікації;

- особливості роботи з людьми на постійній основі. Робота в індустрії сервісу викликає неабиякий фізичний та моральний стрес у працівників;

- рівень заробітної плати та робочий графік. Заробітна плата в індустрії гостинності дуже часто є мінімальною, при цьому часи роботи для багатьох посад індустрії довгі, а графік роботи незручний;

- низький рівень професійності та неефективність менеджменту на підприємстві;

- історія високої плинності кадрів на підприємстві. Дуже важко розірвати коло високого руху персоналу. Нові працівники швидко переймають корпоративну культуру та очікування щодо тривалості роботи на підприємстві.

Усі ці чинники та деякі інші можуть впливати на рівень плинності кадрів підприємства індустрії гостинності.

Для того, щоб обрати найбільш ефективну стратегію для боротьби з високим рівнем плинності кадрів, менеджмент підприємства повинен встановити його головні причини. Для цього спочатку необхідно виявити справжній рівень плинності кадрів через відокремлення добровільної плинності (за власним бажанням через незадоволення роботою, персональні обставини, тощо) від недобровільної (звільнення). За допомогою постійного опитування працівників різних департаментів, які звільняються за власним бажанням, та аналізу і порівняння його результатів можна виявити головні чинники, які впливають на рівень плинності персоналу. Також компанії з високим рівнем плинності кадрів можуть проводити регулярні опитування працівників для виявлення їх ставлення до роботи, та рівня задоволення роботою [4].

Команда вчених Південного тайванського університету проводила дослідження з ефективності проведення програми «внутрішнього маркетингу» для боротьби з високою плинністю кадрів на підприємствах індустрії гостинності. Під «внутрішнім маркетингом» мається на увазі відношення до працівників підприємства як до «внутрішніх» клієнтів та вжиття заходів для забезпечення їх задоволення. До заходів внутрішнього маркетингу відносяться усі заходи, пов'язані з працевлаштуванням, тренінгом та мотивацією працівників.

Відокремлюють декілька напрямків політики внутрішнього маркетингу: персональний розвиток (тренінги), внутрішня комунікація, заробітна плата, винагороди та бонуси, робоче середовище, делегування повноважень працівникам, участь у прийнятті рішень, підтримку менеджменту та інші.

Дослідження вчених показали, що впровадження програми внутрішнього маркетингу на підприємствах індустрії гостинності може бути ефективним, та знижує рівень плинності персоналу [3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні. URL: <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/ru/articles/80-market/335-2013-07-31-07-08-/> (дата звернення: 04.10.2018).
2. Праця України у 2013 році. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. Київ : ТОВ Видавництво «Консультант», 2017. 336 с.
3. Cheng C.P., Wei C.C. Internal marketing practice es andemployee's turn over intentions into urismandleisure hotels.*The Journal of Human Resource and Adult Learning*, December 2008. Vol. 4, No 2. P. 161-172.
4. Kysilka D., Csaba N. Employee Turnover in Hospitality Industry. *Annals. Economic science series*. 2013. Vol. XIX, P. 377-384.

Журавльова С.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
Каптюх Т.В.,
старший викладач,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Глобалізація індустрії гостинності як процес встановлення світової присутності готельних ланцюгів, є цілком зрозумілим з точки зору економіки і організації діяльності підприємств готельного господарства, проте, слід виділити два важливі аспекти цього процесу.

По-перше, збільшується роль міжнародної торгівлі і співпраці, які мають зростаючий вплив на готельні галузі країн-учасників. Наприклад, готельні компанії вимушені конкурувати із зарубіжними корпораціями, що прийшли на «їх» національний ринок, або ризикувати, здаючи частину «свого» ринку. Цей аспект глобалізації відбиває легкість, з якою світові лідери галузі можуть втручатися практично на будь-який національний ринок. Глобалізація істотно збільшує конкуренцію на готельному ринку, оскільки збільшується число учасників та впливає на очікування клієнтів і їх вибір, тобто локальні готелі вимушені залежати від рівня і якості послуг, що надаються підприємствами відомих готельних брендів.

У такій ситуації менеджерам місцевих готелів доводиться задаватися питанням, чи конкурентоздатні послуги їх підприємств порівняно з послугами світових лідерів. Ідея «порівняння з кращим у бізнесі» має важливе значення для готельної справи на усіх її етапах – від закупівель, будівництва до обслуговування гостей. При такому порівнянні у менеджерів готелів виникає необхідність шукати додаткові знання за межами знайомого для них середовища діяльності, отримувати додаткові навички для того, щоб забезпечити ефективні інновації, розвивати конкурентні переваги.

По-друге, глобалізація згладжує відмінність понять «внутрішній» і «зарубіжний» ринок. Поява глобальної конкуренції зачіпає виробництво, сільське господарство і добувну промисловість національних економік, тому робить ставку на національний туризм і готельне господарство. З іншого боку, існують глобальні галузі, такі як фінансова, банківська, телекомунікації, які також впливають і мають контроль над готельними секторами національного туризму [1, с. 133].

Наприклад, «тиха» революція в інформаційних технологіях дозволила готельним компаніям успішно конкурувати на нових ринках глобальних систем резервування. Використання комп'ютерних технологій значно поліпшило управління діяльністю готельних підприємств, оскільки дало можливість точно відстежувати сезонні і тижневі коливання попиту, відповідним чином диференціювати вартість номерів і тим самим збільшувати завантаженість

готелів та їх прибуток. Глобальні системи резервування, запроваджені готельними ланцюгами і деякими незалежними готелями, всупереч багатьом прогнозам, ускладнюють використання переваг ефекту економії на масштабі, оскільки незалежні готелі стали також створювати консорціуми для спільного використання аналогічних систем під єдиною торговою маркою.

Таким чином, стратегія глобалізації стає ефективним шляхом розвитку і для незалежних готелів, оскільки надає їм переваги використання глобальних систем резервування. До недавнього часу знання про власний ринок були достатні для того, щоб готельне підприємство могло успішно працювати, а технічні знання вважалися важливішими, ніж збір економічної інформації. Ця концепція цілком успішно застосовувалася навіть в країнах з розвинутою ринковою економікою. В сучасних глобальних умовах такий підхід непридатний, оскільки для вироблення і підтримки конкурентних переваг менеджеру готелю необхідно відстежувати ситуацію на ринку, уміти створювати нові методи організації виробництва і управління.

Оскільки послуги, що надаються готелями, формують у гостей певне відношення (рівень якості) і досвід їх споживання (стандарти обслуговування), то для готелю надзвичайно важливо переконатися, що їх послуги відповідають очікуванням клієнтів. Знання того, які послуги потрібні клієнтам, здатність надати ці послуги і переконання потенційних споживачів придбати ці послуги є основними інструментами конкуренції в готельному бізнесі. Парадигма Даннига (як і теорія нематеріальних активів) пояснює ці переваги особливими характеристиками, які транснаціональні готельні підприємства мають в силу своєї природи, або транснаціональної форми власності і які можуть бути розділені на дві групи:

- переваги специфічних нематеріальних активів, частину з яких новий готель отримує ще до прямих інвестицій;
- переваги економії від координації різних видів діяльності в різних країнах, які є прямим результатом інтернаціоналізації діяльності [2, с.265].

По-перше, транснаціональні фірми, що обізнані про певний сегмент глобального ринку мають безперечну перевагу перед національними фірмами. Власні знання ринку також дозволяють транснаціональним готельним компаніям диференціювати свої продукти від продуктів конкурентів. По-друге, комбінування власного досвіду і ефективної диференціації продуктів робить імідж власного імені і заснований на ньому маркетинг великою конкурентною перевагою. По-третє, торгова марка готелю і система централізованого резервування також є важливими перевагами форми власності міжнародних готельних ланцюгів.

Таким чином, міжнародні готельні корпорації мають можливість вводити, виробляти і просувати на ринок безліч продуктів, оскільки вони зазвичай більші за розміром, сильніше диверсифіковані і мають різнобічний досвід в порівнянні з їх локальними конкурентами.

Головними причинами, з яких міжнародні готелі можуть отримати більшу частку місцевого ринку, чим локальні підприємства, є наступні: надання послуг високої якості, включаючи такі компоненти як дизайн, комфорт, загальне

враження, ефективність, міру професіоналізму, відношення до клієнта. Відома торгова марка готельного підприємства, що гарантує певний рівень якості обслуговування, складає відчутну конкурентну перевагу в умовах, коли приїжджі клієнти користуються її послугами в незнайомій для них обстановці.

Можливість готельних ланцюгів швидше і легше входити на нові ринки завдяки набору нематеріальних активів і логістичних навичок, які вони можуть надати в користування будь-якому новому приєднаному підприємству за нижчою ціною, ніж це потрібно від нового (потенційного) учасника ринку. Досвід готельних міжнародних корпорацій в управлінні і організації виробництва дозволяє їм використовувати найкращі методи для організації щоденної роботи готелів і контролю їх діяльності [3, с. 20].

Можливості інвестування у висококваліфікований персонал дозволяють набирати і утримувати кваліфікований персонал за допомогою пропозиції кращих можливостей росту, ніж інші фірми, основним індикатором чого є постійне інвестування в підготовку персоналу і застосування кращих методів виробництва в повсякденній діяльності; існування глобальної системи резервування готелів.

Оскільки на глобальному ринку послуг гостинності важко створити ефективні ринки проміжних, супутніх та диференційованих продуктів, готельні підприємства прагнуть створювати свій власний внутрішній ринок або за рахунок придбання контролю над ресурсами, або придбання їх у власність, або за рахунок контрактів. Створюваний таким чином внутрішній ринок транснаціональних готельних корпорацій збільшує їх силу і підвищує ефективність в розміщенні готелів за рахунок росту можливості координації діяльності їх мереж, що має різні форми залежно від типу обмінюваних на ринку послуг і економічних умов попиту приймаючої країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Олексин І.І. Інтеграція стратегій управління продуктивністю та якістю обслуговування в готельному підприємстві. *Наук. журн. ЛНТУ України*. 2010. Вип. 20 (5). С. 131–136.
2. П'ятницька Г.Т. Управління підприємством в епоху глобалізму : монографія. Київ. Логос, 2006. 568 с.
3. Бойко М.Г., Михайліченко Г.Л. Кластери як інноваційна форма економічного розвитку регіонів. *Вісн. ДІТБ*. 2013. № 16. С. 16–25.

Zgoliński Ihor,
doktor habilitowany, professor,
Gęsicka Agata,
magisterka,
Kujawsko-Pomorska Szkoła Wyższa w Bydgoszczy, Polska

ETATYZM W POLITYCE GOSPODARCZEJ PAŃSTWA

Współczesna gospodarka, a więc ta, która jest kształtowana od samego początku ery przemysłowej, zmagają się z wieloma problemami, które urosły na wet do rangi dyskusyjnych, a nawet konfliktowych. Jedną z tych kwestii, która mimo upływu wieków w dalszym ciągu wzbudza wiele kontrowersji jest bez wątpienia rola państwa w gospodarce. Wraz z tworzeniem nowych teorii ekonomicznych oddziałujących na zmianę poglądów, a także powstawaniem nowych rozwiązań instytucjonalnych czy doskonaleniem już funkcjonujących, w dalszym ciągu pozostaje aktualny problem dotyczący miejsca i roli państwa w systemie kierowania oraz zarządzania gospodarką. Najbardziej ogólnie dylemat ten sprowadza się do kwestii: „ile autonomii i swobody gospodarczej, czyli ile wolnego rynku, a ile fiskalizmu, rozporządzeń, koncesji, limitów, uznaniowości i dyrektyw ograniczających zakres oddziaływania rynku. W obszarze między klasycznym XVIII i XIX-wiecznym wolnorynkowym kapitalizmem a skrajnym przykładem współczesnej Korei Północnej i Kuby mieści się szeroki wachlarz możliwości i praktycznych wariantów, które z różnymi efektami były i są współcześnie realizowane [1, s.27-28].

Etatyzm jest uważany za formę interwencjonizmu państwowego, przy czym zgodnie z przedstawianymi poglądami stanowi on wynik bezpośredniego oddziaływania państwa na sferę gospodarczą i występowanie w roli przedsiębiorcy. Z tego też względu stał się on przedmiotem wielu analiz, ale i ożywionych dyskusji prowadzonych już w okresie dwudziestolecia międzywojennego, kiedy uważano go za „zaprzeczenie podstawowego ustroju gospodarczego kapitalizmu - prywatnej własności środków produkcji. Ponadto, spór o etatyzm był częścią bardziej zasadniczej polemiki zwolenników interwencjonizmu państwowego z wyznawcami liberalizmu gospodarczego. Spośród form interwencjonizmu, etatyzm stanowił dla doktryny liberalnej największe zagrożenie: był krańcowym, najradykałniejszym i najpełniejszym przejawem ingerencji państwa w procesy gospodarcze».

Celem opracowania jest przedstawienie informacji na temat etatyzmu w polityce gospodarczej państwa.

Na wstępie prowadzonych rozważań należy przedstawić i opisać pojęcie polityki gospodarczej. Termin „polityka gospodarcza» jest również stosowany w dwóch znaczeniach. Z jednej strony, polityka gospodarcza stanowi konkretne zjawisko, które pojawiło się na określonym poziomie rozwoju społeczeństw i następnie ewoluowało w czasie. Z drugiej strony jest analizowane w odniesieniu do dyscypliny naukowej, która zajmuje się polityką gospodarczą jako zjawiskiem [2, s.11].

Niekiedy terminem polityka gospodarcza określa się sztukę rządzenia gospodarką, przy czym takie ujęcie trudno określić jako trafne. Oprócz tego

wskazana definicja mgliście precyzuje opisywane zjawisko, gdyż na jej podstawie trudno sobie wyobrazić, co mogłoby stanowić obiekt potencjalnych badań. Z tego też względu bardziej uzasadniona wydaje się definicja, zgodnie z którą polityka gospodarcza jest traktowana jako konkretne zjawisko ekonomiczne. W takim przypadku pod ogólnym jej pojęciem należy rozumieć świadome oddziaływanie państwa na zjawiska gospodarcze za pomocą określonych narzędzi służących do osiągnięcia założonych celów. Można powiedzieć, że cele polityki gospodarczej są w znacznym stopniu zdeterminowane typem i formą państwa.

Można powiedzieć, że cele polityki gospodarczej są w znacznym stopniu zdeterminowane typem i formą państwa. W sytuacji, kiedy organy władzy pochodzą z wyborów, to są zobowiązane do realizowania celów gospodarczych, zgodnie z przyjętymi wcześniej założeniami i z myślą o zrealizowaniu oczekiwań społeczeństwa. Poparcie udzielone w czasie głosowania określonej opcji politycznej stanowi wyraz poparcia programu polityki gospodarczej głoszonej przez tę opcję. Obok celów, którzy realizacja spełnia oczekiwania całego społeczeństwa, zawsze istnieją również takie, które satysfakcjonują wybrane grupy społeczne. Dlatego w żadnym państwie demokratycznym nie doszło do ukształtowania się systemu politycznego opartego wyłącznie na jednym ugrupowaniu.

Na wstępie prowadzonych rozważań na temat etatyizmu konieczne staje się uściślenie tego pojęcia. Nie jest to łatwe, bowiem termin ten szczególnie w okresie międzywojennym, kiedy problematyka etatystyczna stała się jednym z głównych zainteresowań ekonomistów i działaczy gospodarczych, był wykorzystywany dowolnie. Jedną z cech dyskusji, prowadzonej w Polsce na temat etatyizmu stało się późne określenie definicji tego pojęcia. Samo słowo „etatyzm» wykorzystywane było w pracach ekonomicznych publikowanych w 1918 r. Niemniej jednak w tym okresie treść tego terminu nie była jednoznacznie sprecyzowana. Ulegała zmianom w miarę rozwoju dyskusji. Jednocześnie zmieniał się zakres i charakter zjawisk, do jakich odnoszono to pojęcie [3, s.36].

Z tego też względu równoległe ze „sporem o etatyizm» prowadzona była ożywiona dyskusja na temat zróżnicowanych form polityki gospodarczej państwa, w tym na przykład robót publicznych, polityki pieniężnej, celnej, podatkowej, czy handlu zagranicznego. Z kolei w latach dwudziestych XX wieku publicystyka gospodarcza wykorzystywała często termin etatyizm w odniesieniu do każdej działalności państwa. Wskazywano, że jest to kierunek polityki zmierzającej do powiększenia roli państwa w życiu obywateli. Termin ten określano zarówno jako regulowanie przez państwo w drodze ustawodawczej i administracyjnej życia gospodarczego, jak i bezpośredni udział państwa jako podmiotu czynnego w życiu gospodarczym.

W okresie szerokiej dyskusji na temat etatyizmu na przełomie 1928/1929 roku podjęto próbę uściślenia tego pojęcia. Warto zwrócić szczególną uwagę na stanowisko zaprezentowane przez A. Krzyżanowskiego, który w tym czasie był uważany za największy autorytet w ekonomii politycznej. W zakresie tego pojęcia etatyizmu autor wyróżniał trzy elementy działalności państwa, a mianowicie:

etatyzm w znaczeniu ściślejszym, oznaczający rolę państwa jako przedsiębiorcy i bankiera udzielającego kredytu,

protekcjonizm celny, taryfowy i podatkowy, a więc politykę popierania krajowej produkcji zakazami przywozu i wywozu, odpowiednim normowaniem stawek celnych, podatkowych i taryf kolejowych, a także subwencjonowaniem eksportu,

interwencjonizm, obejmujący wszystkie inne przypadki oddziaływania państwa na życie gospodarcze, w szczególności normowanie płac i cen.

Tak wskazane trzy ujęcia są w różny sposób interpretowane. Niemniej jednak przedstawienie takiego stanowi i w pewnym sensie uporządkowania sposobów interpretowania tego pojęcia miało ogromne znaczenie nie tylko dla ostatecznego sprecyzowania definicji etatyizmu, ale również przedstawienia stanowisk niektórych autorów. Sam A. Krzyżanowski nie przedstawił swojej propozycji ani dokładnie nie opowiedział się za jedną z trzech sformułowanych interpretacji.

Współcześnie etatyzmem można określić rodzaj polityki społeczno – gospodarczej realizowanej w państwie, którą wyróżnia własność mieszana, a więc państwowo-prywatna, która polega na przejmowaniu przez państwo administracji nad prywatnymi przedsiębiorstwami, bądź tworzenie nowych przedsiębiorstw państwowych dzięki wykorzystaniu kapitału państwowego, czy dzięki możliwości wykorzystania kapitału mieszanego. W teorii etatyizm jest postrzegany jako doktryna omnipotencji państwa, z kolei w praktyce bardziej związany jest z polityką rządu i państwa do zarządzania różnymi sprawami w państwie, poprzez ustanowienie grup nakazów i zakazów. Z kolei społeczny ideał etatyizmu określany jest jako swoisty rodzaj socjalizmu [4, s.227].

Zatem ideą etatyizmu było „stworzenie „krajowej ekonomii» (ang. national economics), równoległej i będącej częścią „krajowej polityki» (ang. national politics), która podkreślałaby akumulację kapitału oraz pracę na rzecz rozwoju krajowej ekonomii. Zarówno reżim, jak i ochrona lokalnego kapitału miały zachęcać do tworzenia klasy krajowych kupców i sprzedawców. Celem etatyizmu nie było ani bezklasowe społeczeństwo, ani liberalno-kapitalistyczny układ, ale rozwój, który miał satysfakcjonować wysoko mierzony interes narodów.

Rozwój etatyizmu dokonuje się również poprzez przejmowanie przez państwo przedsiębiorstw, które z różnych powodów nie są w stanie dalszej prowadzić działalności, aczkolwiek odgrywają one szczególnie znaczenie w gospodarce narodowej, np. wydobywanie i przetwórstwo surowców strategicznych. Etatyizm rozwija się także w czasie wzmożonych działań konfliktowych (zbrojnych), napiętej sytuacji politycznej w państwie, czy w czasach sytuacji kryzysowej. Inną przyczyną rozwoju etatyizmu staje się również dążenie do zwiększenia dochodów skarbu państwa, co skutkuje tworzeniem tzw. monopolii państwowych. Jednocześnie obserwacja rzeczywistości gospodarczej i analiza doświadczeń etatyizmu w skali całego świata pozwala stwierdzić, że „rozwój etatyizmu może być usprawiedliwiony tylko wtedy, gdy pobudza on lepsze wykorzystanie potencjału ekonomicznego. W sytuacji, w której etatyizm nie przyczynia się do poprawy kondycji ekonomicznej gospodarki, należy dążyć do jej odetatyżowania.

Należy również wskazać, że w świetle założeń etatyizmu, gospodarka nie może zostać pozostawiona sama sobie, musi ktoś nią kierować, a także podejmować strategiczne decyzje z punktu widzenia realizowanych celów polityki gospodarczej.

Państwo w ten sposób zostaje zobligowane do podejmowania najważniejszych decyzji rozwojowych, przy jednoczesnym zapewnieniu każdemu obywatelowi pracy, godziwego wynagrodzenia, odpowiednich warunków do życia i rozwoju, a także musi zatroszczyć się o najbiedniejszych i najsłabszych. Ważnym zadaniem staje się także ochrona rynku krajowego, przy wykorzystaniu określonych mechanizmów i rozwiązań. Z kolei korzyścią wynikającą z realizacji doktryny etatyzmu jest posiadanie przez polityków w danym państwie dużej władzy. Zyskują bowiem istotny wpływ na to, co się dzieje w kraju, precyzują zakres pomocy ludziom i ubogim regionom, a także podmiotom działającym na krajowym rynku, a także muszą rozwiązywać wszystkie pojawiające się problemy gospodarcze i społeczne.

Podsumowując można wyodrębnić następujące formy (Wykres 1).



Wykres 1. Formy realizacji etatyzmu

Opierając się na literaturze przedmiotu można powiedzieć, że etatyzm związany jest z pełnym, bądź prawie pełnym interwencjonizmem państwowym, odnosi się do działań podejmowanych przez państwo w zakresie większości sfer życia społecznego, gospodarczego, czy politycznego. Z jednej strony wiąże się to z wieloma zaletami w zakresie rozwoju społeczno – gospodarczego państwa, z drugiej może stanowić zagrożenie, jeśli władza sprawowania jest przez osoby lub partie, które nie kierują się w swoich poczynaniach dobrem obywateli.

REFERENCES

1. Heller J. Liberalizm i etatyzm w praktyce gospodarczej krajów Unii Europejskiej. *Studia Regionalne i lokalne*, 2009, nr 3, s. 27-28.
2. Kaja J. *Polityka gospodarcza. Wstęp do teorii*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa, 2007, s. 11.
3. Duda S. Liberalizm a etatyzm: dyskusja o gospodarczej roli państwa w Polsce w okresie międzywojennym, op. cit., *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio H. Oeconomia*, 2018. nr 32/33. s. 236.
4. Stępnicka N. Wolność i państwo w gospodarce w świetle rozwoju myśli ekonomicznej, *Studia Ekonomiczne*, 2015, nr 210. s. 51-60.

Зайцева В.М.,
кандидат педагогічних наук, професор,
Бут Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Успішний розвиток туристичної галузі України неможливий без належного аналізу ресурсних можливостей країни. Недостатня увага до дослідження внутрішнього туризму України призводить до того, що цей тип туризму використовується обмежено. Все це негативно позначається на туристичному бізнесі, який надає значний соціальний та економічний ефект.

Туристична галузь України використовує природний, історико-культурний та соціально-економічний потенціал не в повній мірі. Тому сьогодні досить актуальним є проведення аналізу сучасного стану розвитку внутрішнього туризму країни, визначення ступеня насиченості території необхідними ресурсами та можливості реалізації їх у туристичній діяльності в майбутньому. Дослідження проблем ефективного використання потенціалу з розвитку внутрішнього туризму є важливим етапом у створенні регіонального туристичного продукту.

Проблеми розвитку туристичної галузі та регіональних проблемах туристичного бізнесу досліджуються в працях таких науковців, як В. Ф. Кифяк, М. П. Мальська, Д. М. Стеченко, І. М. Школа та ін.

За результатами аналізу Zruchno.Travel експертами Асоціації індустрії гостинності України складено рейтинг областей України, які мають найкращий туристичний потенціал та докладають чималих зусиль для розвитку внутрішнього туризму. Лідери внутрішнього туризму: ТОП-7 туристичних напрямків України 2019 рік зображено у таблиці 1.

Таблиця 1

Лідери внутрішнього туризму України: ТОП-7 туристичних напрямків України 2019 р. [1]

Область	Туристичний напрямок	Туристичний збір за 2018 р., млн. грн.
Львівська	Екскурсійний туризм	13,4
Одеська	Пляжний відпочинок	11,5
Закарпатська	Гастрономічний туризм	3,8
Івано-Франківська	Активний відпочинок	3,7
Херсонська	Край заповідної природи	3,69
Запорізька	Сімейний відпочинок	3,61
Тернопільська	Замковий туризм	0,4

Кожен регіон України має свої унікальні туристичні локації та щодо кожного можна скласти безліч цікавих туристичних маршрутів. Однак, реальні показники відвідуваності, зібрані суми турзбору, витрати на розвиток інфраструктури та промоцію дозволяють визначити регіони-лідери.

На першому місці по доходах від туризму (після беззаперечного лідера – міста Києва з його 33 мільйонами турзбору) стоїть Львівська область. Львівська область славиться своїми замками (маршрут «Золота підкова Львівщини»), курорт Трускавець, Моршин, Східниця. Крім того, Львівська область лідирує за кількістю готелів – їх тут понад 1100. Бюджетні надходження від туризму в області протягом року зросли на 22%.

З метою подальшого розвитку Львівською облдержадміністрацію створено на Львівщині новий туристичний путівник по природним і екологічним локаціям краю [2]. З огляду на тенденцію втоми людей від роботи, спілкування і гіперактивного способу життя, запропоновано новий путівник, який включає різноманітні екомаршрути Львівщини, еколокації на території національних регіональних природних парків, а також рекреаційні центри, де можна покататися на конях або поспостерігати за тваринами. Путівник створено за ініціативою управління туризму Львівської ОДА. Екологічному туризму в цьому році приділяється особливо багато уваги.

У 2019 році відкрито 17 фермерських господарств, які пропонують туристичні послуги. Тобто турист може приїхати не тільки для того, щоб подивитися, як виготовляються ті чи інші продукти, а й для того, щоб побувати на екскурсії, взяти участь в дегустації, відпочити. Перша презентація цих гастрономічних маршрутів відбулася в рамках Днів Європи на Львівщині, які проходили в травні. Крім того, існують ферми, які пропонують різноманітний сир з овечого, козячого та коров'ячого молока. Є багато равликових ферм, фермерських господарств, які спеціалізуються на виробництві продукції з ягід – малини, чорниці та інших.

Зокрема лідером пляжного туризму стала Одеська область. Популярними є такі Одеські райони, як Аркадія та Великий Фонтан, а також найвідоміші приморські курорти Затока і Кароліно-Бугаз. Влітку 2018 року саме Затока та Одеса опинилися у першій трійці популярності за кількістю запитів у Google щодо відпочинку на морі.

Крім пляжів, туристів цікавить Білгород-Дністровська фортеця Аккерман, яку продовжують реставрувати для включення до списків ЮНЕСКО, село Шабо з Центром культури вина і так звана українська Венеція – село Вилкове в Дунайських плавнях, де почали проводити смачний гастрономічний фестиваль. Протягом минулого року туристичний потік в області зріс на 28%.

Лідером гастрономічного туризму стало Закарпаття. Тут проводять найбільшу в Україні кількість гастрономічних фестивалів на рік, а наймасовішими з них є фестивалі «Гуцульська бриндзя» у Рахові та «Червене вино» в Мукачеві. Проте найбільше Закарпаття вражає оригінальними смаками місцевої кухні. Бограч, гурка, банош, рокот-крумплі.

Івано-Франківська область є лідером активного відпочинку. Це викликано сходженням на найвищу гору України Говерлу, а також найвідомішим гірськолижним курортом Прикарпаття та й усієї України – «Буковель». Так, у 2018 році на Верховинщині вперше провели міжнародний форум Центральної та Східної Європи Via Carpatia. Індекс туристичної привабливості Івано-Франківської області минулого року склав 4,1 бали з 5, а туристичний потік збільшився на 5,5%.

Херсонщина – єдина область України, яку омивають два моря. Краєм заповідної природи називають область завдяки унікальному піщаному масиву «Олешківські піски», піщаній косі Арабатська стрілка, заповідному Бірючому острову, безлюдному острову Джарилгач та унікальному біосферному заповіднику «Асканія Нова». У 2018 році Херсонщина прийняла 3,5 мільйона туристів, причому відвідуваність деяких національних парків зросла вдвічі [1].

Запорізька область відома такими своїми санаторно-курортними зонами, як Бердянськ, Приморськ та Кирилівка, які вже понад 50 років приймають тисячі відпочивальників на численних базах відпочинку та у дитячих оздоровчих таборах. У 2018 році Бердянськ став одним із лідерів серед українських користувачів Інтернету за пошуком варіантів літнього відпочинку в Україні, а також місто славиться кількістю проведеними фестивалями, особливо влітку («Три кіта – в океані дитячих талантів», «Мистецтво і море без кордонів», «Азовські паруса», «З мотоциклом по життю», гумористичний фестиваль «Умора синього моря», кінофестиваль «Брігантіна» та ін.). У 2018 році в м. Запоріжжі презентували туристичний бренд та айдентику, розробили низку унікальних турпродуктів, відкрили туристично-інформаційний центр та організували новий фестиваль Khortytsia Freedom. Найбільш перспективними напрямками туризму місцеві жителі вважають подієвий та індустріальний туризм.

З понад сотні середньовічних замків, що збереглися в Україні, 34 розташовані на Тернопільщині. 11 із них входять до складу Національного заповідника «Замки Тернопілля». Саме тому Тернопільщина – лідер замкового туризму. Щоб утримати цей статус, область активно працює над покращенням туристичної інфраструктури навколо найцікавіших історичних пам'яток [3].

За результатами аналізу розвитку наземного екстремального туризму визначено регіони України, в яких він є популярним (табл. 2) [4].

Однією з проблем розвитку екстремального туризму в Україні є рівень вітчизняного сервісу у цій сфері. За якістю устаткування й обслуговування Україна поки що відстає від європейських країн. Туризм як галузь економіки демонструє найдинамічніші темпи розвитку в світі. Якщо в 1950 році по світу подорожували 25 млн. людей на рік, то сьогодні це – 1,3 млрд.

На цю галузь припадає 10% світового ВВП і кожне десяте робоче місце, повідомляє Всесвітня туристична організація (ЮВТО) у своєму звіті, представленому в ООН. В ЮВТО очікують, що до 2030 року оборот в індустрії туризму буде збільшуватися на 3% щороку.

Розвиток туризму відбувається завдяки зростанню середнього класу і зниженню вартості транспортних послуг, особливо цін на авіаквитки [5].

За результатами аналізу визначено, що для розвитку внутрішнього туризму України необхідно звернути увагу на поліпшення транспортної інфраструктури, доріг, підвищення якості готельно-ресторанних послуг, залучення інвестицій у розвиток туристичних об'єктів країни, необхідність здійснення на державному рівні повного переліку та структуризації пам'яток, тобто розробити дієвий механізм їх обліку, контролю, реконструкції та збереження.

Екстремальний туризм у регіонах України [4]

Вид екстриму	Місце проведення	Особливість
Маунтбайкінг	Лісовий масив «Харківська Швейцарія».	МТБ-марафон «Дебри» Дистанція змагань близько 11 км по лісовій місцевості. Після старту учасники долають трасу протягом 6 годин. Для командних заліків в цій лінії відбувається передача естафети.
Пейнтбол	м. Київ	Творче об'єднання «Планета-Бомба» представляє: «Битва за Київ». Великі сценарні ігри присвячені визволенню Києва від Німецької армії. Місце проведення: Бровари, недобудований завод (ТЕЦ). Ігри відбуваються у режимі non-stop.
Скейтбординг	м. Ірпінь (Київська область), м. Івано-Франківськ	Скейтпарк чудово підходить для скейтерів, ролерів і BMXров. У Києві є єдиний критий скейт-парк України Red Bull Transformers на якому проводять чемпіонати зимової й літньої сезії. На честь Дня міста Івано-Франківська площею біля Міського озера проходять фестивалі для екстремалів Західної України «Х-Гуцулля».
Боулдерінг	м. Кам'янець-Подільський	Проходить боулдерінговий турнір «Стара фортеця», другий етап кубка України.
Страйкбол	35 км від м. Житомира	Туристи приїздять помірятися силами, себе показати і відпочити командами з Житомира, Києва і Бердичева.
Даунхіл	Буковель	Кубок України з гірського велосипеду (траси на Вовчинецьких горах). Змагання з даунхілу пройдуть відповідно до правил Федерації велосипедного спорту України.
Мультигонка	м. Суми, м. Чернігів	Гонка «Шалені перегони». У результаті змагань учасники потрапляють у екстремальні умови, наближені до реальних умов. Команди долають більш 90 км бездоріжжя.
Альпінізм, скелелазіння	Карпати, скелі Довбуша	Проводяться змагання зі спортивного скелелазіння.
Спелеотуризм	м. Тернопіль	Понад 216 км має печера Оптимістична. Печера Вітрова.
Велоекстрим	м. Одеса	Експедиційні роботи спортсменів, які мають намір відвідати Україну та описати п'ять середньовічних замків, розміщених у областях Західної України. Це 465 км.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лідери внутрішнього туризму: ТОП-7 туристичних напрямків України 2019. *Zruchno.Travel*. URL: <https://zruchno.travel/Publications/List?lang=ua> (дата звернення: 06.10.2019).
2. Табака Н. На Львівщині є все, окрім моря. *Zruchno.Travel*. Електронний журнал. URL: <https://zruchno.travel/News/New/2876?lang=ua> (дата звернення: 06.10.2019).
3. Бут Т.В., Бабін О.С. Дослідження історико-культурних ресурсів України: проблеми та перспективи розвитку. *Економічний вісник ЗНТУ*. 2018. № 1. С. 86 – 96.
4. Бут Т.В. Визначення проблем та перспектив розвитку екстремального туризму в Україні. *Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку*. 2019. № 1(07).С. 18 – 30. URL: <https://management-journal.org.ua/index.php/journal/issue/view/8/2019-1-pdf>. (дата звернення: 06.10.2019).
5. На туризм сьогодні припадає 10% світового ВВП. *Mind.UA*. URL: <https://mind.ua/news/20189073-na-turizm-sogodni-pripadae-10-svitovogo-vvp-vto>. (дата звернення: 06.10.2019).

*Калінічук Н. С.,
викладач,
Тернопільський національний економічний університет,
м.Тернопіль, Україна*

МОЛОКОПЕРЕРОБНА ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Молочна галузь є займає провідне місце в структурі промисловості України. Її функціонування та перспективи розвитку є дуже важливими, тому що молочні продукти є незамінним джерелом поживних речовин в складі збалансованого харчування. Особливості функціонування молокопереробної промисловості полягають в короткому терміні зберігання продукції, що вимагає від виробників швидкої її реалізації, тобто необхідно створювати широку дистриб'юторську мережу; лікувальні властивості молока спричиняють сегментацію споживачів, перш за все на дітей та літніх людей; високий рівень трудомісткості процесу виробництва, що перетворює працю на «лімітуючий фактор»; потреба у великих капіталовкладеннях для введення та утримання основних фондів; важка переробка молока-сировини і використання різного роду кормів, вартість яких постійно збільшується вимагають від виробників проведення кооперації а інтеграції [1, с. 358].

Дослідження розвитку молокопереробної промисловості України показало, що в 2017 році порівняно з 2013 р. відбувається збільшення обсягів виробництва молока та вершків не згущених й без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин жирністю не більше 1% у первинних пакуваннях об'ємом не більше 2 л на 22%, масла вершкового на 12%, плавленого сиру на 19%. Одночасно з такою позитивною динамікою спостерігаємо тенденцію до зниження виробництва молока та вершків не згущених й без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин жирністю не більше 1% , але не більше 6% у первинних пакуваннях об'ємом не більше 2 л на 8%, а сиру твердого, порошкового, голубого та ін. на – 31%.

Скорочення обсягів виробництва продукції молокопереробними підприємствами спричинено різними факторами зокрема, скороченням поголів'я корів. Так, за період 1991-2017 рр. кількість голів зменшилась на 74,8% з 8378 тис. в 1991 р. до 2108,9 тис. в 2017 р. голів по Україні. Така негативна динаміка є наслідком непродуманої державної політики, яка не дотує господарства, що займаються молочним скотарством; а також демографічним чинником, тобто старше покоління не має фізичної змоги утримувати велику рогату худобу, а молодь вважає це заняття не престижним і часто відмовляється від вигодовування корів для виробництва молока на власне споживання.

В результаті проведеного аналізу показників ефективності виробництва молока за період 2013-2017 рр. можна спостерігати збільшення рентабельності виробництва молока з 13,6% в 2013 р. до 26,9% в 2017 р, що становить 98%. Попри те, що надходження молока на молокопереробні підприємства знизилась на 14% - з 187045 т в 2013 р. до 160246 т в 2017 р. Також за цей період

відбувається збільшення середньорічного удою молока на 25% за досліджуваний період з 4827 кг в 2013 р. до 6025 кг – у 2017 р. Спостерігаємо і підвищення середньої ціни реалізації молока з 3364,0 грн. до 7234,0 грн. за одну тонну, тобто на 115%.

Таблиця 1

Динаміка розвитку молокопереробної промисловості України у 2013-2017 рр.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Темпи росту 2017/2013
Виробництво молока та вершків не згущених й без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин жирністю не більше 1% у первинних пакуваннях об'ємом не більше 2 л	364	14	61	467	464	1,22
Виробництво молока та вершків не згущених й без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин жирністю не більше 1% , але не більше 6% у первинних пакуваннях об'ємом не більше 2 л	543	512	472	463	478	0,92
Масло вершкове жирністю не більше 85%	93,9	113	101	102	108	1,12
Сир твердий, порошоківий, голубий та ін. (окрім свіжого сиру із молочної сироватки та кисломолочного сиру)	141	105	96,6	86,5	94,3	0,69
Сир плавлений (крім тертого і порошоківого)	24,1	25,4	27,0	26,2	27,1	1,19

Джерело: складено автором [2]

Отже, можна зробити висновок, що виробництво молока та молокопродуктів є досить перспективною галуззю промисловості (про що свідчить ріст рентабельності) і може бути прибутковим. Для цього необхідні значні інвестиційні вкладення в технічне оснащення фермерських господарств, які займаються молочним скотарством. Це дозволить покращити якість сировини, що надходить на молокопереробні підприємства, і відповідно підвищить конкурентоспроможність готової продукції. Також важливим державне стимулювання розвитку молочного скотарства, шляхом надання податкових пільг для сільськогосподарських підприємств усіх видів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вірт М.Я. Особливості функціонування ринку молока та молочної продукції. *Науковий вісник*. Вип.15.4. 2005. 357-362с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15 жовтня 2019).

*Карпенко А.В.,
доктор економічних наук, доцент,
Будицька Ю.О.,
здобувач,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ВИЗНАЧАЛЬНА РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

Сьогодні глобалізація набула такого поширення та значення, що її вплив не оминає жодну країну в світі, жодну сферу діяльності та жодну окрему людину, незалежно від їх бажання бути включеними у цей процес. В найзагальнішому розумінні вона являє собою процес посилення взаємодії та взаємозалежності національних економік в усіх сферах людського буття у напрямі утворення єдиного суспільного укладу. Глобалізація здійснює собою суперечливий вплив на світову економіку, оскільки, вона з одного боку, посилює співпрацю між країнами, у тому числі у таких напрямках як зростання міжнародної торгівлі, розвиток новітніх технологій, підвищення продуктивності праці, вирішення глобальних проблем, а з іншого – посилює нерівномірність розвитку окремих країн, збільшуючи розрив між високорозвиненими країнами та країнами, що розвиваються, багатими та бідними. Тому зростає актуальність дослідження процесів глобалізації та чинників, що впливають на формування конкурентоспроможності національних економік.

Сучасний етап світового розвитку характеризується суттєвим загостренням конкурентної боротьби між національними економіками за право зайняти вигіднішу нішу у формуючому глобалізованому світі. За даних умов лише невелика кількість розвинених країн мають можливість отримати переваги від глобалізаційних процесів, тоді як у менш розвинених – вони викликають глибокі протиріччя, оскільки їх розвиток сповільнюється з причин низької технологічності економік та зростання сировинного експорту, ще більше поглиблюється розрив у рівнях технологічного розвитку. Відповідно в таких умовах перевагу отримують лише ті країни, центральне місце в економіці яких займають високотехнологічні виробництва та наукоємні послуги в поєднанні зі стрімким і тісним розвитком сфер освіти й науки. Тобто випереджаючу роль у конкурентоспроможності країн на міжнародній арені відіграє вже не стільки забезпеченість різноманітними ресурсами, а саме раціональне їх використання в економіці, обсяг та структура інноваційних процесів і спроможність країни своєчасно впроваджувати та генерувати нововведення [1, с. 28- 29].

Сьогодні інноваційна складова національної економіки формує основу незалежності країни, стабільності її соціально-економічного розвитку і є потужним інструментом захисту інтересів держави від її зовнішніх і внутрішніх загроз [2, с. 94]. Саме інноваційний потенціал і його ефективне використання здатні підвищити рівень технологічного розвитку країн, що розвиваються та країн-аутсайдерів.

Інноваційний потенціал являє собою сукупність інтелектуальних, технологічних, науково-виробничих ресурсів і можливостей їх використання у здійсненні інноваційної діяльності, направленої на задоволення нових суспільних потреб. Реалізація інноваційного потенціалу національної економіки забезпечується такими процесами як генерування нових ідей, дифузія знань, удосконалення та створення новітніх технологій, виробництво нової високоякісної продукції. При цьому в умовах створення єдиного глобалізованого світу всі ці види діяльності та стадії інноваційного процесу (розробка, впровадження та комерціалізація інновацій) стають глобальними.

Статистичні дані свідчать, що близько двох третин НДДКР сконцетровано в США, Японії та в Європейському Союзі [3, с. 29]. Ці країни надають великого значення розвитку людського потенціалу як основного джерела інноваційних ідей, чітко виділяють пріоритети в наукових дослідженнях та виконують державні замовлення на НДДКР, поширюючи інноваційну політику у всі галузі науково-технічної сфери [4, с. 100]. Саме інноваційний тип розвитку цих країн визначає їх високий рівень конкурентоспроможності в глобалізованому світі.

За таких умов Україні достатньо важко увійти в міжнародний науковий простір та зайняти в глобалізованому світі вигідну для себе нішу, оскільки високо розвинені країни з передовим науковим потенціалом у конкурентній боротьбі можуть поступитися лише другорядним місцем, віддаленим від наукомістких та високотехнологічних галузей [3, с. 29].

Варто зазначити, що сучасний стан інноваційного потенціалу в Україні стикається із серйозними проблемами, що гальмують його розвиток. Спостерігається диспропорція між наявністю інноваційних можливостей та їхнім реальним утіленням на практиці. Таким чином, та сама за своїм кількісним і якісним складом сукупність накопичених інноваційних ресурсів може використовуватися з різним ступенем ефективності залежно від тієї або іншої інституціональної комбінації. Сама по собі сукупність ресурсів не є важливою для економіки, поки вона не почне використовуватися людьми в межах певних виробничих відносин між ними. Тобто, інноваційний потенціал може залишитися незатребуваним, якщо не будуть знайдені соціальні форми, у яких він зможе реалізуватися.

У сучасних умовах реалізація інноваційного потенціалу в Україні нашкоджується на ряд перешкод: фінансово-кредитні (недостатність кредитних ресурсів; дотаційність; низький платоспроможний попит на нові продукти; висока вартість нововведень; високий економічний ризик); економічні (недостатність кваліфікованого персоналу; недостатність інформації про нові технології й ринки збуту; несприйнятливність підприємств до нововведень; недостатність або неефективність науково-освітньої системи); організаційні (недостатність законодавчих документів, що регулюють і стимулюють інноваційну діяльність; невизначеність строків інноваційного процесу; нерозвиненість інноваційної інфраструктури – посередницьких, інформаційних, юридичних, банківських, інших послуг; нерозвиненість ринку технологій).

Забезпечення реалізації інноваційного потенціалу та формування інноваційної економіки в Україні може бути забезпечене через врахування двох основних груп чинників: орієнтованих на створення умов для переходу на

інноваційний шлях розвитку; пов'язаних з появою або створенням мотивацій у суб'єктів інноваційної діяльності до відновлення й розвитку наукового, виробничого потенціалу, створення й впровадження інновацій [5, с. 75-76].

До першої групи чинників можна віднести процес утворення інноваційного середовища як самостійної галузі господарювання, що переробляє інтелектуальну «сировину» багатьох суб'єктів наукової й винахідницької діяльності, у тому числі академічної, вузівської науки, ініціативні розробки прикладної (галузевої) науки, винахідників, які можуть одержати вихід на ринок, якщо їхні пропозиції, ідеї, розробки будуть втілені в кінцевий продукт.

Друга група чинників (мотиваційна) ототожнюється з розвитком підприємництва, тобто діяльністю, що здійснюється приватними особами, підприємствами або організаціями з виробництва, надання послуг або придбання й продажу товарів в обмін на інші товари або гроші задля взаємної вигоди зацікавлених осіб або підприємств, організацій. Чинник підприємництва ініціює інновації знизу як прояв зацікавленості в удосконалюванні виробництва.

Отже, обидві групи чинників можуть виявити себе повною мірою при стабілізації економіки, формуванні конкурентного інноваційного середовища, збереженні, розвитку й ефективному використанні інноваційного потенціалу. Інноваційне середовище стає особливою галуззю підприємництва, коли винахід, наукове рішення прикладного завдання стають вихідним пунктом підприємницької діяльності з доведення його до корисного продукту, організації його виробництва збуту з метою отримання прибутку. Чинник підприємництва може відігравати стимулюючу роль в інноваційному середовищі на підприємствах й в установах різних форм власності, створюючи особисту матеріальну зацікавленість усіх учасників інноваційної діяльності

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Левківський О.В. Вплив глобалізаційних процесів на реалізацію інноваційного потенціалу економіки України. *Електронне наукове фахове видання Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2017. Вип. 19. С. 28 – 32.

2. Хусаїнов Р. В. Глобалізація інноваційної сфери економіки: фактори, стан та наслідки для України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2015. Вип. 10. С. 94-98.

3. Чухрай Н.І. Механізми інноваційних перетворень в країнах ЄС та можливості їх трансформації в економіку України. *Економіка і прогнозування*. 2003. № 1. С. 23–33.

4. Терьошкіна Н.Є. Інноваційна глобалізація: специфічні риси та тенденції. *Економіка та держава*. 2014. № 6. С. 97-101.

5. Карпенко А.В. Розвиток інтелектуальних активів людського потенціалу: теорія та практика: монографія. Запоріжжя: ФОП В. В. Мокшанов, 2018. 510 с.

*Карпенко А.В.,
доктор економічних наук, доцент,
Засоріна Г.В.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасний розвиток суспільства занурений у сучасні трансформаційні процеси, що пов'язані зі становленням цифрової економіки та поширенням тенденцій нової промислової революції. Наразі розвиток цифрової економіки формує можливість розвитку високотехнологічного виробництва, якісної модернізації промисловості та інших сфер діяльності. Це призводить до виникнення нових потреб на ринку праці, які супроводжуються певними змінами в механізмах залучення економічно-активного населення у різні галузі економіки, у вимогах до рівня їх знань, появі принципово нових професій. Попит на працівників видозмінюється разом із появою нових видів економічної діяльності та нових методів функціонування бізнесу, що створює оновлені вимоги для всіх суб'єктів соціально-трудова відносин. Процес цифровізації змінює формат «робочого місця» та потребує нових форм взаємовідносин між працівником і роботодавцем.

Зазначені процеси характерні і для України, яка сьогодні переживає певний «кадровий голод», що спричинений зовнішньою трудовою міграцією, скороченням та старінням населення. Через зменшення пропозиції на ринку праці у сучасного роботодавця ускладнилися завдання приваблення, підбору та утримання нових працівників. Вони все частіше зустрічаються із дефіцитом окремих категорій персоналу, з підвищенням їх вимог до умов зайнятості, нерозумінням потреб молоді, яка виходить на ринок праці [1]. З одного боку роботодавець бажає бачити вже готового спеціаліста, а з іншого – із стрімким розвитком цифровізації відбувається диференціація між вимогами роботодавців та можливостями працівників, що призводить до зниження вимог до останніх. Сьогодні все частіше роботодавець готовий прийняти молодь без досвіду роботи з подальшим навчанням, проте не вдаючись до покращення умов праці (низький рівень організації робочого місця та регламентації обов'язків, понаднормова неоплачувана праця, низька заробітна плата та рівень корпоративної культури тощо).

Цифровізація вимагає від робочої сили більшої мобільності, гнучкості, розвинутого емоційного інтелекту, швидкого та комплексного вирішення проблем, високої та стійкої мотивації до роботи та безперервного навчання. Такі риси у більшості випадків притаманні саме сучасній молоді, яка формується у період розвитку цифрових технологій. На сьогоднішній день молодь віком 18-35 років, так зване пізнє покоління X та покоління Z, становить близько третини учасників ринку праці. Незважаючи на те, що теорія поколінь отримує у свою сторону критику, вона науково засвідчила свою

правомірність щодо циклічного розвитку суспільства. Один цикл триває 80-100 років за які постають 4 покоління із 20-тирічним проміжком часу. Сучасні покоління, які задіяні або виходять на ринок праці характеризуються високою технологічністю та адаптивністю до нових технологій, прагненням отримувати високу заробітну плату, бажанням реалізації власних інтересів на робочому місці, більшою здатністю до швидкого навчання, адаптації, креативністю та високою мобільністю. На їх думку розвиток нових технологій створює можливість займатися більше творчою працею, що у свою чергу, є ціннішою, привабливішою та вище оплачуваною. Проте виходячи вперше на ринок праці молодь зіштовхується із рядом проблем: недостатність мінімального досвіду роботи, відсутність навиків пошуку роботи, невідповідність запитів молоді та пропозицій роботодавців, завищена самооцінка тощо. Крім того, працевлаштування залежить не тільки від розвинутих професійних здібностей молоді, а й від особистісних характеристик (організаторські здібності, наполегливість, мотивація до праці, комунікабельність та ін.), які мають також розвиватися при підготовці до виходу на ринок праці.

Наразі ситуація на вітчизняному ринку праці є доволі ускладненою не тільки з боку роботодавця, а й самих працівників. Відповідно державна влада має першочергово звернути увагу на зменшення такого дисбалансу через розробку й реалізацію комплексу обґрунтованих заходів щодо підвищення підприємницької активності бізнесу та його лояльності до персоналу і модернізацію всієї системи освіти (проведення ґрунтовної профорієнтаційної роботи із школярами та студентами, зміна критеріїв оцінки підготовки фахівців, збільшення практичної підготовки студентів, сприяння активній співпраці навчальних закладів із роботодавцями для проходження стажувань та залучення студентів до вирішення реальних проблем бізнесу, надання фінансової автономії навчальним закладам тощо).

Отже, розвиток цифрової економіки неминуче впливає на всі сфери економічної діяльності та безпосередньо на ринок праці і вимоги до його учасників. Оскільки формування навичок і розвиток компетентностей молоді відбувається у цифровому середовищі вона найбільше пристосована до нових змін в економіці та має свої конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку праці. Але на шляху свого професійного становлення і розвитку саме вона зіштовхується із рядом проблем, які залежать не тільки від рівня її освіти та особистісних характеристик, а й неготовності роботодавців ефективно їх залучати на ринок праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Колот А.М. «Праця 4.0» як модель та платформа нової (цифрової) економіки. *Сфера зайнятості і доходів в умовах цифрової економіки: механізми регулювання, виклики та доміанти розвитку*: зб. тез доп. учасників Міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 жовт. 2019 р. М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» ; Київ: КНЕУ, 2019. С. 13–28.

*Карпенко Н.М.,
кандидат наук з державного управління, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Сучасний розвиток світової спільноти супроводжується глобальними соціально-економічними та екологічними змінами під впливом НТП. На рівні із позитивними змінами, суспільство зіштовхується із глобальними проблемами безпечного існування майбутніх поколінь. Усі ці чинники гальмують розвиток світової економіки. Переосмислення та усвідомлення людством нагальних проблем безпечного розвитку та існування привели до формування концепції сталого розвитку та соціальної відповідальності, які забезпечують розв'язання соціально-економічних проблем, раціональне користування природними ресурсами та збереження навколишнього середовища. Саме соціальна відповідальність є новим і сучасним етапом розвитку суспільства, який об'єднує етичну поведінку та людські цінності держави, організацій, споживачів, персоналу. Особливо важливою серед зазначених рівнів є соціальна відповідальність різних суб'єктів господарювання, що сприяло формуванню концепції КСВ.

Концепція КСВ ґрунтується на формуванні комплексної, якісної оцінки соціально-економічного та екологічного впливу організації на суспільство. У положеннях Глобальної ініціативи зі звітності зазначається, що «компаніям важко представити наслідки своєї діяльності, тому існує потреба їх вимірювати на більш систематичній основі, та результати, яких вони досягають завдяки їх інвестиціям в громади... Існує потреба в використанні інструментів і методів, завдяки яким можна відслідковувати вплив протягом часу» [1, с. 417].

Основною інформаційною базою підприємств щодо власної соціальної відповідальності є соціальна звітність, яка містить результати їх фінансово-економічної, соціальної та екологічної діяльності. Вона інформує громадськість, інвесторів, працівників та державні урядові органи щодо темпів розвитку та стабільності підприємства, формує його імідж [2, с.54]. Соціальна відповідальність ґрунтується на етиці та культурі компанії, що відображається у їх етичних кодексах, які визначають етичні рекомендації в процесі прийняття організаційних зрушень з урахуванням стратегічних цілей організації. Етичні кодекси складаються з двох частин: змістовної – включає етичні принципи, які є основою мислення, філософії та цілей компанії; нормативної – відображає положення, принципи та правила поведінки різних категорій працівників. [1, с. 165].

Сучасна концепція КСВ має спрямування на добровільні довгострокові зобов'язання, за допомогою яких, компанія досягає власних стратегічних цілей та результатів, ураховуючи постійні потреби усіх суб'єктів сучасного конкурентного ринкового середовища [3, с. 89]. Відповідно із цим КСВ

підприємства поділяють на два напрями: внутрішній та зовнішній (рис. 1).

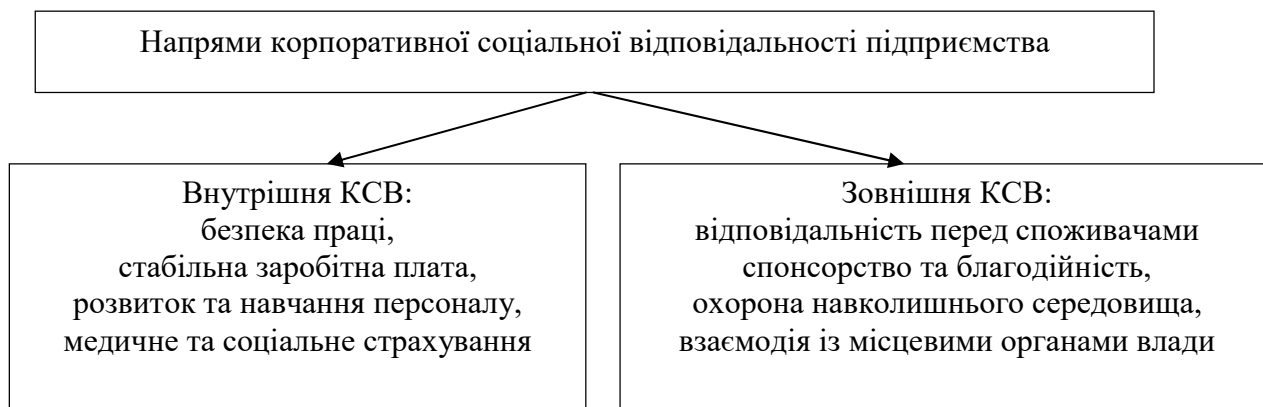


Рис. 1. Напрями корпоративної соціальної відповідальності

Внутрішня КСВ спрямована на працівників організації і заснована на переконанні суспільства, що підприємство повинно не лише отримувати економічні прибутки та сплачувати податки, а також піклуватись про власний персонал. Тобто внутрішній напрям КСВ відображає концепцію гідної праці, яка передбачає забезпечення справедливої винагороди, безпечних умов праці, принципів соціального партнерства, гарантій дотримання прав та свобод працюючих та ін. Зовнішня КСВ – це соціальна політика, яку організація проводить для місцевого співтовариства. У більшій мірі зовнішній напрям КСВ регулюється чинним законодавством (сплата податків, якість товарів та послуг, забруднення довкілля) [4, с. 7-8].

Внутрішній напрям КСВ стосується соціальної відповідальності перед працівниками та може бути оцінений за такими показниками: виплата премії; плинність кадрів; проведені тренінги та результати навчання; понаднормові години; кількість робітників-інвалідів; кількість інцидентів на робочому місці; оцінка працівниками своєї компанії. Зовнішній напрям КСВ – це оцінювання: впливу на навколишнє середовище (вплив та витрати на навколишнє середовище; використання вторинної сировини; споживання енергії; утилізація відходів; кількість штрафних санкцій за невиконання екологічних нормативів); залучення громадськості (дотримання компанією прав людини; надані робочі місця; освітні і навчальні програми для громадськості; участь у стратегічному розвитку регіону; допомога у вирішенні проблем регіону (охорона здоров'я, екологія)); поведіння компанії на ринку (рекламації покупців; скарги на недобросовісну рекламу; штрафні санкції антимонопольного комітету; надання споживачам якісного сервісу; рівень задоволення споживача; кредиторська заборгованість; рівень відповідності стандартам продукції; вплив продукції діяльності компанії на суспільство) [5].

Результативність КСВ оцінюють на основі кількісних (індекс питомих соціальних інвестицій, який характеризує суму соціальних інвестицій у розрахунку на одного працівника; частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі продажів тощо) та якісних (критерії: інституціональне оформлення соціальної політики; система обліку соціальних програм і заходів щодо їх

реалізації; комплексність процесу соціального інвестування) показників соціального інвестування [2, с. 58; 6, с. 24-25]

Світова практика ґрунтується переважно на оцінюванні КСВ за індексними та рейтинговими оцінками, серед яких найбільш відомими є: метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line); метод збалансованої карти оцінок (Balanced Scorecard); метод Лондонської групи порівняльного аналізу; Європейська модель якості (European Foundation for Quality Management Model for Business Excellence); індекс корпоративної благодійності (Corporate Philanthropy Index); Стандарт SA 8000; Стандарт AA 1000; індекс FTSE4Good; індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index); індекс Domini Social Investment (DSI 400). Виділяють також рейтинги «брудних» та «зелених» компаній, ефективності застосування соціальних програм тощо. Зазначені методи оцінювання розкривають різні критерії компаній (економічні, екологічні, соціальні, фінансові, інноваційні, соціальну залученість чи активність, благодійність, навчання тощо), що дають доволі повне уявлення про відношення компанії до свого персоналу та середовища в якому вони функціонують. Такі індекси та складені рейтинги дозволяють повноцінно сприймати компанію не лише за продукцією чи послугами, а й відношенням до сталого соціально відповідального розвитку. І хоча більшість із наведених методів є фінансово затратними та вимагають від керівників значної кількості ресурсів та часу, вони є поширеними, особливо серед визнаних лідерів галузей.

Зазначені методи оцінки соціальної відповідальності є мало поширеними в Україні, що пов'язано з невисоким рівнем свідомо здійснюваної соціально відповідальної діяльності. Крім того, кожне підприємство з урахуванням специфіки своєї діяльності, ресурсів та стратегічних можливостей будує власну систему оцінки КСВ. Найбільш простим і поширеним показником для оцінки КСВ у вітчизняній практиці сьогодні вважається індекс прозорості діяльності компанії, що визначається щорічно з 2012 р. Центром розвитку КСВ на основі аналізу веб-сайту підприємства за такими критеріями як зміст, навігація, доступність та звітність.

Отже, КСВ – це добровільні зобов'язання бізнесу просувати власну практику відповідальності щодо наслідків діяльності та прийнятих рішень, які узгоджуються із прийнятими у суспільстві нормами та вимогами і сприяють розвитку бізнесу і суспільної громади в цілому. Комплексна оцінка КСВ дає можливість компаніям порівнювати власні результати діяльності з іншими, незважаючи на галузеву обумовленість. Також дозволяє простежувати отримані показники у динаміці, що дозволить робити більш точніші висновки, які характеризуватимуть ефективність та продуктивність діяльності організації, конкурентоспроможність на сучасному ринку товарів та послуг і стійкість розвитку.

Реалізація КСВ забезпечується розробкою стратегії, у якій зазначаються визначені цінності та стандарти щодо внутрішньої політики і виробництва продуктів або надання послуг з метою задоволення основних потреб споживачів. Відповідальність перед споживачами є ключовою у КСВ поряд з максимальним нарощенням прибутків акціонерів у межах обмежень,

накладених національним законодавством.

Проаналізовано методологію оцінювання КСВ та виявлено, що до основних методів оцінки КСВ відносять соціальну звітність, індексний, рейтинговий, якісний та кількісний методи. Серед них найбільш поширеними є індексний метод (індекс прозорості) та соціальні звіти підприємства. Окрім цього, більшість міжнародних корпорацій у своїй діяльності широко застосовують етичні кодекси, які визначають етичні рекомендації в процесі прийняття організаційних зрушень з урахуванням стратегічних цілей організації. Така велика кількість різних показників обумовлена різними розуміннями авторів сутності поняття соціальна відповідальність, його об'єктом та предметом, галузевою приналежністю об'єкта оцінювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник. К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. 480 с.
2. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. *Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Технічний прогрес та ефективність виробництва*. 2013. № 46. С. 53-63.
3. Зайцева О.І. Корпоративна соціальна відповідальність: стратегічні напрямки розвитку самоорганізованих компаній. *Економічні інновації*. 2011. Вип. 45. С. 88-93.
4. Дементієва А.Г Корпоративна соціальна відповідальність. *Маркетинг*. 2009. №4. С. 13-12.
5. Левченко Г.М., Волк О.М. Соціальна відповідальність у контексті тенденцій етичного інвестування. *Механізм регулювання економіки*. 2011. Вип.2. С. 183-190.
6. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 1. С. 21-25.

*Карпенко Н.М.,
кандидат наук з державного управління, доцент,
Рябінін С.А.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

КОВОРКІНГОВІ ЦЕНТРИ ЯК ЕЛЕМЕНТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Протягом останніх десятиліть світова економіка, насамперед у розвинених країнах, увійшла в період радикальної структурної трансформації, що пов'язана із суттєвим зростанням ролі наукомістких, високотехнологічних виробництв. Їх розвиток визначається, головним чином, інтенсивним використанням знань і широким упровадженням інновацій у різні сфери економічного життя. Не залишається осторонь цих процесів і Україна, яка поступово налагоджує процес залучення інвестицій, реформує і спрощує умови створення та функціонування різних бізнес-структур, темпи розвитку яких є своєрідним каталізатором прогресивних змін економіки країни.

Одним із важливих елементів інфраструктури, що сприяє в сучасних умовах активізації залучення і реалізації інновацій є нова модель організації продуктивної взаємодії людей у коворкінгах. Це пов'язано з тим, що сьогодні доволі популярним трендом стає побудова бізнесу у віддаленому доступі (не виходячи з дому). Так працюють фрілансери, підприємці, а також невеликі стартапи, які не можуть собі дозволити або просто не хочуть орендувати окремий офіс. Відповідно саме вони, хто хоче мати професійний простір і не переплачувати за нього, обирають роботу в коворкінгу.

Зародження коворкінгу пов'язують з американським програмістом Бредом Ньюбергом, який у 2005 р. орендував велике приміщення в офісній будівлі, розділив його на кілька робочих місць і запропонував своїм колегам-телевізійникам з можливістю поділу орендної плати. Ініціатива Ньюберга дала життя явищу, яке за три роки поширилося по всьому світу й особливо виправдало себе в період кризи 2008-2010 рр. [1].

Коворкінг (англ. Collaboration-Working – спільно-працювати) у широкому сенсі – це модель організації діяльності людей з різним типом та специфікою зайнятості у єдиному робочому просторі, у вузькому – спільний офіс. Він включає в себе такі підвиди:

- бізнес центр (будівля, з можливістю роботи в ній різноманітних компаній та самозайнятих працівників);
- громадський простір (ініційований та підтримуваний державою або муніципалітетом, спільний простір для конкретної групи людей);
- відкритий простір (простір із закріпленими або незакріпленими місцями для роботи);
- акселератор (простір для стартапів, які отримують менторську підтримку впродовж визначеного періоду часу);
- приватний офіс (окремий простір або кімната в коворкінгу для роботи окремої команди людей);

– бізнес-інкубатор (організація, що допомагає стартапам у просуванні, та розвитку, з етапу створення і до моменту виходу на міжнародні ринки, без часових обмежень);

– віртуальний офіс (можливість реєстрації організації на адресу коворкінгу, без оренди фізичного робочого місця);

– креативний простір (простір з додатковими можливостями для реалізації клієнтів з певним устаткуванням та обладнанням).

В Україні перші коворкінг-центри почали свою діяльність з 2009 р., але більшість вкладених інвестиції у створення коворкінг-просторів у той час не виправдали сподівань власників. В останні роки вони знову почали набирати популярності та на сьогодні їх створено майже у всіх обласних центрах, таких як Харків, Львів, Дніпро, Запоріжжя, Одеса та ін., а в Києві на кінець 2018 р. їх було понад двадцять [2].

Результативність та ефективне функціонування коворкінгу визначають такі чинники: місце розташування; ергономічність приміщення та його розподіл на окремі зони, для певної діяльності та відпочинку; дизайн та інтер'єр приміщення; гнучка маркетингова політика, зворотній зв'язок, інформаційна безпека; оснащення приміщення сучасним обладнанням. Привабливість коворкінг-центру забезпечує наявність: переговорних кімнат, обладнаних робочих місць, конференц-залів з можливістю показу презентацій, приміщень для прийому їжі з необхідним для цього устаткуванням. Також, коворкінг-центри можуть пропонувати своїм клієнтам окремі послуги: юридичну або бухгалтерську підтримку, аудит будь-якої діяльності, ІТ-послуги, супровід, розвиток та просування проекту або стартапу, послуги секретаря, інформаційні бази та ін.

Причинами, через які обирає людина роботу в коворкінгу може бути декілька, від складної та незручної обстановки власного будинку, до неможливості зустрітися із замовником на нейтральній території. Основні переваги роботи в коворкінгу наступні: обмін досвідом та постійна комунікація – дозволяє взаємодіяти і кооперуватися з іншими професіоналами, швидше отримати пораду і свіжий погляд, а також самомотивувати себе, спостерігаючи за діяльністю та розвитком інших людей і проектів; доступна ціна – в Україні вартість робочого місця у вільному офісному просторі варіюється від 2 до 4 тис. грн. на місяць, що залежить від рівня послуг і зручностей, які надає коворкінг; наявність необхідної техніки і меблів; можливість відкриття філії власного підприємства – оренда місця для свого співробітника тощо.

Отже, коворкінги є дуже перспективними напрямками взаємодії між людьми різних інтересів та професій з метою реалізації та просування проекту, в яких учасники залишаються незалежними та «вільними», використовуючи загальний простір для інноваційної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Снігур Х. Коворкінг: переваги та недоліки в організації робочих місць. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2017. Вип. 4. С. 117-124.

2. Каталог коворкінгов України URL: <https://www.coworking.com.ua>

Кленін О.В.,
академік АЕН України,
доктор економічних наук, професор,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»,
м. Маріуполь, Україна

КРАУДСОРСИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ

Краудтехнології активно застосовуються для вирішення як нестандартних бізнес-завдань, так і глобальних проблем, що постають перед суспільством. Етимологія терміну є похідною від англійського слова crowd – «натовп» [1, с. 80]. Бурхливий розвиток інформаційних технологій прискорив глобалізаційні процеси, створив умови для нового формату комунікацій та взаємодії, економічний індивід став активним учасником бізнес-процесів, генератором інновацій або їх інвестором. З'явився новий вид виробництва, що заснований на використанні масового співробітництва (mass-collaboration), колективного розуму, інтелектуальних ресурсів, мільйони людей через Інтернет-мережуділяться інформацією та ідеями для великих та малих проектів. Сучасна економіка набула рис, що нетипові для класичних економічних поглядів на управління в ринкових умовах, - економіка спільного споживання (Sharing Economy), економіка на вимогу (on-Demand Economy), вікіноміка (Wikinomics), високотехнологічна економіка дарування (The Hi-Tech Gift Economy).

Краудсорсинг (crowdsourcing) – форма колективної співпраці, один з видів соціальних інновацій, мобілізація інтелектуальних ресурсів засобами інформаційних технологій з метою вирішення завдань, що стоять перед бізнесом, державою та суспільством в цілому. Це «залучення людей («натовпу») до процесу створення, фінансування, виробництва, просування проекту/продукції/послуги на добровільних засадах з метою додавання споживчої цінності та отримання прибутку за рахунок формування додаткового попиту на проект/продукцію/послугу або вирішення соціально значущих капітало-, праце- та знанняємних завдань з використанням краудсорсингової платформи» [2, с. 33].

Виникнення краудсорсингу обумовлене розвитком інформаційних технологій, що забезпечили розширення можливостей реалізації людського та соціального капіталу, отже краудсорсинг передбачає формування інтерактивних зв'язків між людьми в онлайн-середовищі на засадах добровільності, за умови чітко визначеного завдання, форми та умов отримання винагороди [3, с. 9-10]. Краудсорсинг зможе надати організаціям доступ до нових ідей та рішень, більш активно залучити споживачів до спільного створення продуктів та послуг з урахуванням споживчого попиту, дозволить знизити негативні ефекти від управлінських рішень, оптимізувати завдання та витрати. В умовах цифрової трансформації економіки краудсорсинг як ефективний онлайн-інструмент колективної участі набуває все більшої

актуальності, а Інтернет та соціальні мережі зблизили стейкхолдерів, створили підґрунтя для нових форм співробітництва [4].

Цифрова трансформація умов ведення бізнесу обумовила перехід від бізнес-моделі «все своїми силами» до бізнес-моделі «своїми силами плюс аутсорсинг», від бізнес-моделі «своїми силами плюс добровільний «натовп» до бізнес-моделі «чистий краудсорсинг» [2, с. 35]. Сфера застосування краудсорсингу достатньо широка, він стосується як соціальних, політичних так і бізнес-взаємодій, використання краудсорсингу змінює процеси виробництва, залучення персоналу, дослідження, продажів (рис. 1). Уряди використовують краудсорсинг з метою розширення прав та можливостей громадян брати участь в управлінні, в науці краудсорсинг прискорює інновації, в освітній сфері – визначає напрями реформування, в торгівлі – залучає споживачів.

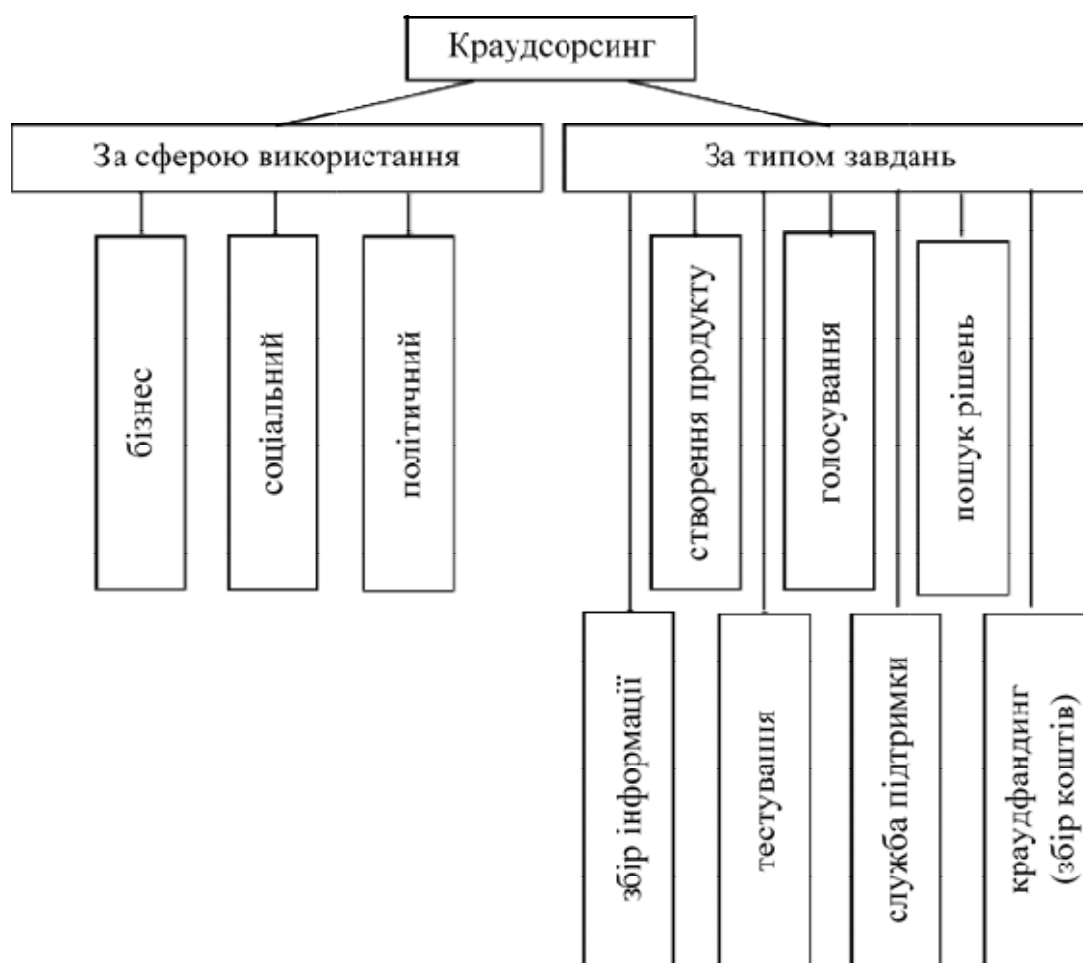


Рис. 1. Форми краудсорсингу

Особливою формою краудсорсингу виступає краудфандинг (crowdfunding) або фінансовий краудсорсинг, краудінвестинг, що являє собою збір добровільних пожертвувань для фінансування проектів або благодійність з використанням краудфандингових платформ. Краудфандинг передбачає колективне фінансування проектів в обмін за винагороду (таблиця 1).

Популярні краудфандинг-платформи [5-7]

Назва платформи	Країна заснування	Напрями діяльності
Kickstarter	США	Фінансування проектів у категоріях: мистецтво, комікс, танець, дизайн, мода, фільми і відео, їжа, відеоігри, музика, фотографія, видавництво, технологія, театр
Indiegogo	США	Фінансування креативних підприємницьких ідей за схемою громадського фінансування, особлива увага приділяється неприбутковим проектам
Crowdfunder	Великобританія	Залучення коштів інвесторів на благодійні потреби
Crowdcube	Великобританія	Залучення коштів інвесторів для розвитку бізнесу
Seedrs	Великобританія	Інвестування в стартапи та бізнес на пізніх етапах по всій Європі
Ulule	Франція	Творчі, інноваційні та громадські проекти
Crowdculture	Швеція	Залучення коштів інвесторів та коштів державного бюджету (частка залежить від кількості голосів учасників платформи, відданих за проект)
Goteo	Іспанія	Двоетапне фінансування суспільно значимих проектів (для започаткування та вдосконалення проекту)
Derev	Італія	Впровадження соціальних інновацій (збір коштів для проектів, підписів для петицій, трансляцій та інтерв'ю)
Wemakeit	Швейцарія	Творча індустрія, підтримка некомерційних організацій
Улей (Ulej)	Білорусь	Фінансування стартапів (культура, соціальні проекти, технології, мистецтво та ін.)
Талакакошт (Talaka)	Білорусь	Платформа для формування команди проекту (співвласників, помічників, експертів, партнерів та спонсорів)
YguruYogur	Азербайджан	Реалізація культурних проектів
Спільнокошт (Biggggidea)	Україна	Велика ідея-платформа соціальних інновацій (фінансування проектів в сфері освіти, охорони здоров'я, літератури, музики та наукових досліджень). Отримання фінансового прибутку не передбачається, інвесторам надаються послуги чи продукція за тематикою проекту
На старте	Україна	Фінансування творчих та соціальних ініціатив без отримання фінансового проекту
Куб	Україна	Фінансування бізнес-проектів з чітко визначеним прибутком інвесторів
Українська Біржа Благодійності	Україна	Залучення коштів на благодійні проекти

Краудсорсинг як будь-яка технологія, має переваги та недоліки. Перевагами є: значне охоплення діяльністю, залучення користувачів, багатоваріантність рішень, фіксовані терміни виконання, економія фінансових ресурсів, необмежена кількість виконавців, конкуренція, що сприяє активізації діяльності. До «слабких сторін» можна віднести: непрозорий принцип винагороди, розголошення конфіденційної інформації, обмежений контроль, недобросовісні замовники та виконавці, «натовп» не завжди повністю компетентний.

З точки зору проблемоорієнтованого підходу краудсорсинг пов'язують з управлінням знаннями та розподілом людського інтелекту. Як механізм мобілізації й створення креативності та талантів краудсорсинг через інновації впливає на сучасні економічні та політичні процеси. Незважаючи на те, що технології краудсорсингу створюють нові завдання для вирішення (можлива проблема безробіття, соціальна незахищеність краудсорсерів), це технології майбутнього, що прискорюють доступ не тільки до інформації, а й до колективних інтелектуальних ресурсів та творчості, що необхідні для відбору оптимальних інноваційних механізмів подолання сучасних глобалізаційних викликів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковальчук С.В., Олійник А.О. Сутність краудсорсингу та можливі напрями його застосування. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 6. С. 80-83.
2. Лапидус Л.В. Краудсорсинг и краудфандинг. Маркетинговое продвижение проектов, продукции и услуг. *Вестник финансового университета*. 2016. № 4. С. 32-41.
3. Єлісеєва Л.В. Краудсорсинг та його роль у забезпеченні інклюзивного економічного розвитку. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 1. С. 8-12.
4. Бет Симон Новек. Умные граждане - умное государство. М.: Олимп-Бизнес, 2016. URL: <http://maxima-library.org/knigi/knigi/b/387934?format=read> (дата звернення: 18.09.2019).
5. 9 Краудфандинг-платформ для финансирования культурных инициатив. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/10-crowdfunding-platforms> (дата звернення: 20.09.2019).
6. Спільнокошт – краудфандинг в Україні. URL: <https://biggggidea.com/projects/> (дата звернення: 20.09.2019).
7. Українська біржа благодійності. URL: <https://ubb.org.ua/> (дата звернення: 20.09.2019).

Климова І.Г.,
кандидат економічних наук, доцент,
Запорізький гуманітарний коледж
Національного університету «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна,
Брутман А.Б.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У сучасному готельному бізнесі жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, котрі можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу. Дослідження проблем управління персоналом у готелях проводяться з початку ХХ ст. і пов'язані з активізацією господарського життя капіталістичних країн, і, як наслідок, підвищенням попиту на товари і послуги. Передові готельні корпорації ретельно розвивають і підсилюють почуття приналежності працівника до «корпоративної родини», залучаючи його, таким чином, до системи загальних цінностей компанії в межах її організаційної культури, основна функція якої полягає в «мобілізації свідомості людини на досягнення визначених цілей».

А.І. Кравченко, Р.Д. Хунагов, Д. Сільверман, Д. Томпсон розробили питання вдосконалення системи управління персоналом у готельному господарстві, яке пов'язане із впровадженням універсальних підходів.

Питань організаційної культури торкалися М. Вебер, Т. Парсонс, Ч. Барнард, Саймонг, А. Петтигрю, В.В. Щербина та інші. Питання сфери послуг, менеджменту готелів розглянуті в роботах таких вітчизняних вчених і практиків, як Б.В. Авер'янов, Т.Г. Єрошкина, М.В. Єфремова, В.А. Квартальнов, М.В. Кобяк, М.М. Нестерук, А.Л. Лесник, А.К. Маринин, І.П. Матицький, Г.А. Папирян, а також у працях закордонних фахівців з готельного господарства: Р.А. Браймер, С.А. Бейкер, П.Е. Діас, Р.Х. Буде, П. Котлер, В.Т. Умбрайт, Дж. Уокер та ін.

Вимоги до обслуговуючого персоналу готелів [1, с.135] можна умовно розділити на 4 групи:

1. Кваліфікація (для всіх категорій готелів).

1.1. Весь обслуговуючий персонал повинен пройти професійну підготовку.

Ступінь підготовки повинен відповідати наданим послугам.

Один співробітник повинен пройти підготовку, пов'язану із забезпеченням безпеки проживаючих у готелі.

Один співробітник повинен бути підготовлений з питань безпеки в сфері суспільного харчування.

1.2. Знання іноземної мови.

Для готелів категорії "1 зірка" досить знання працівниками служби прийому й розміщення однієї іноземної мови (мови міжнародного спілкування або мови, що є найбільш уживаною клієнтами готельного комплексу в цьому регіоні).

Для готелів категорії "2 зірки" вимоги аналогічні попереднім.

Для готелів категорії "3 зірки" всьому персоналу, який має контакти з проживаючими, необхідне знання в достатньому обсязі мінімум двох мов міжнародного спілкування або інших мов, найбільш уживаними клієнтами готелю в цьому регіоні.

Для готелів категорії "4 зірки" вимоги аналогічні попереднім, але знання мов повинно бути на більш високому рівні.

Для готелів категорії "5 зірок" усьому персоналу, що працює з проживаючими, необхідно вільне володіння мінімум трьома іноземними мовами.

2. Поведінка.

Персонал усіх категорій готелів повинен уміти створювати на підприємстві атмосферу гостинності, бути готовим доброзичливо виконувати прохання проживаючого й у ставленні до проживаючих виявляти терпіння і витримку.

3. Медичні вимоги.

Персонал усіх категорій готелів повинен проходити періодичний медичний огляд для одержання відповідного сертифіката.

4. Уніформа.

Персонал усіх категорій готелів, що вступає в контакт з проживаючими, повинен носити одяг-форму, який у ряді випадків включає особистий значок із вказівкою імені та прізвища. Форма повинна бути завжди чистою й у гарному стані.

На базі розвитку індустрії інформатики та цифровізації, використання сучасних традиційних технічних засобів у поєднанні з новими комп'ютерними комплексами розроблено пропозиції з підвищення ефективності управління готельним господарством.

Найбільш поширеними прикладами застосування автоматизованих систем в HR є облік часу, база даних, база первинних знань, статистика, автоматизація обліку тренінгів, плану персонального розвитку, постановки завдань.

Дедалі частіше можна зустріти компанії, в яких автоматизовані процеси комунікацій, навчання та оцінювання персоналу, та практично інформація вже не обробляється вручну. Це дає можливість пришвидшити роботу фахівця та прийняти правильне рішення, а також істотно заощадити матеріальні ресурси компанії. Сучасному менеджеру по персоналу готельного бізнесу потрібно вміти збирати та аналізувати великі обсяги інформації про працівників та відвідувачів (мешканців готелю), використовуючи різні програми, які допоможуть зробити це якісно та швидко.

Сучасне готельне господарство у всьому світі стало на індустріальну основу і є самостійною галуззю економіки майже кожної країни.

Рівень прийому гостей, обсяг і якість послуг, які надаються їм, свідчать про ділові та моральні якості народу й суспільства, яке їх приймає. Звідси ті різнобічні вимоги, які висуваються до готелів, і передусім високий рівень розвитку матеріально-технічної бази та використання сучасних прогресивних форм і методів управління персоналом та управління й організації господарства. Останнім часом головним напрямком перебудови менеджменту і його радикального поліпшення, адаптування до сучасних, різко ускладнених умов внутрішнього і зовнішнього ринку, стало масове використання комп'ютерної і телекомунікаційної техніки, формування на її основі високоєфективних інформаційно-управлінських технологій [2].

Цифрова трансформація змушує бізнес на сучасному етапі формувати внутрішні онлайн-спільноти, вкрапляючи в них звичні офлайн-практики і процеси, вибудовувати систему digital learning, використовувати машинне навчання і штучний інтелект (AI) і т. п.

В умовах актуальності цифровізації українського готельно-ресторанного бізнесу, необхідно враховувати фактори які безпосередньовпливають на сферу управління персоналом компанії:

1. Технології. Стрімкий і безперервний технологічний прогрес диктує темпи змін у всіх інших областях людської діяльності, і робота з персоналом тут не виняток - в основі багатьох HR-трендів, лежать ті чи інші технологічні прориви. Зокрема, довгий час перенесення HR-процесів в «цифру» упирався в те, що тільки у офісних співробітників був постійний доступ до комп'ютерної техніки. Однак масове поширення досить потужних планшетів та смартфонів усунуло це обмеження, і сьогодні комп'ютерні технології, що застосовуються при відборі, оцінці та розвитку персоналу масово «Смартфонізуються», охоплюючи компанії від верху до низу [1,с.137-138].

На сучасному етапі розвитку технології відкривають набагато ширші можливості - вони дозволяють автоматизувати те, що раніше було виключно людської прерогативою (наприклад, масовий обзвон кандидатів) і радикально змінюють зміст процесів.

2. Демографія. Загальносвітовою тенденцією є зростання тривалості життя, в тому числі збільшення активного періоду, протягом якого людина може і хоче працювати. Це тягне за собою безліч наслідків, серед яких необхідність в неодноразовій перепідготовці співробітників протягом їхньої кар'єри.

В Україні на це накладається ще один фактор - демографічна яма, яка ще сильніше розбалансиє співвідношення молодих і літніх співробітників і загострює конкуренцію за робочу силу [3].

3. Аналітика та персоналізація. Індивідуальне ставлення завжди цінувалося високо, але в багатьох областях для справжньої персоналізації довгий час не вистачало ресурсів, і управління персоналом, на наш погляд відноситься саме до їхнього числа - «співробітників багато, а HR-менеджер один».

4. Інтелектуалізація і роль системи навчання. Автоматизація та роботизація буде найстрімкіше усувати професії рутинного характеру, а це означає, що продовжить зростати частка тих робочих місць, де необхідно постійне підвищення кваліфікації та освіти впродовж життя. Іншими словами, «вимиваються» перш за все ті професії, до яких не має підвищених вимог до корпоративної системи навчання.

5. Структурні зміни організацій. Традиційна ієрархічна структура організації диктувалася управлінським охопленням одну людину: якщо чисельність колективу перевищувала певний поріг, виникала необхідність в проміжному управлінському ланці. Технологічні досягнення послабили це обмеження - і підприємства стали експериментувати з різноманітними нестандартними структурами [4].

Подальший прогрес технологій і наростаючий темп змін призвели до того, що компанії стали все сильніше і сильніше переходити від процесної організації роботи до проектної. Постійна перерозподіл співробітників між проектними командами, віддалена робота і масштабне залучення фрілансерів призводить до того, що структури організації стають текучими, починають розмиватися і зникати. Бізнес і технології постійно еволюціонують, разом з ними змінюються і очікування співробітників. У відповідь на це експерти в області роботи з персоналом застосовують все нові підходи до управління організацією. Терміни Agile (в перекладі з англійської - проворний), Scrum (в перекладі з англійської - хватка), blockchain (в перекладі з англійської - цупкій), цифрова трансформація та ін. стають невід'ємною частиною презентацій не тільки зовнішніх консультантів, але значною частиною корпоративних стратегій [5].

Таким чином, в умовах сучасної цифровізації українського готельно-ресторанного бізнесу потрібно бути готовим до коректування підходів до роботи заради підвищення її ефективності. Гнучкість і мислення зростання - ось ключові компетенції в стрімко мінливому світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василик А., Данилицька А. Трансформація управління людським капіталом під впливом інформаційно-комунікаційних технологій. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2016. № 2. С. 135–140.
2. Попова М. Ринок праці. Рейтинг HEADHUNTER: Все по місцям. URL: <http://www.rbcplus.ru/news/56c3e2297a8aa91dc0ad91a4>.
3. Автоматизація в HR: з якою роботою вже справляються машини. URL: https://hh.ru/article/502204?from=article_506200.
4. Сучасні HR-навички. Talent Management. URL: <https://www.talent-management.com.ua/4644-4644-hr-skills>.
5. Епоха цифрової трансформації: HR – бути чи не бути. URL: <http://trends.skolkovo.ru/2017/10/epoha-tsifrovoy-transformatsii-hr-byit-ili-ne-byit>.

*Коваленко М.О.,
кандидат економічних наук,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ В МИТНИХ ОРГАНАХ

Сучасна митна справа - це складна динамічна система, управління якою можна визначити як безперервний цілеспрямований соціально-економічний і організаційно-технічний процес, який здійснюється за допомогою різних методів. Це сукупність способів організації всього процесу митної діяльності, які також є складноструктурованою системою, правильне поєднання елементів якої визначає ефективність зовнішньоекономічної діяльності України.

Сутність управління і його особливості в митних органах засновані на врахуванні специфічних умов, в яких відбувається процес управління. Тому виділяють основні фактори, які впливають на управління всією складною системою елементів митної справи: зовнішні і внутрішні.

Під організаційною структурою митних органів розуміється сукупність різних структурних підрозділів, які складають митні органи, порядок їх співвідпорядкованості і форму розподілу функцій між ними.

Організаційна структура істотно позначається на реалізації митним органом своїх функцій, що визначається, головним чином, ступенем жорсткості або стійкості структури.

Існує три види структурних підрозділів:

1) оперативні (митного оформлення і митного контролю, економічної роботи і правоохоронної діяльності);

2) функціональні (кадрові, фінансово-планові, правові, інформаційного забезпечення, господарські, матеріально-технічного постачання і забезпечення тощо);

3) штабного типу (організаційно-інспекторські, організаційно аналітичні, оперативно-чергові, тощо).

Необхідність структурної перебудови може обумовлюватися різними факторами, найголовнішими з яких є:

– зміни в обсязі і характері вирішуваних завдань і здійснюваних функцій;

– посилення технічної бази та професійної підготовки особового складу;

– зміна соціально-економічної та адміністративно-територіальної характеристик території, що обслуговується;

– підвищення вимог до оперативності та обґрунтованості прийнятих рішень [1, с. 475-480].

Слід зазначити, що така класифікація структурних підрозділів є загальною. Вона дозволяє отримати уявлення лише про первинний розподіл функцій серед структурних підрозділів митного органу.

Очевидно, що надмірно складна організаційна структура ускладнює роботу органів управління, веде до збільшення витрат на його утримання. Тому нові структурні підрозділи в митних органах створюються в тих випадках, коли ефективність реалізації ними будь-якої функції буде вищою в порівнянні з ефективністю здійснення цієї функції співробітниками, які працюють в інших підрозділах.

Митній системі належить особлива активна і значуща роль в розробці й проведенні митної політики, яка знижує внутрішні і зовнішні загрози національній та економічній безпеці країни, підвищує конкурентоспроможність національної економіки, зміцнює продовольчу безпеку країни, тощо, за допомогою застосування митно-тарифних і нетарифних механізмів регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Система управління в митних органах складається з наступних ланок:

- механізм управління, що включає закони, принципи, цілі, методи і функції управління;
- структура управління, що включає органи управління, кадри управління та технічні засоби управління;
- процес управління, що включає діяльність усіх ланок управління по досягненню поставлених цілей;
- механізм вдосконалення системи управління, що включає організацію змін в ній в результаті розвитку об'єкта управління. Результативна діяльність управлінської системи можлива при існуванні організуючого начала, що направляє і регулює активність елемента системи.

Основна мета системи управління в митних органах спрямована на досягнення узгоджених і злагоджених дій посадових осіб і працівників бюджетної сфери. Управлінська система повинна працювати в суворо регламентованому напрямку і забезпечувати вирішення поставлених завдань. Для цього необхідно якісне і оперативне управління всередині неї.

Для формування і реалізації керуючого впливу в митних органах необхідна наявність суб'єкта управління (керуючої системи, підсистеми), об'єкта управління (керованої системи, підсистеми) і організованих прямих і зворотних зв'язків між ними. У сукупності суб'єкт управління, об'єкт управління і взаємозв'язку між ними утворюють систему управління в митних органах [2, с. 43-47].

Серед основних проблем, що зумовили необхідність і доцільність застосування системи управління якістю, виділяють:

- відсутність в розпорядженні митної служби України дієвих інструментів управління якістю митної діяльності;
- відсутність достатньої кількості фахівців, які володіють методологією міжнародних стандартів якості;
- відсутність системного механізму мотивації персоналу митних органів для підвищення якості своєї діяльності.

Основними завданнями вдосконалення системи управління в митних органах слід вважати:

- чітке документування митних операцій і процедур;
- грамотний розподіл повноважень і відповідальності між керівним складом і посадовими особами;
- створення умов для систематичного поліпшення митних процесів, операцій і процедур;
- формування механізму систематичного вдосконалення системи управління в митних органах.

Основними напрямками вдосконалення системи управління в митних органах є:

- модернізація організаційних структур управління;
- оптимізація в ієрархічній структурі управління;
- підвищення організованості митної системи та скорочення зв'язків;
- спрощення складних структур управління та збільшення їх гнучкості;
- виключення дублювання в організаційних структурах управління;
- забезпечення максимальної типізації;
- вдосконалення методів управління: забезпечення рівномірного навантаження на кожний митний підрозділ; чітке розмежування функцій, прав і обов'язків керівників і підлеглих; наявність дієвого контролю за виконанням рішень;
- підвищення наукового рівня в управлінні за рахунок розробки науково обґрунтованого програмно-цільового розвитку;
- розвиток інформаційної бази: зміцнення інформаційного зв'язку між митною службою та іншими соціально-економічними системами; створення міжнародних інформаційних програм і обміну інформацією;
- розвиток інформаційних технологій і комп'ютеризації в системі управління; розвиток локальних інформаційних мереж та автоматизованих робочих місць [3, с. 93-98].

Таким чином, управління митними органами здійснюється в спеціальних умовах, що відрізняються від управління в інших сферах суспільного життя. Як будь-який складний соціальний об'єкт, митна система включає в себе безліч різних елементів і підсистем, що знаходяться в певних відносинах і взаємодіють один з одним. Головне завдання управління полягає в підтримці їх в оптимальній відповідності один одному і завданням митної служби як соціально-економічної організації, яка виконує специфічні функції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нагорічна О. С. Організаційно-управлінські засади кадрової політики у сфері державної митної справи. *Університетські наукові записки*. 2012. № 4. С. 475-480.
2. Черноіванова Г. С. Побудова механізму організаційно-економічного забезпечення управління: системний підхід до понятійно-категорійного. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 3-2. С. 43-47.
3. Веденєєв Є. Є. Удосконалення митної системи в контексті її модернізації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2015. Вип. 15(4). С. 93-98.

*Коваленко М.О.,
кандидат економічних наук,
Чепінога С.С.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ МИТНОЇ СПРАВИ ЯК ОБ'ЄКТА УПРАВЛІННЯ

Митна справа як складне системне соціально-економічне явище має різні тлумачення.

З позицій класичної школи управління митна справа є інструментом державного адміністрування, тобто являє собою сукупність методів і засобів забезпечення дотримання заходів митно-тарифного регулювання, а також заборон і обмежень при ввезенні і вивезення товарів.

З позицій процесного підходу в це поняття вкладається переважно процедурний зміст, і митна справа визначається як порядок і умови переміщення через кордон товарів і транспортних засобів, стягнення митних платежів, митного оформлення, організації і здійснення митного контролю.

Це визначення, яке розкриває функціональні аспекти діяльності митних органів, дозволяє представити митну справу як цілеспрямовану процедуру, як бізнес-процес [2, с. 10-11].

Системний підхід дозволяє розглянути більш загальний випадок і дати найширше визначення митної справи. Митна справа - це сфера державної політики, особлива область державних інтересів, специфічний напрямок діяльності системи державної влади з регулювання і контролю економічних процесів країни, в першу чергу її зовнішньоторговельної діяльності [3, с. 211].

У даній інтерпретації - це збірний термін. При його широкому розумінні він об'єднує в ціле наступні напрямки митної теорії і практики:

– митну політику держави - курс дій і система заходів митного регулювання та контролю, що проводяться державою в галузі зовнішньоторговельної діяльності;

– загальнодержавну функцію, реалізовану в цілях забезпечення ефективної політики - митне регулювання;

– форму реалізації митного регулювання - митний контроль в його широкому розумінні;

– законодавче та нормативно-правове забезпечення митного регулювання та контролю;

– організацію митного регулювання та контролю в системі державних органів влади;

– питання технологічного, кадрового, інфраструктурного та інших видів забезпечення митного регулювання та контролю.

Слід відзначити, що митна справа являє собою досить складний об'єкт для управління.

Перший чинник складності пов'язаний з особливостями опису митних систем як об'єктів управління.

Це перш за все велика розмірність регульованих, контрольованих і вимірюваних величин; наявність як безперервних, так і дискретних параметрів; суттєва нелінійність, включаючи випадок зміни виду функціональної залежності; значний вплив стохастичних факторів не тільки на окремі параметри, але і на типи функціональних залежностей (моделі).

Для опису об'єкта характерні також велика різноманітність математичних описів (моделей) - полімодельність, труднощі теоретичного аналізу та створення адекватних аналітичних моделей, недоступність прямих вимірювань, наявність великої кількості неформалізованих чинників, обмежена відтворюваність в експерименті, динаміка як функціональних характеристик, так і структурних компонент, інформативна невизначеність.

Другий чинник складності митної справи як об'єкта управління зумовлений необхідністю дотримання при його ідентифікації низки передумов, серед яких: цілеспрямованість, функціональна цілісність і структурованість митної системи, варіативний характер функціонування і розвитку митної системи, наявність механізмів ефективного оперативного і стратегічного управління для досягнення цілей митної діяльності, пізнаваність митної системи як об'єкта управління.

Цілеспрямованість – це визначення мети або набору цілей митної справи, митної служби в усіх їх проявах; є одним із першочергових завдань управління. У свою чергу, з цільової функції системи безпосередньо впливають її системні функції, критерії ефективності функціонування, процеси функціонування і їх параметри на кожному рівні ієрархії.

Функціональна цілісність характерна як для будь-якого митного органу (митного поста, митниці), так і для їх сукупності в рамках певного регіону або країни.

Цілісність проявляється в тому, що сучасна митна система поряд з іншими державними структурами включена в реалізацію загальнодержавних політичних і соціально-економічних цілей держави. При цьому їх досягнення вона забезпечує в процесі реалізації системних митних функцій (митного контролю, економічної (фіскальної), правоохоронної, регулюючої, інформаційної, дослідницької).

Структурованість – це можливість організаційно-функціональної та просторово-часової декомпозиції цілей митної системи. В ієрархічній організаційній структурі митної системи це досягається наступним чином: системні митні функції складаються в певну ієрархічну сукупність функцій митних органів, а в загальному випадку допускається, що така реалізація системних митних функцій забезпечує досягнення цілей, що стоять перед службою в цілому [6, с. 112-114].

Крім того, ієрархічність системи вимагає, щоб опис функціонування її більш високого рівня залежав від агрегування характеристик нижнього рівня. При цьому цільова функція висловлює залежність всіх параметрів системи від стану параметрів навколишнього або зовнішнього середовища.

Третій чинник складності митної справи як об'єкта управління пов'язаний з необхідністю формалізованого опису процесів організації, управління і діяльності

митної системи. Вербальний або формалізований опис системи має бути: цілеспрямованим (необхідно враховувати, що мета управління багато в чому визначає способи і форму опису керованого об'єкта); структурованим (з розкриттям внутрішньої структури, з деталізацією, достатньою для цілей управління). Він повинен будуватися на принципі інформаційної єдності в ієрархії понять і параметрів опису митної системи та представлений з урахуванням динаміки її еволюції [1, с. 12-23].

Необхідно враховувати, що визначення митної системи в якості об'єкта управління пов'язано з її специфікою, з цілями управління й професійними якостями особи, яка приймає рішення, або колективу керівників (управлінської команди), їх особистісними якостями [5, с. 135].

Представлені особливості структуризації дозволяють розглядати митну службу у вигляді наступних основних моделей-систем [4, с. 385]:

- моделі державного інституту або моделі державної організації;
- моделі організаційної системи;
- моделі технологічної системи;
- моделі системи управління;
- моделі організаційно-технологічної системи.

Митна справа, представлена у вигляді організаційно-технічної системи, - це митна служба як єдиний нормативно-правовий та інформаційно-технологічний комплекс, цілісна організація. Така модель є найбільш повним поданням системи, але і найбільш складним. Представляючи і аналізуючи митну службу як систему, необхідно також враховувати, що в просторово-функціональному відношенні вона належить до класу відкритих розподілених систем.

Представлені умови обмежують можливості по формалізації і створення єдиної моделі митної справи. Найбільш конструктивним є підхід, який орієнтує на полімодельне уявлення митної системи, на різноманіття і єдність моделей митної справи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бевзенко В.М. Суб'єкти владних повноважень: ознаки, сутність та види. *Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е.О. Дідоренка*. 2010. № 8. Ч. 3. с. 12–23.
2. Дубініна А.А., Сорокіна С. В., Зельніченко О. І. Митна справа : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2010. 320 с.
3. Митна справа: Словник-довідник. / за заг. ред.: Т. О. Коломоєць. Харків : Рекламне агентство «РА», 2000. 320 с.
4. Основи митної справи в Україні : підручник / за. ред. П.В. Пашка. Київ : Знання, 2008. 651 с.
5. Приймаченко Д. В. Митна політика держави та її реалізація митними органами : монографія. Дніпропетровськ : Академія митної служби України, 2006. 332 с.
6. Управління в митній службі : підручник / за заг. ред. Ю. Д. Кунева. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 408 с.

*Козловський С.В.,
доктор економічних наук, професор,
Ломакін О.Ю.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ПАРАДИГМА МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТА ЙОГО РОЛЬ ЗА СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ

Німецький філософ Артур Шопенгауер (1788-1860 рр.) у статті «Чотири принципи достатньої причини» вперше вжив термін «мотивація», після чого його почали застосовувати для пояснення причин поведінки людей [1, с. 27]. В літературі поняття «мотивація персоналу» трактується неоднаково, хоча більшість його визначень багато в чому схожі.

Загалом, вчених, що дають визначення мотивації можна об'єднати за двома факторами. Перші – це ті, які вважають, що мотивація – це свідоме прагнення до певного типу задоволення потреб, до успіху. Інші автори під мотивацією розуміють усе те, що активізує діяльність людини. Вони бачать в мотивації стан особи, що характеризує ступінь активності та спрямованості дії людини в конкретній ситуації. При цьому мотив є спонуканням до певної дії.

До перших можна віднести М.Х. Мескона та Альберта М., які визначають мотивацію як процес спонукання себе й інших до діяльності для досягнення особистих цілей та цілей організації [1, с. 360]. Схожі визначення дають також Кузьмін О.С. та Мельник Л.Г. [2]. Цікаве визначення дає Ф.І. Хміль, який зазначає, що мотивація – це стимулювання певної поведінки людини, зумовленої напруженням між потребами і можливістю їх задоволення [3, с. 273].

До авторів, які схильні визначати мотивацію як активізуючу силу та ступінь активності працівника можна віднести відомого американського фахівця у галузі менеджменту Річарда Л. Дафта, що розглядає мотивацію як сили, що існують усередині або поза людиною і збуджують у ній ентузіазм і завзятість під час виконання певних дій. Цей фахівець зазначає: «Мотивація працівників впливає на їхню продуктивність, і частина роботи менеджера якраз і полягає в тому, щоб направити мотивацію на досягнення цілей організації» [4, с. 49]. На думку Пивоварчика Я., мотивація – це атрибут свідомості людини, як чинник, що активізує діяльність або спричиняє її припинення [5, с. 46]. Черватюк О. вважає, що мотивація – це поведінкове виявлення потреби, відчуття відсутності, недостатності в будь-чому [6, с. 23].

Така різноманітність визначень засвідчує, що мотивація персоналу – це складне й багатопланове явище, яке потребує всебічного вивчення. З'ясовуючи сутність і природу мотивації, маємо усвідомлювати, що йдеться про процес, який відбувається в самій людині та спрямовує її поведінку в конкретне русло, спонукає її вести себе певним чином в конкретній ситуації. На поведінку людини в процесі трудової діяльності впливає комплекс факторів-мотиваторів, що спонукають до діяльності: зовнішніх – на рівні держави, галузі, регіону, підприємства та внутрішніх – складових структури самої особистості працівника

(потреби, інтереси, цінності людини, пов'язані з ними та соціокультурним середовищем особливості трудової ментальності тощо) [7, с. 293].

Для успішного керування поведінкою людей у процесі їх трудової діяльності дуже важливо встановити, чому саме люди працюють, що викликає у них бажання і потребу працювати, чому одним робота приносить задоволення, інші ставляться до неї байдуже, а дехто взагалі відноситься до неї негативно.

Функція мотивації охоплює розробку і використання стимулів до ефективної взаємодії суб'єктів спільної діяльності. Керівнику важливо завжди пам'ятати, що навіть ретельно складені плани і найдосконаліша структура організації не принесуть бажаної ефективності, якщо хтось не виконує конкретної роботи в організації. І завданням мотивації є забезпечення виконання роботи членами організації відповідно до делегованих їм обов'язків та плану.

Для результативного виконання функції мотивації в сучасних умовах керівнику необхідно вільно володіти понятійним апаратом та правильно розуміти його, враховувати і використовувати в управлінській діяльності такі важливі поняття, як мотиви та стимули.

Мотив у перекладі з французької мови означає спонукальну причину, привід до конкретної дії. А.М. Колот зазначає, що у структуру мотиву праці входять:

1) потреба, яку прагне задовольнити працівник; 2) благо, яке здатне задовольнити цю потребу; 3) трудова дія, необхідна для одержання блага; 4) ціна або витрати, на які погоджується працівник [8, с. 11].

С.Б. Каверін у своїй монографії «Мотивація праці» стверджує, що мотив - це образ успішно завершеного дії з реалізації потреби [9, с. 7].

Сила мотиву визначається мірою значущості тієї або іншої потреби для працівника. Чим загальніша потреба конкретного блага, чим сильніше бажання його одержати, тим активніше діє працівник. Мотиви, що формуються у людини під впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх, суб'єктивних та об'єктивних факторів, приводяться в дію під впливом стимулів. В якості стимулів можуть виступати матеріальні блага, дії інших людей, які дають певні можливості, надії тощо. Благо стає стимулом праці, якщо воно формує мотив праці. Поняття «мотив праці» і «стимул праці» по суті синоніми. У першому випадку мова йде про працівника, котрий прагне отримати благо за допомогою трудової діяльності (мотив), у другому – про орган управління, котрий володіє набором благ, необхідних працівникові, і надає їх йому за умови ефективної трудової діяльності (стимул).

Стимулювання праці передбачає створення умов, за яких активна трудова діяльність стає необхідною і достатньою умовою задоволення потреб працівника, формування в нього мотивів праці.

За змістом стимули можуть бути економічними і неекономічними. Некономічні поділяються на організаційні та моральні. Однак чіткої межі між ними немає. На практиці вони досить часто поєднуються і взаємозумовлюють один одного. Наприклад, підвищення в посаді та пов'язана з ним грошова винагорода дають можливість набути не лише додаткових матеріальних благ, а й поваги та певного статусу серед робітників даної організації. Стимули

впливають на зусилля людини, його старання, наполегливість, сумлінність, цілеспрямованість у справі вирішення завдань, що стоять перед організацією.

Стимулювання є своєрідним механізмом, за допомогою якого реалізуються мотиви. Від того, якими мотивами людина керується у своїй трудовій діяльності, залежить її ставлення до роботи і кінцевий результат. Мотив зумовлений багатьма чинниками. Одні й ті самі мотиви у різних людей можуть спричиняти неоднакові дії і, навпаки, ідентичні дії можуть спричинятися різними мотивами.

Основою мотивів є потреби людини, тобто психологічне або фізіологічне відчуття нестачі чогось. Коли потреба яким-небудь чином відчувається людиною, то вона спонукає в ній стан орієнтації на можливу винагороду. Будучи продуктом фізіологічного і психологічного стану людини, потреби виражаються в її поведінці, спонукають до визначених дій. Спонукування виявляється у визначеній поведінці, що ставить своєю метою задоволення потреби. Коли ця мета досягнута, потреба може бути задоволена цілком, частково чи зовсім не задоволена.

У ширшому розумінні мотиви – це спонукальні причини поведінки і дій людини, які виникають під впливом її потреб і інтересів. Потреба – це тільки образ бажаного блага, котре прийде на зміну потребі за умови, якщо будуть виконані (мотивовані) певні трудові дії [8, с.11].

Ступінь задоволення потреби в даній ситуації впливає на поведінку людини, якщо складається схожа ситуація в майбутньому. Людина буде прагнути обов'язково повторити ту свою поведінку, яка дала можливість максимально задовольнити потребу в минулому. Цей стан називається «закон результату».

Людські потреби поділяють на первинні (фізіологічні) і вторинні (психологічні). А винагороди, в свою чергу – на внутрішні (їх отримують у процесі роботи, від змісту трудового процесу, відчуття самоповаги тощо) і зовнішні (зумовлені заробітною платою, просуванням по службі, кабінетом, додатковою відпусткою, службовим авто тощо).

Усі люди абсолютно різні за вихованням, розумовими здатностями, культурою, інтересами, матеріальним становищем, тому і потреб існує безліч. Отже, для кожної людини і мотиви є суб'єктивними. Вони формуються у процесі виховання, навчання, усвідомлюються внаслідок прийняття індивідом домінуючих у суспільстві цінностей, що впливає на визначення цілі й спонукає людину до дії. Також необхідно враховувати, що люди по-різному поведуться, досягнувши мети. Тому не можна запропонувати якийсь один «кращий» спосіб мотивації, що буде доречний стосовно всіх працівників. Те, що допустимо для одного, може бути абсолютно невідповідним для іншого. До того ж процес мотивації ускладнюють постійні зміни в технології виробництва, організаційній структурі, а також кадрові переміщення.

Отже, для ефективної мотивації своїх працівників керівнику слід визначити їхні реальні потреби і забезпечити найкращий спосіб задоволення їх роботою. Мотивація поєднує інтелектуальні, фізіологічні й психологічні процеси. Організаційна культура підприємства безпосереднім чином визначає відношення в колективі та відчуття належності кожного робітника до

досягнення цілей підприємства. В міру зростання життєвого рівня трудящих і їхнього ставлення до праці, керуючі почали розуміти, що економічне заохочення не завжди спонукає людину працювати краще. Це змусило теоретиків управління шукати нові способи мотивації до праці. Вони з'явилися в застосуванні психологічних мотивів.

Одним з небагатьох освічених в цій галузі людей того часу був Елтон Мейо. Він став відомим завдяки експерименту, який проводився на текстильній фабриці в Філадельфії в 1923-1924 рр. Плинність робочої сили на одній прядильній дільниці досягла 250%, в той час як на інших – всього 5-6%. Матеріальні засоби стимулювання результатів не дали. Мейо зрозумів, що вирішення проблеми треба шукати не в збільшенні заробітної плати, а в зміні умов праці і встановив для прядильників дві 10-хвилинні перерви для відпочинку. І це допомогло – плинність робочої сили різко знизилася, зріс виробіток та підвищився моральний стан робітників. Однак Мейо і сам повністю не розумів важливості своїх винаходів, адже психологія як наука була в той час на початковій стадії розвитку.

Дослідження Мейо, що були проведені наприкінці 20-х років на робочих місцях, також дозволили зробити висновок, що на продуктивність праці впливають такі людські фактори, як соціальна взаємодія і групова поведінка.

Пізніше почали з'являтися психологічні теорії мотивації праці, які поділялися на ті, що були засновані на внутрішніх потребах та ті, що засновані на поведінці людей з урахуванням того, як вони сприймають зовнішнє середовище і пізнають навколишній світ.

Мотиваційні теорії цікавили вчених протягом усієї історії економічної науки. Суттєвий внесок у розвиток теорій мотивації зробили українські вчені. Так, Михайло Вольський вважав необхідним поліпшувати фізичні, моральні та інтелектуальні умови існування людини. Г. Цехановецький виступив проти узагальнень Адама Сміта про людську поведінку, стверджуючи, що багато людей намагається поліпшити своє становище не тільки завдяки власній праці, а й за рахунок інших. М Туган-Барановський був одним з перших у світі, хто розробив чітку класифікацію потреб [10, с.176].

Загалом в менеджменті виділяють три підходи до мотивації: традиційний підхід, підхід з позиції людських відносин і підхід з позиції людських ресурсів. Новітні теорії мотивації утворюють ще один, четвертий напрям, що одержав назву сучасних підходів.

Увага прихильників традиційного напрямку зосереджена на оплаті праці, тобто працівник розглядається як економічна людина, готова робити більше за великі гроші. Розвиток даного підходу привів до розробки стимулюючих систем оплати праці, коли рівень заробітної плати працівника жорстко прив'язаний до кількості і якості зробленої ним продукції.

Поступово в уявленнях менеджерів концепція «економічної людини» була усунена іншою, більш «дружньою» щодо працівників. Результати знаменитих хоторнських досліджень на заводі компанії Western Electric привернули увагу теоретиків і практиків до ролі таких неекономічних вигод, як робота співробітників у групах, близьких за інтересами чи соціальними потребами колег. Дані види винагороди почали розглядатися як більш вагомі

мотиватори поведінки працівників, ніж гроші. Нарешті почалося вивчення «людини працюючої» як людини в повному розумінні цього слова, що ознаменувало народження концепції соціальної людини. Подальші дослідження показали, що зміни поведінки працівника в кращу сторону можна домогтися навіть у тому випадку, якщо вплив обмежується підвищеною увагою до нього менеджера («хоторнський ефект») [11, с. 14].

Підхід з позиції людських ресурсів є подальшим розвитком концепцій «економічної людини» і «людини соціальної». Відповідно до теорій «цілісної людини», кожен індивід - багатогранна особистість, якою рухають різноманітні фактори. Прихильники концепції людських ресурсів відстоювали таку точку зору, відповідно до якої попередні наукові підходи були спрямовані на маніпулювання поведінкою найманих робітників за допомогою використання економічних або соціальних винагород. Якщо менеджер відноситься до своїх підлеглих як до компетентних фахівців, які прагнуть до високих досягнень, він одержує могутній важіль підвищення продуктивності праці. Концепція людських ресурсів - фундамент сучасних підходів до мотивації працівників.

Отже, сучасні підходи до мотивації можна розділити на дві категорії: змістовні і процесійні. Змістовні теорії мотивації аналізують базові потреби людини. У них досліджуються потреби працюючих в організаціях людей. Спираючись на них, менеджери отримують можливість глибше усвідомити нестатки підлеглих. Увага прихильників процесійних теорій мотивації сконцентрована на вивченні розумових процесів, що впливають на поведінку людини та на поясненні того, якими способами працівники прагнуть отримати винагороду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджмента. М.: Дело, 1992. 701 с.
2. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2003. 416 с.
3. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2005. 608с.
4. Дафт Р.Л. Менеджмент. СПб.: Изд-во «Питер», 2000. – 832 с.
5. Пивоварник Я. Співпраця як складова системи мотивування на підприємстві. // *Україна: аспекти праці*. 2002. № 2. С. 46-49.
6. Черватюк О. Заробітна плата в механізмі мотивації трудової діяльності працівників (на прикладі підприємств Житомирщини) *Україна: аспекти праці*. 2002. № 3. С. 22-25.
7. Данилюк В.М., Петюх В.М., Цимбалюк С.О. Менеджмент персоналу: Навч. посіб. Вид. 2-ге, без змін / та ін. К.: КНЕУ, 2008. 398 с.
8. Колот А. М. Мотивація персоналу: Підручник /. К: КНЕУ, 2005.337с.
9. Каверин С. Б. Мотивация труда. М.:Ин-т психологии РАН, 2004. 224с.
10. Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент організації. Навчальний посібник / К. : «Кондор», 2008. 664 с.
11. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала М.: ГроссМедиа, 2005. 224 с.

*Козловський С.В.,
доктор економічних наук, професор,
Мисник Я.Є.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Підвищення ефективності управління оборотними коштами підприємства є виключно актуальною темою в сучасних економічних умовах для всіх підприємств України у зв'язку із тривалою платіжною кризою, яка стала наслідком гострого дефіциту оборотних коштів практично на всіх вітчизняних підприємствах.

Економіка України традиційно була орієнтована на промислове виробництво. Запровадження ринкових реформ, в розвиток ринкового середовища принесли певні зміни в діяльності підприємств, а саме: розукрупнення виробництва, введення нових форм і методів роботи. Особливо гостро в умовах конкуренції, яка розвивається та обмеженості матеріально-технічних ресурсів постає питання їх ефективного використання. При структурі затрат, яка склалася на даний час, питома вага матеріальних затрат в собівартості продукції становить близько 75%, а в галузях харчової промисловості перевищує 90% [1].

Найкоротшим шляхом підвищення ефективності господарської діяльності підприємств є зменшення витрат сировини, матеріалів на одиницю продукції, що в свою чергу залежить від наявності матеріальних ресурсів, їх кількості та рівня їх використання. У вітчизняній економічній літературі детально розроблені методи нормування оборотних коштів. У практиці господарювання методи розрахунків використовуються як допоміжні.

Ще одним не менш важливим структурним елементом системи управління оборотними засобами є планування та фінансування оборотних активів. Рациональне і економічне використання оборотних коштів підприємств має непересічне економічне значення. Це зумовлюється всезростаючими масштабами абсолютного споживання сировини, матеріалів, енергії для виробництва продукції у різних галузях народного господарства, переважною частиною матеріальних витрат у загальній її вартості. Економія матеріальних ресурсів, що характеризується зниженням абсолютної і питомої ваги витрат їх окремих видів, дозволяє з однієї і тієї ж кількості сировини і матеріалів виготовляти більше продукції без додаткових витрат суспільної праці, підвищувати ефективність виробництва в цілому на кожному підприємстві.

Більш ефективно використання оборотних коштів передбачає перш за все вирішення конкретних завдань по економії сировини, матеріалів, палива, електроенергії. Прийнято розрізняти джерела і шляхи економії матеріальних ресурсів. Джерела економії показують, за рахунок чого може бути досягнута

економія ресурсів, а шляхи економії – яким чином, за допомогою яких заходів можна заощаджувати ті чи інші види матеріальних ресурсів. Зі всієї сукупності можливих заходів щодо економії матеріальних ресурсів слід відокремлювати виробничо-технічні та організаційно-економічні (рис. 1).

Найбільші за величиною резерви підвищення рівня ефективного використання найважливіших видів матеріальних ресурсів пов'язані з комплексною переробкою сировини та широким застосуванням так званих вторинних ресурсів [1].



Рис. 1. Джерела та шляхи економії матеріальних ресурсів на підприємстві

Основу організації грамотного формування розрахункових оптимальних розмірів оборотних коштів становить «золоте правило фінансування». У відповідності з цим правилом фінансові ресурси фірми повинні бути в її розпорядженні, поки вони необхідні для забезпечення безперебійного функціонування, а строки кредиторської заборгованості – максимально збільшені без шкоди порушення господарських зобов'язань. Виконання цієї вимоги призводить до виникнення жорстких вимог щодо забезпечення ряду фінансових пропорцій в балансі фірми, строгій кореспонденції певних елементів активів та пасивів. Підтримання фінансової рівноваги зводиться до виконання цих правил в повсякденній діяльності.

Політика управління оборотними коштами являє собою частину загальної фінансової стратегії та полягає в забезпеченні раціонального їх обороту та ефективності їх використання [2].

Система управління оборотними коштами передбачає:

1. Формування окремих видів оборотних коштів та загального їх розміру в відповідності з обсягом господарської діяльності та його циклом. Інструментом для здійснення такої роботи є нормативи і ліміти.

2. Врахування сезонних коливань господарської діяльності при визначенні обсягу і складу оборотних коштів.

3. Забезпечення прискорення оборотності оборотних коштів в розрізі окремих їх видів та в цілому. Це дозволить меншими коштами забезпечувати нормальну роботу підприємства, а вивільнені кошти направляти на розширення діяльності та подальше інвестування з метою отримання прибутку.

4. Забезпечення достатньої ліквідності оборотних активів. З врахуванням обсягу і графіку платежів повинна бути визначена доля оборотних активів з високою ліквідністю.

5. Забезпечення мінімізації втрат оборотних коштів у процесі їхнього використання. Всі види оборотних коштів у тій або іншій мірі схильні до ризику втрат. Так, запаси товарно-матеріальних цінностей схильні до втрат вартості в зв'язку з втратами від природних втрат; дебіторська заборгованість – втратам від неповернення або невчасного повернення; грошові активи – інфляційним втратам вартості і т.п. Тому політика управління оборотними коштами повинна бути спрямована на мінімізацію розміру їхніх втрат.

6. Забезпечення своєчасного відновлення оборотних коштів у процесі їхнього використання. Таке відновлення є найважливішою умовою ефективності всього операційного процесу. Необхідність такого відновлення відноситься до всіх видів використовуваних малоцінних і швидкозношуваних предметів, запасів сировини і матеріалів, що забезпечують випуск нових видів продукції або підвищення їхньої якості. Особлива увага в операційній діяльності підприємства повинна бути виділена своєчасному відновленню інструментів, приладів, інших знарядь праці, що є умовою підвищення рівня інтенсифікації операційних процесів і росту продуктивності праці.

7. Забезпечення реального відображення в урахуванні вартості окремих видів оборотних коштів в умовах інфляції. Тільки при реальному відображенні вартості запасів сировини, матеріалів і інших матеріальних цінностей може бути виявлена реальна собівартість продукції і правильно сформована ціна на її, визначені розміри податкових платежів [3].

Отже, система управління оборотними коштами – це таке функціонування підприємства, під час якого забезпечується чіткий стан фінансових ресурсів та досягаються найвищі результати діяльності при найменших витратах підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Золотарьов І. Ефективне використання оборотних коштів. *Економіка України*. 2007. № 7. С. 12-16.

2. Стадник В.В., Йохна М.А. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. К. : Академвидав, 2017. 464 с.

3. Бандурка О. М., Коробов М. Я. Фінансова звітність підприємства. К.: Либідь, 2015.

*Козловський С.В.,
доктор економічних наук, професор,
Танасієнко О.І.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ПАРАДИГМА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Основною метою діяльності державного та комерційного сектору є задоволення потреб споживача. В умовах переходу до ринкових відносин, громадяни залишаються пасивними в такій діяльності, тому потреби споживача рідко враховуються, ресурси використовуються не ефективно. Саме в цей час набирає популярності соціальне підприємництво, як форма включення громадян в процес вирішення соціальних проблем. В більшості розвинених країнах така форма десятки років демонструє високу ефективність поєднання сил комерційного, громадського та державного сектору на шляху до вирішення гострих проблем суспільства.

Для багатьох людей, навіть тих, хто займається підприємництвом чи працює в галузі освіти, поняття «соціальне підприємництво» є малознайомим або незрозумілим. Американська дослідниця Рут Шапіро (Ruth Shapiro) провела, як вона сама зазначає, «абсолютно ненаукове дослідження», запитавши 8 осіб на Юніверсіті-авеню в Пало-Альто (Каліфорнія, США), чи знають вони, що таке «соціальне підприємництво». Шестеро опитаних вважало, що це – щось пов'язане з веденням бізнесу в соціальних мережах, двоє інших згадали про мікрофінансування [1].

Автором найбільш розлогого тлумачення «соціального підприємництва» є Грегорі Діз (Gregori Dees). Він виділив п'ять ознак, що визначають соціальне підприємництво:

- взяття на себе місії створення та підтримки соціальної цінності (а не лише цінності для індивідуума);
- безперервний пошук та використання нових можливостей для служіння обраній місії;
- участь у процесі творення інновацій, адаптації та навчання;
- рішучість дій, активність і масштаби яких не повинні обмежуватися наявними ресурсами;
- висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством» [2].

Науковці по різному окреслюють поняття «соціальне підприємництво» (табл. 1).

Окремі визначення поняття «Соціальне підприємництво»

Борнштейн Д. (Bornstein D.) і Девіс С. (Davis S.)	Соціальне підприємництво передбачає процес, за допомогою якого громадяни створюють або трансформують установи для вирішення таких соціальних проблем, як бідність, неграмотність, деградація довкілля, порушення прав людини, корупція, з метою покращення життя багатьох людей [4, с. 10].
Мейр Дж. (Mair J.) і Марті І. (Marty I.)	Соціальне підприємництво – широкий процес, який включає в себе комбінацію ресурсів для створення можливостей прискорення соціальних змін та/або задоволення соціальних потреб. Соціальне підприємництво – інноваційна модель надання продуктів та послуг, спрямованих на задоволення базових потреб (прав), що залишилися поза увагою інституцій [5, с. 38].
Остін Дж. (Austin J.), Стефенсон Г., (Stephenson H.), Вей-Скіллерн Дж. (Wei-Skillern J.)	Соціальне підприємництво – це інноваційна діяльність, орієнтована на створення соціальної вартості, яку можуть провадити неприбуткові, прибуткові організації та урядові установи [6, с. 11].
Джонсон (Johnson)	Соціальне підприємництво з'явилося в результаті інноваційного підходу до вирішення складних соціальних проблем. Соціальне підприємництво, основним завданням якого є вирішення соціальних проблем через інновації, стирає традиційні межі між державним, приватним та неприбутковим секторами і використовує підходи, що поєднують комерційні та неприбуткові бізнес- моделі [7, с. 19].
Ніколс А. (Nichols A.)	Соціальне підприємництво працює над інноваціями, які покликані покращити загальний рівень життя, і виникає на основі організацій, що ініціюють, впроваджують та сприяють позитивним змінам у суспільстві [8, с. 2].

Відсутність точного визначення непокоїть експертів: «Ми стверджуємо, що на сьогодні визначення «соціального підприємництва» практично немає. Як наслідок, поняття «соціальне підприємництво» стало настільки ємним (надмірно «інклюзивним»), що тепер його можна застосовувати до всіх різновидів суспільно корисної діяльності [9, с. 38].

Провісником сучасного соціального підприємництва американські дослідники вважають громадську самоорганізацію, яка має давню історію

та традиції в США. З часу формування країни для вирішення певних соціальних проблем створювалися різного типу організації самопомоги і благодійності. Справжній сплеск творчої громадянської активності відбувся в період між 1880 і 1920 роками, коли США швидко трансформувались із сукупності невеликих, самодостатніх господарств і середніх міст в індустріалізоване суспільство споживачів. Мільйони зовнішніх і внутрішніх мігрантів наводнили міста, які не були готовими прийняти таку кількість жителів, – типове явище сучасного життя багатьох країн, що розвиваються.

Нові мешканці міста повинні були навчитись боротися за свої права, за поліпшення умов життя в нетрях та умов праці на заводах. Це був період появи великої кількості різноманітних організацій: the Salvation Army, the Urban League, the Lions Clubs, the Boy and Girl Scouts, Goodwill Industries, the PTA, the NAACP, Hull House, Rotary International, the YWCA, the League of Women Voters, багатьох профспілок тощо [4, с. 23].

Саме в цей період – період Прогресивного століття – освічені меценати почали експериментувати з «науковою добродійністю», метою якої були виявлення і трансформація чинників, що призводять до бідності, а не лише поліпшення умов для бідних та полегшення совісті багатих.

Серед перших організацій, що формували соціальне життя громад, були: церковні спільноти, фермерські організації, торгові асоціації, професійні товариства, громадські та молодіжні організації, братства, таємні товариства або ордени, етнічні групи тощо [12, с. 31].

Якщо шукати кореляцію між створенням громадських організацій і розвитком соціального підприємництва, то можна зазначити, що в останні два десятиліття минулого століття сформувалися всі передумови для такої залежності. Якраз у цей період відбулося вибухове зростання некомерційних організацій. Якщо до початку 1980-х їх число в усьому світі не перевищувало 100 тисяч, і переважну кількість було зареєстровано в США, то до кінця 1990-х їх нараховувалися мільйони. І хоча США продовжували бути основним центром громадянської активності, в інших країнах також значно зросла чисельність громадських утворень.

Це відбувалось у країнах різного типу та в різних регіонах світу. Наприклад, у Франції упродовж 1990-х років щороку утворювалося близько 70 тисяч громадських організацій, що вчетверо більше, ніж у 1960-х роках. У Канаді між 1987 та 2002 рр. їх число зросло більш ніж на 50%, досягнувши 200 тисяч. У країнах Центральної Європи за 1988–1995 рр. започаткувало діяльність близько 100 тисяч громадських організацій. У Бразилії в 1990-х роках число зареєстрованих ГО збільшилося з 250 тисяч до 400 тисяч, у США за 1989–1998 рр. – із 464 тисяч до 734 тисяч [12, с. 39].

У результаті, поруч із державним та приватним секторами, виник новий багатомільярдний сектор економіки – громадський, або, як його часто називають, третій сектор. У США його посиленню сприяла політика «нового федералізму», ініційована адміністрацією Рейгана в середині 1980-х років, що мала на меті зменшення розміру федерального уряду і скорочення його

бюджету. Відповідальність за низку соціальних послуг було перекладено на регіони.

В Україні порівняно з країнами заходу існують чіткі межі, які відрізняють соціальне підприємництво, громадські організації та традиційний бізнес (табл. 2).

Таблиця 2

Різниця між соціальним підприємництвом та іншими поняттями

Соціальне підприємництво	Громадська організація	Традиційний бізнес
Соціально-орієнтована структура.	Соціально-орієнтована структура.	Комерційна структура.
Не залежить від зовнішніх джерел фінансування; необхідний тільки стартовий капітал.	Залежить від зовнішніх джерел фінансування, донорів.	Не залежить від зовнішніх джерел фінансування; необхідний тільки стартовий капітал.
Отримує дохід від власної діяльності, метою якої є пом'якшення або розв'язання конкретних соціальних проблем.	Отримує гранти та пожертви, які спрямовуються на розв'язання соціальних проблем.	Отримує дохід від власної діяльності, метою якої є максимізація прибутку.
Прибуток реінвестується.	Немає прибутку.	Прибуток розподіляється серед акціонерів.

Основна відмінність між соціальним та комерційним підприємництвом пов'язана з метою або з тим, що підприємство намагається примножити. Для бізнес-підприємців головним пунктом плану є примноження прибутку чи багатства акціонерів. Для соціальних підприємців найголовніша мета – соціальні зміни (здебільшого – завдяки вирішенню нагальної проблеми, яку було недооцінено чи проігноровано іншими інституціями (державними установами, бізнес-структурами тощо)).

На відміну від урядових зусиль, ідеї соціального підприємництва зароджуються на місцях і рухаються догори. Зазвичай вони виростають із безпосередньої взаємодії конкретної людини з проблемою і намагання знайти шляхи вирішення такої проблеми – через осмислення, вивчення досвіду, пошук ресурсів. На противагу владним органам соціальні підприємці не мають управлінських повноважень та доступу до великих ресурсів. Вони повинні вміло сформулювати цілі й надихнути інших на здійснення суттєвих соціальних змін, зуміти переконати тих, хто має ресурси та владні повноваження.

Соціальні підприємці порівняно з громадською діяльністю провадять ширший спектр діяльності, у тому числі створюють інституції для реалізації рішень. Громадські діячі можуть створювати або не створювати підприємства чи організації для розгортання бажаних змін. Їхня успішна діяльність може

суттєво покращувати поточні системи і навіть призводити до деформації, однак стратегічний характер активності буде тяжіти не до «прямих дій», а до практики «впливу», до вимог вжити заходів.

Отже, пояснити кількома словами таку багатогранну сферу людської діяльності, як соціальне підприємництво досить складно. Напевно, саме тому тлумачення «соціального підприємництва» завжди є доволі розлогими.

А формат «соціального підприємництва» є гарним поєднанням таких видів діяльності, як «комерційне підприємництво», «урядові ініціативи» та «громадська діяльність». В світі грані між соціальним підприємництвом та цими форматами є доволі розмитим, а от в Україні межі є більш принциповими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ruth Shapiro. What Exactly Is Social Entrepreneurship in America? Stanford Social Innovation Review. URL: http://ssir.org/articles/entry/what_exactly_is_social_entrepreneurship_in_america
2. Jason Haber. The business of good. Social entrepreneurship and the new bottom line. Entrepreneur Press, 2016. 123 p.
3. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
4. Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know? Oxford University Press, 2010. 187 p.
5. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. Journal of World Business, 2006. P. 36–44.
6. Austin J. E., Stevenson H. Social and commercial entrepreneurship: The same, different or both? Theory and Practice, 2006. P. 1–22.
7. Johnson P., Social Responsibility in Action, 2012. 85 p.
8. Nicholls A. Playing the field: A new approach to the meaning of social entrepreneurship. Social Enterprise Journal, 2006. P. 1–5.
9. Roger L. Martin, Sally Osberg. Social Entrepreneurship: The Case for Definition Stanford Social Innovation Review, 2015. P. 36–44.
10. Braunerhjelm P. Social entrepreneurship — a survey of current research. URL: http://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2013/03/WP_09.pdf
11. Новиков М.Л. Социальные предприятия как инструмент решения проблемы трудовой занятости людей с инвалидностью: международный опыт и российские практики. Москва, 2016. С.385-406.
12. Bornstein D. How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. Oxford University Press. Updated edition, 2007. 368 p.

*Кригульська Т.Б.,
кандидат історичних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ ПЕРЕВАГИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Нові технології нині небувалими темпами змінюють вектор розвитку цілих галузей економіки та економічних систем в цілому. Формування віртуальної реальності, Інтернет-продаж речей, застосування систем автоматизації, робототехніки, штучного інтелекту, безпілотних літальних апаратів, технології інформаційного моделювання будівель (BuildingInformationModel–BIM) та інших інновацій – це лише окремі прояви можливостей цифровізації. Упровадження різноманітних високотехнологічних ноу-хау пов'язане, насамперед, з формуванням основ якісно нової цифрової економіки в світі.

Термін «цифрова економіка» до наукового обігу було введено 1995 року американським фахівцем з інформатики Ніколасом Негропonte [1, с. 5]. Саме цифрова економіка докорінним чином якісно змінює звичну структуру економіки суспільства та умови існування як для окремих бізнес-структур та споживачів, так і національних економік загалом.

Науковими дослідженнями цифровізація економіки визначається як сучасний інноваційний етап економічного розвитку, для якого притаманна інтеграція фізичних та цифрових ресурсів у всіх сферах соціально-економічного розвитку людського суспільства. А.В. Бабкін, досліджуючи процеси цифровізації економіки з посиланнями на «батька цифрової економіки» Дона Тапскотта, визначає цифрову економіку як «тип економіки, що характеризується активним упровадженням та практичним використанням цифрових технологій збору, зберігання, обробки, перетворення та передавання інформації в усіх сферах людської діяльності; система соціально-економічних та організаційно-технічних відносин, які ґрунтуються на використанні цифрових інформаційно-телекомунікаційних технологій; це складна організаційно-технічна система у вигляді сукупності різних елементів (технічних, інфраструктурних, організаційних, програмних, нормативних, законодавчих тощо) з розподіленою взаємодією та взаємним використанням економічними агентами для обміну знаннями в умовах перманентного розвитку» [2, с. 176]. Це є всеохоплюючий процес масштабного оновлення.

За даними Світового Банку, цифровими дивідендами (або результатами цифрових трансформацій) є динамічне зростання економіки, бізнес-діяльності, а отже, податкових надходжень, притік нових інвестицій тощо [3].

Досить позитивними та оптимістичними є результати досліджень міжнародної консалтингової компанії «McKinsey», що спеціалізується на вирішенні завдань, пов'язаних зі стратегічним управлінням. Серед переваг, які для суспільства створює процес розвитку цифрової економіки, називаються,

насамперед, переваги економічного характеру: по-перше, ефективніші можливості для економічного зростання, розширення відтворювальних процесів на цій основі; по-друге, для галузей, суміжних з тими, де інтенсивно застосовуються цифрові технології, збільшення у 3-5 разів робочих місць; по-третє, швидкий приріст продуктивності суспільної праці в економіці; по-четверте, створення сприятливих передумов для розвитку малого та середнього підприємництва [4].

Крім того, цифровізація економічних процесів породжує певні переваги соціального характеру. Як показує світовий досвід, країни, що обрали пріоритети розвитку діджиталізації, легше справляються з проблемою бідності населення та подолання розривів у його доходах. Процеси швидкого формування основ цифрової економіки різко підвищують можливості її інклюзивного розвитку, залучаючи до продуктивної діяльності усіх охочих. Також підвищуються можливості користування якісними послугами у сфері медичного обслуговування, які стають доступнішими для широких соціальних верств. Можливості цифрових технологій дозволяють зменшити негативне техногенне навантаження на навколишнє середовище, забезпечуючи умови для зменшення ступеня його забруднення. Розповсюдження цифрових засобів у користуванні підвищення доступності фінансових сервісів об'єктивно сприяє скороченню злочинності. Спрощуються можливості контролю за безпекою дорожнього руху на дорогах. Цифрова економіка змінює суттєво характер здобуття освіти. Поширення он-лайн освіти не тільки здешевлює процес набуття необхідних знань, але й робить їх набагато доступнішими для масової аудиторії.

Поряд із позитивними аспектами цифровізації можливими є ризики в умовах невизначеності економічного розвитку [5, с. 80]. Їх вияви у діалектичному взаємозв'язку вимагають серйозних наукових розвідок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Табунщиков Ю.А. Цифровизация экономики – тенденция глобальногмасштаба. *Энергосбережение*. 2018. №7. С.4-11. URL: https://www.abok.ru/for_spec/articles.php?nid=7036
2. Бабкин, А.В. Цифровая экономика и развитие инновационно-активныхпромышленных кластеров.*Инновационные кластеры цифровой экономики: драйверы развития*: труды научн.-практ. конф. с междунар. участием; под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. 535 с. URL: <http://inecprom.spbstu.ru/files/inprom-2018/inprom-2018.pdf>.
3. Карчева Г., Огородня Д., Опенько В. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3 (27). URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1703/17kgttme.pdf>.
4. A Digital report from McKinsey & Co. URL: https://www.mckinsey.com/ru/~/_media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Russia/Our%20Insights/Digital%20Russia/Digital-Russia-report.ashx.
5. Піжук О.І. Цифрова трансформація економіки як основа формування її конкурентоспроможності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Вип. 6 (17), 2018. С.79-83.

Кукліна Т.С.,
кандидат економічних наук, доцент,
Віндюк А.В.,
доктор педагогічних наук, професор,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

НАЦІОНАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ресторанне господарство залежить від політичних, економічних, демографічних, науково-технологічних чинників, які певною мірою впливають на всі аспекти ресторанного бізнесу.

Ще в 2014 році економіка України відчула наслідки політичної та економічної кризи, які вплинули на динаміку обсягу товарообороту підприємств ресторанного господарства. Негативні тенденції розвитку роздрібного товарообороту ресторанного господарства обумовлені дією низки чинників [1]. Значного удару по економіці в цілому і по окремим сферам діяльності завдало знецінення гривні, що зокрема вплинуло на кредиторську заборгованість підприємств ресторанного господарства перед банківськими установами і сприяло зниженню платоспроможного попиту на ресторанный послуги.

Динаміка роздрібного товарообороту ресторанного господарства в Україні свідчать про зростання його обсягів у 2012-2013 рр. як у фактичних, так і порівнянних цінах (рис. 1). На жаль, зростання товарообороту у цей часовий період відбувалося здебільшого за рахунок підвищення рівня націнки ресторанного господарства.

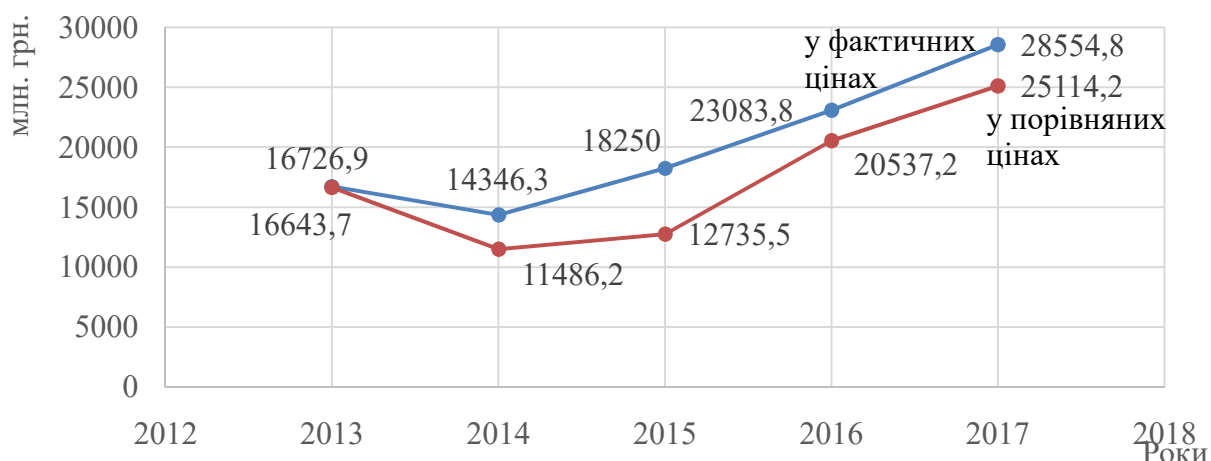


Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту ресторанного господарства України, млн. грн.

Сформована у кризові роки динаміка роздрібного товарообороту ресторанного господарства України пов'язана з певними процесами. У зв'язку з інфляційними процесами в країні та падінням попиту на ресторанный послуги криві товарообороту у фактичних цінах та порівнянних цінах почали

розходитись. Багатьма підприємствами здійснювалася стратегія «утримання споживача», яка передбачала стримування різкого зростання цін на ресторанну продукцію. Керівники підприємств змушені були дещо переглянути підходи до цінової політики і більш зважено підходити до визначення рівня націнки на ресторанну продукцію, особливо у тих закладах, де до початку 2014 р. вони на деяку продукцію взагалі були надмірними і могли досягати 500 та більше відсотків. Спостерігалися також процеси дивестуванням ресурсів, задіяних у діяльності із забезпечення стравами та напоями з боку підприємств, для яких ресторанне господарство не є основним видом економічної діяльності: значна кількість підприємств та компаній нині не вважає, що ресторанне господарство є привабливою сферою для їх корпоративних портфелів при веденні бізнесу в Україні [2].

Специфіка ресторанного господарства полягає в тому, що в структурі мережі переважають малі за кількістю працівників і за обсягами товарообороту заклади. Домінування малих підприємств (переважно навіть мікропідприємств) обумовлені перевагами, що за положеннями Податкового кодексу України отримують суб'єкти господарювання, які можуть застосовувати спрощену систему оподаткування, обліку та звітності. Попри всі негаразди підприємства, що залишилися на ринку, з різною мірою успіху ведуть свій бізнес. Тому серед суб'єктивних чинників головним гальмом розвитку ресторанного бізнесу залишається нездатність деяких керівників підприємств ресторанного господарства обрати правильну стратегію та здійснювати ефективне антикризове управління.

Характерною ознакою сучасного українського ресторанного бізнесу є посилення тенденції здорового харчування, яка конкретизується через гострономічну концепцію «слоу фуд» (англ. slow food – повільна їжа), що має на увазі задоволення смачними і корисними стравами. Завдяки цій тенденції з'являються нові типи підприємств ресторанного господарства (салат-бари, суп-кафе) [3].

Крайнім проявом тенденції до здорового способу життя, який продовжує розвиватися, є вегетаріанський напрям. Інтерес до здорового харчування вплинув на появу формату «open kitchen» («відкрита кухня»), коли відвідувачі можуть спостерігати за процесом приготування, оцінювати якість продуктів і рівень майстерності кухара. Перспективним напрямом у найближчі десять років, на думку експертів, є пропозиція крафтових напоїв.

На тлі зміцнення східного світогляду, пов'язаного з популярністю йоги, поїздок в Азію і збільшенням емігрантів-азіатів тенденція здорового харчування підсилюється активним розвитком ресторанів азіатської кухні.

Завдяки елементам здорового харчування актуальним стає так званий «халяльний» або близькосхідний напрям. По суті це кухня Близького Сходу, країн з ісламськими традиціями.

Цікавою тенденцією, яка особливо активно проявилася в 2016 році, є відкриття закладів грузинської кухні. Грузинська кухня дуже вигідна в реалізації, дешева і ситна, а значить близька до українського менталітету.

Стратегія поєднання здорового способу життя, національної кухні і сучасності проявляється ще в одній тенденції – відкритті сучасних українських

ресторанів. В 2016-2017 рр. почали відкриватися українські заклади не в етнічному, а в сучасному стилі, з європеїзованою українською кухнею, в якій популяризуються полегшені українські страви.

Експерти вважають, що продовжиться тенденція розвитку м'ясних ресторанів. В Україні м'ясо набагато дешевше риби, особливо імпортової, частка вегетаріанців хоч і збільшується, але поки що незначна, тому в компіляції з відкритою кухнею м'ясні ресторани будуть і надалі дуже активно розвиватися. Широким попитом сьогодні користується тенденція, пов'язана з копченням і в'яленням м'яса і риби. Перевага ресторанів такого формату полягає в тому, що таке м'ясо або рибу не можна купити в магазині або приготувати самим.

Культура пиття в нашій країні зумовлює розвиток пивних ресторанів, які розвивалися і будуть розвиватися.

Пропозиція якісних українських вин невелика, тому розвитку в сегменті винних бутиків у найближчій перспективі немає.

Спостерігається активний розвиток кондитерських та пекарень, що пов'язано зі зростанням попиту на різні сорти бездріжджового хліба, хліб з зернами тощо. Створивши цех з виробництва хлібобулочних і кондитерських виробів, підприємство може створювати мережу, відкриваючи точки збуту, де продукція буде тільки допікатися або ж відразу реалізовуватися.

Важливими інноваційними рішеннями, що характеризують зміни у ресторанному господарстві, є розвиток фудтраків («кафе на колесах») різного типу. Популярність пересувних закладів, які пропонують якісну вуличну їжу на рівні традиційних закладів, зростає з причини зростаючої проблеми вільного часу на повноцінні обіди і ланчі.

Популярною тенденцією є поєднання ритейлу і ресторанного бізнесу, а також відкриття ресторанних закладів у торгових і торгово-розважальних центрах. Прототипом такої взаємодії є європейські ринки, всередині і навколо яких безліч закладів, де готують страви зі свіжих продуктів.

В результаті дослідження сутності та особливостей розвитку ресторанного господарства встановлено, що підприємства цієї галузі являють собою складні системи, які мають достатній адаптаційний потенціал і трансформуються залежно від якісних та кількісних змін від окремих типів закладів до територіально-галузевих об'єднань, мереж, форматів, що потребує формування відповідної системи стратегічного управління.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL.: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. П'ятницька Г. Т., Найдюк В. С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2017. № 9. С. 66-73.
3. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Львів, 29 листопада 2016 р. Львів: МАУП, 2016. Ч.1. С. 301-306.

Левченко А.О.,
кандидат економічних наук, доцент,
Горпинченко О.В.,
викладач,
Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький, Україна

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ НАВЧАННЯ ВПРОДОВЖ ЖИТТЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах інноваційних змін у сучасному глобалізованому світовому економічному просторі питання забезпечення ефективності організації професійного розвитку працівників набуває все більш пріоритетної значущості. У розвинених країнах світу процес руху до усвідомлення необхідності інноваційно-орієнтованого розвитку людських ресурсів характеризується тривалим періодом часу, тоді як в Україні цим аспектам приділяється значна увага порівняно нещодавно. Тому, забезпечення професійного розвитку працівників у нашій державі є надзвичайно актуальним в контексті подолання деструктивних соціально-економічних явищ у національній економіці, підвищення конкурентоспроможності як окремих суб'єктів господарювання, так і країни в цілому, належного кадрового забезпечення галузей, регіонів і підприємств фахівцями інноваційного типу, прискорення інноваційних процесів.

У рамках концепції навчання впродовж життя прийнято розрізняти формальну, неформальну та інформальну освіту (рис. 1).

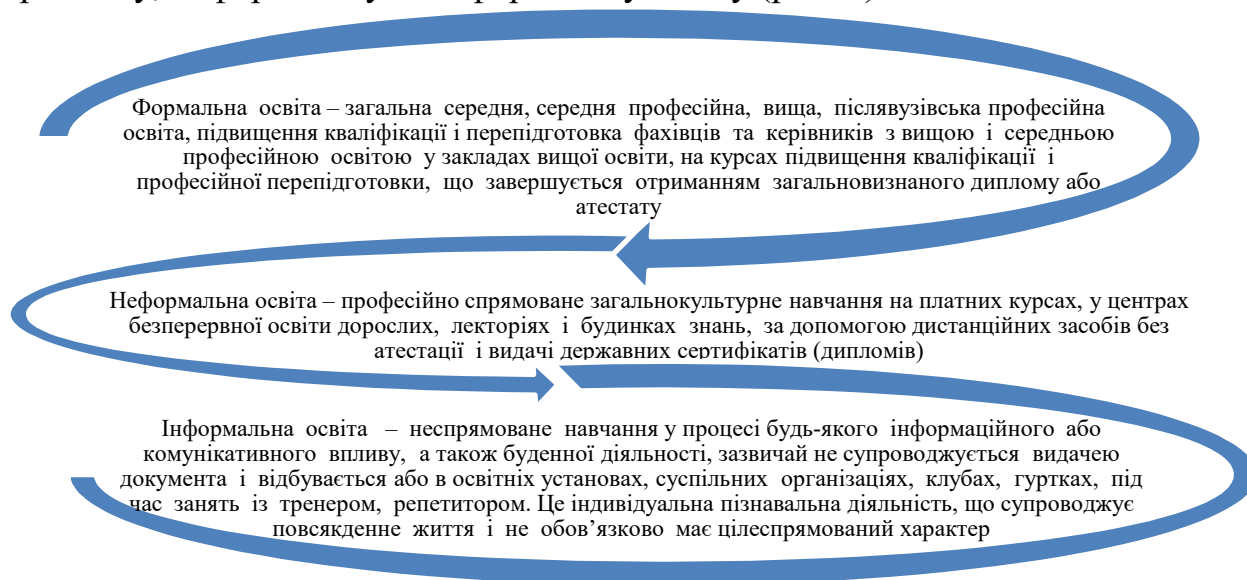


Рис. 1. Типологія видів освіти у рамках концепції навчання впродовж життя

Джерело: складено на основі [6]

Серед актуальних індикаторів якості трудового потенціалу, які в комплексі формують його так звану нову якість, Л.В. Шаульська виокремлює

високу адаптивність, мобільність, резистентність до зовнішніх дестабілізаційних впливів і, насамперед, здатність до саморозвитку в процесі колективного пізнання й творення [7].

Вважаємо, що за новітніх умов розвитку глобалізованого світового економічного простору до числа найбільш актуальних якостей працівників доцільно віднести: здатність до систематичного самовдосконалення і саморозвитку, командної роботи, комунікабельність, креативність та інноваційний тип мислення, гнучкість, мобільність, цілеспрямованість.

Щодо класифікації форм і методів організації професійного розвитку працівників необхідно закцентувати увагу, що за сучасних умов цифровізації усіх сфер життя і трудової діяльності, широкого впровадження ІКТ відбувається суттєве зміщення пріоритетів у бік використання інтерактивних технологій, засобів дистанційного навчання.

З одного боку, перевагою трудової діяльності в умовах формування знаннєвого суспільства, на думку Л.К. Семів, є можливість нівелювання категорії відстані, чому сприяє розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. З іншого боку, розвиток ІКТ у сфері обміну інформацією та знаннями вимагає від кожного працівника опанування навичками їх досконалого володіння [5].

У сучасних умовах відбувається ускладнення методів організації професійного розвитку працівників, що віддзеркалюється в їх класифікації на довгострокові та короткострокові, індивідуальні та групові, активні та пасивні, формальні, неформальні та інформальні тощо.

В цілому, інтерактивні освітні технології дають змогу суттєво збільшити обсяг засвоєння матеріалу. Розмаїття методів, які використовуються на тренінгових заняттях, пояснюється особливостями сприйняття людини. Так, людина запам'ятовує 10% прочитаної інформації, 20% – почутої, 30% – побаченої, 50% – почутої та побаченої, а також 80% – висловленого та 90% – висловленого і виконаного [4].

Систематизація видів професійної діяльності в Україні здійснюється на основі Національного класифікатора України «Класифікатор професій ДК 003:2010» [2]. Необхідно відзначити, що однією з нагальних проблем сучасності у сфері класифікації професій є зникнення або ж суттєве зменшення затребуваності одних професій та стрімка поява нових видів професійної діяльності, обумовлені процесами роботизації, розвитком цифрових технологій, виникненням нових запитів на товари і послуги з боку суспільства.

Наприклад, за версією EdCamp 2017, такими професіями до 2030 року мають стати: персональний веб-менеджер, містопланувальник, аудитор екосистем, консультант з питань роботів, архітектор віртуальної реальності, дизайнер ігрофікації, інженер 3D-друку, консультант з цифрової валюти, експерт зі спрощення, цифровий мемуарист, спеціаліст із сонячних технологій, аналітик автотранспорту, герокінезіолог, естетист тощо [1].

Поява новітніх видів професійної діяльності потребує як своєчасного оновлення «Класифікатора професій», так і, найголовніше, адаптації вітчизняної системи професійної підготовки до сучасних запитів ринку праці,

розроблення нових навчальних планів і програм. У цьому контексті саме неформальна освіта, яка є більш гнучкою порівняно з традиційною, здатна швидше адаптуватися під забезпечення цих освітніх потреб.

Безпрецедентною популярністю у світі на даний час користуються масові відкриті онлайн-курси (Massive open online course – MOOC). Такі курси мають численні переваги, що спонукає все більшу кількість людей користуватися даним видом послуг (рис. 2).

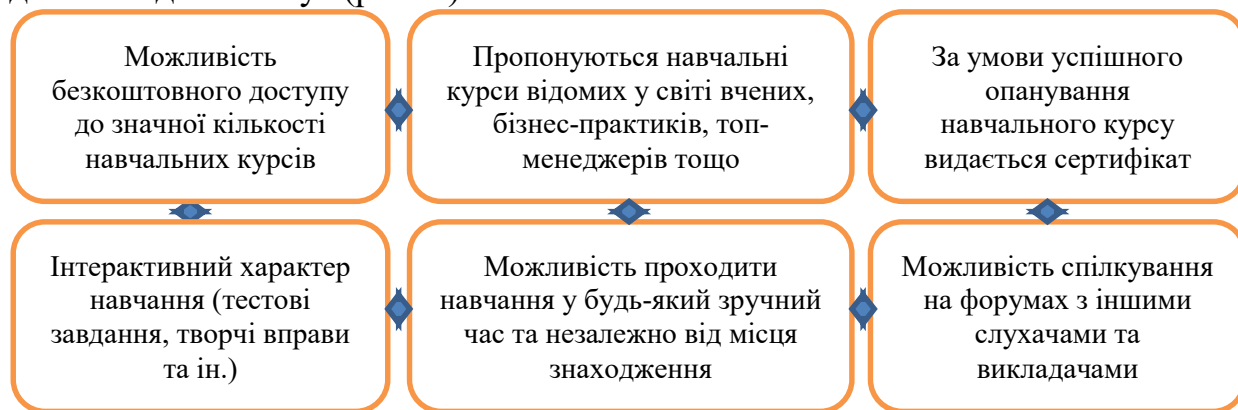


Рис. 2. Переваги використання масових відкритих онлайн-курсів (MOOC)
Джерело: складено авторами

Серед відомих MOOC слід відзначити такі, як: «Coursera», «Khan Academy», «Canvas Network» та ін., в Україні – платформу масових відкритих онлайн-курсів «Prometheus».

Важливим аспектом функціонування організаційно-економічного механізму професійного розвитку працівників є організація ефективної взаємодії його стейкхолдерів. Для ілюстрації напрямів співпраці учасників інноваційного процесу досить часто використовується модель «потрійної спіралі» (Triple Helix), яка описує взаємодію між державним сектором, науковими/освітніми установами та промисловістю/бізнесом. У сучасних дослідженнях все більшого поширення набуває модель «четвертинної спіралі» (Quadruple Helix), яка, окрім вищезазначених трьох груп учасників, враховує також громадянське суспільство.

В умовах інноваційних змін ключовою особливістю регулювання професійного розвитку працівників є застосування знаннеорієнтованого підходу, сучасних методів управління знаннями, врахування категорії цінностей та впровадження гуманістичного підходу, аспектів розвитку емоційного інтелекту (як здатності ідентифікувати й розуміти власні почуття та почуття інших) та емоційної компетентності (як здатності ефективно управляти емоціями задля досягнення визначених цілей).

Таким чином, до актуальних аспектів реалізації концепції навчання впродовж життя в умовах цифровізації економіки вважаємо за доцільне віднести [3; 8]: регулювання процесів трансферу освітньо-професійних знань; запровадження компетентнісного підходу; розвиток вмінь раціонально та ефективно працювати з надвеликими обсягами інформації з використанням сучасних ІКТ; реалізацію smart-підходу до організації професійного

навчання; стимулювання працівників до постійного саморозвитку, що сприятиме зростанню продуктивності трудової діяльності та інноваційному розвитку економіки; забезпечення злагодженої взаємодії усіх ключових стейкхолдерів процесу професійного розвитку працівників, враховуючи концепцію моделі четвертинної спіралі (Quadruple Helix); здійснення прогнозування кадрових потреб та потреб у підвищенні кваліфікації працівників на макро-, мезо-, мікроекономічному рівнях; диверсифікацію джерел фінансування професійного розвитку працівників; сприяння переходу від навчання, орієнтованого на засвоєння знань, до навчання персоналу вмінню вчитися й створювати нові знання; сприяння розвитку інтелектуального потенціалу й емоційного інтелекту; врахування під час навчання індивідуалізованих потреб особистості та тенденцій глобалізації під час розширення обміну знаннями у світовій спільноті; широке застосування дистанційних форм організації навчання, активних та інтерактивних методів участі у навчальному процесі; приділення значної уваги розвитку навичок роботи у команді; сприяння практичній орієнтованості навчальних курсів; впровадження стратегічного підходу щодо організації професійного розвитку й створення передумов для реалізації результатів навчання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Двадцять професій майбутнього 2030 за версією EdCamp 2017. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/205-20-profesii-maibutnoho-2030-za-versiieiu-edcamp-2017>. (дата звернення: 15.09.2019).
2. Класифікатор професій ДК 003:2010: Національний класифікатор України. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики (Наказ від 28.07.2010 р. №327). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>. (дата звернення: 01.09.2019).
3. Левченко А.О. Професійний розвиток персоналу в умовах активізації інноваційно-інтеграційних процесів. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2018. Вип. 1. С. 124-134.
4. Савченко В. Модернізація процесу навчання завдяки застосуванню інтерактивних освітніх технологій. *Нова педагогічна думка*. 2018. №3. С. 55-57.
5. Семів Л.К., Гузар У.Є. Модифікація категорії «трудова діяльність» в умовах розвитку економіки знань. *Економічний форум*. 2017. №1. С. 238-243.
6. Ткач Т.В. Організація та управління формальною і неформальною освітою особистості. *Теорія і практика сучасної психології*. 2011. Вип. 2. С. 64-68.
7. Шаульська Л.В., Лаушкін О.М. Проблеми і перспективи формування нової якості трудового потенціалу. *Економіка і організація управління*. 2014. Вип. 1-2. С. 13-18.
8. Horpynchenko O., Levchenko A. Strategic directions for the professional development of the employees in Ukraine. *Economic Innovative potential of socio-economic systems : the challenges of global world : Conference Proceedings : International Scientific-Practical Conference. Part II, June 30, 2016*. Lisbon: Baltija Publishing. P.27-29.

*Левченко О.М.,
доктор економічних наук, професор,
Царенко І.О.,
кандидат економічних наук,
Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький, Україна*

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЗНАНЄВОЇ ЕКОНОМІКИ

В сучасних умовах ринкової економіки, рівень розвитку будь-якої країни, поряд із геополітичним розташуванням, природно-кліматичними умовами, наявністю природних та біоресурсів, залежить від інтелектуальної складової її населення. Дана складова, в свою чергу, охоплює широкий спектр важливо необхідних напрямків для перспектив розвитку держави – її економіко-соціального рівня, політичної стабільності та захищеності населення, інноваційної спрямованості подальшого розвитку, схильності до економічного зростання та підвищення добробуту, що є важливим елементом захищеності її громадян, які є головною цінністю будь-якої країни. Таким чином, в умовах глобалізаційних перетворень та превалювання ринкових умов господарювання рівень розвитку людського капіталу є вкрай важливим, адже для основних споживачів, що зацікавлені у використанні людських ресурсів – роботодавців, досить вагомим стає компонента знань, вмінь, таланту працівника, схильності до постійного навчання, креативності мислення, винахідливості тощо. Особливо гостро дана проблема виникає нині, коли більшість розвинених країн світу переходять на новий етап свого розвитку – формування економіки знань.

Як показує зарубіжний досвід, з огляду на те, що висококонтурна третинна освіта є потужним індикатором розвитку та високого рівня людського капіталу, українська економіка потребує модернізації механізмів національної системи вищої освіти шляхом комплексної перебудови всієї системи, посиливши інвестиції у дану сферу та взаємодію між учасниками освітнього процесу та суб'єктами, які мають потребу у висококваліфікованих кадрах, а саме – роботодавцями, зокрема перейти від стадії «де-юре» взаємодії на «де-факто», адже теоретична база підготовки не може у повній мірі забезпечити підготовку практичну, що, як наслідок, щорічно призводить до випуску студентів, не адаптованих до реалій ринку праці, або, іншими словами, відсутність практичних навичок та підготовки не дає змогу випускникам у повній мірі конкурувати на ринку праці. Тому реформування підготовки кадрів закладами сфери вищої освіти повинно ґрунтуватися, в першу чергу, на посиленні співпраці з потенційними роботодавцями та підготовці студентів до необхідності постійного саморозвитку та самоосвіти, адже в умовах турбулентного середовища конкурентозданий фахівець із схильністю до швидкого перенавчання, постійного вдосконалення рівня якості своїх знань та навичок є затребуваним у будь-якій сфері.

Спробою усунути проблему низької конкурентоспроможності національної системи вищої освіти є створення Національного агентства із

забезпечення якості вищої освіти, місією якого є стати каталізатором позитивних змін у вищій освіті та формування культури її якості.

З огляду на трансформаційність етапу реформування системи вищої освіти, доречно проаналізувати підходи до забезпечення моніторингу якості вищої освіти в більшості європейських країнах та Україні, зокрема (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльний аналіз підходів до забезпечення моніторингу якості вищої освіти в більшості європейських країн та Україні

№	Оціночна позиція	Європейські країни	Україна
1.	Об'єкти		
	Мережа ЗВО	Розгалужена, ЗВО різних типів	Розгалужена, ЗВО різних типів і рівнів акредитації.
	Форма власності ЗВО	Державна (переважає), муніципальна, приватна	Державна (переважає), комунальна, приватна
2.	Рівні та суб'єкти		
	Державне підпорядкування		
	Національний	Конференція Міністрів освіти, Міністерство освіти	Міністерство освіти (МОНУ), ДСЯО
	Регіональний	Міносвіти відповідних регіонів/земель/округів	Управління освіти ОДА Рада ректорів області
	Внутрішній ЗВО	Конференція ректорів землі	
		Постійнодіючі комісії за спеціальностями	Ректорат
		Ректорат	Навчальний відділ
	Громадська ініціатива		
	Громадські моніторингові організації	Впливові незалежні агенції, асоціації роботодавців, рейтингові компанії, інформаційні ресурси	Поодинокі пілотні проекти
	Пріоритетність рівнів моніторингу		
Рівні моніторингу	Індивідуальний Внутрішній ЗВО Регіональний Національний	Національний Регіональний Внутрішній ЗВО Індивідуальний	
3.	Концептуальні засади та особливості системи моніторингу		
	Мета	Забезпечення відповідності Європейським стандартам та постійне підвищення якості вищої освіти	Контроль якості вищої освіти відповідно до вимог державних освітніх стандартів
	Спрямованість	Особистісно-суспільно- державна (визначається споживачами освітніх послуг, потребами ринку праці)	Державно-адміністративна (визначається діючим законодавством)
	Принципи	Автономії моніторингових агенцій, сумісності (з базами міжнародних моніторингів), нормативності (міжнародної)	Централізації, державного адміністрування, сумісності (з державними базами даних), нормативності (державної)
	Процедура моніторингу якості вищої освіти	Динамічна, варіабельна, спрямована на постійне вдосконалення	Статична, неадекватна вимогам часу

Джерело: опрацьовано автором [1]

Як видно з табл. 1, Україні притаманний абсолютно протилежний підхід до забезпечення моніторингу якості, який відображає командно-адміністративні підвалини його побудови, що суперечить принципам та підходам світових стандартів якості, їх контролю та моніторингу.

А з огляду на сучасні умови поширення економіки знань та переходу до інноваційної моделі економіки, підвищення якості вищої освіти стає все більш важливим і ініціювання нової процедури проведення акредитації освітніх програм є доречним, але недостатнім, тому імплементація в межах національної системи вищої освіти зарубіжного досвіду щодо ефективних систем управління якістю є актуальним та, як засвідчує іноземна практика [2], забезпечує підвищення конкурентних позицій як окремих закладів вищої освіти, так і системи в цілому шляхом поліпшення якості освітніх послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чорна О.В. Розвиток системи моніторингу якості вищої освіти у Німеччині : Дис. канд. пед. наук : 13.00.01; Східноукр. нац. ун-т. ім. В. Даля. К., 2016. 268 с.
2. Tsarenko I.O. The quality management system in educational institutions of Slovak Republic: Impact on the Ranking's position. *Міжнародний науковий економічний журнал «Бізнес Інформ»*: [наук. журн.]. Харків, 2018. № 3. С. 71-80.

*Levchenko O.M.,
Doctor of Science in Economic, professor,
Central Ukrainian National Technical University,
Kropivnitskiy, Ukraine,
Haidura H.M.,
PhD in Economic
AUCE,
Beirut, Lebanon*

REGULATION MECHANISM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF RESEARCH SECTOR OF THE HIGHER EDUCATION SYSTEM IN UKRAINE

The purpose of this publication is to generalize and deepen the scientific approaches to defining the essence of the state regulation of the innovative development of the research sector of the higher education system (SRID RS HES); to develop the classification of the forms and models of the SRID RS HES; to explore the main areas of the SRID RS HES; to summarize the current national and international experience of using forms of the SRID RS HES to use it in the economy of Ukraine and Lebanon; to analyze and evaluate the features of the SRID RS HES the interregional and regional levels of the national economy; to develop the author's model of rating evaluation of the competitive positions of the universities oriented on the innovative development; to develop the strategic directions of the SRID RS HES in Ukraine; to develop the proposals for improving the organizational and economic bases (mechanism) of the adjustment of the SRID RS HES; to form the financial conditions for the innovative leading of the higher education institutions in terms of the research activity under conditions of the integration processes in HES.

The definition of the category «scientific research sector of the system of higher education institutions» (SRS SHEI) as a set of units of universities of the III-IV levels of the accreditation engaged in scientific, technical and innovative activity, technology transfer within the organization of the activity of the system of the providers of the educational services with the goal of implementing the research component in the process of quality assurance of higher education, is formulated.

The theoretical generalization of the category «the innovative development of the research sector of the system of higher education institutions» (ID RS SHEI) allowed to formulate a definition of the nature of its state regulation as practical organizational, administrative and management influence of the government on the relations, processes and structural elements of national economy, which covers the scientific research activities HES, in order to arrange them, saving and transforming forms, which relies on the powers of the state, creating conditions for lasting and smooth functioning in order to obtain the expected significant social and economic results.

The basis for the SRID SR HES, that only under certain conditions acquires characteristics of the perfect consistency and functions as a multi-level, hierarchical, partly self-regulatory, needing forecasting and management of the long-term economic development set of the interrelated elements, should be based on the

process of the planned development of the RS consisting of the commercial, marketing and investment components of the integrated innovation potential, as well as the set of the methods of solving tasks of the strategy development, mechanisms, tools and forms of the development of the research activity with the possibility of receiving world-class results and their further use in the profile (educational) activities. During the effective regulatory intervention, the possibilities to adjust the direction, speed of the implementation and the nature of target marks of the development of the RS as an object of control are realized, there is their assessment in terms of the compliance to the requirements of the satisfaction of the economic interests of stakeholders.

As the strategic directions of the activity of the public administration bodies (PAB) in the process of implementation of their regulatory functions, including the RS HES we considered: the creation and implementation of the legislative framework and the legal field for the free development of the subjects of the economic process, combined with the control of the compliance with the regulatory acts; creating and ensuring conditions of fair competition by means of price regulation policies; selective stimulation of producers of the strategic goods (services); implementation of the effective social policy by means of the regulations of the level of employment, distribution of resources and income between the individuals; realization of the effective state policy of adaptation of the subjects of activities to changing conjuncture in the markets including creation of the favorable conditions for the activation of industrial activity.

The SRID RS HES is based on the universal methods – means of influence of the PAB on its object: the direct administrative influence in the form of the regulatory instructions with the status of the compulsory execution, which aims the operative obtaining economic result (payments, contributions, purchases); indirect methods to create conditions for the independent choice by objects of management options for action that meet the strategic goal of the economic policy of the state (Fig.).

The main directions of the state regulation of the innovation development of the scientific research sector of the system of higher education institutions that guarantee the realization of their objectives to reform and reorganize management system of the research activities, transformation of the universities into the innovation active competitive institutions which effectively and dynamically linked to the labor market, adapted to the requirements of the world and European educational and scientific space and in perspective fully integrate with them, they are able to achieve this goal: to ensure absolute leadership in science, the implementation of targeted projects, covering all stages of the research and production process; to promote the development of the innovation infrastructure, adapting advances of the global science and technical progress; to ensure the diffusion of the innovation, to create a favorable environment for the innovation rationalization of the structure of the NE in compliance with the post-industrial model of its functioning.

To establish the degree of the effectiveness of the means of the SRID RS HES in the scales of the NE, their impact on the formation of the resulting indexes of functioning of the innovation economy, we proposed to use the method of forming subaccount of the scientific research and development works (R&D), in the structure of

the satellite account of the education of Ukraine. The introduction of the subaccount of the R&D provides the methodological framework and serves as a factual basis for determining the scope and extent of the direct, indirect and induced impact of the innovation active high schools, and in their composition RS HES, on the formation of indicators of the employment and enterprise development in terms of the state regulation of the formation of the post-industrial model of knowledge economy.

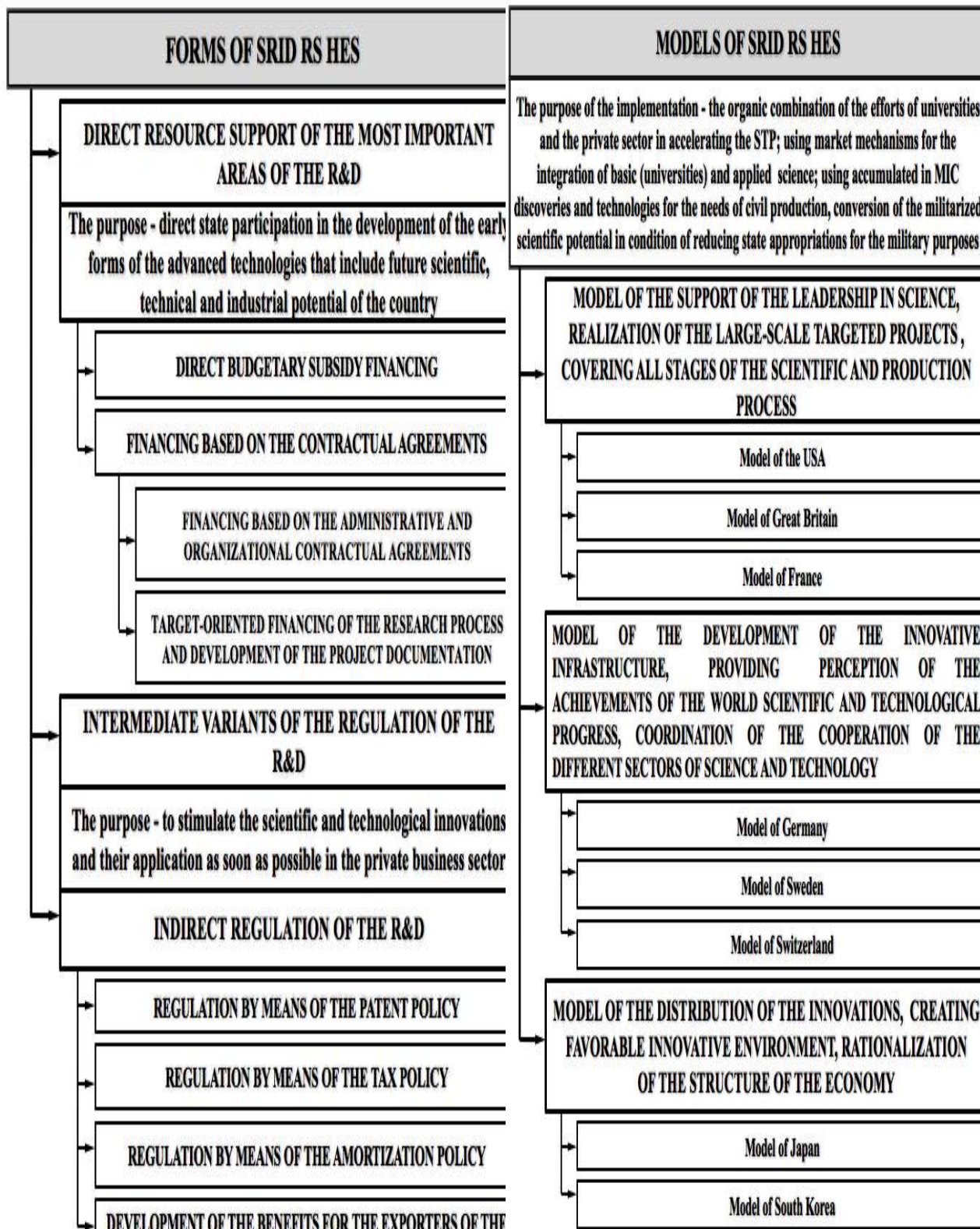


Fig. 1. Forms and models of the SRID RS HES

Source: developed by the author

Besides satisfying the traditional analytic needs of the PAB, monitoring and auditing of the indicators of functioning of the RS HES also acts as an element of the regulation of the university on mesoeconomic level – regional educational systems, public university associations (for example, human, technical) innovation and education clusters (IEC), technology parks, technology platforms etc.

The features of the SRID RS HES for the case of the participation of the university in the activity of the technology platforms (TP) are observed. Focusing the intellectual efforts and funding of the financial agents – budget entities and business groups / private structures – on the priority «focus» technologies developing within the TP, the PAB can indirectly regulate their activities using the financial techniques, leverages, regulatory legal enforcement and information and methodological providing. The main mechanism of the investment attraction of the private sector thus acts the public-private partnership (PPP), which is under the auspices of the public authority bodies capable of applying various forms of tax incentives for the innovative activity partners.

A financial mechanism was proposed for the commercialization of the results of the innovative activity in the case of universities participating in IEC activities both during the implementation of R&D, and at the stage «startup» creating an innovative production company with the differentiation of the sources of attracting and refunding costs. Features of the financial mechanism of the regulation of the universities participating in the operation IEC are defined with the features of the methods of raising funds: government funding for the non-repayable basis; raising funds through banking mechanisms; funding from the commercial sector; investors transfer ownership interest in implementing small enterprises to raise capital. The same variety of the variants options refunds differ – means of the market implementing ideas, «know-how», patents, utility models, software, copyright works; market implementation of the patents on methods and means of their realization; the market realization of the right on the research (signal) samples of products; by the transfer to end users the innovative products at a special price; by the market realization of the right on the industrial product samples and more.

The necessary conditions for the effective management of the process-oriented approach to increase the investment attractiveness of the sector of the SRA HEI that, unlike the current procedure, fully meet the modern realities of the limited funding from the state budget and the need of crowdfunding by private investors determined: usage of the compulsory procedures for evaluating the general efficiency of each individual innovation, developed by universities; commercial effectiveness calculation for the HEI as a whole and its specific programs; identification of the organizational and economic mechanism of introducing innovations (innovative project); installation of the level of the commercial viability of the project for the customer; assessment of the likelihood of the realization of the variants of support of the investment project; writing, by conventional methods, business plan of the implementation of the potentially profitable process of the investment of the commercial innovation. The sequence of calculating the cost and price of the research, providing the effective material incentives of the innovative development of the sector of the SRA of the innovation-active universities is provided.

In the research process it is found that the adequate current state and requirements of the research sector of the higher education system in Ukraine is a set of tools to stimulate the innovative activity, which includes in its list: the organizational mechanisms to attract leading scientists and teachers with experience in scientific, research and institutional collaboration with leading universities in the world; management of the IHE involving stakeholders and based on the collective and manager approaches; providing academic and financial autonomy of the state universities with forming their status as beneficiaries of the budget while preserving all the benefits of the budgetary institutions, but with the gradual transfer of the property order in the property; the regular diagnostics of the labor market in terms of the rational use of the budget funds to finance the university; ensuring the competition in the education market based on the quality evaluation of the educational activities (QEEA) and financial mechanisms of the transformation of budget financing of universities based on the competitive approach and objectify QEEA evaluation system; facilitating the integration of universities and research institutions; increasing of the social status of the educational and scientific researchers engaged in the innovative activities; concentration of the budgetary resources of the state in major university centers combined with funding of the industry leading regional universities; encouraging the private investment in the higher education and research.

In the process of determining the financial conditions for the innovative leading for science and research sector (department) (SRS (D)) of the HEI it is found that it is advisable to put the process of the innovation and technological budgeting of R&D into its basis, considering the specifics of the limited funding from the budget. The creation of the conditions for the leading provides the implementation of the comprehensive assessment of the efficiency levels of the development process and the implementation of the innovative product. The sequence of calculation of costs and prices of the research should provide effective incentives for SRS (D) innovation development.

*Малаховський Ю.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Кансо Алі Ахмед,
стажист,
Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький, Україна*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Категорія «капітал» відноситься до однієї з найбільш широко вживаних у сучасних фреймових фундаментальних теоретичних та прикладних практичних дослідженнях, використання якої вимагає застосування зваженого полікомпонентного та мультипредметного історико-логічного підходу. Вплив окремих фаз розвитку суспільних відносин на розуміння сутності цього базового поняття суттєвим чином вплинуло на становлення сучасного динамічно-когнітивного підходу до розуміння капіталу, визначення якого продовжує конкретизуватись, модернізуватись за рахунок імплементації витончених акцентів та зміни пріоритетів в підходах до формулювання на догоду реалізації авторських дослідницьких позицій.

Незважаючи на фундаментальність та надзвичайну важливість питання, єдине поняття капіталу як складної категорії відсутнє. В залежності від змісту та сфери застосування для його визначення може бути застосовано значну кількість форм та трактувань.

Особливе місце серед перелічених різновидів займає категорія соціального капіталу національної економіки (СКНЕ). Вперше підхід до неї як предмету наукового дослідження було здійснено Hanifan [1], яким було предметно досліджено релевантні до категорії поняття та їхнє значення і вплив на процеси суспільного розвитку. Більш комплексно, у завершій формі, результати систематичного вивчення концепції було представлено Bourdieu [2].

Численних дослідників економічної сутності феномену СКНЕ сьогодні може бути умовно віднесено до одного з трьох напрямів:

– послідовники Bourdieu розуміють його сутність, здебільшого, як «... сукупність реальних або потенційних ресурсів, які пов'язані з володінням стабільною мережею [durablenetworks] більш або менш інституціолізованих відносин взаємного знайомства та визнання..., інакше, членством у групі» [2]. Значення СКНЕ вбачається у корисності, котру він надає, коли забезпечує свого користувача певними благами. Окремі види цього ресурсу вчений називає «можливість розпоряджатись необхідними умовами і передумовами практик; ... структурою панування і влади над іншими агентами» [3], пов'язуючи їх з можливістю посилити позиціонування людини у суспільстві в цілому, розвивати інші види капіталу, підвищувати своє положення у мережі, престиж, вплив, значимість. Особливість позиції прибічників напряму досліджень полягає у тому, що ними досліджується результати або наслідки використання капіталу як індивідуальної характеристики для конкретної особистості – носія СКНЕ;

– послідовники Coleman [4], не наводячи єдиного визначення категорії, загострюють увагу на функціях та корисності СКНЕ як єдності персоналізованого людського ресурсу і ресурсу групи (організації). На відміну від позиції Bourdieu, реалізація СКНЕ пов'язується не лише з позиціонуванням себе у суспільстві, а здебільшого з функцією зручності використання його у якості суспільного ресурсу, громадського блага з метою полегшення персональної діяльності господарюючого індивіда на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях господарювання. Незалежно від точки зору на розуміння сутності СКНЕ, слід визнати, що причіниками усіх напрямів дослідження цього феномену безумовно визнаються сентенція – СКНЕ як джерело сили, блага, виникає і існує лише за умов взаємних відносин людей;

– послідовники Fukuyama концентруються на мережевому устрої моральних відносин «довіри між групами індивідуальних агентів, які розділяють неформальні норми або цінності... норми і цінності можуть простиратись від простого принципу взаємності між двома друзями до складних ціннісних систем, створюваних організованими релігіями...»[5]. Розглядаючи СКНЕ у якості ресурсу суспільного, визначаючи його як неформальні норми та цінності, причіники цього наукового напрямку розуміють його як властивість не стільки окремої особистості, але як ресурс розвитку об'єднань, цілих держав. Джерелом СК виступає природне кооперування людей, їхнє об'єднання до самоврядних груп з колективного вирішення важливих питань, яке базується на дотриманні вимог виконання зобов'язань, дотримання норм взаємності, уникнення опортуністичної поведінки. Наслідками формування СК на групи та суспільство в цілому є формування довіри, ефективне досягнення спільних цілей, розвиток громадянського суспільства та демократії.

Використання поняття СК у якості єдиного засобу опису «принципу соціального майна» дозволяє причіникам підходу пояснити причину отримання різними індивідами надзвичайно нерівної винагороди, за більш або менш еквівалентного (економічного та культурного) капіталу, у відповідності до ступеня, у якому вони здатні мобілізувати повноваження групи (сім'ї, старих приятелів, елітних шкіл, клубів для обраних, аристократії тощо). Так, Bourdieu і Wacquant [6] визначають, що для збереження цінності СКНЕ для індивідів необхідною є «робота над ним», цінність зв'язків конкретного індивіда («обсяг соціального капіталу») визначається кількістю знайомств, які він здатен «мобілізувати», а також обсягом культурного та економічного капіталу, яким він наділяється за посередництва кожного зв'язку. Солідарність в межах функціонування мережі забезпечує для її членів можливість отримання матеріальної/символічної вигоди. Збереження мереж СКНЕ вимагає «реалізування інвестиційних стратегій індивідуальних або колективних», які спрямовано на перетворення випадкових зв'язків (сусідських, приятельських, родинних) на «такі соціальні взаємини, які можуть бути прямо використані у найближчий або майбутній час». Тривалі та ефективні взаємовідносини повинні включати в себе «міцні, суб'єктивно відчутні зобов'язання». Ресурсність СКНЕ, на їхнє переконання, представляє собою очікування

взаємності, включення до більш широких мереж, відносини в яких засновано на високому ступені довіри та загальних цінностях. Позитивні екстернальні ефекти громадського блага, яким є СКНЕ, залишаючись «головною перевагою індивіда», проявляються не лише для того, хто намагається його реалізувати, чітко калькулюючи свої вигоди, але для всіх членів відповідної структури. Тобто, СКНЕ, який базується на соціальних ресурсах структури, «ступені вірності своєму слову», «рівні довірливості, яка притаманна даному соціальному середовищу», виступає «побічним продуктом» людської активності, яка спрямовується на виключно прагматичні особисті цілі.

Досліджуючи проблеми формування СК на півдні Італії, Putnam прийшов до висновку, що останній «відноситься до властивостей соціальної організації, таких, наприклад, як довіра, норми, мережі взаємодії, котрі можуть підвищувати ефективність суспільства шляхом полегшення скоординованих дій» [7]. Таким чином, СКНЕ, відіграючи роль моделі для майбутньої співпраці, формується з трьох складових – мереж взаємодії, норм та довіри. Згідно переконань цього вченого, головна ідея теорії СКНЕ полягає у тому, що соціальні мережі мають цінність, а соціальні контакти впливають на продуктивність індивідів та груп. Розрізняючи два головних різновиди СКНЕ – інклюзивний, поєднувальний та ексклюзивний, зміцнюючий – вчений вважає, що для першого з них характерною є тенденція пов'язувати разом представників різних соціальних страт, для другого – зміцнювати виключну ідентичність в межах мережі та підтримувати їхню однорідність. Інакше кажучи, інклюзивний капітал – своєрідний «соціологічний суперклей» – задовольняє потреби «формування кола специфічної взаємності і мобілізації солідарності», ексклюзивний – такий, що «з'єднує зовнішні активи і сприяє розповсюдженню інформацію» – радше слугує «створенню більш широкого типу ідентичності та взаємності» [8].

Розмірковуючи про потенційне та фактичне положення індивідів у соціальних мережах (СМ), Portes виділяє «реляційне» та «структурне» вкорінення. Під реляційним вкоріненням він розуміє взаємні очікування членів діади, які обумовлено здатністю кожного з них застосовувати санкції стосовно один одного. Під структурним вкоріненням – ситуацію, за якої інші члени співтовариства також можуть застосовувати санкції до порушників прийнятих соціальних норм, якщо вони є елементами більш широких СМ. Ситуація «вимушеної довіри», за якої очікування підкріплюються санкціями, сприяє тому, що інтернаціоналізовані норми та цінності, а також ідентифікація з групою мотивують взаємні контакти її членів, співпрацю та взаємодопомогу [9].

Особливу цікавість викликають наукові ідеї представників «інституційного підходу». За їхньою логікою, довірчі та кооперативні норми СКНЕ складаються з когнітивних факторів, які формують поведінку людей по відношенню один до одного та як до членів суспільства. Незважаючи на нематеріальність, вплив елементів може бути доволі потужним і лежати у основі визначення готовності людей вільно співпрацювати. Найчастіше пов'язані з цим аспектом СКНЕ поняття включають узагальнену довіру (в

інших), довіру (впевненість) у державних та інших установах, узагальнену взаємність, альтруїзм та толерантність.

Отже, з економічної точки зору, СКНЕ – сукупність структурованих соціально-економічних відносин, заснованих на взаємно визнаних неформальних інститутах (нормах та цінностях), дотримання яких приносить вигоду суб'єктам відносин у вигляді соціальної ренти, що виражає розмір заощадження коштів від реструктуризації інституціональних установ та організацій на основі чіткої специфікації прав власності, створення організаційних структур, що забезпечують їх ефективний обмін, порівняння та економію трансакційних виробничих витрат, що виникають у ході цього процесу. За аналогією з фізичним та людським капіталом, які здатні підвищувати особисту продуктивність, СКНЕ створює умови для координування та кооперування індивідів заради взаємної вигоди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Hanifan L.J. The Rural School Community Centre. *Annals of American Academy of Political and Social Science*. 1916. Vol. 67. Issue 1. DOI: <https://doi.org/10.1177/000271621606700118>
2. Bourdieu P. Forms of capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* / J. Richardson (ed.). Westport, CT: Greenwood, 1986. URL: [rbasicsbourdieu1986-the-forms-of-capital.pdf](http://www.basicsonline.com/1986-the-forms-of-capital.pdf)
3. Бурдьє П. Социальное пространство: поля и практики. Москва: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.
4. Coleman J.S. *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press, 1994. 993 p.
5. Fukuyama F. Social Capital and Civil Society. *IMF Conference on Second Generation Reforms* (Nov. 8-9, 1999). Washington, D.C.: IMF Working Paper, 2000. pp. 1-19.
6. Bourdieu P., Wacquant L.J.D. *An Invitation to Reflexive Sociology*. University of Chicago Press, 1992. 332 p.
7. Putnam R.D. The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*. 1993. Vol. 13. No 4. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi3w5-Au9beAhWv1YsKHcJnDYkQFjAAegQICRAB&url=http%3A%2F%2Fprospect.org%2Farticle%2Fprosperous-community-social-capital-and-public-life&usg=AOvVaw3YAhzga-0fUBotlHdE6Hj6>
8. Putnam R.D. *Bowling Alone: the collapse and revival of American community*. Touchstone Books by Simon & Schuster, 2001. 544 p.
9. Portes A. Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual review of sociology*. 1998. Vol. 24. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjyjpSn-PvfAhUL6qQKHWR1D5AQFjADegQICBAC&url=http%3A%2F%2Ffaculty.washington.edu%2Fmatsueda%2Fcourses%2F590%2FReadings%2FPortes%2520Social%2520Capital%25201998.pdf&usg=AOvVaw3WdqNFHfbmiEGTOQtjRWgc>

*Мамотенко Д.Ю.,
кандидат економічних наук, доцент,
Зацепіна Н.О.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА ШЛЯХИ ЙОГО СКОРОЧЕННЯ

Рівень економічного розвитку країни та її платоспроможність визначається такими показниками, як валовий внутрішній продукт (ВВП), курс національної грошової одиниці до іноземних валют, сальдо платіжного балансу, валовий національний продукт, чистий внутрішній продукт, національний дохід та інші. Проте одним з основних критеріїв розвитку економіки є розмір державного боргу та його динаміка. Проблема зовнішньої заборгованості є однією з найбільш гострих і актуальних проблем сучасного світового господарства. В умовах фінансової глобалізації розвиток міжнародної фінансової системи характеризується значним зростанням обсягів зовнішньої заборгованості більшості країн світу. Цей ріст обумовлено гострою нестачею власних фінансових ресурсів для здійснення внутрішніх інвестицій, необхідністю покриття дефіциту державного бюджету, не завжди ефективним використанням позик і кредитів, порушенням термінів виконання боргових зобов'язань, а також дисбалансом поточних платіжних балансів.

Державний борг – це сукупність усіх боргових зобов'язань держави перед своїми кредиторами (юридичними та фізичними особами, іноземними державами, організаціями та ін.) [1].

Управління та обслуговування державного боргу є особливо важливим в контексті тих економічних труднощів, які впродовж останніх років переживає Україна. Розв'язання проблеми обслуговування державного боргу є одним із ключових факторів економічної стабільності в країні. Від характеру врегулювання боргової проблеми в значній мірі залежить бюджетна дієздатність держави, стабільність її національної валюти.

Необхідність вирішення цих питань потребує пошуку шляхів вдосконалення механізму управління та обслуговування державного боргу в Україні.

Станом на 31 серпня 2019 року державний та гарантований державою борг України становив 2 067,13 млрд грн або 81,92 млрд дол. США, в тому числі: державний та гарантований державою зовнішній борг – 1 250,87 млрд грн (60,51% від загальної суми державного та гарантованого державою боргу) або 49,57 млрд дол. США; державний та гарантований державою внутрішній борг – 816,26 млрд грн (39,49%) або 32,35 млрд дол. США [2].

Очікується, що відношення боргу до ВВП, не перевищить 43,0% до кінця 2022 року. Валютний ризик та ризик рефінансування визначені як основні загрози стійкості державного боргу у найближчі роки. У наших сусідів Білорусі

і Польщі державний борг був на рівні 50% від ВВП, а в Румунії нижче 40%. У той же час у таких розвинених країн, як США і Японія, відношення держборгу до розміру економіки значно вище, ніж в Україні (108 і 236% відповідно) [3].

В Україні бюджет історично з року в рік зводиться з дефіцитом, для компенсації розриву між доходами і витратами використовуються переважно запозичення – внутрішні і зовнішні. Це основна причина зростання держборгу в номінальному вираженні протягом вже багатьох років. Крім того, в останні роки уряд змушений був випускати великі обсяги боргових інструментів для реабілітації банківської системи і приваблювало фінансування від МВФ, частина якого враховувалася як гарантований держборг.

Зростання показника держборг / ВВП також був викликаний різкою девальвацією гривні в 2014-2015 роках, через яку «доларовий» розмір економіки України скоротився в два рази: з \$ 183 млрд в 2013 році до \$ 91 млрд в 2015-му. Оскільки валютні запозичення складають близько 2/3 державного боргу, то девальвація гривні знизила держборг, вимірюваний в доларах, трохи. З огляду на вже високий рівень держборгу, для України критично важливо вести зважену фіскальну (бюджетну) політику [3].

Боргові платежі в національній валюті не викликають особливого занепокоєння, так як 56% всіх ОВДП знаходяться у власності НБУ і в крайньому випадку можуть бути реструктуризовані без значного удару по репутації України як позичальника.

У 2017 році вже було проведено репрофайлінг – обмін гривневих ОВДП в портфелі НБУ на нові бонди, завдяки чому графік погашень став більш рівномірним. Ще 36% всіх ОВДП належать держбанкам. Виходить, що зобов'язання уряду перед ринком складають всього 50-55 млрд грн, або 8% від загального портфеля ОВДП в нацвалюті. Банківська система України має структурний профіцит гривневої ліквідності, тому з високою ймовірністю банки будуть перевкладатися в нові ОВДП в міру погашення старих.

Не слід забувати про ВВП-варанти, випущених під час реструктуризації зовнішнього боргу в 2015-му. Якщо номінальний ВВП перевищить \$ 125,4 млрд (що, ймовірно, станеться вже в цьому році), а темпи економічного зростання будуть вище 3% в 2019-м і в наступні роки, то вже в 2021-му Україні доведеться платити і за варанти. При високих темпах зростання ВВП (вище 3%) максимальні платежі можуть скласти 1% від номінального ВВП в 2021-2025 роках (від \$ 1-2 млрд на рік).

Згідно стратегії та програми управління державним боргом [2] у середньостроковій перспективі основною метою України в управлінні державним боргом є залучення необхідного фінансування за найнижчої можливої вартості з урахуванням ризиків. У зв'язку з цим визначено 4 основні цілі управління державним боргом:

1. Збільшення частки державного боргу у національній валюті.
2. Продовження середнього строку до погашення і забезпечення рівномірного графіка погашення державного боргу.
3. Залучення довгострокового пільгового фінансування.

4. Продовження розвитку міцних взаємовідносин з інвесторами та подальше удосконалення політики управління державним боргом.

З метою оптимізації структури державного боргу з точки зору валютного ризику розглядається можливість розміщення ОЗДП, номінованих в інших валютах ніж долар США, на міжнародному ринку капіталу. Випуск таких цінних паперів також може сприяти подовженню середнього строку до погашення державного боргу та зменшенню середньої вартості його обслуговування.

Диверсифікація іноземних валют в борговому портфелі України є одним із заходів зменшення валютного ризику державного боргу. У зв'язку з цим розглядається можливість виходу на міжнародний ринок шляхом випуску ОЗДП, номінованих в євро.

Через нижчі відсоткові ставки поточні умови на європейських ринках облігацій є більш привабливими в порівнянні з ринком облігацій в доларах США. Україна прагне скористатися такими перевагами з метою сприяння зниженню власної кривої дохідності та, відповідно, зменшенню вартості обслуговування державного боргу. Доцільність такого розміщення визначатиметься рівнем валютного ризику та попитом серед європейських інвесторів.

Крім того, подібна транзакція надасть можливість розширити перелік інвесторів у державні цінні папери України та диверсифікувати джерела фінансування, що в свою чергу збільшить гнучкість у фінансуванні дефіциту бюджету та управлінні державним боргом.

Також може бути розглянута можливість випуску на міжнародному ринку нових боргових інструментів, номінованих в гривні, що може забезпечити альтернативне джерело фінансування та зменшити валютний ризик державного боргу. Доцільність такого розміщення визначатиметься наявністю попиту та умовами на міжнародному ринку капіталу.

Розглядається можливість випуску ОЗДП в доларах США за двома варіантами, які не виключають один одного: додатковий випуск єврооблігацій або випуск нового боргового інструменту.

При цьому, новий випуск має передбачати термін погашення, який уможливить подальше вирівнювання графіка погашення державного боргу України.

Розглядається можливість продовження розпочатих у 2017 році активних операцій з управління державним боргом з метою вирівнювання графіка погашення боргу України.

Перший варіант передбачає можливість викупу обраного випуску єврооблігацій шляхом оголошення пропозиції щодо викупу/обміну з метою зниження піків рефінансування зовнішнього боргу.

Другий варіант передбачає частковий викуп/обмін декількох випусків єврооблігацій шляхом оголошення пропозиції щодо викупу. Пропозиція щодо викупу кожного з цих випусків може включати граничну суму.

В рамках мінімізації витрат з обслуговування державного боргу шляхом залучення та розширення пільгового фінансування можливими партнерами для

України є [2]: МФО (кредит на політику розвитку («DPL»)), що надається Світовим банком на підтримку соціальних та економічних реформ; гарантійна операція на підтримку реформ («PVG»), що є частковою гарантією, яка надається Світовим банком за комерційним кредитом/позикою; бюджетне та проектне фінансування в рамках угод, укладених з міжнародними фінансовими організаціями (МВФ, ЄБРР, Світовий банк, ЄІБ тощо) та Уряди іноземних держав.

В рейтингу Міжнародного інституту фінансів 2018 року завдяки впровадженню ефективних практик в межах розбудови відносин з інвесторами Україна була визнана країною, якій вдалось досягти найбільшого прогресу, за індексом «Відносини з інвесторами та прозорість даних» з 2017 року.

Основними завданнями на шляху покращення відносин з інвесторами є більша відкритість та публічність, в тому числі шляхом подальшої розбудови офіційного веб-сайту Міністерства.

Мінфін також регулярно оновлює сторінку в терміналі Bloomberg. Сторінка містить інформацію про суверенні фінансові інструменти та націлена на інформування іноземних інвесторів, серед іншого, щодо графіка та результатів аукціонів з випуску ОВДП, інформації щодо ОВДП та ОЗДП, емітентом яких є Україна та переліку первинних дилерів.

Спрощення доступу до інформації для інвесторів через термінал Bloomberg очікується після переходу на аукціонну платформу Bloomberg, що розглядається Мінфіном як один із пріоритетних напрямів роботи в найближчій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Завадський Й.С., Осовська Т. В., Юшкевич О.О. Економічний словник. Київ. Кондор, 2006. 355 с.
2. Офіційний сайт міністерства фінансів України. URL: <http://www.mof.gov.ua> (дата звернення: 18.10.2019).
3. Государственный долг Украины. URL: https://voxukraine.org/cards/debt/images/img/Ukraine_Debt_Report_Jul18_v1.pdf (дата звернення: 18.10.2019).

*Маслов Д.А.,
магістрант,
Цвілий С.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Надмірно швидкий розвиток ринкових відносин в нашій країні, який супроводжувався прискоренням світового науково-технічного і технологічного прогресу, спричинив нове уявлення про сучасний ринок. Це обумовило появу таких понять в науці, як «готельний маркетинг» та «ресторанний маркетинг». Зростання конкурентної боротьби, розширення міжнародного поділу праці, нові вимоги споживачів спонукають підприємства готельно-ресторанного бізнесу використовувати не тільки окремі інструменти традиційного маркетингу, а й повний комплекс маркетингової діяльності. Раніше виробники і продавці будь-якої продукції чи послуг приділяли увагу переважно фінансам, виробництву, збуту, структурам, обліку тощо. Але, в сучасних умовах підвищення рівня нестабільності бізнесу та неможливості спланувати господарську діяльність у середньо- і довгостроковій перспективі, діяльність підприємства має бути більш гнучкою і динамічною. Актуальною стає проблема ефективного управління підприємством готельно-ресторанного бізнесу, яке зорієнтоване виключно на потреби споживача, зокрема, і ринку, в цілому. Базовою концепцією управління готелем або рестораном в умовах ринку стає саме маркетинг [1, с. 58].

Сьогодні не існує універсального визначення маркетингу, але достатньо обґрунтованими є позиції Вінкельмана П. і Багієва Г., які розглядають поняття «маркетинг» більш практично з точки зору функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Отже, маркетинг є філософією взаємодії та координування підприємницької діяльності, організаційна функція якої спрямована на розробку нових рішень та методів впливу на ринок і споживачів для забезпечення переваг у нестабільному конкурентному середовищі. Таким чином, акцентується увага на основній функції управління (організація). Також вживання поняття «філософія підприємницької діяльності» говорить про те, що маркетингова діяльність повинна бути в основі підприємницької діяльності, її місії та філософії цілеутворення. Розробка інноваційних рішень та методів дуже важлива для підприємства готельно-ресторанного бізнесу, тому що існуючі методи можуть вже не підходити або застарілі для конкретного підприємства.

Для більш ефективного управління маркетингом на підприємстві готельно-ресторанного бізнесу необхідними є такі умови в організації діяльності:

- надійна, актуальна, достовірна та своєчасна інформація про ринок, структуру і динаміку попиту, вимоги клієнтів тощо;

- адекватна та своєчасна реакція управлінського персоналу на вхідну інформацію щодо змін на ринку;
- створення такого товарного асортименту (асортименту послуг), який би більш повно задовольнив би потреби ринку, ніж товари (послуги) конкурентів;
- здійснення необхідний впливу на споживачів, їх попит, ринок.

Процес управління маркетингом представляє розроблений послідовний комплекс маркетингових дій, спрямованих на реалізацію маркетингових функцій та принципів, у результаті яких мають бути виявлені і задоволені потреби споживачів, а фірма повинна отримати очікуваний прибуток [3, с. 27].

Для вдосконалення процесу управління маркетингом на підприємстві готельно-ресторанного бізнесу, передусім, актуальним є використання системного підходу. Системний підхід – це, перш за все, розуміння того, що весь об'єкт, який розглядається, являє собою систему, складену з частин, кожна з яких має свої власні інтереси. Тому досягнення загальної мети можливе лише при розгляді управління маркетинговою діяльністю як єдиної системи, але, яка, в свою чергу, складається окремих елементів, які взаємодіють один з одним.

Згідно із системним підходом, основними частинами системи є вхід, процес або операція й вихід. На вході в систему поступає інформація зовні, тобто із бізнес-середы, з якою пов'язано підприємство. У другій частині системи – операції, процеси – бізнес-система, тобто підприємство, яке являє собою управляючу підсистему, аналізує інформацію, що надійшла зовні, формує на основі неї бізнес-плани та бізнес-стратегії, що направляються в маркетинг центр (маркетингова служба). В даному випадку маркетинг-центр – це координуюча підсистема, в якій отримані бізнес-цілі та бізнес-стратегії аналізуються та формуються в методи впливу. Таким чином, згідно з системним підходом, який стверджує, що на виході повинен бути результат діяльності, ми маємо на виході в якості результату діяльності методи впливу, направлені на споживачів – керовану підсистему. Після впливу на споживача ми маємо отримувати від керованої підсистеми бізнес-результат, який аналізується, робиться оцінка ефективності цих впливів та формулюються управлінські рішення. Слід зауважити, що дана система має циклічний характер. Цей процес є постійним та безперервним. Схематично це виглядає наступним чином (рис. 1). Однією з переваг цієї моделі є те, що вона універсальна. Тобто ця модель може бути використана у будь-якій галузі та на будь-якому підприємстві. Звичайно, важливою умовою є існування маркетингового підрозділу (маркетинг-центру або маркетингової служби). Сьогодні вже всі керівники підприємств, що існування такої служби є обов'язковою умовою конкурентоспроможного існування підприємства.

За умови ефективного управління маркетингом на підприємстві готельно-ресторанного бізнесу можна досягти наступних цілей:

- своєчасне визначення існуючих потреб ринку;
- вибір більш привабливих сегментів ринку, розробка стратегії для них;
- розробка необхідних маркетингових програм з повноцінним арсеналом маркетингового інструментарію: підтримка балансу «попитом-пропозиція»;
- впровадження інноваційних методик, методів та моделей в бізнес;

- активізація потенціалу всіх структурних елементів системи менеджменту підприємства готельно-ресторанного бізнесу для прийняття ефективних рішень.

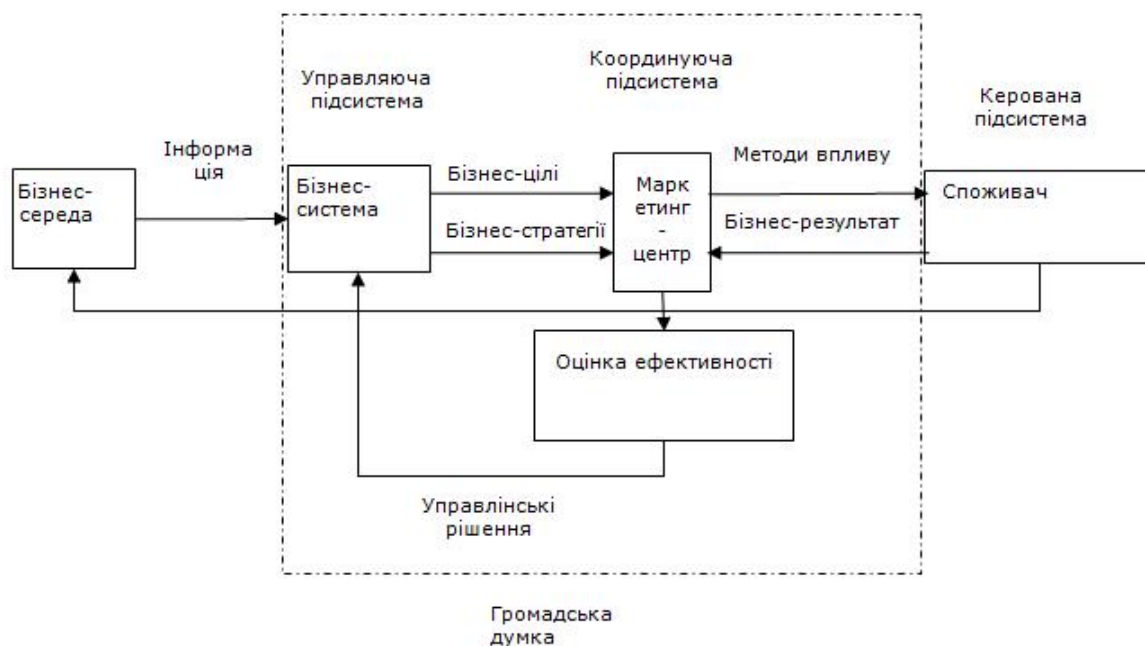


Рис. 1. Модель управління маркетинговою діяльністю підприємства готельно-ресторанного бізнесу [2, с. 166]

Як свідчать дані рисунку, всі визначені цілі є важливими для підприємства готельно-ресторанного бізнесу, для його ефективної діяльності, а отже і для досягнення результату, тобто отримання прибутку. З іншого боку, слід підкреслити, що вірні дії в сфері маркетингу з боку підприємства позитивно впливають і на споживачів. При адекватній, коректній та професійній поведінці підприємства готельно-ресторанного бізнесу на ринку споживачеві «приємно» бути клієнтом даного підприємства, що є запорукою надання ним позитивних відгуків та рекомендацій про товари та послуги, а також персонал та сервіс.

Таким чином, вдосконалення управління маркетингом підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинно бути для їх керівників першочерговим кроком в досягненні результатів: підвищення рівня конкурентоспроможності бізнесу; впровадження інноваційних технологій обслуговування споживачів; залучення нових клієнтів; створення додаткових переваг від сучасних дій на локальному ринку; отримання позитивної реакції клієнтів на товари та послуги підприємства. Надана модель управління маркетингом дозволяє підприємству контролювати всю вхідну інформацію з ринку та вихідні бізнес-результати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лаберцева О. Дослідження історичної генези сучасної концепції маркетингу. *Маркетинг в Україні*. 2007. №6. С. 57-61
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. Е.М.Пеньковой. Москва. : Прогресс, 1990. 736 с.
3. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг : навч. посіб. Київ : ІНКОС, 2007. 255с.

*Nalbandian M.A.,
PhD student,
National Aviation University,
Kyiv, Ukraine*

BUSINESS DIGITALIZATION: PROBLEMS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES.

At present, enterprises of various levels operate in the face of fierce competition, rapidly growing technological progress, increasing demand and tightening product quality control.

These factors have both a positive impact on the organization of activities of a business entity, and are a catalyst for the emergence of various kinds of problems.

Digitalization of business can contribute to more efficient development of the enterprise.

Digitalization is already taking place, offering new business opportunities and complexities for the enterprise to change the way they work and make a profit. But small and medium-sized enterprises have their own characteristics, in contrast to the subjects of big business.

An important aspect is the study of problems and competencies for the digital future of small and medium-sized businesses. Practice shows that most of the problems are associated with new competencies, as well as with the possibility of developing new profitable products and innovative services.

Digital Transformation can be defined as a company's use of digital technology to create new or change existing business processes, practices, models, cultures and customer experiences to meet changing business dynamics and market. In other words, it is about determining how to adapt your business to customer loyalty, while maintaining a competitive advantage in the digital age [1].

Large-scale software is quite expensive, so a return on investment will take too long to cover costs.

SME managers often do this by expanding the capabilities of programs such as Excel, but this can cause more problems than it solves.

Analytical software poses a similar dilemma as it is difficult to assess the benefits of data analytics for SMEs.

Not knowing how to translate your data into real results, owners are hesitant to invest time and money to join the digital revolution. They fear that the potential losses from project abandonment are much higher for small enterprises that cannot absorb losses like huge companies [1].

Some companies invest in various technologies that do not integrate very well. Although this may not seem like a problem in the beginning, it may be difficult to make a difference later when it is discovered that some technologies simply cannot work together. Small and medium-sized enterprises need to focus on one thing: to realize the opportunities they need today, so that they can scale as they grow. Today, there are many suppliers that create ecosystems and platforms, specially designed for SMEs, which greatly facilitates the process of adding new features with a high level

of customization. For the success of any business, information should be able to flow freely through various work processes. This will not only provide a clearer, more consistent view of the business as a whole, but it will also simplify the operation to have the ability to be more effective in all areas.

The traditional advantages of both small and medium businesses over corporations are personalized service and inventory of niche products adapted to their local market.

Techniques such as smart customer profiling enable companies that are usually too large to customize their offerings for their use. If small and medium-sized enterprises did not pursue the goal of digital transformation, these large companies could steal their customer base and oust SMEs from the local market.

Getting maximum efficiency from daily operations, such as reporting, inventory or accounting, is easy to do using modern software.

Owners no longer need to buy management software designed for global corporations to digitize their operational needs. Instead, they can only choose software with the features that they will use.

REFERENCES

1. How Digital Transformation Is Impacting Small and Medium Businesses//
Concepta URL: <https://conceptainc.com/blog/how-digital-transformation-isimpacting-small-medium-businesses/>

*Никоненко С.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Гресь-Євреїнова С.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ЕФЕКТИВНІ ПРИЙОМИ ПРОВЕДЕННЯ СПІВБЕСІД У ТУРИСТИЧНОМУ ОФІСІ

Вдале місцезнаходження, інвестиції в оформлення туристичного офісу дуже важливі питання, але ще важливішим завжди є питання кадрів. Потрібно подумати про те кого приймати на роботу, як і чому навчати, як оцінювати підлеглих, з якими співробітниками слід розлучатися.

Доцільно почати з прийому на роботу. Десять років тому рекомендації на що слід звернути увагу коли кандидат з'являється у вас в офісі, дуже відрізняються від сучасних. В умовах цифровізації світ змінюється, змінюються вимоги і до персоналу. Багато хто вважають, що ще матимуть змогу подивитися на людину на етапі проходження випробувального терміну, але проблема полягає в тому, що найчастіше у компанії немає можливості прийняти на випробувальний термін одночасно декількох менеджерів. Тому краще відразу поставитися до цього процесу відповідально.

Претенденти часто припускаються однотипних помилок, які псують враження про них і відбивають бажання в консультантів звертатися до них у майбутньому. Менеджери з персоналу й рекрутери приводять схожі приклади помилок претендентів під час спілкування з потенційним роботодавцем, тому необхідно звернути увагу на найпоширеніші з них [1]:

1. Пунктуальність. Якщо кандидат навіть на співбесіду приходить з запізненням навряд чи він буде приходити вчасно на роботу.

2. Ввічливість. Слова вітання, прощання й подяки завжди залишають приємне враження від співрозмовника, підкреслюють рівень виховання та освіти.

3. Зовнішній вигляд. Більшість менеджерів з персоналу надають великого значення тому, як кандидат виглядає. У творчій сфері цілком прийнятним є прийти на співбесіду у джинсах чи у іншому одязі, що буде підкреслювати індивідуальний стиль.

Доцільно звернути увагу на жести, пози і наявність посмішки. Менеджер, який розмовляє привітно, сидить або стоїть у «відкритій» позі, дивиться в очі співрозмовнику, час від часу жартує і посміхається - продає тури краще, ніж невпевнена в собі людина з невиразною мімікою і постійно похмурим виразом обличчя.

Для проведення змістовної співбесіди можна запропонувати наступні ефективні методи, що також адаптовані до сучасних потреб ринку:

1. Попросити кандидата показати вам його сторінки в соціальних мережах. Якщо ви побачите велику кількість друзів і контактів, можете зробити

висновок, що даний кандидат - досить товариська людина, що важливо в туристичному бізнесі.

2. Задати питання: «У чому основна причина вашого звільнення з попереднього місця роботи?» Якщо кандидат буде говорити про колишнього роботодавця у неприємно негативній формі, то цілком вирогідно, що ця людина аналогічно потім буде відгукуватися і про вас. Іноді рекомендується, якщо у вас є така можливість, передзвонити на старе місце роботи кандидата, попросити до телефону директора і чесно сказати, що його колишній співробітник буде тепер працювати у вас, звернувшись потім з проханням охарактеризувати дану людини. Найчастіше такі дзвінки допомагають все розставити по місцях.

3. Задати кілька нахабних, хамських питань і уважно подивитися на реакцію кандидата. Якщо він відповість тим же, подумайте, як він себе поведе в разі виникнення конфліктних ситуацій з туристами. Подібні питання рекомендується задавати в кінці співбесіди і відразу після цього чесно говорити, що це зроблено для перевірки претендента на стресостійкість і доцільно попросити вибачення.

4. Нехай кандидат напише невеликий рекламний текст. Якщо буде допущено суттєву кількість граматичних і пунктуаційних помилок, будете знати напевно, що цій людині не варто довіряти розміщення оголошень від імені компанії в інтернеті.

5. Природно поставити питання, пов'язані з професійною діяльністю, при цьому відразу почавши тестувати кандидата на знання комп'ютерних програм, пошукових систем, на вміння правильно розрахувати вартість туру і т. п.

Отже, етап першого знайомства відіграє дуже важливу роль. Аналіз позитивних та негативних характеристик потрібно проводити ретельно та краще після того як здобувач покине кабінет. Беручи до уваги суворість кадрового законодавства в Україні, після того як людина офіційно з'явиться у вас в штаті, звільнити її буде досить складно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. На що важливо звернути увагу заради успішного проходження співбесіди. URL:<https://nuft.edu.ua/job/korisno-znati/na-shho-vazhlivo-zvernuti-uvagu-zaradi-uspshnogo-prohodzhenn>(дата звернення: 14.10.2019).

*Онищенко О.А.,
кандидат наук з державного управління, доцент,
Козюк О.В.,
магістрант,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя, Україна*

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

В даний час інноваційні процеси стають істотним фактором, що визначає стратегічний успіх підприємства на ринку товарів і послуг. Завдання стратегічного управління полягає в пристосуванні організації до змін зовнішнього середовища. Інноваційний розвиток підприємства і його виробнича діяльність передбачає розробку ідей та обґрунтування інвестиційного проекту, матеріально-технічне та фінансове забезпечення, управління діяльністю створеного при цьому об'єкта, включаючи ліквідацію або перепрофілювання його відповідно до поточних зовнішніх умов і можливістю досягнення поставлених цілей.

До основних негативних факторів, які уповільнюють сталий розвиток організації, можна віднести невеликий попит на інновації, відсутність реальних джерел фінансування, недостатність правового регулювання, відсутність інфраструктури та системи управління інноваційною діяльністю. Серед переліку цих проблем можна виділити особливі моменти, які забезпечують ефективний інноваційний процес, пов'язаний з розробками виробів і їх впровадженням в основне виробництво. Це можуть бути технічні та наукові можливості організації, наявність кваліфікованого персоналу і менеджерів вищого рівня, що забезпечують сталий розвиток організації [1, с. 246].

Інновації є важливим інструментом ефективного розвитку організації. Активізація роботи по формуванню інвестиційної стратегії, передбачає вибір інновацій, які можуть підвищити ефективність фінансово-господарської діяльності та забезпечать сталий розвиток організації. Для цього потрібно позначити значимі критерії для фінансування перспективних проектів. Механізми залучення інвестиційних ресурсів для підтримки інноваційного потенціалу можуть бути різні, але повинні враховувати інтереси власників і акціонерів і забезпечувати організації фінансову рівновагу в поточному часі і довгостроковому розвитку.

Менеджери, пов'язані з новаторством, руйнують застарілі форми господарювання, змушують персонал організації пристосовуватися до зовнішніх викликів і формують політику на основі інформаційного менеджменту і цифрових технологій. На якомусь етапі господарювання такі дії можуть викликати уповільнення темпів виробництва і знизять фінансову ефективність, але далі цілком можливе підвищення інтенсивності виробництва, зниження тривалості технологічних процесів, зниження витрат і в підсумку призведе до підвищення прибутковості від виконаної роботи.

Принциповим моментом при використанні інновацій можна вважати різке підвищення якості управлінської праці і мотивацію персоналу при використанні високотехнологічних виробництв. Це може бути пов'язано з випуском універсальної продукції і можливо зі збільшенням заробітної плати. Соціальний ефект від впровадження інновацій необхідно враховувати, через те що, він пов'язаний з залученням кваліфікованих кадрів і використанням наукового і технічного потенціалів в процесі господарської роботи.

Напрями інноваційного розвитку організації можуть бути пов'язані з освоєнням у виробництві продукції, що відрізняється високою технологією виготовлення, конкурентоспроможністю, яка дозволяє збільшити обсяги збуту і отримати додатковий прибуток. Інноваційна продукція створює основний напрямок подальшої реалізації продуктів і послуг і дозволяє менеджерам організації складати довгострокові фінансові плани, з урахуванням інноваційних розробок [2, с. 201].

Отже, серед різних методів і засобів посилення конкурентного статусу підприємства особливе місце сьогодні займає активізація інноваційних процесів, головна частина яких – створення нової продукції, послуг, інформації, інтелектуальних цінностей, тобто новаторський процес постійного пошуку нових можливостей, уміння витягувати і використовувати для вирішення постійних задач нові матеріали та інтелектуальні ресурси з найрізноманітніших джерел. Формування інноваційного процесу відповідно до стратегічної концепції інноваційного розвитку підприємства дозволить підвищити якість прийнятих управлінських рішень і забезпечити зростання ефективності інноваційної діяльності в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аньшин В.М., Дагаев А.А. Концепции, стратегии и механизмы инновационного развития. Москва: Дело, 2014. 246 с.

2. Преснякова Д.В., Галицьких В.Н., Галицьких Є.В. Развитие основ оценки финансового состояния предприятий с целью активизации социальных инноваций. *Научный журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки»*. 2016. С. 201-204.

*Паршин Ю.І.,
доктор економічних наук, доцент,
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ,
м. Дніпро, Україна*

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Питання вимірювання та оцінки трансформації економічних систем є надзвичайно важливими і актуальними особливо в умовах подолання наслідків глобальної економічної кризи. В умовах забезпечення сталого економічного розвитку передбачено одночасне рішення різнопланових і багато в чому суперечливих проблем економічного зростання за умови збереження якості середовища проживання, що оцінюється в першу чергу з позицій екології та соціальної сфери.

Формування зручних і ефективних методів та інструментів вимірювання трансформації економічних процесів, що дозволить дати однозначне трактування отриманих результатів, представляє високу цінність як з дослідницької, так і з управлінської точок зору. Однак ця задача не має очевидного та простого рішення.

Як відомо будь-яка економічна система є системою відкритого типу, а тому на неї постійно впливає зовнішнє середовище з безліччю різноманітних впливів. Враховуючи теорію синергетики маємо висловити гіпотезу про існування упорядкованого стану в системі національного господарства, в умовах якого економічні підсистеми та економічна система в цілому за рахунок збалансованого обміну енергією та інформацією з навколишнім середовищем можуть адаптуватися до змін зовнішнього середовища, змінюючи структуру, функції складових елементів та процеси функціонування складових елементів економічної системи.

Вважаємо, що економічну систему національного господарства, як складну відкриту систему, необхідно розглядати з позиції динаміки зміни її станів, а це потребує врахування ентропійного аспекту, який пов'язаний з безповоротністю економічних процесів та рівнем упорядкованості економічної системи. У зв'язку з цим, важливим аспектом є встановлення взаємозв'язків між показниками, що характеризують рівень упорядкованості економічної системи. Тому слід приділити особливу увагу здатності зберігати стабільність внутрішнього середовища, тобто дослідити здатність економічної системи національного господарства та її підсистем до упорядкованого стану, що має формувати основу забезпечення сталого економічного розвитку національного господарства.

Припустимо, що процес економічного розвитку відбувається в певній просторово-часовій області $\{0 \leq r \leq 1; 0 \leq t \leq \infty\}$ і в цій області функції ентропії системи $H_i(r, t)$ є безперервними функціями.

Процес економічного розвитку слід представляти як процес переходу одного стану в інший. При цьому, ґрунтуючись на ентропійному підході [1] і визначенням стійкості систем по Ляпунову [2] будемо вважати, що економічна система національного господарства, для якої характерні значення ентропії системи $H_i(r, t)$ буде стійкою, якщо при наданому $\varepsilon > 0$ та $t = t_0$ існує таке значення $\gamma = \gamma(\varepsilon, t_0)$, що будь-який рух (розвиток) системи $Y_i(r, t)$, для якого $|H_i(r, t_0) - Y_i(r, t_0)| < \gamma$ задовольняє також нерівності $|H_i(r, t_0) - Y_i(r, t_0)| < \varepsilon$ при $t \geq t_0$.

Таким чином, перехід економічної системи національного господарства з одного стану в інший (тобто процес економічного розвитку) буде стійким якщо:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} |H_i(r, t) - Y_i(r, t)| = 0. \quad (1)$$

На підґрунті визначення стійкості по Ляпунову [2] ми можемо стверджувати, що процес економічного розвитку системи національного господарства буде стійким, якщо всі найближчі стани характеризуються мінімальними змінами ентропії системи:

$$\frac{dH}{dt} = 1 - H^2. \quad (2)$$

Перехід системи з одного стану в інший на певному часовому періоді представляє собою безліч станів, які відрізняються один від одного фазою, що визначає траєкторію економічної системи національного господарства у відповідному просторі.

Для проведення подальших досліджень оберемо певну «метрику», що задає відстані у фазовому просторі, при цьому позначимо через C деяку траєкторію, яка описує процес економічного розвитку системи національного господарства. Будемо вважати, що C буде стійкою, коли при наданому $\varepsilon > 0$ існує таке $\gamma > 0$, що якщо деяка точка H_0 знаходиться в момент часу t_0 на відстані γ від C , то при $t \geq t_0$ відстань від H до C не перевищує ε . В іншому випадку траєкторія C є нестійкою.

Подальші дослідження стосувались проведення якісних досліджень процесів економічного розвитку системи національного господарства на моделях з двох диференціальних рівнянь, які припускають якісні дослідження за допомогою методу фазової площини [3]. Використовуючи основні показники для аналізу економічного зростання – ВВП та темпи зростання ВВП, запишемо систему двох звичайних диференціальних рівнянь загального виду:

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = V(x, y) \\ \frac{dy}{dt} = R(x, y) \end{cases}. \quad (3)$$

$V(x, y)$, $R(x, y)$ – безперервні функції, визначені в деякій області G евклідової площині (x, y) – декартові координати).

Враховуючи, що змінні x та y мають конкретний економічний сенс (ВВП та темпи зростання ВВП), тому область G уявляє собою позитивний квадрат правої напівплощини.

Змінні x , y змінюються у часі у відповідності з системою рівнянь (3), таким чином, що кожному стану системи відповідає пара значень змінних (x, y) . Аналогічним чином слід констатувати, що кожній парі (x, y) відповідає відповідний стан економічної системи національного господарства.

Доцільним та зручним є графічне представлення будь-якого з цих типів упорядкованості у вигляді так званих фазових портретів, які утворюються в результаті якісного аналізу на фазовій площині диференціальних рівнянь і які описують поведінку системи що аналізується. Тому з метою визначення фазових траєкторій розвитку економічної системи національного господарства та його аналізу було побудовано фазовий портрет у змінних «валовий продукт – темпи зростання», що дозволило зробити висновки стосовно теперішній ситуації в системі національного господарства.

Враховуючи також складності аналітичних рішень диференціальних рівнянь, які не отримали достатнього практичного використання при аналізі економічних систем на відміну від теоретичних, побудова фазового портрету дозволяє нам уявити характер змін основних показників при проведенні якісного аналізу процесів економічної системи національного господарства.

Проведені дослідження дозволили зазначити, що необхідно вистовувати всі можливі важелі щодо повернення економіки на траєкторію сталого економічного розвитку, що є можливим тільки при суттєвих змінах в економічній політиці та її спрямованості за рахунок формування рішень, спрямованих на забезпечення сталого економічного розвитку національного господарства.

Апробована методологія і методичний інструментарій оцінки трансформації економічної системи дозволяють оцінити динаміку зміни ефективності обраних напрямків розвитку національного господарства за періодами часу; виявити «проблемні зони», визначити їх глибину і сформувані управлінські впливи для їх коригування та оцінювати плановані зміни в діяльності об'єкта дослідження на підставі очікуваних розрахункових значень оцінок стійкості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пригожин И., Кондепуди Д. Современная термодинамика. От тепловых двигателей до диссипативных структур. Пер. с англ. Ю.А. Данилова и В.В. Белого. Москва : Мир, 2002. 461 с.

2. Устойчивость по Ляпунову: основные понятия и определения. Математический форум Math Help Planet. URL: <http://mathhelpplanet.com/static.php?p=ustoichivost-po-lyapunovu> (дата звернення: 12.10.2019).

3. Милованов В.П. Неравновесные социально-экономические системы: синергетика и самоорганизация. Москва : Эдиториал УРСС, 2001. 264 с.

*Паршина О.А.,
доктор економічних наук, професор,
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ,
м. Дніпро, Україна*

АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОБҐРУНТУВАННЯ РІШЕНЬ З КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в сучасних умовах світової глобалізації визначена як одна з найбільш важливіших. Вирішення цієї проблеми потребує створення наукової та методологічної основи для обґрунтування управлінських рішень та їх ефективного використання в системі менеджменту підприємств. Для формування теоретико-методологічного та практичного підґрунтя зазначеної проблеми доцільним є побудова аналітичного інструментарію з використанням методів кількісного оцінювання.

Слід зазначити, що проблема забезпечення конкурентоспроможності взагалі потребує постійного моніторингу, тому що найважливіша проблема сучасних підприємств, які функціонують в таких складних сучасних умовах трансформаційної економіки – це проблема забезпечення відповідного рівня якості продукції за умов безперервного розвитку.

Вирішення зазначеної проблеми потребує запровадження новітніх наукоємних технологій як на рівні виробництва продукції, так і на рівні прийняття управлінських рішень. В сучасних умовах збільшення потоків економічної інформації постають питання створення ефективних систем аналітичної обробки інформації шляхом використання методів систематизації та структуризації значних обсягів нечіткої інформації.

Враховуючи результати проведених досліджень доцільно запропонувати логічне осмислення зазначеної проблемної ситуації в контексті методології нечіткого моделювання – нового напрямку використання наукоємних технологій для вирішення значної кількості практичних задач з неструктурованою інформацією. Як відомо [1] існує значна кількість прикладів використання цієї методології в галузі штучного інтелекту. Використання методів нечіткої логіки дозволяє вирішувати й складні економічні проблеми, зокрема при визначенні ефективних рішень.

Створення ефективних систем обробки неструктурованої економічної інформації та прийняття управлінських рішень, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах динамічної зміни зовнішнього середовища потребує розробки аналітичного інструментарію з формуванням інформаційної моделі та використанням методів обробки нечіткої інформації.

Виконано формування інформаційної моделі визначення рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства [2], яка дозволяє здійснити системну оцінку рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства та створити основу для моделювання різних виробничих ситуацій, отримання

аналітичної інформації та обґрунтування на її основі управлінських рішень з конкурентоспроможності.

Для формування інформаційної моделі визначення рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства були визначені та систематизовані показники кількісної оцінки. Інформаційну модель сформовано у вигляді баз даних з економічною інформацією з урахуванням структурних взаємозв'язків між групами економічних показників.

На підґрунті системного та ресурсного підходів запропоновано формування рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням сукупності виробничих, матеріальних, кадрових та фінансових ресурсів підприємства. Для дослідження рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства сформована система показників кількісної оцінки, що уявляє за своєю сутністю інформаційну базу.

Передбачено визначення рівня конкурентоспроможності за виробничою, матеріальною, кадровою та фінансовою складовими. Зокрема, визначення рівня конкурентоспроможності за виробничою складовою конкурентоспроможності здійснюється за результатами аналізу зносу основних фондів, співвідношення коефіцієнтів оновлення і вибуття основних фондів та фондіввіддачі. Визначення рівня конкурентоспроможності за матеріальною складовою – за результатами аналізу частки змінних витрат в собівартості продукції, співвідношення зміни цін на сировині, матеріали і зміни цін на продукцію, а також матеріалоемності. Для визначення рівня конкурентоспроможності за кадровою складовою використовуються результати аналізу співвідношення коефіцієнта обороту з прийняття і коефіцієнта обороту з вибуття, професійного складу кадрів та зміни виробітку на одного працюючого. Для визначення рівня конкурентоспроможності за фінансовою складовою – результати аналізу фінансових коефіцієнтів, зокрема коефіцієнту фінансової незалежності, коефіцієнту поточної ліквідності, коефіцієнту термінової ліквідності, коефіцієнту абсолютної ліквідності, рентабельності всіх активів, ефективності використання активів для виробництва продукції та частки позикових засобів в загальній сумі джерел.

З метою визначення рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства за відповідними складовими запропоновані варіанти комбінацій за параметрами виробничої, матеріальної, кадрової та фінансової складовими. Створено основу для розробки аналітичного інструментарію, що дозволить провести системні дослідження та сформувані обґрунтовані рішення, спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пегат А. Нечеткое моделирование и управление. Пер. с англ. 2-е изд. Москва: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. 798 с.
2. Parshyna O., Parshyn Yu. Information model of level determination of the enterprise competitiveness providing. *Economic Stability Studies*. 2018. Vol.1. С.83-92.

*Пінсон Бенітес Х.М.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Об'єктивні процеси розвитку наукових досліджень і прогресивних цифрових технологій привели до цивілізаційних змін світогосподарського розвитку та зумовили виникнення нового типу економіки, в рамках якої відбувається трансформація моделей бізнес-процесів конкурентоспроможних підприємств [1; 2]. Очевидним є той факт, що подібна трансформація здійснює прямий вплив на функціонування національних економічних систем, змінюючи підходи до формування їх конкурентоспроможності. Вже найближчим десятиліттям Інтернет речей дасть змогу підвищити якість експлуатації обладнання, зробити міську інфраструктуру більш «розумною» та енергоефективною. З розвитком таких інновацій, як віртуальна реальність, безпілотні літальні апарати (дрони), робототехніка й штучний інтелект, відкриваються вражаючі можливості як для кінцевих споживачів та бізнес-спільноти, так і для країни загалом.

Проблемні питання розвитку цифрової економіки є об'єктом досліджень зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема: Д.Белла, Дж. Гелбрейта, Д. Тапскотта, К. Шваба, З. Атаманчук, О. Білоруса, В. Геєця, Г. Веретюк, С. Коляденка, С. Карчевої, О. Яременко та ін. На відміну від зарубіжної літератури, де сконцентровано увагу в основному на дослідженні впливу цифровізації на ефективність економічної системи загалом [3], основними проблемами, які піднімаються в українських наукових працях, є вивчення концептуальних основ цифрової економіки. Тому дослідження впливу цифрових технологій на розвиток національних економічних систем в контексті їх конкурентоспроможності залишаються недостатньо висвітленими у вітчизняній науковій літературі.

Метою дослідження є теоретичне узагальнення наукових поглядів щодо концептуальних основ цифровізації економіки та виявлення особливостей її впливу на конкурентоспроможність національних економічних систем.

Поняття цифрової економіки складне й багатогранне. В науковому середовищі нині немає консенсусу стосовно того, що слід розуміти під цим явищем. Так, С. Коляденко [4] розглядає цифрову економіку як таку, що базується на виробництві електронних товарів та сервісів високотехнологічними бізнес-структурами та дистрибуції цієї продукції за допомогою електронної комерції. С. Веретюк [5] та Л. Кіт [6] вважають, що цифрова економіка – це трансформація всіх сфер економіки завдяки перенесенню інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу з метою їх подальшого використання. Міжнародна організація ОЕСД (Organisation for Economic Cooperation and Development) виділяє три ключові

компоненти цифрової економіки [7]: 1) підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі тощо); 2) електронний бізнес (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі); 3) електронна комерція (дистрибуція товарів через мережу Інтернет). У Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки під цифровою економікою розуміють «діяльність, в якій ключовими факторами виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані – як числові, так і текстові. Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, швидкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливають на традиційну економіку, трансформуючи її від економіки, що споживає ресурси, до економіки, що їх створює» [8].

Сьогодні серед науковців та практиків також не існує єдиної точки зору стосовно ступеня впливу цифрової трансформації економіки на функціонування національних економічних систем. Так, за даними Світового Банку, цифрові дивіденди (або результати цифрових трансформацій) – це динамічне зростання економіки, бізнес-діяльності, а отже, податкових надходжень, притік нових інвестицій тощо [9]. Досить оптимістичними є результати досліджень міжнародної консалтингової компанії «McKinsey», що спеціалізується на вирішенні завдань, пов'язаних зі стратегічним управлінням. Вони відзначають безліч економічних і соціальних вигод, щонесе в собі цифровізація, зокрема приріст продуктивності праці, зростання кількості робочих місць у суміжних галузях, інклюзивність.

Цифровізація визначає перспективи зростання компаній, галузей та національних економік загалом. А рівень цифрової трансформації економіки країни є основою оцінювання її конкурентоспроможності. В науковій літературі існує низка загальноприйнятих параметрів, за допомогою яких визначають рівень цифровізації економіки країни, зокрема найбільш поширеними вважаються охоплення Інтернетом, частка електронної торгівлі в роздрібному товарообігу, частка суспільства, яка володіє цифровими компетенціями та отримує послуги від держави он-лайн.

Водночас Україні критично важливо підвищувати свою готовність до виробництва майбутнього та розвивати унікальні можливості, які зроблять її економіку більш привабливою у глобальних виробничо-збутових ланцюжках. Готовність країни до майбутнього визначають масштабність і структура виробництва, а також рушійні сили, здатні прискорити процес трансформації. Так, згідно з оцінкою Всесвітнього економічного форуму (WEF), лише 25 держав світу готові до четвертої індустріальної революції, основою якої є цифрові технології. На частку цих країн припадає 75% доданої вартості глобального промислового виробництва. У кожній з 25 країн-лідерів наявні свої конкурентні переваги. Японія володіє найскладнішими виробництвами, США – найпотужнішим ринком збуту, Китай відрізняється гігантськими масштабами підприємств, Німеччина – високотехнологічними фахівцями та швидкістю впровадження інновацій, Південна Корея – величезними внесками в розвиток технологій, а Сінгапур – відкритістю та доступом до інвестицій. Згідно з даними WEF ці країни об'єднують зусилля, сформулюють зв'язки та на початкових стадіях індустріальної революції задаватимуть курс процесу

глобальної цифрової трансформації. Україну разом з Росією, Молдовою, Грузією аналітики WEF віднесли до групи «Євразія», у якій наявна деяка індустріальна база, але слабкими є рушії розвитку виробництва. Україна отримала оцінку «6» (за десятибальною шкалою) за здатність українських виробництв виготовляти складну продукцію, що забезпечило їй 41 місце в рейтингу зі 100 країн [9].

Отже, для успішного розвитку цифрової економіки в Україні потрібна ефективна державна політика її стимулювання. Слід зазначити, що і в цьому напрямку зроблено перші кроки, зокрема схвалено «Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки» та затверджено план заходів щодо її реалізації. Ключовою стратегією формування цифрової економіки України є робота з внутрішнім ринком, а ключовою ініціативою – формування у споживачів мотивацій та потреб у «цифрових технологіях». Водночас варто пам'ятати про те, що цифровізація економіки – це також питання національної безпеки та незалежності України, конкуренції вітчизняних компаній та позиції країни на світовій арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Світлична В. Теоретичні базис нової парадигми суспільства – економіки знань. Економіка: реалії часу. 2015. № 3 (19). С. 184–193. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No3/184/193.pdf> (дата звернення: 10.10.2019).
2. Іванова В. Економіка, заснована на знаннях, та економіка знань: адекватність використання категорій. Механізм регулювання економіки. 2011. № 3. С. 47-54. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29633/1/Ivanova.pdf> (дата звернення: 12.10.2019).
3. Данніков О., Січкаренко К. Концептуальні засади цифровізації економіки України. Інфраструктура ринку. Вип. 17. 2018. С. 73-79. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_ukr/15.pdf (дата звернення: 12.10.2019).
4. Коляденко С. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 106-107. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua (дата звернення: 13.10.2019).
5. Веретюк С., Пілінський В. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. Фінансовий простір. 2017. № 3 (27). Наукові записки Українського НДІ зв'язку. 2016. № 2. С. 51-58.
6. Kit L. Evoliutsiia merezhevoi ekonomiky. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2014. № 3. Т. 2. С. 187-194.
7. The Concept of a Digital Economy. URL: <http://odoc.org.uk/theconcept-of-a-digital-economy> (дата звернення: 15.10.2019).
8. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення: 11.05.2019).
9. World Economic Forum. URL: <http://edclub.com.ua/tegy/vsesvitniy-ekonomichnyu-forum> (дата звернення: 27.09.2019).

*Плинокос Д.Д.,
кандидат економічних наук, доцент,
Котюк А.О.,
студентка,
Національний університет «Запорізька Політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКСПОРТУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Сучасна особливість світової економіки полягає в інтернаціоналізації сфери послуг. Раніше вважалося що цю сферу важко залучити до процесу глобалізації, але завдяки науково-технічному прогресу, стрімкого розвитку комп'ютеризації та інформаційних технологій призвело до створення ринку послуг та перетворило його на самостійну складову світової торгівлі. В результаті цього міжнародна торгівля послугами розвивається швидше ніж зовнішня торгівля загалом [1].

Великий попит на різноманітні послуги зумовив не тільки зростання експорту-імпорту послуг, а й призвів до залучення міжнародних інвестицій в галузі послуг. Інвестори почали вважати сферу послуг більш престижною та прибутковою ніж інші. Значний економічний потенціал України, в сфері послуг, дозволяє їй вийти на світові ринки. Сприяє такому розвитку і міжнародні угоди, так підписання Угоди про вільну торгівлю з ЄС у 2014 році дозволяє Україні бути провідним експортером послуг в Європі.

Основними проблемами розвитку та розширення ринку послуг в Україні є такі: недостатність коштів на удосконалення технічної бази та створення нових основних фондів; повільний розвиток наукомістких секторів; непрозорість ведення бізнесу, зростання тіньової економіки та корупції; відсутність нормативно-правової бази, ефективної системи оподаткування; певні законодавчі обмеження експорту послуг.

Якщо проаналізувати структуру експорту, на першому місці серед експорту послуг України є транспортні послуги, на другому-сфера ІТ-технологій та комунікаційних послуг, також помітне місце займають освітні послуги, рекламні, послуги з ремонту і технічного обслуговування, фінансова і страхова діяльність, розробка інженерних та проектних робіт та багато інших. Проте Україна поступово відходить від традиційних послуг (у т.ч. транспортних, туристичних, будівельних). Спостерігається значне збільшення частки експорту сучасних послуг (у т.ч. телекомунікаційних, інформаційних, креативних), які становили у середньому 34% усього експорту послуг за період 2014 – 2015 рр., порівняно з 20% у 2009–2010 рр. [2]

Експорт послуг значно підвищує надходження в економіку та є дуже прибутковим для України. Загалом за перше півріччя 2019 року держава експортувала послуг на суму 5,8 млрд. доларів США (рис. 1) [3].

Якщо розглядати у відсотковому аспекті то найбільше займає експорт транспортних послуг – 50,6% тобто газотранспортна система України, перевезення вантажів, транспортно-експедиторські послуги, транспортна

логістика, 19,3% від загальнодержавного експорту послуг займають послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги, майже 10% займають ділові послуги-операційного лізингу, консалтингові, наукові, посередницькі та ін.. Сумарно вони дають майже 30 відсотків надходжень у 2019 р.



Рис. 1. Структура експорту послуг України в 2019 р.

Вагомими є також послуги з переробки матеріальних ресурсів вони становлять - 14%. Послуги пов'язані з подорожами займають 3%, та 3,9% інші послуги, до яких можна віднести освітні послуги, послуги поштової та кур'єрської служби, з будівництва, послуги пов'язані з фінансовою діяльністю, культурні та рекреаційні послуги і аудіовізуальні та ін.[3].

Якщо у 2015 році експорт послуг становив 9 млрд. доларів США то у 2019, за перше півріччя, він вже приніс майже 6 млрд. доларів США. Найбільше послуг експортують у країни ЄС, Швейцарію, Ізраїль, Об'єднані Арабські Емірати та Російську Федерацію [3].

Важливим аспектом експорту послуг є його регулювання та документарне забезпечення. Суттєву роль відіграють двосторонні угоди як галузеві так і зовнішньоекономічні, в яких розглядаються окремі аспекти торгівлі послугами і капіталовкладень у цю сферу. Якщо місце постачання послуг розташоване на митній території України, вони обкладаються ПДВ за ставкою 20%, у зворотній ситуації – не обкладаються ПДВ. Це має суттєве значення для багатьох видів послуг, що експортуються.

Вийти на новий рівень експорту послуг, стати конкурентом для високо розвинених держав та вирішити вищезазначені проблеми можливо за допомогою впровадження таких заходів:

- зміцнення та вдосконалення комплексної інституційної основи для стимулювання інновацій в послуги які експортуються;
- посилення та впровадження сучасних інновацій в підприємства;
- поліпшення економічних та правових умов для здійснення міжнародної торгівлі послугами;

- вдосконалення координації діяльності інституцій з підтримки торгівлі послугами;
- стимулювання підприємницької діяльності, та особливу увагу приділити розвитку малих та середніх підприємств;
- підвищення кваліфікації, проведення тренінгів, організація зустрічей з кращими спеціалістами для кадрів, які займаються наданням послуг, котрі можна експортувати;
- підвищення продуктивності праці, правильна мотивація персоналу у сфері послуг;
- вдосконалення та жорсткий контроль за системою сертифікації та контролю якості;
- підвищення конкурентоспроможності між підприємствами, що забезпечить появу нових послуг та підвищення якості вже експортованих;
- послаблення податкового навантаження на послуги які вийшли на світову торгівлю;
- узгодження державних норм торгівлі послугами з міжнародними.

Вирішення цих проблем є завданням країни оскільки сфера послуг є важливим сектором як національного так і світового господарства, також є елементом формування сучасного життя, впливає на матеріальне виробництво та найголовніше сприяє економічному зростанню та підвищує конкурентоспроможність країни.

Аналізуючи всі вище наведені дані то можна сказати що спостерігаються позитивні тенденції в експорті послуг України, та вони мають місце в зовнішньоекономічній діяльності країни. Збільшити товарообіг можна за допомогою співробітництва з країнами ЄС, Китаєм, Білоруссю, Ізраїлем.

З розширенням економічних зв'язків та інвестиційних потоків між Україною та країнами ЄС зростає значення взаємної торгівлі послугами. Важливим фактором просування цієї сфери є саме підтримка з боку держави, а саме невідкладно формувати сприятливі організаційні, економічні та правові умови для розвитку і ефективного використання експортного потенціалу, регулювати законодавчу базу що буде відповідати міжнародній, залучення інвесторів та впровадження інновацій, а також створити механізми фінансової, маркетингової, інформаційно-консультативної, дипломатичної та інших видів допомоги вітчизняним експортерам послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ляшко І. І., Єременко О. М. Тенденції розвитку та механізми регулювання міжнародної торгівлі послугами в умовах глобалізації. *Менеджер*. 2016. № 4. С. 47-54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2016_4_9
2. Експортна стратегія України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017–2021. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EkспортnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichnogoRozvitkuTorgivli2017-2021>
3. Державна служба статистики України. Зовнішня торгівля послугами. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

*Плинокос Д. Д.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька Політехніка»,
Кривохлябова О. В.,
студентка,
Національний університет «Запорізька Політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

РОЗВИТОК УНІВЕРСИТЕТІВ В НОВИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

В умовах трансформації економіки та суспільних відносин, особливого значення набуває ефективне використання потенціалу університетів, які поступово перетворюються з закладів соціальної сфери на науково-виробничі комплекси, стають генераторами ідей для розвитку бізнесу та «виробником» освітніх послуг для споживачів. Ці тенденції розвитку потребують наявності професійних кадрів в системі управління ЗВО, це стосується питань загального управління, економічної діяльності, маркетингової діяльності, міжнародної діяльності університету та інших адміністративних посад. Ті сфери діяльності, які потребують перш за все організаційно-економічного підходу, повинні укомплектовуватися професійними менеджерами, економістами, фахівцями з міжнародної діяльності. Це дозволить ЗВО ефективно впроваджувати не тільки освітньо-наукову функцію навчального закладу, але й виробничо-комерційну.

На сьогоднішній день ЗВО не втратили можливості ефективно виробляти освітні послуги, але так і не навчилися ефективно реалізувати ці послуги. Це є проблемою як на внутрішньому ринку освітніх послуг, так і на зовнішньому. Університети на сьогоднішній день стикаються з тими проблемами, які були, наприклад, в промисловості та металургії в Україні 20 років тому. Багато підприємств вчасно не сформували систему реалізації товару на внутрішні та зовнішні ринки, в результаті втратили споживачів, згодом втратили конкурентоспроможність, потім збанкрутували, та отримали нових власників. Безумовно ці процеси носили більш складний характер, але економічна причина занепаду багатьох підприємств була саме в цьому. Ті ж підприємства, які змогли залишити зовнішні ринки, провели модернізацію підприємств стали флагманами промислового виробництва, утримуючи зовнішні ринки підприємства змогли більш ефективно конкурувати на внутрішньому ринку. Керівникам ЗВО вже зараз необхідно переглядати політику з врахуванням досвіду промислових підприємств України. Наявність лише «виробничої» складової без реалізації не дає підстав до подальшого розвитку, навіть з врахуванням державного фінансування. Держава як власник навчальних закладів та розпорядник ресурсів буде зацікавлена в продовженні існування навчальних закладів державної форми власності, але навіть держава не зможе постійно утримувати неефективні навчальні заклади. Вже зараз готується нова формула розрахунку фінансування ЗВО, яка передбачає розподіл коштів виходячи з певних параметрів, основним показником буде якість освітніх

послуг, та конкурентоспроможність випускників. Недостатнє державне фінансування відіб'ється на якості матеріально – технічної бази, а згодом на кадровому складі, а це призведе до занепаду певних навчальних закладів. Тому загальною тенденцією в сфері забезпечення якості та конкурентоспроможності в сфері вищої освіти та надання освітніх послуг ЗВО України повинно стати оптимізація мережі університетів, підвищення конкуренції серед професорсько-викладацького складу, формування ефективно діючої системи реалізації освітніх послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках, диверсифікації джерел фінансування ЗВО.

Для цього кожному університету необхідно провести значну роботу, яка полягає в створенні та запровадженні внутрішньої системи управління якістю. Система управління якістю ЗВО – це елемент загальної системи управління, який забезпечує якість послуг, що надаються. Системою управління якістю у ЗВО має займатися спеціальний підрозділ (відділ).

Одним із сучасних підходів до управління якістю у всьому світі визнано концепцію загального (тотального) управління якістю. Загальне управління якістю – це концепція, яка передбачає всебічне цілеспрямоване та добре скоординоване використання систем і методів управління якістю у всіх сферах діяльності, від досліджень і розробок до післяпродажного обслуговування, за участю керівництва та службовців усіх рівнів і за умов раціонального використання технічних можливостей. Ця модель менеджменту якості гармонійно орієнтована як на вимоги споживачів продукції, так і на потреби працівників підприємства, які мають її виробляти. Саме на таких принципах пропонується проводити моніторинг працевлаштування випускників ЗВО, та відслідковувати кар'єрні зміни випускників, протягом певного періоду.

Нині посилюється активність і самих вітчизняних ВНЗ, які все більше цікавляться сучасними підходами щодо управління якістю освітніх послуг. Проводять міжнародну акредитацію освітніх програм, отримують міжнародні сертифікати якості.

Таким чином, університети повинні сформувати стратегію розвитку та маркетингову стратегію з реалізації освітніх послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках, з врахуванням комплексного підходу до забезпечення якості процесів та використання всіх сучасних засобів для просування освітніх послуг. Зокрема, активно проводити рекламну та профорієнтаційну компанію в мережі Інтернет, та за допомогою соціальних мереж, для більш повного залучення потенційних споживачів. Охват аудиторії в мережі Інтернет можливий за рахунок як традиційних рекламних заходів, так і за допомогою організації он-лайн курсів, вебінарів для майбутніх абітурієнтів. Зазначені заходи дозволять залучити цільову аудиторію, та підвищать зацікавленість абітурієнтів до конкретних університетів. А професорсько-викладацькому складу дозволять реалізувати свій потенціал, не тільки в повсякденній викладацькій практиці, але й в створенні інтернет-курсів та високопрофесійного онлайн-контенту.

Поліщук О.Т.,
кандидат економічних наук, доцент,
Шаргородська І.Г.,
магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ТА МІЖНАРОДНІЙ КОНТРОЛЬНІЙ ПРАКТИЦІ

Інвентаризація як контрольна процедура дозволяє наочно підтвердити чи спростувати показники наявності активів і зобов'язань на певну дату та забезпечити таким чином якість фінансової інформації як підґрунтя прийняття ефективних управлінських рішень. Але дана процедура є надто обтяжливою та дороговартісною для суб'єктів господарювання, щоб організувати її в рамках кожної внутрішньої чи зовнішньої перевірки. Виходячи з вищевикладеного проблема знаходження оптимального балансу в проведенні інвентаризації є нагальним практичним завданням.

Проблематику організації інвентаризації на вітчизняних підприємствах вивчали ряд дослідників, зокрема, С. Олійник, Н. Лісовська, Л. Коритник [1-3]. Але в їхніх роботах не ставилося питання про місце інвентаризації в сучасній закордонній контрольній практиці. З урахуванням розширення переліку вітчизняних підприємств, які зобов'язані проводити щорічний аудит своєї фінансової звітності, це питання є актуальною практичною задачею.

Метою дослідження є з'ясування сучасного місця інвентаризації як контрольної процедури у вітчизняній та міжнародній практиці.

Відповідно до законодавства [4], для забезпечення достовірності даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності підприємства зобов'язані проводити інвентаризацію активів і зобов'язань, під час якої перевіряються і документально підтверджуються їх наявність, стан і оцінка.

Інвентаризацію вважають важливим заходом, проведенню якого надають великого значення керівники підприємства, адміністрація, обліковий апарат, матеріально-відповідальні особи. Саме тому інвентаризація є контролюючою функцією в системі управління підприємства.

Якщо розглядати інвентаризацію як елемент методу бухгалтерського обліку, то інвентаризація – це спосіб виявлення і відображення в обліку товарно-матеріальних цінностей та грошових коштів та шляхів їх надходження, що не оформлені документально. Порядок проведення інвентаризації регламентується Положенням про інвентаризацію активів та зобов'язань. Періодичні інвентаризації проводяться, як правило, з ініціативи власника, керівника підприємства або іншої уповноваженої особи, якій доручено нести відповідальність за здійснення інвентаризаційної роботи. Інвентаризації можуть проводитись щоквартально та щомісячно, за сезонністю виробничого процесу.

При цьому забезпечуються:

- виявлення фактичної наявності активів та перевірка повноти відображення зобов'язань, коштів цільового фінансування, витрат майбутніх періодів;
- установлення лишку або нестачі активів шляхом зіставлення фактичної їх наявності з даними бухгалтерського обліку;
- виявлення активів, які частково втратили свою первісну якість та споживчу властивість, застарілих, а також матеріальних та нематеріальних активів, що не використовуються, невикористаних сум забезпечення;
- виявлення активів і зобов'язань, які не відповідають критеріям визнання.

Не зважаючи на те, що об'єкти, періодичність та строки проведення інвентаризації визначаються керівником підприємства, законодавчо встановлені випадки обов'язкового проведення цієї контрольної процедури:

- перед складанням річної фінансової звітності;
- у разі передачі майна державного підприємства або бюджетної установи в оренду, приватизації майна державного підприємства, перетворення державного підприємства, передачі державного підприємства (його структурних підрозділів) або бюджетної установи до сфери управління іншого органу управління (на дату передачі), крім передачі в межах одного органу управління, в інших випадках, визначених законодавством;
- у разі зміни матеріально відповідальних осіб, а також у разі зміни керівника колективу (бригади), вибуття з колективу (бригади) більше половини його членів або на вимогу хоча б одного члена колективу (бригади) при колективній (бригадній) матеріальній відповідальності (на день приймання-передачі справ) в обсязі активів, які знаходяться на відповідальному зберіганні;
- у разі встановлення фактів крадіжок або зловживань, псування цінностей (на день встановлення таких фактів) в обсязі, визначеному керівником підприємства;
- за судовим рішенням або на підставі належним чином оформленого документа органу, який відповідно до закону має право вимагати проведення такої інвентаризації;
- у разі техногенних аварій, пожежі чи стихійного лиха (на день після закінчення явищ) в обсязі, визначеному керівником підприємства;
- у разі припинення підприємства;
- у разі переходу на складання фінансової звітності за міжнародними стандартами (на дату такого переходу);
- в інших випадках, передбачених законодавством [5].

Інвентаризація надає можливість розв'язати такі важливі завдання як: відхилення від нормативних, планових та облікових даних, забезпечення раціонального та економічного використання ресурсів підприємства, правильної організації бухгалтерського обліку, викриття фактів приписок, безгосподарності, розтрат, виявлення внутрішніх резервів та їх своєчасного залучення у виробничий процес. Разом зі змінами сутності інвентаризації змінювались її мета та завдання.

Бухгалтерський облік є самостійною функцією управління, до переліку завдань якої прийнято включати контрольні функції. В бухгалтерському обліку використовуються специфічні методи контролю господарської діяльності.

Протягом десятиріч вітчизняної контрольної практики процедура інвентаризації підтвердила свою актуальність та ефективність, зокрема, в рамках внутрішнього контролю.

Разом з тим, за міжнародними стандартами аудиту методика перевірки включає (після процедур оцінки ризиків) тести заходів контролю та процедури по суті (включно з тестами деталей та аналітичними процедурами по суті), зокрема: інспектування, спостереження, зовнішнє підтвердження, повторне обчислення, повторне виконання, аналітичні процедури та запит [6]. Назва «інвентаризація» у переліку аудиторських процедур є відсутньою, але розгляд сутності методів аудиту показує, що вона міститься в інспектуванні як вивченні записів, внутрішніх чи зовнішніх документів (у паперовій, електронній або іншій формі) або фізичному огляді активу.

Використання інвентаризації в рамках незалежної аудиторської перевірки має свої особливості. Зокрема, інвентаризацію організовує і проводить не аудитор, а саме підприємство у звичайному порядку, але аудитор при цьому є спостерігачем, який оцінює як наявність і стан об'єктів, так і ефективність інвентаризаційної роботи на суб'єкті господарювання і, опосередковано, якість представленої фінансової інформації.

Таким чином, можна стверджувати, що застосування інвентаризації як контрольної процедури нормується як вітчизняними, так і міжнародними регламентами та є звичайним у контрольній практиці в Україні та за кордоном.

Дослідження ефективності інвентаризації в залежності від умов перевірки буде напрямом подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Олійник С. О. Проблеми на напрями вдосконалення інвентаризації на підприємствах. *Науковий огляд*. 2016. № 6 (27). С. 1-7.

2. Лісовська Н. Організація і проведення інвентаризації: проблеми та напрями вдосконалення. URL: http://sophus.at.ua/publ/2014_05_22_23_kampodilsk/sekcija_6_2014_05_22_23/organizacija_i_provedennja_inventarizaciji_p_roblemi_ta_naprjami_vdoskonalennja/64-1-0-1007.

3. Коритник Л. П. Актуальні проблеми нормативного регулювання інвентаризації. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2008. № 4 (46). С. 103-106.

4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

5. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань: наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14>.

6. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2016-2017 рр. URL: <https://www.apu.net.ua/component/content/article/2-uncategorised/1151-miznarodni-standarti-kontrolu-yakosti-2016-2017>.

Пуліна Т.В.,
доктор економічних наук, професор,
Мірошниченко В.О.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ЗВО

Численні рейтинги працевлаштування випускників українських закладів вищої освіти (ЗВО) показують безпосередню взаємозалежність популярності ЗВО і затребуваності фахівців, що його закінчили. Крім того, позитивна популярність ЗВО може стати значущим елементом розвитку регіону та створення додаткових робочих місць.

Важливим аспектом розробки стратегії управління іміджем є її якісно-кількісний характер, що передбачає визначення обґрунтованих на певному етапі розвитку ЗВО індикаторів, які окреслюють амбіційні наміри університету стосовно подальшого розвитку його іміджевої привабливості на національному та світовому освітньому ринку.

Розробка та реалізація стратегії іміджу університету для просування його освітніх продуктів на ринку має ґрунтуватися на наступних робочих гіпотезах:

1) в основі формування стратегії іміджу університету має бути покладено маркетингово-орієнтований та особистісно-орієнтований підходи, що дозволить за рахунок використання маркетингових методів сформулювати та проводити зважену PR-кампанію, а за рахунок врахування психологічних та особистісних вподобань населення створити привабливий позитивний імідж ЗВО;

2) суттєвим елементом реалізації заходів щодо формування іміджевої політики університету є його PR супровід;

3) головною рушійною силою, яка формує іміджеву політику університету є керівництво ЗВО, професорсько-викладацький склад (ПВС), студенти та випускники ЗВО.

На рис. 1 надано етапи розробки стратегії управління іміджем ЗВО.

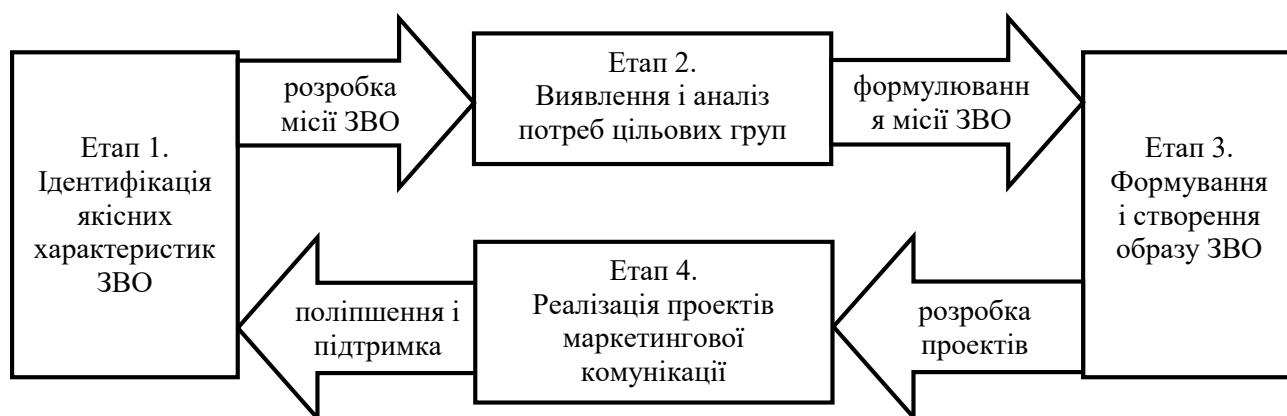


Рис. 1. Етапи розробки стратегії управління іміджем ЗВО

1. Етап 1 - процес ідентифікації якісних характеристик навчального закладу. Під ним мається на увазі детальний аналіз всіх аспектів, властивостей, можливостей, недоліків і переваг навчального закладу в порівнянні з конкурентами. На даному етапі починає розроблятися місія навчального закладу - стратегічна мета, що виражає сенс існування, загальновизнане значення організації, роль, яку навчальний заклад хоче відігравати в суспільстві. Остаточний варіант місії можна затвердити лише після аналізу потреб цільових груп навчального закладу.

2. Етап 2 - процес виявлення та аналізу потреб цільових груп. Виявити цільову аудиторію - значить чітко уявити собі, хто буде потенційними споживачами освітніх послуг. У якості цільових груп можуть виступати:

- студенти (як потенційні абітурієнти, так і ті, що вже стали ними);
- батьки студентів;
- адміністрація навчального закладу;
- професорсько-викладацький склад, а також інші співробітники навчального закладу (бібліотекарі, технічний персонал);
- роботодавці;
- навчальні заклади-конкуренти;
- посередницькі структури на ринку освітніх продуктів і послуг (служби зайнятості, біржі праці, асоціації освітніх установ);
- регулюючі органи.

Детальний аналіз потреб кожної з цільових груп навчального закладу дозволяє сформулювати його місію, покладаючись не тільки на знання власних можливостей, переваг, але і спираючись на чіткі їх запити.

3. Етап 3 - процес створення образу навчального закладу. Для того, щоб виявити механізми і можливості управління іміджем навчального закладу, необхідно проаналізувати, на основі яких характеристик формується образ навчального закладу, предметно уявити структуру даного способу. Як компоненти образу навчального закладу виділимо:

- освітні послуги навчального закладу (затребуваність пропонованих спеціальностей, якість викладання, престижність дипломів, вартість послуг, що надаються, можливості працевлаштування);
- професорсько-викладацький склад навчального закладу (зовнішній вигляд, соціально-демографічні характеристики, загальний культурний рівень, компетентність);
- керівник навчального закладу (зовнішній вигляд, соціально-демографічні характеристики, психологічні характеристики);
- студенти навчального закладу (зовнішній вигляд, стиль життя, загальний культурний рівень);
- внутрішні соціально-психологічні характеристики навчального закладу (культура організації, соціально-психологічний клімат колективу);
- візуальні характеристики навчального закладу (архітектура, дизайн інтер'єру, елементи фірмового стилю, зовнішній вигляд персоналу);
- соціальні характеристики навчального закладу (соціальні аспекти діяльності навчального закладу).

Таким чином, образ навчального закладу складається з безлічі компонентів. Думка про кожну складову образу навчального закладу, в свою чергу, впливає на формування іміджу навчального закладу в цілому. Однак для побудови адекватної моделі управління іміджем навчального закладу необхідно знати, які з них, в силу специфіки даного навчального закладу, мають пріоритетне значення, які компоненти іміджу навчального закладу виступають одночасно і в якості критеріїв вибору даного навчального закладу.

Необхідно також відзначити, що образ будь-якої організації, сформований на основі сприйняття зовнішніх і внутрішніх характеристик останньої, досить стійкий, містить в собі властивості стереотипів. Тому ефективне управління іміджем навчального закладу можливе і необхідне в процесі контакту ЗВО з цільовою аудиторією навчального закладу [1,2].

Керування процесом підтримки, коригування й оновлення внутрішнього іміджу ЗВО на цьому етапі полягає у наступному:

- стимулюванні інноваційної діяльності, для чого персонал активно залучається до різних курсів підвищення кваліфікації, перепрофілювання, конкурсів, проектів тощо;

- створенні напрямків діяльності, як таких, що вписуються в загальний стиль ЗВО, так і абсолютно новаторських;

- постійній підтримці прямого і зворотного зв'язку зі споживачами освітніх послуг.

4. Етап 4 – розробка проектів маркетингової комунікації з цільовими групами навчального закладу – основний процес в представленій моделі. До таких проектів, найбільш часто використовуваних в комплексі маркетингових комунікацій, слід віднести: рекламу, public relations, особисті контакти, усні рекомендації тощо.

Таким чином імідж ЗВО є результатом комунікативної цілеспрямованої свідомої роботи навчального закладу. Стратегії управління іміджем ЗВО це заплановане, спрямоване подання інформації, з прогнозованими наслідками реагування цільової аудиторії на цю інформацію, яка гарантовано забезпечить заздалегідь передбачувану реакцію абітурієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Горбенко Н.В. Особливості формування іміджу сучасного університету. *Освіто-логічний дискурс*. 2014. №1 (5). С. 36-43.

2. Дудко О.С. Роль репутації у створенні іміджу вищого навчального закладу. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2011. №1. С. 125-130.

*Пуліна Т. В.,
доктор економічних наук, професор,
Сичов М. О.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Управління персоналом здійснюється в межах організаційних структур, через які реалізується планомірний і систематичний вплив на поведінку членів колективу організації та відносини між ними. Ці структури мають сприяти цілеспрямованому й ефективному управлінню персоналом і всією організацією через механізм взаємодії принципів і засобів управління. Щодо сказаного вище влучно висловився Бенджамін Франклін: «Добре виконане завжди краще, ніж добре сказане» [2, с.34]. Кожне підприємство характеризується особливостями діяльності, ставить перед собою специфічні цілі, а кожен працівник має свої цінності й установки. Крім того, зовнішнє середовище, в якому функціонують підприємства, постійно змінюється, як і показники, що характеризують його персонал. Отже, доцільним є формування такої системи управління персоналом, яка враховувала б особливості діяльності саме науково-дослідницького підприємства [1, с. 121].

Головна мета управління персоналом полягає в забезпеченні підприємства працівниками, які відповідають вимогам даного підприємства, а також їхньої професійної та соціальної адаптації.

Управління персоналом – стратегічна функція, що передбачає розроблення кадрової стратегії, підбір персоналу виходячи з філософії підприємства, заохочення колективних зусиль, спрямованих на його розвиток, стимулювання з урахуванням якості індивідуальної діяльності, мінімізацію трудових затрат і створення позитивного соціально-психологічного клімату на робочих місцях [2, с. 343]. Основним базисом даної концепції стає вимога такого використання трудового потенціалу, який би відповідав зовнішнім та внутрішнім оточуючим вимогам підприємства, для досягнення в довгостроковій перспективі економічних благ та комерційного успіху.

Основні проблемні аспекти з управління персоналом на сьогоднішній день:

- незадоволеність працівниками рівнем своєї заробітної плати;
- низький рівень кваліфікації працівників через так звані «пільгові» умови прийому на роботу (знайомство, родинні зв'язки та інші фактори);
- гендерна неспівставність та нерівність, що викликає дисбаланси в трудовому колективі;
- сезонність праці, що призводить до збільшення рівня бідності та ускладнює процес кар'єрного планування;
- високий рівень плинності персоналу тощо.

Ураховуючи узагальнені проблемні аспекти з управління персоналом сучасних суб'єктів господарювання, а також індивідуальні, властиві конкретній організації, слід зазначити, що ефективна система управління персоналом на підприємстві повинна включати: періодичні інноваційні та капітальні вкладення в розвиток трудового потенціалу працівників для максимізації їх продуктивності праці та особистої інтелектуальної реалізації.

Якісна організація управління персоналом повинна враховувати декілька ключових положень, а саме:

- високий професійний рівень та кваліфікованість як управлінського персоналу, так і виконуючого;
- налагоджена система мотивації працівників;
- формування у працівників навичок високої продуктивності праці та відданості підприємству [1, с. 127].

Важливою складовою особливості управління персоналом є створення умов для підвищення продуктивності праці. Продуктивність праці – важливий трудовий показник: від її рівня і динаміки залежить чисельність працівників, рівень і фонд оплати праці, обсяг виробництва продукції тощо.

Таким чином, особливість управління персоналом в науково-дослідницькому підприємстві повинна розкривати приховані знання персоналу, розширювати межі цих знань, змінювати відносини між людьми і тим самим збільшувати людський капітал, який сьогодні є найціннішим ресурсом науково-дослідницьких організацій. Загальновідомо, що вихід науково-дослідницького підприємства на позиції лідера в конкурентній боротьбі можливий лише за умови становлення на інноваційний шлях розвитку. Водночас із практичним застосуванням соціально-економічних резервів ефективного використання робочої сили це матиме позитивний вплив не лише на формування та використання трудових ресурсів, а й підвищить рівень прибутковості підприємств науково-дослідницького сектора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л.В. Стельмашенко О.В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. 229 с.

2. Збрицька Т.П., Савченко Г.О., Татаревська М.С. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. Одеса: Атлант, 2013. 427 с.

*Пуліна Т.В.,
доктор економічних наук, професор,
Ченур Г.Л.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Металургійний комплекс Запорізького регіону, який за обсягами виробництва посідає третю сходинку в Україні, відіграє провідну роль в економіці області. Стратегічною метою розвитку підприємств металургійного комплексу Запорізької області є формування такої структури, яка б відповідала наявному природно-ресурсному і виробничому потенціалу, а також забезпечувала розвиток металургійного комплексу.

Але стійкий розвиток металургійного комплексу можливий лише за наявності правильно підібраних кадрів, якісного їх навчання, міцної організаційної культури та тісного співробітництва на підприємствах комплексу, можливості для виявлення ініціатив, бази знань, матеріального та нематеріального стимулювання. Саме такі умови розвитку металургійного комплексу забезпечує стратегічне управління персоналом на металургійних підприємствах. Стратегічне управління персоналом реалізується через розроблення кадрової політики та кадрової стратегії металургійного підприємства. Стратегія управління персоналом металургійного підприємства – це пріоритетно розроблений, якісно визначений напрямок дій, які необхідні для досягнення довгострокових цілей зі створення результативного, високопрофесійного, відповідального й згуртованого колективу, з урахуванням стратегічних завдань металургійного підприємства та його ресурсних можливостей.

Основою кадрової стратегії металургійного підприємства є: розроблення принципів, напрямків та методів управління персоналом, робота з персоналом на всіх рівнях стратегічного планування підприємства, впровадження нових методів й систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу, визначення та проведення скоординованої єдиної тарифної політики та оплати праці, розроблення і застосування економічних стимулів й соціальних гарантій, розроблення заходів щодо соціального партнерства.

Розроблення кадрової стратегії металургійного підприємства базується на оцінюванні кадрового потенціалу.

Кадровий потенціал підприємства – це гранична величина можливої участі працівників підприємства у його діяльності з урахуванням їх компетентності, психофізичних особливостей, інтересів та мотивацій [1, с. 17].

Пропонується оцінювати кадровий потенціал за такими напрямками.

1. Оцінка персоналу підприємства: оцінювання кількісних характеристик персоналу та його якісна оцінка.

2. Оцінка системи оплати праці та мотивації: розвиненість системи мотивації персоналу, оцінка системи матеріального стимулювання, оцінка системи морального стимулювання та можливість кар'єрного зростання.

3. Оцінка забезпеченості персоналом: оцінка руху кадрів, відповідність фактичного рівня трудового потенціалу до необхідного.

4. Оцінка використання трудового потенціалу: оцінка використання робочого часу, оцінка організації праці та виробництва, оцінка ступеня задоволення працівників кар'єрою, оцінка ефективності праці та рівень кваліфікації персоналу, ступінь готовності персоналу до змін на підприємстві, ступінь творчої ініціативи персоналу та рівень компетенції керівників.

5. Оцінка металургійного підприємствана ринку праці: рівень укомплектованості кадрами, рівень задоволеності працівників, середня заробітна плата, наявність пільг, місцезнаходження підприємства, розвиненість системи інформаційного забезпечення.

6. Оцінка організаційної культури: точки концентрування уваги вищого керівництва, реакція керівництва на критичні ситуації, ставлення до роботи й стиль поведінки керівників, критерії, за якими відбувається заохочення співробітників, система цінностей, що підтримується співробітниками підприємств, система передачі інформації та організаційні процедури, зовнішній та внутрішній дизайн, оформлення споруд підприємства, оформлення території підприємства.

7. Оцінка внутрішнього іміджу: рівень лояльності керівництва до персоналу, рівень інформаційної відкритості керівництва, надані соціальні гарантії, зовнішній стан підприємства та фірмовий стиль.

Результати оцінки стану елементів кадрового потенціалу є підставою для розробки комплексу заходів, спрямованих на підвищення кадрової активності підприємства та збільшення його ринкової вартості.

Таким чином, оцінка кадрового потенціалу металургійного підприємства є підґрунтям для розроблення кадрової стратегії, визначення потреб навчання, заходів з розвитку, перспектив кар'єрного зростання та розрахунку витрат на персонал. Результати оцінки кадрового потенціалу підприємства дозволяють приймати найбільш обґрунтовані рішення, що спрямовані на його формування, збереження та розвиток.

Система стратегічного управління персоналом повинна постійно поліпшуватися і вдосконалюватися, враховуючи зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі і в культурі металургійного підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Організація праці менеджера: підручник для студ. вищ. навч. закл. Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. 480 с.

Sass Roman,
doctor Phd, *professor,*
Kamińska Patrycja,
magisterka,
Kujawsko-Pomorska Szkoła Wyższa w Bydgoszczy, Polska
Gudz Marina,
doktor habilitowany, professor,
stypendystka Program "Nagvoda im. I. Wygowskiego"
Narodowy uniwersytet «Zaporizka politechnika»

PRAKTYCZNE ASPEKTY OCENY EFEKTYWNOŚCI SYSTEMÓW ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W PRZEDSIĘBIORSTWIE BRANŻY SPOŻYWCZEJ

Zarządzanie jakością to nieodłączny element funkcjonowania niemal każdego przedsiębiorstwa w XXI wieku. Szczególne znaczenie ma zarządzanie jakością w przemyśle spożywczym, gdzie pod pojęciem jakości nie chodzi jedynie o procesy i produkt ale przede wszystkim bezpieczeństwo żywności. Jednakże samo wdrożenie Systemów Zarządzania Jakością nie świadczy o atrakcyjności przedsiębiorstwa z perspektywy partnerów biznesowych, a w szczególności klientów.

Badania empiryczne na temat zarządzania jakością w przedsiębiorstwach branży spożywczej przeprowadzono w jednym z polskich przedsiębiorstw branży mleczarskiej, znajdującym się na terenie województwa kujawsko pomorskiego. Produkty tej firmy znane są na całym świecie, gdyż zdecydowana większość produkcji trafia na eksport. Zaufanie klientów zagranicznych firma zdobyła nie tylko dzięki jakości samych wyrobów ale również dzięki realizowaniu całokształtu działalności przedsiębiorstwa zgodnie z certyfikowanymi systemami zarządzania FSSC 22000 i ISO 9001, gwarantujących wysokie standardy bezpieczeństwa. Posiadane i funkcjonujące systemy jakości, pozwalają określić modelowe przykłady zarządzania jakością w tego typu przedsiębiorstwach. Prawidłowo udokumentowane informacje, a przede wszystkim ich nadzorowanie są niezbędne do właściwego funkcjonowania Systemów Zarządzania Jakością [1, s. 112].

Aby utrzymać efektywność Zarządzania Systemami Jakości, należy je ciągle monitorować i regularnie oceniać. Do podstawowych form oceny ZSJ należą audyty oraz przeglądy zarządzania [2, s.114-121]. Wyniki każdego z rodzajów audytów są wykorzystane przez kierownictwo jako narzędzie poprawy funkcjonowania firmy. Porównywanie raportów z audytów na przestrzeni dłuższego okresu może ukazywać pewne tendencje w działalności przedsiębiorstwa. Jeżeli są one negatywne to zadaniem właścicieli jest minimalizacja ich skutków oraz doskonalenie działań operacyjnych. To właśnie wyniki audytów, służą ocenie efektywności Systemu Zarządzania Jakością i przyczyniają się zarówno do jego ciągłego doskonalenia jak i całej organizacji.

Inną formą oceny efektywności Zarządzania Systemami Jakości są przeglądy. To spotkania Kierownictwa oraz Zarządu, podczas których rozpatrywane są wszystkie zagadnienia dotyczące systemu zarządzania, co w efekcie ma doprowadzić do oceny, czy istniejący system zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności

jest wciąż właściwy i skuteczny. Taki przegląd to swego rodzaju samoocena umożliwiająca diagnozę istniejących rozwiązań, a co za tym idzie stanowi podstawę do dalszego doskonalenia systemu zarządzania.

W zakresie danych wyjściowych określa się ogólne obszary wymagające zmian w systemie zarządzania jakością i mogą to być: cele jakościowe i aktualna polityka przedsiębiorstwa, działania korygujące i zapobiegawcze, decyzje i działania, które mają na celu doskonalenie funkcjonującego Systemu Zarządzania Jakością, szkolenia dla pracowników, decyzje podjęte odnośnie potrzebnych zasobów. Kontrola i ocena efektów działań odbywa się ona zwykle z wykorzystaniem mierników, które opisują oceniane zjawiska i stanowią przez to źródło informacji działów przedsiębiorstwa. Przykładowe wskaźniki niektórych procesów związanych z zarządzaniem jakością w przedsiębiorstwie branży spożywczej zawiera tab.1. Sporządzono ją na podstawie funkcjonowania analizowanego przedsiębiorstwa oraz artykułu „Przeglądu Mleczarskiego» [3, s.47-58].

Tabela 1

Przykładowe wskaźniki procesów zarządzania jakością w przedsiębiorstwie branży spożywczej

Nazwa procesu	Wskaźniki	Wartość miernika	Właściciel procesu
Zarządzanie Systemami Jakości	Analiza realizacji audytów wewnętrznych	100% zrealizowanych zaplanowanych audytów	Dział Kontroli Jakości
	Analiza niezgodności systemowych	Mniej niezgodności o 10% w stosunku do roku poprzedniego	
Bezpieczeństwo wyrobów gotowych	Nadzór nad uszkodzonymi i uszkodzonymi urządzeniami i urządzeniami dezynfekcyjnymi	Podpisana umowa z firmą zwalczającą szkodniki i zamontowanie urządzeń i dezynfekcyjnych	Specjalista ds. Zarządzania Systemami Jakości
	Poprawa higieny rąk	100% pracowników działu produkcji	Kierownik produkcji
Proces produkcji	Parametry CCP w punktach krytycznych	100% prawidłowe	Dział produkcji i zaopatrzenia surowca
Satysfakcja klienta	Poziom zadowolenia klientów	100% pozytywnych ocen współpracy z ankiet	Dział Handlu i Marketingu
	Zyski ze sprzedaży	Utrzymanie lub zwiększenie realnych zysków ze sprzedaży w stosunku do roku poprzedniego	
Proces zaopatrzenia	Ocena dostawców środków do produkcji	Ocena powyżej 3 klasyfikuje zatwierdzonych dostawców	Dział Zaopatrzenia

W Polityce Jakości badanej firmy, oprócz zobowiązania do ciągłego doskonalenia Systemu Zarządzania Jakością, jest także zobowiązanie do realizacji następujących celów: profesjonalna, terminowa i zgodna z prawem obsługa klienta. W Księdze Jakości ustanowiono, że stopień badania satysfakcji klienta jest badany zgodnie z procedurami: badania satysfakcji klientów, rozpatrywania skarg i

wniosków, audytów jakości, monitorowania zadań i procesów oraz poprzez prowadzenie przeglądów.

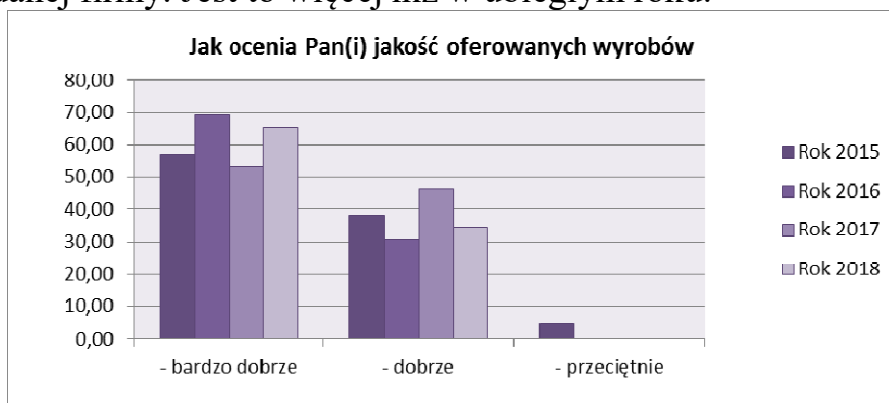
Przeanalizowano badanie satysfakcji klientów Proszkowni Mleka w latach 2015-2019 wyrażonej w ankietach i dokonano analizy odpowiedzi w kontekście oceny wdrożonego Systemu Zarządzania Jakością. W ankiecie zebrano dane dotyczące najważniejszych kwestii związanych ze wzajemną kooperacją tj. kompetencje pracowników i poziom obsługi Klienta, jakość wyrobów, a także terminowość realizacji dostaw. Ankieta składała się z 12 pytań, z których na 11 należało udzielić odpowiedzi, zaznaczając właściwą spośród podanych, natomiast ostatnie pytanie tworzyło możliwość udzielenia dobrowolnej odpowiedzi. Do badań wybrano próbę losową 50 klientów przedsiębiorstwa z czego odsetek zwracanych ankiet wyniósł maksymalnie 92% w 2018, co stanowi 107% wzrost w stosunku do roku poprzedniego, choć nie spełnia założonego poziomu 95%.

Z danych wynika, że klienci wyrażają dość wysoki stopień satysfakcji ze współpracy z firmą. Należy jednak pokreślić fakt, że w porównaniu z latami 2016-2017 w roku 2018 zmniejszył się odsetek tych zdecydowanie zadowolonych, o około 12%, natomiast niemal dwukrotnie wzrósł odsetek osób niezdecydowanych. Należy również podkreślić, że w 2016 roku żaden z ankietowanych nie wyraził w tej kwestii swojego niezadowolenia, a więc musiało wydarzyć się coś co miało na to wpływ. W roku 2014 zlikwidowano kwoty mleczne, mleka zaczęło przybywać, co spowodowało spadek cen. Rosnąca podaż niewspółmierna z popytem spowodowała intensywniejszą niż zwykle konkurencję, głównie cenową pomiędzy mleczarniami. Rok 2017 to rok wejścia na rynek produktów „bio» oraz bezlaktozowych w wielu zakładach. Potrzeba dobrego samopoczucia wynikającego ze spożywania zdrowej żywności, a kreująca pewien styl życia, skłania klientów do poszukiwania produktów wytwarzanych z poszanowaniem starych metod, bez sztucznej, chemicznej ingerencji. Choć kryzys zahamował rozwój segmentu bio w Europie, nie zaszkodził w Polsce, gdzie segment ten raczkuje. Sami handlowcy chętnie przygotowują się na zakupy lepiej zarabiających klientów i wydzielają osobne półki dla mlecznych produktów „bio». Dlatego też w tych latach klienci chętniej szukali tego typu produktów, więc był to jeden z powodów, dla którego satysfakcja klientów Proszkowni Mleka zmniejszyła się, gdyż to przedsiębiorstwo nie miało i nie ma w swojej ofercie produktów „bio» a także bez laktozy.

Aż 80% klientów, którzy wzięli udział w badaniu satysfakcji kontaktuje się z firmą częściej niż raz w miesiącu, a więc mają stały kontakt z pracownikami firmy. Przyczyny takiego stanu rzeczy jest obecna sytuacja na rynku pracy i duża fluktuacja kadr. Nowe pokolenie na rynku pracy niezbyt przywiązuje się do nowego miejsca pracy, więc zanim zdąży się wdrożyć w obowiązki, już trzeba przyuczać kogoś nowego na dane stanowisko pracy, a to może być mało komfortowe dla klientów wymagających jak najlepszej obsługi. W tym segmencie trzeba określić nową politykę kadrową dopasowaną do obecnego rynku pracownika. Tylko wtedy, kiedy przedsiębiorstwo będzie patrzeć na ludzi przez pryzmat ich talentów, zdolności, predyspozycji, a nie tylko i wyłącznie kosztów, ma szansę osiągnąć trwałe sukcesy biznesowe i odróżnić się od konkurencji. Powodzenie zapewni powiązanie

elementów pozyskania, utrzymania, motywowania i rozwoju pracowników ze strategią działania.

Kolejny rok pokazuje, że odbiorcy tej firmy współpracują z powodu między innymi ze dobrej jakości oferowanych produktów, na co wskazuje wykres nr 1. W ciągu ostatnich czterech lat, do których odnosi się to badanie średnio 61% klientów ocenia jakość oferowanych wyrobów bardzo dobrze, a 38% dobrze. Wpływ na to mają wdrożone i ściśle przestrzegane procedury dotyczące bezpieczeństwa i jakości żywności. Wysokie oceny klientów sprawiają, że chcą oni nadal z nami współpracować, a w 2018 roku 52,2% z nich zadeklarowało zwiększenie ilości zakupów, a zatem rozszerzyć własną ofertę, w której duży udział będą miały właśnie produkty badanej firmy. Jest to więcej niż w ubiegłym roku.



Wykres 1. Ocena jakości oferowanych wyrobów.

Należy jednak cały czas mieć na uwadze, że koniunktura na rynku mleka i jego przetworów nie jest stabilna, więc zwiększenie ilości zakupów będzie wahało się od kierunków dalszej sprzedaży obranych przez naszych klientów. Najbardziej obiecujący wydaje się rynek chiński, więc pod tym kątem należałoby rozpatrywać dalszą współpracę i pozyskiwanie nowych klientów.

Prowadzenie procesów monitorowania i pomiarów w organizacjach jest bardzo ważne, gdyż stwarza możliwości nadzorowania realizowanych procesów pod kątem poziomu ich skuteczności i efektywności. Podstawowymi formami oceny ZSJ są audyty oraz przeglądy zarządzania.

Przedsiębiorstwo nie byłoby w stanie dość do takich wniosków bez analizy satysfakcji klienta ujętej w ramach wdrożonego systemu zarządzania jakością a więc należy stwierdzić że jest to narzędzie jak najbardziej przydatne w planowaniu dalszej strategii przedsiębiorstwa, ale strategię tę należy urzeczywistnić za pomocą realnych działań w tym kierunku. Zadaniem przedsiębiorstwa jest określenie strategii pozwalającej na osiągnięcie założonych przez siebie 100% pozytywnych ocen współpracy z ankiet.

REFERENCES

1. Hamrol Adam. *Zarządzanie i inżynieria jakości*. Red.: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2017. 538 s.
2. Walaszczyk A., Błaszczak M. Wskaźniki monitorowania procesów-studium przypadku. [w:] *Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej. Wydział Organizacji i Zarządzania Politechniki Łódzkiej*. 2013. Nr 1184. s.114-121.
3. Dzwolak W. Wymagania ISO 22000:2018- cz 1. Kontekst organizacji, przywództwo i planowanie. *Przegląd Mleczarski*. 2018. Nr 10. S.47-58.

*Сенета В.В.,
аспірантка,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На етапі соціально-економічних перетворень новітні системи виробництва включають не тільки наявність досконалих сучасних машин, а також і кількість персоналу, завдання якого - працювати в тісному взаємозв'язку, бути готовим до продукування та втілення нових ідей. Забезпечити ефективний взаємозв'язок значної кількості працівників у процесі вирішення складних технічних і виробничих завдань можна тільки при наявності зацікавленості кожного з них в кінцевому результаті, а також свідомому погляді на працю. Трудовий потенціал працівників та їхнє прагнення зробити внесок в розвиток галузі та підприємства має велике значення на шляху досягнення конкурентоспроможності, економічного росту [4, с. 240].

Людський фактор визначають як важливий конкурентний резерв підприємства, який необхідно вдосконалювати разом з іншими ресурсами для підвищення конкурентоспроможності підприємства як системи. Проте у нашій країні в механізмі управління промисловим підприємством фактично дуже рідко враховуються конкурентні переваги професійно-кваліфікаційних та організаційних якостей працівників порівняно з персоналом конкуруючих підприємств. Таке становище можна пояснити розповсюдженою на українських підприємствах традиційною та звичною недооцінкою значення людського фактора у розвитку виробництва.

Для формування конкурентної переваги при посиленні конкуренції на ринку, потрібно забезпечити на промисловому підприємстві наступні умови виробництва: унікальні технічні перспективи і передові технологічні процеси; придбання сучасних машин і устаткування, які значно вплинуть на ефективність їх використання; висока якість обладнання та доступний сервіс його обслуговування; систематичне зниження витрат на виробництво; новітні технології розвитку трудових ресурсів; дієві мотиваційні методи спонукання співробітників до активної діяльності.

В наш час вітчизняні металургійні підприємства характеризуються низьким рівнем продуктивності праці. Обсяг реалізованої металургійної продукції на одного працюючого в середньому за рік становить 70 тис. дол. США, а у Росії в 1,9 рази більше – 130 тис. дол. США. На виготовлення однієї тони сталі в Україні витрачається 52,8 люд.-год., тоді як в Росії цей показник складає 38,1 люд.-год., в Німеччині – 16,8 люд.-год. Виріток сталі на одного робітника основного виробництва на вітчизняних металургійних підприємствах в 2 рази менше ніж у Росії, і, наприклад, в 4 рази – ніж в японській корпорації Nippon Steel. За умови повної завантаженості металургійних підприємств з повним циклом продуктивність праці складає 200 – 250 тонн сталі на одного

робітника на рік, в той час коли на сучасних електрометалургійних мінізаводах з обсягами виробництва 1,5 – 2,0 млн. тонн сталі на рік цей показник становить 3000 – 4000 тонн. Низький рівень продуктивності праці, пов'язаний, перш за все, з технологічною відсталістю металургійного виробництва та низьким рівнем трудового потенціалу [5, с. 47].

Щоб дати оцінку трудового потенціалу вітчизняних металургійних підприємств, проаналізуємо динаміку середньомісячної заробітної плати та середньооблікової кількості штатних працівників цих підприємств.

За даними таблиці 1 можна зазначити, що протягом 2013-2017 років спостерігалось зростання середньомісячної заробітної плати штатних працівників металургійних підприємств. У 2017 році цей показник збільшився на 25,4% порівняно з попереднім роком, а сума, нарахована за одну відпрацьовану годину зросла на 24,3% [2].

Таблиця 1

Середньомісячна заробітна плата штатних працівників металургійних підприємств

Роки	Нараховано працівнику			
	за місяць			за одну відпрацьовану годину, грн.
	грн.	% до		
		попереднього року	середнього рівня по економіці	
2013	4132	107,0	126,5	26,0
2014	4682	112,8	134,5	29,94
2015	5645	120,6	134,6	36,16
2016	6717	119,0	129,6	47,72
2017	8423	125,4	118,6	59,32

Для порівняння середня заробітна плата на металургійних підприємствах в Німеччині складає в середньому 4684 євро або близько 140 тис. грн. В США на годину роботи металурга компанії в середньому витрачають 72,53 долара, включаючи страховку, соціальні виплати та бонуси. В Європі компанія ArcelorMittal, що базується у Люксембурзі, витрачає щорічно на одного працівника 162 тис. дол. або більше ніж 13 тис. дол. в місяць. За одну відпрацьовану годину заробітна плата складає 162 дол.

Випускник навчального закладу в Канаді починає кар'єру з доходом від 52 тис. дол. в місяць. Спеціаліст з досвідом роботи, що постійно підвищує свою кваліфікацію отримує 86 тис. дол. Максимальний оклад – 126 тис. дол. отримують професіональні працівники високого рівня.

У Китаї спеціаліст без вищої освіти може отримувати дохід у розмірі 240-410 дол. в місяць. Посада технолога, що отримана після трирічного навчання дозволяє отримувати щомісяця до 1550 дол.

Частка заробітної плати у собівартості української продукції складає в середньому 8-11%, а європейської 40-50%. У цьому полягає основна відмінність заробітних плат у Європі та Україні [3].

Ще одна з головних проблем металургійної галузі - нестача кваліфікованого персоналу, причиною якої є високий рівень трудової міграції, невідповідність підготовлених системою освіти кадрів вимогам ринку праці, застарілість освітньої системи та матеріально-технічної бази, а головне – непопулярність складних технічних та робітничих професій.

Незважаючи на достатньо високу заробітну плату металургів, дефіцит робітничих професій стає дедалі більше, і призводить до того, що підприємства втрачають можливість росту виробництва, а в окремих випадках навіть спостерігається його спад. Деякі заводи не мають можливості навіть укомплектувати четверту зміну або певний цех. В результаті обсяги виробництва зменшуються, доходи від реалізації продукції скорочуються.

• Як видно з рис. 1, протягом 5 років в Україні спостерігалось значне скорочення кількості штатних працівників металургійних підприємств. В цілому у галузі у 2017 році було зайнято 199,4 тис. працівників, що становить 10,3% від загальної кількості зайнятих у промисловості [2].

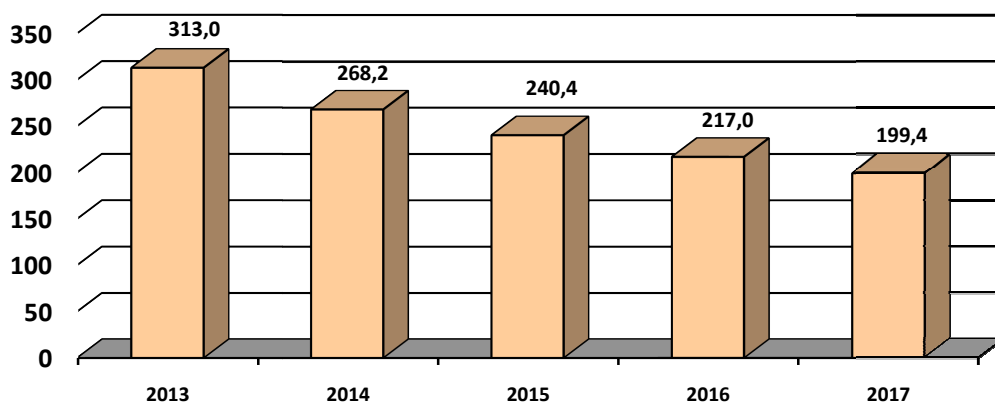


Рис. 1. Середньооблікова кількість штатних працівників металургійних підприємств, тис. осіб.

Таким чином, проведений аналіз трудового потенціалу металургійних підприємств в Україні дає підстави зазначити, що характерною ознакою сучасних процесів є втрачання металургійними підприємствами здатності контролювати стан власного трудового потенціалу та механізми його формування й використання. Зменшення обсягів виробництва, низький рівень заробітної плати призводять до зниження професійно-кваліфікаційного рівня персоналу, його морального й інтелектуального потенціалів, що гальмує здійснення реструктуризації виробництва, освоєння передових технологій та виробництва конкурентоспроможної продукції.

Сформована в Україні професійно-кваліфікаційна структура ринку робочої сили не адекватна умовам, у яких розвивається сучасна сфера металургійного виробництва. Основна маса працедавців і працівників не

зацікавлена в підвищенні професійної кваліфікації і зростанні продуктивності праці, перш за все тому, що з підвищенням кваліфікації висувуються нові вимоги до працівників, а матеріальне стимулювання залишається недостатнім. На фоні якісних змін спостерігаються й структурні зрушення робочої сили, а саме: переміщення висококваліфікованих трудових ресурсів зі сфери матеріального виробництва в невиробничу сферу, із підприємств державного сектору – в недержавний. Проблема полягає також у тому, що зайняті на підприємствах працівники використовуються неефективно, працюючи в режимі неповної зайнятості. Негативні наслідки практики неповної зайнятості виявляються як у зниженні матеріальної зацікавленості працівників, так і в зростанні їхньої соціальної пасивності, викликаній невизначеністю свого становища. Проте підприємства продовжують стримувати процес звільнення працівників, використовуючи вимушену неповну зайнятість [1, с. 109].

Оскільки трудовий потенціал є необхідною умовою функціонування підприємства, то доцільно досліджувати його взаємодію з діяльністю підприємства, а також визначити вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на процеси функціонування підприємства і його трудовий потенціал. Для цього на металургійних підприємствах доцільно розробляти певні схеми, на підставі яких можна: визначити взаємозв'язок і взаємодію трудового потенціалу підприємства з умовами зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємства; виявити наявний і необхідний трудові потенціали при вирішенні стратегічно важливих завдань. Необхідно враховувати і вплив трудового потенціалу на процес освоєння нової продукції. Це робить актуальними оцінку пристосованості трудового потенціалу до нововведень. При адаптації трудового потенціалу підприємства до змін зовнішнього середовища необхідно забезпечити його достатню чисельну і функціональну гнучкість.

Вагоме значення для металургійних підприємств має оптимальне використання трудових ресурсів. Тож раціонально сформований склад працівників і його ефективне використання дозволяє підвищити рівень продуктивності праці та сприяє більш ефективному веденню господарської діяльності підприємства, зростанню обсягів виробництва, зменшенню собівартості продукції, збільшенню прибутку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вітюк Є.А., Грінка Т.І. Особливості використання трудового потенціалу на підприємстві. *Наукові записки*. 2012. Вип. 12, Ч. 2. С. 105-109.
2. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Метінвест: офіційний сайт. URL: <https://www.metinvestholding.com/>.
4. Супрун В.О. Управління трудовим потенціалом на підприємстві. *Вісник Університету банківської справи*. 2015. № 2. С. 239-245.
5. Шевчук Н.В., Смирнов Є. В. Конкурентоспроможність підприємств чорної металургії України на основі ресурсних факторів. *Вісник Криворізького економічного інституту КНУ*. 2013. № 2. С. 44-49.

*Соколов А.В.,
кандидат наук з державного управління, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Стрімкий технологічний розвиток у сфері електроніки та кібернетики став передумовою інтенсивного нарощення процесів інформатизації усіх сфер народного господарства. Формування інформаційного суспільства призвело до виходу інформаційно-комунікаційних технологій на новий рівень, що дозволяє вирішувати складні економічні та управлінські завдання як для окремих комерційних структур так і в загальнодержавному масштабі. При цьому значна частина економіки бізнесу стають електронними і переміщуються у глобальне середовище мережі Internet.

Визначальною особливістю сучасного етапу світового економічного розвитку є перехід від переважно матеріально-енергетичних технологій виробництва до переважно інформаційно-інтелектуальних технологій на базі комп'ютеризації, роботизації й мініатюризації сучасного виробництва. Результатом цього переходу є всесвітня комп'ютерна мережа Інтернет і система електронної комерції - комплекс засобів електронної взаємодії між суб'єктами господарювання за допомогою інтернет-технологій [1].

Глобальне економічне зростання, технологічні інновації, консолідація світового промислового виробництва, дерегулювання ринків, економічні реформи призвели до бурхливого прогресу телекомунікаційної індустрії, розвитку нових інформаційних технологій.

Глобальна комп'ютерна мережа Інтернет є найбільшим у світі об'єднанням локальних мереж, створеним із метою забезпечення швидкого обміну інформацією. За лічені секунди мережа Інтернет відкриває доступ до величезних інформаційних ресурсів людства. Із власного персонального комп'ютера користувач може вести переговори з колегами у будь-яких країнах, отримувати найновіші програми, проводити відеоконференції та робити ще безліч корисних і цікавих справ, можливості для цього надає Інтернет. Саме ці революційні зміни в організації та забезпеченні взаємовідносин між користувачами Інтернет спричинилися до початку його використання в бізнес-процесах і, як наслідок, появи нового напрямку в розвитку інформаційних технологій - електронної комерції.

Сучасний бізнес характеризується як постійним зростанням можливостей компаній-постачальників, так і невинним розширенням глобальної конкуренції та підвищенням рівня вимог замовників. У відповідь на це підприємці всього світу змінюють способи організації й управління своїм бізнесом. Змінюються управлінські структури, зникають бар'єри між підприємствами різних країн, відкриваються зарубіжні філії компаній,

взаємодія між ними, їх замовниками і постачальниками спрощується. Бізнес-процеси перебудовуються і виходять на нові рубежі.

Нові технології забезпечення бізнесу, орієнтовані на масового споживача і масові послуги, зміна парадигм суспільного виробництва зі збільшенням ролі знань та кваліфікації стають самостійними напрямками розвитку Інтернет. Тепер Інтернет – розвинена інфраструктура, котра охоплює всі основні інформаційні центри, бази даних наукової та правової інформації, державні, комерційні організації, бібліотеки, банки, біржі й величезний віртуальний ринок усієї планети.

Електронна комерція являє собою середовище, в якому юридична або фізична особа, що знаходиться в будь-якій точці економічної системи, може легко контактувати (з мінімальними витратами) з будь-якою іншою юридичною або фізичною особою з метою спільної діяльності: торгівлі, обміну ідеями, «ноу-хау» тощо. І хоча електронна комерція за принципами реалізації майже не відрізняється від традиційного бізнесу, вона вимагає від своїх учасників спеціальних знань та навичок, оскільки вони слугують базою для прийняття того чи іншого рішення, пов'язаного з бізнесом. Це пояснюється специфікою підприємницької діяльності в Інтернеті, а саме: з прийняттям, переробкою і поданням інформації. Тому для участі в електронному бізнесі необхідно мати не тільки серйозну економічну і правову підготовку, а й знання про сучасні Інтернет-технології, а саме: технічні терміни, поштові сервіси, World Wide Web, принципи роботи з телеконференціями, основи функціонування платіжних систем тощо [2].

Електронний бізнес – це вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі, зокрема, Internet, з метою отримання прибутку. Це електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій з метою отримання прибутків.

Електронна комерція (e-commerce) – вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій.

Концепція е-бізнесу виникла у США у 80-х роках ХХ ст., яка була теоретичною основою створення локальних і корпоративних інформаційних мереж з поєднанням застосування інформаційних технологій (ІТ) в компаніях.

Зараз бізнес стає електронним, тобто комерційні дії між партнерами (покупка/продаж товарів або послуг, операції на фондовому ринку з цінними паперами, укладання і виконання договорів і тому подібне) відбуваються за допомогою обміну електронними документами в інформаційному просторі.

Електронний бізнес – це більш ніж проста електронна покупка або продаж товарів, він потребує використання мережних комунікаційних технологій для проведення дій з метою отримання прибутків усередині і поза підприємством.

Електронний бізнес складається з чотирьох стадій: маркетингу, виробництва, продажу і платежів. Якщо дві або більше стадій бізнесу здійснюються із застосуванням електронних систем, тоді бізнес вважається електронним.

Зараз технології е-бізнесу – один із важливих інструментів сучасної конкурентної боротьби. Вплив електронного бізнесу змінює всі форми діяльності великих і малих підприємств – від розробки продуктів до продажу товарів на ринку.

Головним джерелом ринкової сили стає інтелект, втілений у організаційні структури дослідницьких і ринкових корпорацій, які створюють нові ІТ й утримують контроль над ними.

У цілому електронне ведення бізнесу охоплює три складові:

- електронний документообіг;
- електронну систему платежів;
- електронну торгівлю.

У структурі суспільних відносин, що формуються у процесі використання глобальної мережі Інтернет, слід віднести:

- економічні відносини, що виникають у процесі використання глобальної мережі Інтернет як електронного інструменту ведення економічної діяльності;

- інформаційні відносини;
- відносини у сфері державного регулювання суспільних відносин.

Впровадження е-бізнесу потребує змін інфраструктури, при цьому потрібна значна організаційна перебудова компанії, корекція комунікаційної її інфраструктури. Найчастіше корінні зміни в організаційній структурі компанії пов'язані з інформацією та засобами телекомунікації. Тобто фундаментом інфраструктури мають бути досконало підібрані комунікаційні засоби.

Електронний бізнес ґрунтується на таких важливих технологіях:

- мережні технології;
- корпоративні технології;
- Інтернет-технології;
- виробничі ІТ;
- система підтримки ухвалення рішень.

Одним із засобів здійснення і підтримки процесів інформатизації в економічному середовищі є електронна комерція, яка дає змогу максимально ефективно здійснювати комерційні операції, оперативно реагувати на зміни ринку товарів та послуг, розширювати сфери впливу комерційних суб'єктів та посилювати їх конкурентні переваги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Полях В. М., Кривошеєва Н. М., Клочко В. М.. Електронна комерція: теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні. *Scientific Journal "ScienceRise"*. 2017. №5. С. 11–17.
2. Юдін О.М., Макарова М.В., Лавренюк Р.М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: Монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.

Соколов А. В.,
кандидат наук з державного управління, доцент,
Дубріков С. Е.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

МІЖНАРОДНІ МИТНІ КОНВЕНЦІЇ

Укладання міжнародних угод у сфері митної справи є одним з головних засобів удосконалення національного митного законодавства та встановлення зв'язків з митними органами країн світу. Одним з головних інструментів вирішення проблеми проходження митних процедур є міжнародні угоди. Саме вони дають змогу збалансувати та врівноважити митні відносини шляхом взаємодії норм національного митного законодавства з міжнародними нормами.

Договірний процес є одним з основних засобів взаємодії між країнами, у якому беруть участь фахівці різних галузей господарства та права. Підготовка угоди потребує всебічного аналізу митних відносин, з'ясування принципів для країни питань та визначення напрямів співробітництва. Особливу увагу приділяють регулюванню відносин за допомогою конвенцій [1].

Положення конвенцій регулюють різні питання митної справи. Вони можуть встановлювати експортно-імпорتنі обмеження, визначати порядок здійснення транзиту та закріплювати інші питання. Дія конвенцій поширюється на ті країни, які до неї приєдналися. У даному випадку країна не тільки проголошує своє приєднання, а й виконує всі вимоги конвенції, додержання яких стає обов'язком держави.

Митна конвенція – це двостороння або багатостороння міжнародна угода, що регулює питання митного оподаткування, митні формальності у взаємній торгівлі країн-учасниць [2].

Головними з них є: Кіотська конвенція; Митна конвенція про міжнародне перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП (Конвенція МДП) від 14.11.1975; Митна конвенція про карнет А.Т.А. для тимчасового ввезення товарів (Конвенція А.Т.А.) від 06.12.1961; Конвенція про тимчасове ввезення (Стамбульська конвенція) від 26.06.1990; Міжнародна конвенція про гармонізовану систему опису та кодування товарів від 14.06.1983; Міжнародна конвенція про взаємну адміністративну допомогу у відверненні, розслідуванні та припиненні порушень митного законодавства від 09.06.1977; Митна конвенція, що стосується контейнерів, 1972 року народження від 02.12.1972.

Кіотська конвенція набула чинності 25 вересня 1974. У 1999 р в Брюсселі Всесвітньою митною організацією було схвалено нову редакцію Конвенції. Переглянута Кіотська конвенція набула чинності 3 лютого 2006 р В ній бере участь більше 70 держав, на які припадає більше 70% зовнішньоторговельного обороту нашої країни.

Метою Конвенції є забезпечення сприятливих умов для розвитку міжнародної торгівлі у вигляді уніфікації митних процедур і практики.

Структурно Конвенція складається з Основного тексту, Загального додатку та Спеціальних додатків. Положення Конвенції сформульовані не у вигляді норм прямої дії, а у вигляді принципів, на основі яких держави, що підписали Конвенцію, повинні виробити конкретні правила регулювання тих чи інших процедур, що дозволить знайти баланс між прискоренням і спрощенням митних формальностей як мірою сприяння зовнішньоторговельної діяльності та забезпеченням надійності митного контролю, тобто досягти компромісу між інтересами бізнес-спільноти та держави.

Головний принцип, що проходить через всі положення Кіотської конвенції, пов'язаний з необхідністю спрощення митних процедур з метою прискорення зовнішньоторговельного товарообігу, сприяння торгівлі та зняття необґрунтованих адміністративних бар'єрів. При цьому Конвенція містить і низку цілком конкретних приписів, що вказують на те, в яких формах держава в особі митної служби повинна будувати свої відносини з бізнес-спільнотою. У відповідності з філософією Кіотської конвенції митний контроль як спосіб забезпечення належного застосування митного законодавства та дотримання приписів інших підзаконних і нормативних актів повинен здійснюватися при максимальному полегшенні умов для міжнародної торгівлі і обмежуватися мінімумом, необхідним для досягнення основних цілей.

Митна конвенція про міжнародне перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП (Конвенція МДП) 1975 з поправками 1997 вступила в силу 20 березня 1978 Її учасниками є понад 50 держав світу.

Головними цілями Конвенції є сприяння полегшенню міжнародних перевезень вантажів дорожніми транспортними засобами, поліпшення умов перевезень, спрощення та гармонізація адміністративних, зокрема прикордонних, формальностей в галузі міжнародних перевезень. Конвенція регулює процес перевезення вантажів від митниці місця відправлення до митниці місця призначення держав-учасниць. При цьому обов'язковою вимогою є те, щоб якась частина перевезень здійснювалася автомобільним транспортом. У проміжних митницях вантажі, перевезені з дотриманням особливої процедури МДП, звільняються від сплати або депозиту ввізних чи вивізних митних зборів і, як правило, від митного огляду. Наявність одного супровідного документа - книжки МДП - спрощує прикордонні операції, що істотно знижує транспортні витрати, головним чином за рахунок затримок в дорозі. 27 червня 1997 були схвалені поправки до Конвенції МДП, суть яких зводиться до того, щоб більш надійно гарантувати процедури МДП, спростити власне митні процедури та посилити контроль за правильністю використання книжки МДП.

Митна конвенція про карнет АТА для тимчасового ввезення 1961 має на меті забезпечення ввезення товарів, які дозволені до тимчасового безмитного ввезення в держави-учасниці. Книжка АТА являє собою митний документ встановленого зразка для тимчасового ввезення товарів. Конвенцією встановлено права та обов'язки уповноважених асоціацій, які видають карнети і вносять у національні митні органи забезпечення, необхідне для тимчасового безмитного ввезення товарів.

Важливість Конвенції полягає в тому, що вона дозволяє використовувати карнети як універсальний митний документ замість національних митних документів та як забезпечення ввізних мит у всіх випадках, коли товари ввозяться тимчасово і безмитно або транспортуються транзитом у зв'язку з їх тимчасовим вивезенням.

Конвенція про тимчасове ввезення товарів (Стамбульська конвенція) 1990 прийнята з метою забезпечення тимчасового ввезення товарів, включаючи транспортні засоби, про які мова йде в додатках до цього документа. Тимчасове ввезення дозволено при повному звільненні від сплати ввізного мита і податків та без застосування обмежувальних заходів.

Міжнародна конвенція про гармонізовану систему класифікації та кодування товарів 1983 складається з преамбули, 20 статей та Додатка. Зазначений міжнародно-правовий документ передбачає створення єдиної гармонізованої (мається на увазі уніфікованої) системи класифікації товарів, їх маркування та позначення для митних потреб.

Під гармонізованою системою класифікації та кодування товарів в Конвенції розуміється номенклатура, що включає в себе товарні позиції, підпозиції і відповідні до них цифрові коди, примітки до розділів, груп і підпозицій. Основні правила інтерпретації гармонізованої системи наведені в Додатку до зазначеної Конвенції.

Цей документ зобов'язує всіх його учасників привести свою митно-статистичну номенклатуру у відповідність з гармонізованою системою, впорядкувати й уніфікувати її.

У Конвенції передбачений спеціальний механізм допомоги країнам, що розвиваються, стосовно технічного сприяння у приєднанні до зазначеної гармонізованої системи, можливості надання відстрочок у застосуванні всіх або деяких підпозицій гармонізованої системи на необхідний період.

Відповідно до положень Конвенції створений спеціальний Комітет з гармонізованої системи, який регулярно (не рідше двох разів на рік) збирається на свої засідання. Комітет має право вносити поточні поправки до Конвенції, складати рекомендації, надавати різні відомості зацікавленим сторонам (урядам, митним органам, міжнародним організаціям і т.д.).

Найважливішою метою міжнародного співробітництва у галузі митної справи є боротьба з митними правопорушеннями, координація зусиль митних та правоохоронних органів різних країн у цій справі. Саме з цією метою і була підписана Міжнародна конвенція про взаємну адміністративну допомогу у відверненні, розслідуванні та припиненні порушень митного законодавства (Конвенція Найробі) 1977. Конвенція набула чинності 21 травня 1980 У ній бере участь близько 40 держав.

Цей міжнародний договір надає можливість державам-учасницям співпрацювати на багатосторонній і двосторонній основах у справі захисту національної економіки, культурних і моральних цінностей. У цих цілях держави-учасниці підтримують прямі контакти між митними службами. Конвенція складається з основного тексту (6 розділів, 33 статті) і додатків. Кожний додаток разом з текстом Конвенції є самостійним договором.

Додатки регулюють наступні питання: допомога в боротьбі з контрабандою наркотичних засобів і психотропних речовин; збір і взаємний обмін спеціальною інформацією; забезпечення виконання митними службами юридичних дій; взаємодія в боротьбі з митними правопорушеннями. Для участі в Конвенції необхідно участь хоча б в одному додатку.

Основні форми співробітництва відповідно до Конвенції: обмін інформацією (у рамках чого створиться спеціальна картотека); допомогу в проведенні спостереження; розслідування, проведене правоохоронними органами однієї держави-учасника за запитом-дорученням іншої; можлива навіть діяльність правоохоронних органів однієї країни-учасниці на території іншої.

Останнім часом наша держава цілеспрямовано рухається в напрямку інтеграції до світового співтовариства. Вступивши до Світової організації торгівлі, Україна зробила перший крок у напрямі входження до світового ринку. Це дає змогу Україні збільшити кількість торгових партнерів та здобувати перспективу в сфері митних відносин. Зовнішня політика України орієнтована на інтеграцію України до ЄС [3]. Тому актуальним напрямом діяльності є митне співробітництво України з митними організаціями Європейського союзу. Україна вже має низку договорів у митній сфері з ЄС, однак для приведення національного законодавства у відповідність до міжнародних стандартів необхідно значно збільшити кількість таких угод. Процес митного співробітництва потребує значної уваги з боку органів державної влади. Він повинен бути всебічним та враховувати всі тенденції розвитку митної справи, починаючи з обміну інформацією і закінчуючи взаємною допомогою в питаннях боротьби з контрабандою. Приєднання України до Всесвітньої митної організації та розроблених нею конвенцій і запропонованих Рамкових стандартів безпеки дасть змогу спростити митні процедури, які сприятимуть розвитку міжнародної торгівлі, активізації інформаційних технологій, розширенню правової та технічної бази для здійснення ефективного митного контролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Філатов В. В. Міжнародні угоди України в сфері митної справи. *Збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки.* : К.: Ін-т держави і права ім. В.М.Корецького НАН України, 2009. 668 с.
2. Перепьолкін С. М. Міжнародно-правові аспекти митного співробітництва європейських держав : монографія. Дніпропетровськ : Акад. мит. служби України, 2008. 141 с
3. Угода про асоціацію України та ЄС. URL: www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248387631

*Сочинська-Сибірцева І.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький, Україна*

НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Забезпечення інноваційного розвитку національної економіки виступає необхідною умовою економічного зростання, підвищення добробуту населення і підтримки високого рівня конкурентоспроможності товарів і послуг на міжнародних ринках. В зв'язку з цим проблеми технологічного оновлення, модернізації виробничого базису покладені в основу програм подальшого соціально-економічного розвитку нашої країни. Це передбачає збільшення обсягу інвестицій на наукові дослідження, інноваційну діяльність задля досягнення високого рівня технологічного лідерства. Орієнтація України на здійснення євроінтеграції викликає необхідність значного посилення ролі науково-інноваційних чинників у розвитку національної економіки, технологічного оновлення виробничих процесів, підвищення конкурентоспроможності українських товарів і послуг.

Перехід від конкуренції за ресурси до конкуренції за споживача викликав появу нових ринкових факторів інноваційності. Це обумовило необхідність дослідження науково-інноваційних чинників як готовності підприємств працювати в умовах конкуренції. Важливість розв'язання окреслених питань загострюється у контексті подальшої глобалізації економіки України до Європейського Союзу.

Теоретичні питання інноваційного розвитку, умов та чинників його забезпечення, проблеми розробки і практичної реалізації економічної політики держави, націленої на інноваційний шлях розвитку національної економіки, успішно досліджували в наукових працях закордонні та вітчизняні вчені: Д. Белл, Дж. Гелбрейт, А. Гальчинський, П. Самуельсон, Р. Солоу, Е. Тоффлер, Л. Шаульська, А. Чухно, Л. Федулова, І. Шовкун та багато інших.

На базі отриманих результатів дослідження необхідно продовжувати пошуки напрямів та засобів активізації інноваційної діяльності для забезпечення економічного зростання і технологічного оновлення національної економіки України.

Мета статті полягає у дослідженні науково-інноваційних чинників, умов їх реалізації для активізації інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності національної економіки України.

Попри проголошені в Україні стратегічні наміри забезпечити пріоритетність інноваційного розвитку, аналіз стану української економіки, показує невтішну картину, особливо щодо активізації інноваційної діяльності. Це перш за все підтверджується негативною тенденцією динаміки витрат на наукову і науково-технічну діяльність - індикатора наукоємності ВВП, що відображається в таблиці 1.

Питома вага витрат на виконання наукових і науково-технічних робіт у ВВП України та країнах Європи (за даними Євростату), відсотків

Країни	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Країни ЄС - 28	1,97	2,01	2,02	2,03	2,04	2,04	2,06
Німеччина	2,8	2,87	2,82	2,87	2,91	2,92	3,02
Естонія	2,31	2,12	1,72	1,43	1,47	1,25	1,29
Угорщина	1,19	1,26	1,39	1,35	1,36	1,2	1,35
Чеська Республіка	1,56	1,78	1,9	1,97	1,93	1,68	1,79
Польща	0,75	0,88	0,87	0,94	1,0	0,96	1,03
Україна, у т.ч. за кошти держ.бюджету	0,65 0,28	0,67 0,33	0,7 0,38	0,6 0,37	0,55 0,33	0,48 0,21	0,45 0,2

Джерело: [1, с. 62]

Так, у 2018 р. показник наукоємності ВВП української економіки склав 0,45%, знизившись із 1,24% у 2010 р.

Такий показник, за оцінками Світового банку, не відповідає потребам розвитку сучасної індустріальної економіки, оскільки він нижчий за критичний рівень - 0,9%.

Зростання витрат на науково-дослідницькі роботи і розробки знаходить своє втілення у збільшенні нових видів товарів, технологій, прискоренні появи їх на ринках, що дає можливість бізнесу отримувати додаткові прибутки. З цієї причини найважливішим джерелом фінансування наукових проєктів, досліджень і технічних розробок є бізнес, самі підприємницькі структури. Безперечно, використовуються й інші джерела фінансування наукових досліджень та розробок: асигнування із бюджету, різні варіанти поєднання асигнувань із бюджету і кошти університетів, приватних підприємств, іноземних замовників тощо, але найбільшу частку серед усіх джерел складають асигнування структур бізнесу.

Так, частка коштів бізнесу в структурі витрат на фінансування наукових досліджень і розробок складає відповідно у країнах: Сполучених Штатах - 57%, Великобританії - 44%, Німеччині - 66%, Китаї та Південній Кореї - 72%, Японії - 76%. Це підтверджує той факт, що саме бізнес виступає основною рушійною силою інноваційного розвитку в економічно розвинутих країнах [2, с. 86].

В Україні фінансування наукових та науково-технічних робіт здійснюється переважно за рахунок бюджетних коштів, частка яких за останні десять років становить близько 30%. Відповідно частка усіх інших джерел, в тому числі бізнесу, залишається низькою [3, с. 204].

Отже, найбільше навантаження у здійсненні фінансування наукових і науково-технічних робіт несе державний бюджет, а не бізнес, який повинен бути зацікавленим в реалізації інноваційних процесів. Разом з тим, дослідження потенційних можливостей національної економіки України щодо інноваційного

розвитку та їх недостатньої практичної реалізації створює дуже протирічну картину, яку відбиває глобальний індекс інновацій (TheGlobalInnovationIndex - GII) та відповідний йому рейтинг країни в світі.

Глобальний індекс інновацій (GII) –відображає рейтинг країн світу за рівнем інноваційності, який розраховується за методикою міжнародної школи INSEAD (Франція) з 2007 р.[4].

Дослідження базується на аналізі 81 показника, які об'єднані у дві великі групи, одна з яких дозволяє виміряти наявність інноваційного потенціалу (InnovationInputSub - Index), а друга - його практичне втілення (InnovationOutputSub - Index). Підсумковий індекс GII відображає співвідношення витрат та ефекту щодо інноваційного розвитку економіки кожної країни. За таким індексом визначається рейтинг країни в світовій економіці (рис. 1).

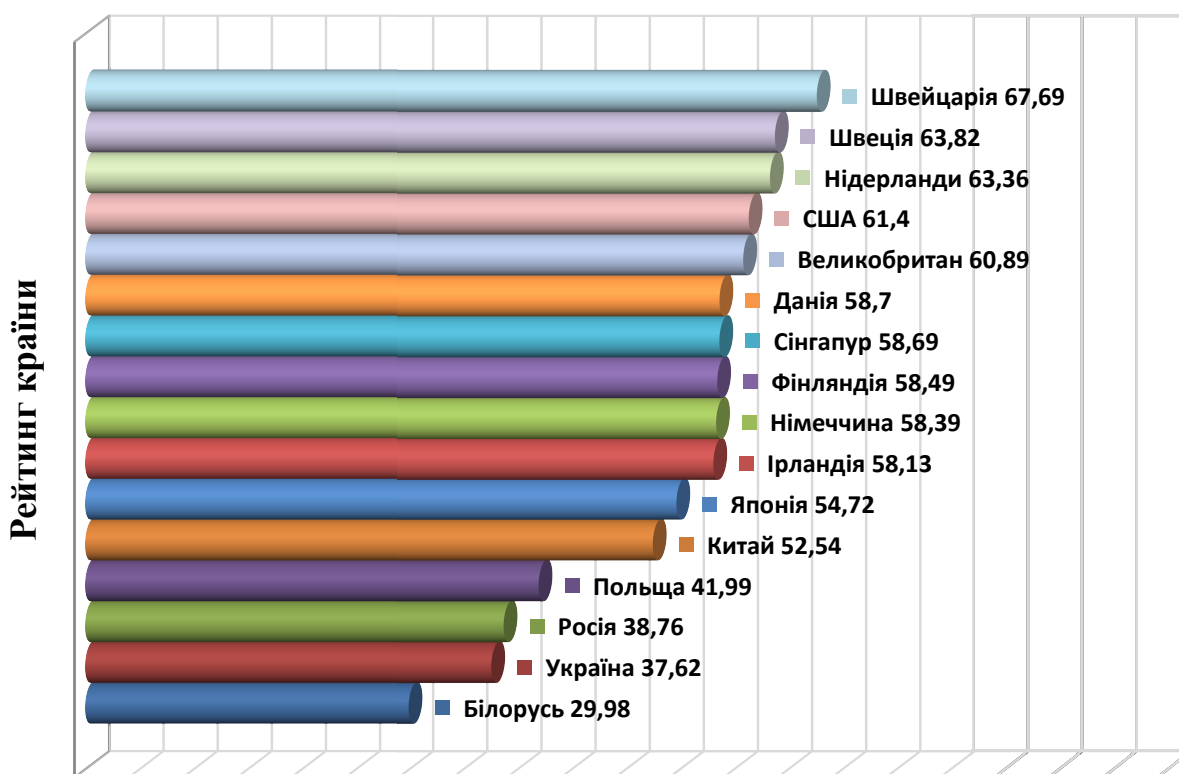


Рис. 1. Рейтинг країн світу за глобальним індексом інновацій (GII) у 2017 р.

Україна у 2017р. посіла 50 місце з індексом 37,62, піднявшись за п'ять років на 21 позицію (з 71 місця у 2013 р. з індексом 35,8). Однак, не може бути задовільним такий рейтинг країни за рівнем інноваційності національної економіки, навіть з певним покращенням. Більш детальний розгляд складових GII України у 2017 р. показує, що інноваційний потенціал (InnovationInputSub - Index) складає 41,05, тоді як його використання (InnovationOutputSub - Index) –34,19 [4]. Отже, ефективність використання інноваційного потенціалу дорівнює 83%.

Серед показників, які характеризують потенціал і ресурси для інноваційного розвитку української економіки, найбільш високими є розвиток людського капіталу - 45 місце, в тому числі за часткою витрат на освіту у складі ВВП - 26 місце, за часткою населення з вищою освітою - 34 місце, за кількістю зайнятих науковою та науково-технічною діяльністю - 23 місце. В той же час умови реалізації даного потенціалу значно зменшують ефективність його використання. Так, Україна займає за розвитком інститутів - 103 місце, в тому числі умов розвитку бізнесу - 122 місце, а також за розвитком інфраструктури - 107 місце, за можливостями використання інвестицій - 127 місце, за результатами креативної діяльності, що проявляються у виробництві інноваційних товарів, послуг і технологій, - 77 місце. Отже, наявний інноваційний потенціал країни не тільки не отримує сприятливих умов для його подальшого розвитку, але й використовується вкрай неефективно.

Проведення аналізу потенційних можливостей та реального стану інноваційності української економіки, їхнього впливу на забезпечення конкурентоспроможності національної економіки дозволяє констатувати: в державній інноваційній політиці недостатньо враховується пріоритетність інноваційного розвитку; маючи значний інноваційний потенціал, національна економіка далека від інноваційної моделі розвитку; механізм реалізації інноваційної політики характеризується слабкою мотивацією бізнесу у фінансовому забезпеченні наукових і науково-технічних робіт та здійсненні інноваційної діяльності.

Для посилення впливу інноваційних чинників на розвиток національної економіки України необхідно: сформувати сприятливе інституційне середовище для розвитку інноваційно-технологічної діяльності та сприяти попиту на інноваційні продукти; збільшити загальний обсяг асигнувань на науково-дослідні та науково-технічні розробки, орієнтуючись на загально-світові тенденції; посилити роль бізнесу у забезпеченні фінансування науково-технічних та інноваційних процесів; сформувати національну інноваційну систему, націлену на підвищення інноваційності та ефективності української економіки; створити дієвий механізм стимулювання і суспільного визнання науково-дослідної та інноваційної діяльності на всіх рівнях національної інноваційної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наукова та інноваційна діяльність України: стат. зб. Держ. служба статистики України. К., 2018. 107 с.
2. Шовкун І.А. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в контексті неоіндустріалізації економіки України. *Фінанси України*. 2014. № 12. С.83 - 95.
3. Україна у цифрах у 2017 році: Статистичний збірник. К. Державна служба статистики України, 2018. 240 с.
4. TheGlobalInnovationIndex 2017. Report. TheHumanFactorinInnovation. 2017.432 p. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.globalinnovationindex.org/content.page=gii-full-report-2017>.

*Сторожук О.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Заярнюк О.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький, Україна*

ПОТЕНЦІЙНІ РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сьогодні в Україні відбувається становлення цифрової економіки, що знаходить свій прояв у використанні цифрових технологій у законодавчій сфері, державному управлінні, фінансовій сфері, промисловості, торгівлі, агропромисловому комплексі, будівництві, на транспорті, у сфері зв'язку, культури, туризму, освіти, охорони здоров'я.

«Економічна стратегія України 2030», розроблена Українським інститутом майбутнього (Ukrainian Institute of Future, UIF), визначає амбітні стратегічні цілі, які стоять перед Україною у перспективі до 2030 року, серед яких, зокрема, збільшення номінального ВВП України у 8 разів – до 1 трлн дол. [1]. Для досягнення цієї мети нашій державі необхідно створювати та розвивати інноваційно-інтегровані структури та високотехнологічні напрями економічної діяльності, такі, як: роботизація бізнес-процесів, біоінженерія; 3D-принтинг; штучний інтелект з акцентом на глобальний ринок, контейнерні технології, мікросервіси. Саме через технологізацію галузей економіки, надання бізнесу стимулів до цифровізації та паралельного розвитку високотехнологічних напрямків, за оцінками UIF, цифрова економіка потенційно складе до 65% ВВП у 2030 році.

Цифрова економіка є пріоритетом для багатьох розвинутих зарубіжних країн, таких як Німеччина, Великобританія, Норвегія, Швеція. Безперечною та основною її перевагою є створення, а не споживання ресурсів. Поширення цифрових валют, хмарних та туманних обчислень, технологій доповненої реальності, біометричних технологій, фінансово-технологічних платформ і зростаюче застосування технології блокчейн стануть однією з фундаментальних основ подальшого розвитку цифрової економіки як глобальної цифрової екосистеми.

Цифровізація, кардинально змінюючи саму структуру української економіки, має велику кількість економічних та соціальних переваг, але разом із тим обтяжена певними потенційними ризиками (табл.1).

Отже, до основних проблем цифрової трансформації економіки України, що вимагають вирішення, відносяться, насамперед, такі: відсутність державних програм цифрового розвитку галузей економіки; дефіцит кадрів, які володіють цифровими компетенціями (так, за показником наявності цифрових навичок серед населення Україна займає 55 позицію поміж 140 країн світу [2]); відсутність механізмів стимулювання консолідації зусиль провідних стейкхолдерів інноваційних екосистем стартапів; відсутність єдиної бази даних інфраструктури телекомунікаційних мереж, суб'єктів ринку телекомунікацій та

картографування інфраструктури; відсутність системи державної підтримки організацій, що здійснюють впровадження цифрових технологій у регіонах; відсутність механізмів захисту від кіберзлочинності.

Таблиця 1

Можливості та ризики цифрової трансформації економіки України

МОЖЛИВОСТІ	РИЗИКИ
<ul style="list-style-type: none"> - прискорення економічного зростання; - зміцнення конкурентоспроможності економіки України; - підвищення ефективності державного управління та місцевого самоврядування; - збільшення кількості робочих місць; - розвиток людського капіталу України; - зростання продуктивності праці; - зменшення впливу «мізків» за кордон; - розвиток електронного бізнесу; - активізація інноваційної діяльності; - зниження рівня бідності; - активізація соціальної інклюзії; - підвищення доступності і якості освіти; - розвиток наномедицини; - зниження негативного впливу на навколишнє середовище; - підвищення безпеки дорожнього руху; - підвищення доступності та якості фінансових послуг; - підвищення комфортності життя людей загалом. 	<ul style="list-style-type: none"> - слабкий розвиток цифрової інфраструктури; - регіональні асиметрії розвитку цифрової економіки; - кібертероризм; - посилення промислового шпигунства; - крадіжки даних з промислових інформаційних систем; - незаконне використання інформаційних активів; - зумисна фальсифікація даних і документів; - помилки в програмному забезпеченні; - цифрова безграмотність персоналу; - брак «цифрових» талантів на вітчизняних підприємствах; - ризики, пов'язані зі швидкою зміною інформаційних технологій; - зростання безробіття внаслідок роботизації; - порушення функціонування складних інформаційних систем; - зростання серед населення інтернет-залежності та залежності від соціальних мереж.

Джерело: сформовано авторами

Отже, цифровізація має велике значення для соціально-економічного розвитку України. Розширення комунікаційних можливостей та використання нових технологій дає поштовх для створення нових сфер економічної діяльності, залучення громадян до участі у суспільних та політичних процесах, технологічної інтеграції з країнами світу. Проте, на жаль сьогодні Україна здебільшого є споживачем іноземних високих технологій. З метою мінімізації ризиків, пов'язаних з цифровою трансформацією економіки в Україні необхідно створити умови для розвитку наукової та освітньої «цифрової» інфраструктури; інтеграції української науки в Європейський дослідницький простір; формування безпечних інформаційних систем та систем захисту від кіберзлочинності; стимулювання підготовки та утримання «цифрових» талантів всередині країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-21>.
2. The Global Competitiveness Report 2018 URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>.

*Прушківська Е. В.,
доктор економічних наук, професор,
Ткачук А. М.,
аспірант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОТРЕБ У РОБОЧІЙ СИЛІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Діджиталізація або цифровізація – це сучасний процес, який полягає у масовому та всеосяжному застосуванні цифрових інформаційних технологій. У світі ці процеси розвиваються нерівномірно. Найбільш розвинені країни світу дуже активно долучаються до них, тоді як окремі країни Африканського континенту все ще не мають вільного доступу до мережі Інтернет.

У цілому стан розвитку процесів діджиталізації в країні можна оцінити за Індексом мережевої готовності. Цей індекс розраховується Всесвітнім економічним форумом та публікується у Глобальному звіті про розвиток інформаційних технологій. За цим показником у 2016 р. Україна посіла 64 місце серед 139 країн, тобто вона потрапляє у середину рейтингу. Така позиція свідчить про відносну готовність нашої країни до впровадження та використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Перевагами України лишається доступність ІКТ, наявність необхідної інфраструктури та практичний досвід. Тоді як факторами, що стримують розвиток ІКТ у нашій країні, є низький рівень освоєння нових технологій бізнесом, низький рівень впливу ІКТ на появу нових бізнес-моделей, низький рівень використання ІКТ урядом тощо [1].

Дані аналізованого рейтингу свідчать про те, що населення України достатньо активно використовує ІКТ у побуті. Це, у свою чергу, поступово впливає і на професійну діяльність. Тож, з боку роботодавців відбуваються певні трансформації потреб у робочій силі. Розглянемо їх докладніше.

По-перше, потреба у дистанційних робітниках. Сьогодні як в Україні, так і в цілому по світі поширюється тенденція до аутсорсингу. Аутсорсинг дозволяє знижувати витрати на утримання великої кількості персоналу, на оренду для нього необхідного приміщення, з'являються позитивні ефекти у вигляді оптимізації податкових платежів (зникає необхідність соціальних виплат робітникам). До того ж самі робітники стають дедалі більше зацікавленими у виконанні роботи дистанційно, що стає можливим завдяки використанню мережі Інтернет, а також електронних месенджерів, технологій відео-конференцій тощо. Ця тенденція також пояснюється поступовим включенням до робочої сили покоління мілленіалів, які особливо цінують вільний графік роботи, не прив'язуються до конкретного роботодавця, не мають чіткого запиту на побудову успішної кар'єри та отримання престижної роботи тощо.

По-друге, скорочення потреб у працівниках традиційних професій. За прогнозом вчених з Оксфордського університету, майже половина робочих місць у Сполучених Штатах буде замінена комп'ютерами вже в найближчі 10-20 років. До 2030 року зникне 53 професії, натомість з'являться 186 нових [2]. Різноманітні боти можуть замінювати функції традиційних колл-центрів; у тому числі, вони можуть виконувати функції рекрутерів по відборі потенційних кандидатів на заміщення вакантних посад. Технологія блокчейн може частково витиснути з ринку праці працівників банків, держслужбовців, аудиторів, контролерів, нотаріусів, реєстраторів, страховиків. Натомість виникне потреба у консультантах з інтеграції блокчейну у бізнес-процеси. Безпілотні технології можуть замінити водіїв. У цілому особливістю сучасного шостого технологічного укладу є автоматизація робіт середнього рівня кваліфікації. Тим не менш залишається певна група професій, які найгірше піддаються автоматизації. Ці професії включають такі компетенції: творчість, інтуїція, вміння вирішувати проблеми, вміння переконувати. Так само роботи найближчим часом не зможуть замінити винахідництво, проектування, програмування і обслуговування їх самих, організацію і наладку виробництва, надання послуг, що потребують людського втручання.

По-третє, потреби у нових спеціалістах виникають швидше, ніж система освіти встигає до них пристосуватися. Роботодавці зацікавлені в постійному підвищенні кваліфікації власних працівників, що реалізується завдяки відвідуванню різноманітних курсів, тренінгів, семінарів, вебінарів тощо. Тобто у країні повинна функціонувати система перманентної освіти. Тож сучасна система освіти в умовах діджиталізації має обов'язково включати три основні рівні: загальну цифрову грамотність, систему прикладних практичних занять, інтеграцію з підприємствами-споживачами робочої сили для організації стажування та налагодження зворотного зв'язку.

Отже, для підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах діджиталізації найбільш актуальною можливістю для України є використання високого потенціалу в сфері людського капіталу. З огляду на технологічне відставання в ряді галузей економіки, особливе значення буде мати реалізація можливостей створення нових виробництв на базі принципово нових технологічних і організаційних інновацій, а також ефективне реформування системи освіти у відповідності до сучасних запитів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рейтингові оцінки України за Індексом мережевої готовності 2016. Громадська спілка "Економічний дискусійний клуб". URL : <http://edclub.com.ua/analitika/rejtingovi-ocinky-ukrayiny-za-indeksom-merezhevoyi-gotovnosti-2016>
2. Степановська Я. Змінюйся або помри. До 2030 року зникне півсотні професій. *Інтернет видання Главком*. 03.09.2018 р. URL : <https://glavcom.ua/publications/zminyuysya-abo-pomri-do-2030-roku-znikne-pivsotni-profesiy-natomist-zyavlyatsya-186-novih-520807.html>.

*Ушенко Н.В.,
доктор економічних наук, професор,
Максименко Ж.В.,
аспірантка,
Національний авіаційний університет,
м. Київ, Україна*

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

Капіталізація знань та захист прав інтелектуальної власності є провідною складовою розвитку інноваційних країн світу. В Україні досить повільно відбувається перехід до інноваційного розвитку, інтелектуальна власність далеко не завжди є захищеною. Дослідження трансформаційних особливостей процесу капіталізації інтелектуальної праці та відповідно факторів, що стимулюють та стримують його розвиток, у сучасних умовах набуває оновленої актуальності.

Вчені О. Кендюхов [1], І. Бриль [2, с. 8-9] основні фактори впливу на інтелектуальний капітал поділяють на:

1) зовнішні фактори (макрорівень), що в свою чергу структурують на прямого (закони та нормативно-правові акти) та непрямого впливу (економічні, політичні, демографічні, соціально-культурні, науково-технічні);

2) внутрішні чинники (цілі, стратегія, персонал, техніка, технологія).

О. Чала виділяє [3, с. 275]:

1) зовнішні неконтрольовані чинники (стан розвитку країн-партнерів, стан світової економіки, перспективи інтеграції країни, вплив міжнародних корпорацій);

2) національні (інформаційно-технологічні, політичні, макроекономічні, соціальні, культурні).

Зовнішні контрольовані чинники: (рівень зайнятості, освіта, співвідношення між працездатними та пенсіонерами). Внутрішні фактори впливу на людський капітал (кваліфікація, компетенція, особисті якості, відповідність корпоративній культурі) та методів управління.

За результатами аналітичного дослідження О.Головінов, Ю.Федосєєв виділяють стримуючі фактори впливу на інноваційний розвиток України, а відповідно й інтелектуальний капітал[4]:

- недостатній рівень фінансування науково-технічних робіт (НДДКР);
- слабкий розвиток інфраструктури трансферу технологій;
- зниження експорту і зростання імпорту наукоємних товарів;
- слабкий рівень інформатизації інноваційної сфери;
- недосконала стимулююча та податкова політика держави;
- повільний розвиток ефективних форм інноваційної діяльності.

Науковці Г.Швиданенко та О.Ніколайчук [5], до впливових факторів макросередовища включають:

1) розвиток окремих видів економічної діяльності – впливає на можливості інвестування в розвиток підприємства, в т.ч. інтелектуального капіталу;

2) рівень конкуренції в галузі – визначає розмір та можливості розширення ринкової частки підприємства, впливає на розвиток ринкового капіталу;

3) конкурентні переваги в галузі – зумовлюють розмір і можливості розширення ринкової частки підприємства;

4) зв'язки з постачальниками – впливають на можливості вибору більш якісної сировини, скорочення часу та вартості доставки, що відображається на рівні розвитку ринкового капіталу;

5) споживачі – зв'язки з клієнтами обумовлюють можливості розширення ринкової частки підприємства;

6) розвиток НТП в галузі – характеризує розвиток НДДКР, наявність патентів і ліцензій, передової технології, визначає освітньо-кваліфікаційні вимоги до персоналу, обумовлює наявність зв'язків з різними інноваційними структурами.

Б.Данилишин і В.Куценко [6,с.18] вважають, що на формування та розвиток інтелектуального капіталу впливають освіта, охорона здоров'я, культура, умови проживання і відпочинку населення, соціальні зв'язки, фінансування науково-інноваційної діяльності.

Згідно з проектом Закону України «Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року» [7] в Україні внаслідок домінування протягом багатьох років ресурсо- та енергоємних галузей і технологій, сировинної орієнтації експорту та надмірної концентрації виробництва у промислових регіонах сформувалася така структура управління розвитком, яка загалом є неефективною та екологічно небезпечною;

– рівень економічного розвитку та добробуту населення не відповідає природному, науково-технічному, аграрно-промислового потенціалу України та кваліфікаційно-освітньому рівню населення, соціально-історичним і культурним традиціям народу України;

– Україна має міжнародні зобов'язання щодо сталого розвитку, визначені стратегічними документами ООН;

– в розроблених та затверджених стратегічних загальнодержавних, галузевих і регіональних документах не в повній мірі відображені цілі та завдання сталого розвитку;

– основою для впровадження інноваційних перетворень в Україні у напрямі сталого розвитку є Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

Проведене власне аналітичне дослідження та аналіз Стратегії сталого розвитку України до 2030 року [7] дозволяє виділити фактори впливу на формування та розвиток інтелектуального капіталу в Україні (рис 1).

Ідентифікація вищенаведених факторів впливу, дослідження Стратегій [7], Цілей [8] та Глобальних цілей сталого розвитку 2030 [9] дозволяють визначити комплекс пріоритетних завдань для України на ближню перспективу:

1) Узгодження національних цілей та стратегій сталого розвитку з регіональними та місцевими потребами.

2) Забезпечити щорічне зростання ВВП. Нарощування науково-технічного потенціалу, за рахунок стимулювання інноваційної діяльності.

3) Ліквідація тіньової економіки та офшорів. Стабілізація грошової одиниці, шляхом зменшення інфляції.

4) Активна співпраця науковців, економістів та політиків з талановитою молоддю та подальше їх працевлаштування. Надання грантів, стипендій.

5) Контроль використання бюджетних коштів. Прямі інвестиції в освіту та науку. Забезпечення комфортних умов навчання, оновлення інформаційно-технологічної бази до світових стандартів. Реалізація інструментів академічної доброчесності.

6) Децентралізація громадських організацій. Зробити міста та села інклюзивними та безпечними. Реалізація стратегії сталого розвитку свобода та рівність у всіх сферах.

7) Покращення інноваційно-інвестиційного клімату в Україні. Усунення можливих фінансових ризиків. Стимулювати іноземні інвестиції в країну.

8) Забезпечити повну зайнятість та гідні умови праці. Скоротити частку молоді, яка не працює, не навчається і не набуває професійних навичок.

9) Усунення бідності та соціальної нерівності. Забезпечити доступність житла для сімей з дітьми та молоді. Перехід України до реальної демократії.

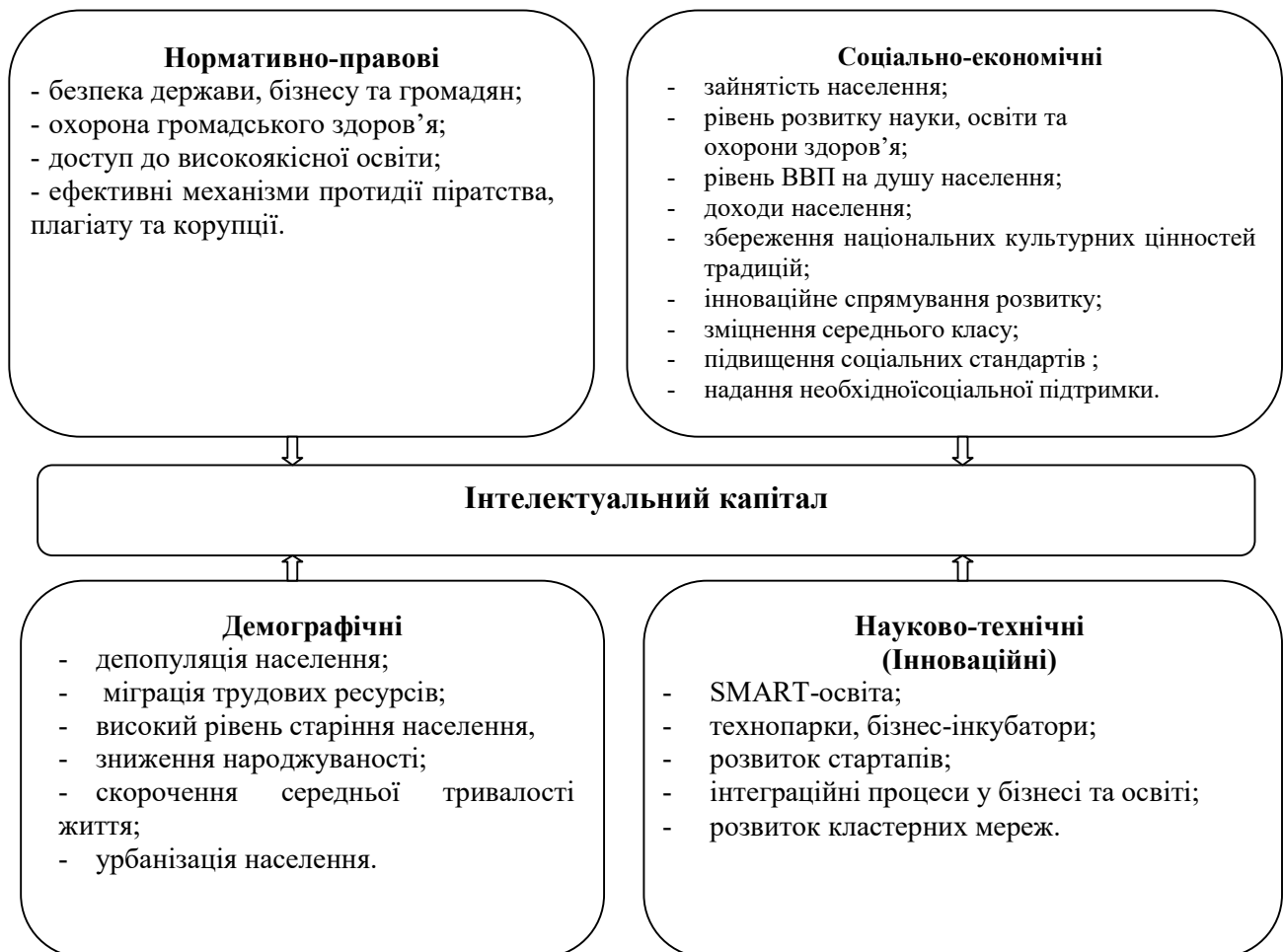


Рис. 1. Фактори впливу на формування та розвиток інтелектуального капіталу в Україні

Стратегія сталого розвитку до 2030 року та Глобальні цілі сталого розвитку 2030 мають стати базою для формування політики управління на наступні 10 років. Реалізація даних проектів та виконання поставлених завдання покращить соціально-економічне становище та забезпечить ефективне формування та розвиток інтелектуального капіталу в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кендюхов О. *Гносеологія інтелектуального капіталу*. Економіка України. 2003, №4. С. 28-33
2. Бриль І. В. *Стратегія управління інтелектуальним капіталом підприємств*: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Донецьк, 2012.
3. Чала О.В. *Система управління інтелектуальним капіталом підприємства*. Економічний простір. 2012, № 68. С.273-281. [Електронний ресурс]: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/ecpros_2012_68_32%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/ecpros_2012_68_32%20(1).pdf)
4. Головінов О. М., Федосєєва Ю.С. Інноваційний потенціал України: сучасний стан та перспективи розвитку. [Електронний ресурс]: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64066.doc.htm
5. Швиданенко Г.А., Николайчук О.А. Чинники формування та розвитку інтелектуального капіталу як фактора інноваційного розвитку підприємств. Економічний форум 1/2016 [Електронний ресурс]: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/ecfor_2016_1_37%20\(9\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/ecfor_2016_1_37%20(9).pdf)
6. Данилишин Б. М., Куценко В. І.; *Культурно-освітня сфера як соціальна база підтримки ринкової трансформації в Україні (питання теорії і практики)*. НАН України. Рада по вивч. продукт. сил України. - К., 1999. - 123 с.
7. Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року. (Закон України) [Електронний ресурс]: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html
8. *Цілі сталого розвитку для дітей України*. Національна доповідь [Електронний ресурс]: https://www.idss.org.ua/arhiv/SDGsForChildrenUkraine_ukr.pdf
9. Глобальні цілі сталого розвитку 2030 [Електронний ресурс]: [http://www.un.org.ua/images/documents/3615/%D1%86%D1%96%D0%BB%D1%96_web\(2\).pdf](http://www.un.org.ua/images/documents/3615/%D1%86%D1%96%D0%BB%D1%96_web(2).pdf)

*Ушенко Н.В.,
доктор економічних наук, професор,
Школенко О.Б.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний авіаційний університет,
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕС-АСОЦІАЦІЙ ЯК ОСНОВНОГО ЕЛЕМЕНТА ПІДТРИМКИ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Реформи практично в усіх сферах економічної діяльності України обумовлюють виникнення чисельних проблем розвитку підприємництва. Великі підприємства, холдинги та фінансово-промислові групи в змозі самостійно вирішувати проблемні питання за допомогою власного інтелектуального, кадрового та ресурсного потенціалу, формування груп лобіювання в місцевих і центральних органах влади й органах самоврядування. Натомість невеликі підприємства та приватні підприємці зазнають багато незручностей у веденні бізнесу: політична нестабільність, регуляторні процедури та корупція, захист прав власності, доступ до кредитних ресурсів, кримінальний тиск тощо. Досвід країн світу свідчить, що ефективність функціонування економіки залежить від оптимального розвитку малого, середнього та великого бізнесу. Водночас малий та середній бізнес – основа соціально-економічного розвитку

Проблема набуває особливої актуальності у зв'язку з прагненнями України до мегарегіональної інтеграції у Європейський чи Митний союзи, адже обумовлює необхідність імплементації нових стандартів якості товарів і послуг, нових принципів та підходів ведення господарської діяльності, у зв'язку з чим переважна більшість суб'єктів малого та середнього бізнесу прагне до посилення захисту від іноземних конкурентів на внутрішніх ринках та пошуку провідників на зовнішніх.

Останнім часом рівень організованості бізнесу в Україні почав підвищуватися. Поки що цей процес обмежується переважно формальними ознаками – створенням союзів, асоціацій та інших об'єднань підприємців, більшість із яких існує, як правило, лише на папері.

Термін «бізнес-асоціація» використовується для позначення всіх типів об'єднань підприємців, торгових палат, торгово-промислових груп, професійних об'єднань, асоціацій роботодавців і т.п.

В Україні загальна кількість офіційно зареєстрованих об'єднань підприємців різного рівня коливається від 400 до 500.

Бізнес-асоціація – це неприбуткове добровільне об'єднання суб'єктів підприємницької діяльності, що задовольняє як індивідуальні так і спільні групові потреби своїх членів, причому члени не мають майнових інтересів щодо бізнес-асоціацій [1, с. 10-12]. Найкраще сутність бізнес-асоціацій розкривається через функції, які вони виконують: сприяння створенню кращих

умов для розвитку своїх членів і підприємництва у країні загалом, формування необхідних для підприємців елементів ринкової інфраструктури, організація та регулювання відносин між підприємцями всередині асоціацій та між асоціаціями, обмін необхідною інформацією та знаннями між членами асоціацій, координація дій членів асоціацій, підтримка і захист інтересів членів асоціацій при їх відносинах з іншими господарюючими суб'єктами у тому числі і державою тощо [2, с. 10].

Бізнес-асоціації як форма самоорганізації ділового співтовариства мають орієнтуватися на побудову ефективної інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу. Існування такого посередника між бізнесом, суспільством та владою забезпечує налагодження інформаційного мосту, дієвого важелю впливу бізнесу на владу і суспільство. Діяльність бізнес-асоціацій повинна базуватися на наукових принципах організації внутрішньої та зовнішньої взаємодії, носити системний характер. Це дозволить постійно підвищувати рівень бізнес-освіченості підприємців, ефективність менеджменту, застосовувати інструменти бізнес-планування та маркетингових досліджень за наявності консалтингової допомоги з боку спеціалістів бізнес-асоціації, налагоджувати партнерські відносини за допомогою участі у виставковій та ярмарковій діяльності, ділових місіях та тематичних зустрічах.

Бізнес-асоціації надають цілу низку послуг, а саме: можливість українському бізнесу здійснити вихід на зовнішні ринки країн ЄС та інших країн, реалізувати власні товари та послуги, або придбати їх у іноземних компаній, знайти партнерів та контрагентів.

Бізнес - асоціації формують культуру ведення бізнесу, а саме: український бізнес та інші організації можуть отримати доступ до участі в тематичних тренінгах, семінарах та конференціях від іноземних компаній, що дозволить вдосконалити виробничі процеси компанії та способи її виходу на зовнішні ринки, дасть поштовх до модернізації управління компанією відповідно до кращих світових практик.

Крім розкритих позитивних функцій діяльності бізнес-асоціацій, слід відмітити і їх низьку якість роботи, адже поки щорано говорити про українські бізнес-асоціації як про інститути громадського суспільства через існування недовіри серед широкого кола самих підприємців, відносно незацікавленість влади у їх роботі, недостатнє фінансування утримання подібних структур, відсутність у підприємців, які звикли самостійно приймати управлінські рішення, розуміння щодо необхідності структурної інтеграції. Поки що бізнес-організації служать швидше для налагодження «горизонтальних» зв'язків між підприємцями. Сама по собі «горизонтальна спрямованість» таких асоціацій надзвичайно важлива для українського бізнес-середовища, оскільки сприяє встановленню порядку та стабільності в ділових відносинах. Щодо «вертикальних» зв'язків, діяльність бізнес-асоціацій, які виступають в ролі посередників між бізнесом і владою, спрямована не на зміну ділового клімату через діалог, а, швидше, на надання допомоги бізнесменам, які мають пристосуватися до змінних умов і правил, диктованих державою [3].

Однією з проблем розвитку та підтримки малого та середнього бізнесу в Україні є відсутність цілісної державної політики щодо підтримки і розвитку та середнього підприємництва. Тому в Україні необхідно створити оптимальні законодавчі та організаційні передумови для започаткування і здійснення підприємницької діяльності, зростання та розвитку малого та середнього бізнесу; запровадити прості, зручні і зрозумілі реєстраційні та дозвільні процедури, процедури ліцензування, що забезпечать сприятливі умови для започаткування бізнесу та його детінізації; ліквідувати невикордані адміністративні перепони та обтяжливі вимоги до ведення господарської діяльності; лібералізувати систему державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності; зменшити адміністративний тиск на підприємців.

Отже, на думку авторів, малі та середні підприємці повинні об'єднуватися в бізнес-асоціації, це дасть перевагу ведення бізнесу в цілому та підвищення стандартів якості у бізнесі. Адже, бізнес-асоціації можуть ефективніше відстоювати права малого бізнесу і легше входити у переговорний процес із органами влади та представниками великого бізнесу, адже «вага» асоціації робить її повноправним партнером у діалозі, в якому голос дрібного підприємця може загубитися; бізнес-асоціації дають можливість отримати потрібну експертну інформацію у потрібний час; бізнес-асоціації допомагають підприємцям професійно рости і ставати успішнішими, надаючи їм консалтингові та інші послуги з розвитку бізнесу; бізнес-асоціації полегшують доступ на зовнішні ринки малих та середніх виробників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Менеджмент бізнес-асоціацій. К.: Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, 2002. 82 с.
2. Що необхідно знати підприємцям про бізнес-асоціації : довід.- метод. вид. / упоряд. : В. Білич, В. Биковець, Н. Бойко, О. Михайлішина, О. Свірус, Т. Свірус. К., 2005. С.198. URL: [http://www.spmsppu.kiev.ua /download /Bizness%20association.zip](http://www.spmsppu.kiev.ua/download/Bizness%20association.zip)
3. Ляпин Д. Региональные программы малого бизнеса как основа демократических преобразований. URL: www.ics.org.ua/files //publications/pub/files/dlyarin_for_dnepropetrovsk_25072005.ppt
4. Офіційний сайт спілки СМСППУ (Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України). URL: <http://www.spmsppu.kiev.ua>.

*Федина В.В.,
старший викладач,
Приходько А.С.,
студентка,
Табахарник О. Я.,
студентка,
Університет державної фіскальної служби України,
м. Ірпінь, Україна*

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Збільшення обсягу випуску продукції в результаті впровадження автоматизованих і комп'ютеризованих методів виробництва на рубежі ХХ-ХХІ ст. обумовлює технологічні зміни, що відбуваються в організації страхової справи. Використання розосереджених баз даних і доступне отримання інформації про переважну більшість потенційних страхувальників і об'єктів страхування також обумовлюють зміну технологічного укладу в страховій галузі і формування нових страхових послуг.

Серед українських економістів вагомий внесок у дослідження теоретико-методологічних засад розвитку страхового ринку внесли В. Базилевич, В. Баранова, С. Осадець, О. Слободянюк, К. Стрижиченко. Окремі питання розробки новітніх страхових продуктів та модернізації каналів їх реалізації досліджували В. Виговська [1], В. Ерастов [2], А. Єрмошенко, М. Клапків, І. Кондрат, Д. Кондратенко, Т. Кучер, Н. Ткаченко [3], Н. Пантелеєва, Н. Приказюк [4]. Більшість проблем модернізації фінансових технологій на ринку страхових послуг в умовах розвитку інтернет-страхування, відомих з економічної теорії й практики, у багатьох випадках не доведені до конкретних науково-методичних розробок.

Сучасні технології дозволили впровадити онлайн-страхування. Наприклад, людина хоче застрахувати своє майно, не виходячи з дому. Вона завантажує додаток, штучний інтелект аналізує відкриті дані, розраховує ризики і пропонує можливі умови страхування.

В наш час, в Україні, через особливості законодавства [5], необхіднокрім полісу, отриманого електронною поштою, замовити також паперовий поліс через доставку кур'єром або зайти в офіс компанії самостійно. Відповідно до Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» наразі є можливість придбати повноцінний електронний поліс, який має ту ж юридичну силу, що і друкований документ з «мокрою» печаткою, лише для виїжджаючих за кордон.

Для поширення страхового бізнесу страховики широко використовують інтернет-технології, укладаючи договори та здійснюючи продаж страхових полісів. В процесі розвитку ринку страхування мережа інтернет використовується для надання інформації страховими брокерами, на Webсайтах яких відображається інформація від найбільших страхових компаній. Інтернет-

страхування має ряд суттєвих переваг як для страховиків, так і для страхувальників.

Кількість потенційних користувачів віртуальних мереж постійно з року в рік зростає, що засвідчує важливу роль даного каналу для більшості компаній при просуванні своїх продуктів до потенційних споживачів (рис.1).



Рис.1. Учасники цифрової економіки 2000-2018 рр., млрд.чол.
Джерело: складено за даними [6]

В більшості інтернет використовують соціально активні люди з середньою та високою купівельною спроможністю, тобто ті, які цілком цікавлять страховика. Використовуючи інтернет, страховики можуть полегшити співпрацю зі споживачами за допомогою більш тісних контактів, спілкування у режимі реального часу, швидких відповідей на запитання страхувальника. Значно меншими є витрати на рекламу в інтернеті, що дозволяє більш точно охопити цільову аудиторію, що для страхової компанії є значною перевагою.

Попри перераховані вище переваги інтернет-страхування, такий канал просування страхових продуктів не є поширеним серед користувачів в Україні. Для підтвердження цього, нами було відстежено популярність запитів в пошуковій системі «Google» за допомогою інструменти як «Google Trends».

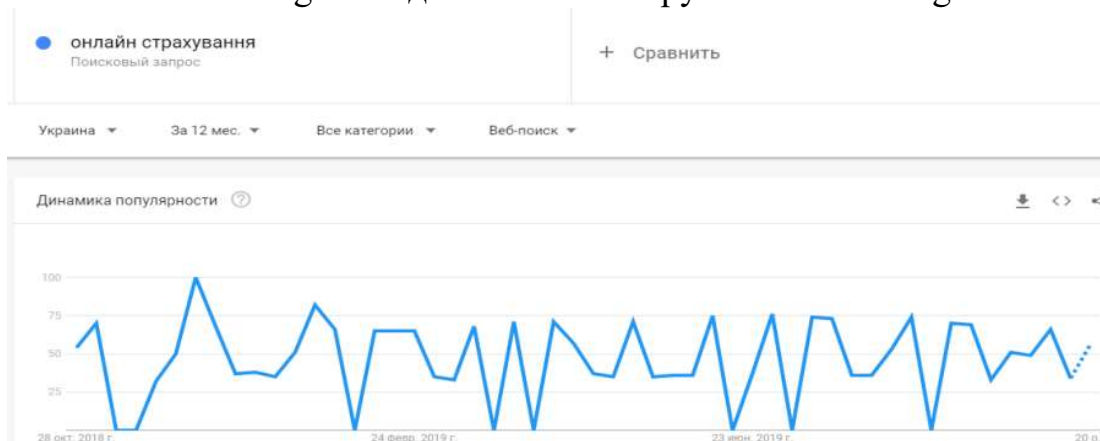


Рис. 2. Популярність запити «онлайн-страхування» в пошуковій системі Google*

Джерело: Google Trends

Як свідчать дані рис. 2 незначна кількість запитів щодо «онлайн страхування» є недостатньою для відображення графіків, однак дає можливість все ж таки зорієнтуватися у наростаючих тенденціях зацікавленості в даному напрямі страхування.

Сповільнює розвиток інтернет-страхування рівень забезпечення користувачів комп'ютерним обладнання та можливість швидкісного доступу до мережі інтернету. Варто відзначити, рівень доступу до інтернету в домогосподарствах України складає 45-50%, у той час як середньоєвропейський показник складає 65-70%. [8]

На сьогодні страхові компанії України використовують різні інтернет ресурси для інформування потенційних споживачів про свої страхові продукти. Доволі виправданим, на нашу думку, є використання соціальної мережі Facebook, Twitter, а також мобільних додатків Viber, Instagram, PlayMarket, WatsApp.

Подальший розвиток інтернет-страхування в Україні на рівні держави потребує чіткого законодавчого врегулювання. Актуальним залишається проблема в розробці нормативних актів про інтернет-страхування, що дозволило б вирішити всі спірні питання, наприклад більш чітке правове регулювання електронного документообігу в цивільному обороті; уточнення статусу паперових копій електронних документів (страхових договорів і полісів), а також порядок їх нотаріального посвідчення; використання електронного цифрового підпису; нормативного закріплення статусу користувачів електронних грошей; приведення законодавства про захист прав споживачів, захист їх персональних даних у відповідність до актів європейського законодавства та інші.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виговська В. В. Теоретико-методологічні засади та прагматика забезпечення безпеки страхового ринку України: [монографія]. Київ: Кондор-видавництво, 2016. 358 с.

2. Ерастов В. І. Проблеми оцінки результатів вкладення коштів в інформаційні системи та технології страхових компаній / В. І. Ерастов // *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2017. Вип. 12(1). С. 98–102., с. 8

3. Виговська В. В., Н. В. Ткаченко. Страховий ринок в системі забезпечення стійкості національної економіки. Теоретичні та прикладні аспекти сталого розвитку: функціональний, галузевий і регіональний вектори : [монографія]. К.: Кондор-Видавництво, 2015. С. 12–26.

4. Приказюк Н. В. Страхова система України: теорія, методологія, практика: монографія. К.: Логос, 2017. 611 с.

5. СК «ВУСО» – Лідер страхового ринку. Офіційний сайт СК «ВУСО». URL: <http://www.vuso.ua/index.php?id=13317&show=news&&newsid=108389>

6. Digital@Insurance-20X By 2020. The Boston Consulting Group URL:www.bcgindia.com/documents/file156453.pdf., с. 11.

7. GoogleTrendsURL:<https://trends.google.com/trends/explore?geo=UA&q=%D0%BE%D0%>

8. Звіт Про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2018 рік. URL: https://nkrzi.gov.ua /images/upload/142/7598/Zvit_2018_new.pdf

*Фещенко І.О.,
магістрант, фахівець I категорії
ПАТ «Запоріжсталь»,
м. Запоріжжя, Україна*

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У НАВЧАННІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Економіка України сьогодні базується на застарілих техніко-технологічних укладах, що не забезпечує достатньої конкурентоспроможності її товарів і послуг, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. У результаті посилюється соціальна криза, втрачається трудовий потенціал. Одним з найбільш пріоритетних напрямків розвитку економіки є розвиток на інноваційній основі, тобто на основі найсучасніших досягнень науки і техніки, що дозволяє ефективно використовувати ресурси, отримувати конкурентні переваги, підвищувати рівень життя.

За ситуації, що склалася найціннішим національним багатством є інтелектуальний потенціал населення країни. Сучасні вимоги до роботи з персоналом підприємства обумовлюють зміну ролі кадрових служб у використанні творчого потенціалу кожного працівника, трансформацію їх в практичні центри активізації людського потенціалу.

У науковому середовищі вже довгий час говорять про настання Четвертої промислової революції, яка змінить ринок праці, економіку та освіту в цілому: «Четверта промислова революція може «роботизувати людство» і для багатьох людей це непоправно змінить те, як виглядає їхня робота, середовище, сімейне життя і сама ідентичність. Але вона зможе привести людство до нової колективної та моральної свідомості, заснованої на загальному призначенні. І ми зобов'язані прагнути до другого варіанту» [1, с. 22].

Уже зараз на ринку праці та у сфері освіти необхідно готуватися до можливих змін. Фахівці ІТ-сфери відзначають що, швидше за все в майбутньому «алгоритми штучного інтелекту будуть обробляти рутинні завдання швидше і якісніше. Штучний інтелект буде більш точним у порівнянні з людським зором, він буде швидше діяти, оперативно буде знаходити закономірності в даних і підказувати можливі рішення. Але фінальне рішення буде приймати людина» [2, с. 21]. При цьому бізнесу і ринку праці необхідно розуміти, що алгоритми найближчим часом зможуть замінити людину тільки в рутинних операціях.

З огляду на таку статистику, бізнес може спиратися на вже існуючі діджитал- інструменти та комунікації для розвитку HR-функції, навчання свого персоналу компетенціям майбутнього. В існуючих умовах ринку в Україні для підприємств третього-четвертого техніко-економічного укладу найбільш прийнятним рішенням в цій області буде те, яке несе в собі найменшу кількість витрат при максимальній віддачі та ефективності.

Для бізнесу важливою залишається залученість і результативність персоналу, підвищення ефективності і продуктивності. Цього можна досягти,

застосовуючи соціальні мережі не тільки для викладання новин про підприємство, а й розвиваючи культуру спілкування і внутрішнього навчання співробітників.

На нашу думку, для забезпечення якісного навчання персоналу підприємства слід застосовувати навчання з використанням сучасних технічних методів, яке за своїм змістом відрізнятиметься від традиційного. Стратегія підвищення якості навчання і підготовки персоналу на підприємстві повинна передбачати постійну, безперервну і особисту участь вищого керівництва в питаннях, пов'язаних з якістю навчання працівників.

Менеджмент підприємства може приміряти на себе ролі наставників, розповідаючи в черговому відео на корпоративному порталі або на сторінці підприємства в мережі про сучасні практики управління персоналом, економіки, людських відносин, створення спільнот тощо. Такий підхід є малозатратним (відео можна зняти на простий мобільний телефон без монтажу); дає можливість спілкування де завгодно; дозволяє отримувати зворотний зв'язок, вести дискусію, залучати тих співробітників, для яких це дійсно цікаво; формувати колектив за принципом командної роботи.

Такий канал спілкування може мати різну кількість напрямків, тематичних відео-блогів, серед яких співробітник сам зможе вибрати той, який цікавий саме йому. Крім того, такий канал комунікації може служити і для профорієнтаційної роботи, адже молодь все більше відходить від телебачення до інтернету. Якщо контент відео-блогів буде актуальний, цікавий аудиторії на підприємстві, то залученість співробітників, а значить і продуктивність, може підвищуватися. В результаті організація виступає не як замкнута система, а як структура, яка органічно рухається в ногу з часом.

Технологію управління персоналом можна вважати ефективною на вітчизняних підприємствах за певних умов, зокрема, коли розвинена система адаптації до зовнішнього і внутрішнього середовища, підтримується високий рівень участі працівників в управлінських процесах, застосовується гнучка система організації робіт, налагоджена широка система комунікацій і сформована гармонійна корпоративна культура.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шваб К., Девіс Н. Технологии Четвертой промышленной революции : перевод с английского. М. : Эксмо, 2018. 320 с.
2. Бурлуцький А. Штучний інтелект. *Український тиждень*. №23 (603). 7-13.06.2019 р.

Цвілий С.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
Гончаров Є.В.
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЗА РАХУНОК РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ

Система управління суспільством складається з державних і суспільних органів та організацій, які здійснюють функції управління по окремих господарюючих суб'єктах. Для того, щоб керуюча підсистема підприємства могла успішно виконувати свої функції, її діяльність повинна відповідати об'єктивним тенденціям і закономірностям розвитку суспільства й економічним процесам у країні. Зрозуміло, що бізнес-організації будуть успішними за умов ідентичності їх бізнес-культур умовам зовнішнього оточення. Оцінюючи рівень наукового опрацювання цієї проблеми, слід зазначити, що теоретичні основи управління різними господарюючими системами розроблені А. Смітом, А. Маршаллом та іншими вченими. Істотний внесок у розвиток теорії управління підприємствами стосовно умов вітчизняної економіки зробили П. Борщевський, Л. Васильєва, О. Гудзинський, О. Дацій, Л. Дейнеко, Й. Завадський та інші. Однак, з точки зору розвитку підприємств туристичного бізнесу залишається безліч питань, яким приділено недостатньо уваги в наукових дослідженнях вітчизняних вчених; зокрема, питання підвищення конкурентного статусу.

Метою дослідження є визначення завдання підвищення конкурентного статусу туристичних підприємств на основі аналізу етапів стратегічного розвитку ситуації у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства. Для досягнення поставлених завдань на практиці туристичні підприємства повинні випускати конкурентоспроможні продукти (послуги), систематично їх оновлювати відповідно до попиту і технологічних можливостей, раціонально використовувати організаційні ресурси, розробляти стратегію і тактику своєї поведінки на ринку та корегувати їх відповідно до мінливих умов середовища.

Сьогодні стратегія управління підприємством туристичного бізнесу має три особливості: орієнтація на платоспроможного покупця; підпорядкування інтересів підрозділів основним цілям підприємства; концентрація зусиль усіх функціональних служб на підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності, зростання економічного потенціалу та стабілізація функціонування.

В наукових дослідженнях пропонується кілька вихідних критеріїв для розробки стратегії, а саме: ясність і чіткість стратегії, вплив мотивації, внутрішня узгодженість, сумісність із зовнішнім середовищем, забезпеченість ресурсами та певний ступінь ризику. Крім того, ефективна стратегія повинна щонайменше містити певні критичні фактори і структурні елементи [2, с. 14].

Скоординоване і відповідальне управління передбачає, що керівники повинні бути підібрані і мотивовані таким чином, щоб їх власні інтереси і

цінності відповідали завданням туристичної фірми. Для успішної реалізації стратегії потрібно не тільки приймати зобов'язання, але й виконувати їх.

Стратегія повинна передбачати захист основних ресурсів і всіх життєво важливих систем підприємства [3, с. 68]. М. Мінцбург та інші вчені запевняють, що поняття стратегія давно вже застосовується в багатьох випадках і має різні значення, незважаючи на традиційне й цілком однозначне тлумачення. Вони наводять п'ять різних визначень стратегії: як план, спритний прийом, стійка схема дій, позиція і перспектива, а також певні їх взаємозв'язки [2, с. 19].

На етапі діагностики визначаються найбільш важливі напрями, шляхи, проекти рішень і здійснюється їх попередня оцінка за пріоритетністю (попередній добір), після чого необхідно перейти до більш ґрунтовної розробки стратегії і вибору ефективних варіантів її вирішення [4, с. 89].

Основою будь-якої концепції є реструктуризація системи управління, тобто структурна перебудова з метою забезпечення ефективного розподілу і використання ресурсів підприємства (матеріальних, трудових, фінансових, технологічних, землі). Вона полягає у створенні нових структурних підрозділів на основі поділу, об'єднання, ліквідації діючих і організації нових.

Етап реалізації стратегії є важливою складовою планування як функції управління. Насамперед, для реалізації стратегії необхідна чітка тактика.

З позицій підвищення конкурентного статусу туристичного підприємства довгострокові цілі, які відображає стратегія, повинні поділятися на певні етапи, а їх досягнення ґрунтуватися на детально розробленому плані, що називається тактикою. Тактика розробляється для розвитку стратегії і розрахована на більш короткий період, ніж стратегія. Результати стратегії стають очевидними через кілька років, а тактичні результати проявляються швидко співвідносяться з конкретно поставленими цілями. Так, якщо стратегія визначається вищими органами управління, то тактика розробляється на рівні керівництва середньої ланки управління. Для поєднання стратегічних і тактичних планів необхідна розробка політики фірми, яка являє собою загальне керівництво діями і прийняттям рішень з метою полегшення досягнення цілей. Політика передбачає розробку правил досягнення результату в певній ситуації [5, с. 88].

Реалізація стратегічного плану підприємства туристичного бізнесу поряд з розробкою тактики, політики і правил припускає здійснення контролю за виконанням поставлених завдань. Окремі автори для одержання необхідного ефекту управління пропонують використовувати принцип селфменеджменту, оскільки він охоплює все економічно активне населення та управління кожним індивідуумом своєю особистістю як продуктивною силою. Селфменеджмент (самоврядування) представляє собою форма спільної професійної діяльності в умовах вільного підприємництва і контрольованого ринку з метою одержання самостійними власниками і компаньйонами прибутку шляхом раціонального використання матеріальних і особистих фізичних ресурсів. Взагалі, розробка стратегії та її реалізація повинна здійснюватися на основі аналізу ситуації у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємств туристичного бізнесу.

Організація управління туристичним підприємством в умовах кризи є складним механізмом, який включає наступні взаємозалежні напрями [1; 3; 6]:

- організоване регламентування функціонування механізму;
- організоване нормування механізму у вигляді посадових функціональних моделей з визначенням ваги впливу окремих його елементів на підвищення конкурентного статусу підприємства туристичного бізнесу;
- організаційний контроль;
- організаційний облік і виявлення підприємницьких, санітарно-гігієнічних, соціально-економічних, фізіологічних, соціально-психологічних, естетичних і ергономічних, трудових, комунікаційних факторів;
- організація системи оцінки ефективності функціонування механізму управління, підготовка кадрів і їх діяльності; структурної організації механізму й ефективності його функціонування; умов формування і реалізації рішень.

Усі ланки організаційного механізму мають забезпечувати ефективність управлінської діяльності, досягнення стратегічних цілей і завдань [6, с. 96].

Таким чином, до актуальних завдань підвищення конкурентного статусу підприємств туристичного бізнесу, спрямованих на подолання негативних тенденцій в бізнесі, затвердження позиції на конкурентному ринку туристських послуг, що має інвестиційні переваги, слід віднести: збільшення обсягів реалізації послуг; освоєння нових ринків збуту типових послуг; гарантування захисту прав споживачів; підвищення безпеки товарів та послуг туристичного підприємства; формування системи прозорого ціноутворення через організацію прогнозного туристичного ринку; наповнення фінансовими й продуктовими потоками його інфраструктури; створення умов для «чесної» конкуренції; прискорення розробки та впровадження державних стандартів і сертифікатів відповідності вітчизняних туристських послуг стандартам галузі, міжнародним вимогам запитам споживачів; оновлення матеріально-технічної бази компаній туристичного бізнесу; впровадження інноваційних технологій у наданні туристських послуг; застосування екологічних, безвідходних і маловідходних технологій; залучення іноземних інвестиційних партнерів; комплексне використання інформаційних ресурсів; створення сприятливих умов для залучення як іноземних, так і вітчизняних туристів; застосування лізингу. Саме на виконання цих завдань повинні бути спрямовані подальші дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2003. 396 с.
2. Момот Т.В., Безугла В.О. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / за ред. : Момот Т.В. Київ: Центр учбової літератури, 2011. С. 712.
3. Амбросов В.Я. Трансформаційні процеси в аграрній сфері регіону. *Економіка України*. 2003. № 8. С. 66–70.
4. Гончарук Н.А. Развитие предприятия. Москва. Дело, 2000. 208 с.
5. Пельтек Л.В. Засади управління підприємствами переробної промисловості. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2006. № 1. С. 87–89.
6. Попович Ю.А. Моделі аналізу конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. *Наукові праці МАУП*. 2010. № 26. С. 50-55.

*Цвілий С.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
Корнієнко О.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Нині головне завдання української економіки не просто перебудуватися на новий глобальний курс розвитку, а перебудуватися ефективно, враховуючи свої слабкі і, особливо, сильні сторони. У сучасних складних умовах, коли більшість вітчизняних підприємств втратили ринки збуту через погіршення політичних відносин з Росією, інноваційний розвиток підприємств та підприємницьких структур різних форм власності та сфер бізнесу набуває більшої актуальності.

Україна вже тривалий час намагається стабілізувати економіку, але цьому перешкоджають різні зовнішні та внутрішні фактори. Сьогодні наша країна тримає курс на створення нової глобальної моделі економіки, але це не просто створення ринку з нуля, а здійснення переходу від адміністративно керованого бізнесу до децентралізованих структур. У цьому сенсі вітчизняна економіка є першопрохідцем, оскільки світова економічна історія не знала такого повороту подій, коли країна, повністю відмовившись від традиційного економічного курсу, починає запроваджувати і «прищеплювати» іншу культуру ведення бізнесу. Сучасні підприємницькі структури прагнуть забезпечити сталий розвиток діяльності в довгостроковій перспективі. Одним із більш ефективних інструментів вирішення цього завдання доцільно вважати диверсифікацію. Завдяки її впровадженню суб'єкти господарювання мають змогу адаптуватись до відповідного середовища їх функціонування, посилити конкурентну позицію на сегментах ринку, максимально ефективно використовувати його можливості.

Мета дослідження полягає в узагальненні теоретичних, практичних і науково-методичних засад щодо розробки стратегії диверсифікації діяльності підприємницьких структур з використанням методів PEST- і SWOT-аналізу.

Спочатку проведено загальний PEST-аналіз для оцінки ситуації в сфері підприємництва, в цілому, а потім представлено результати аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на діяльність підприємств [1, с. 12].

З PEST-аналізу (табл. 1) зроблено висновки, що сфера підприємництва України перебуває у складному становищі, що викликано дією усіх чотирьох груп факторів. При цьому потенціал до ефективного розвитку вітчизняного бізнесу, беззаперечно, є, але для його реалізації слід розробити дієву стратегію розвитку підприємництва на державному рівні та механізм її впровадження.

Конкурентоспроможність багатогранне поняття, яке означає відповідність продукту умовам ринку, конкретним потребам споживачів не тільки за своїми

якісними, технічними, економічними, естетичними, по комерційних і інших умовах його реалізації (ціна, строки поставки, канали збуту, сервіс, реклама)[2].

Таблиця 1.

PEST-аналіз результатів діяльності підприємницьких структур

Р (політичні фактори)	Е (економічні фактори)
<ul style="list-style-type: none"> - військові дії на Сході країни, що веде до втрати людських ресурсів та відлякує іноземних інвесторів; - погіршення відносин з колишнім стратегічним партнером – Росією; - невизначеність відносин з ЄС через невиконання його умов щодо проведення реформ та подолання корупції; - недовіра до влади з боку суспільства; - часта зміна посадових осіб у Кабміні, профільних міністерствах, на місцях; - вступ до СОТ обмежив можливість державного регулювання конкуренції; - надмірна політизація суспільства; - недосконалість нормативно-правової бази, що регулює діяльність підприємницьких структур. 	<ul style="list-style-type: none"> - відмова від державного регулювання цін та одночасне необґрунтоване підвищення мінімальної заробітної плати; - інфляція та нестабільність валютного курсу; - збільшення кількості фінансово неспроможних підприємницьких структур; - несприятливий економічний клімат для ведення бізнесу; - низька інвестиційна привабливість; - складність сплати податків; - висока облікова ставка НБУ; - недостатня конкуренція на внутрішньому ринку; - низький внутрішній та зовнішній попит на продукцію через низький рівень якості; - низький рівень розвитку кластерів з виробництва товарів та надання послуг.
С (соціальні фактори)	Т (технологічні фактори)
<ul style="list-style-type: none"> - низька продуктивність праці; - низька вартість праці в середині країни з широкими можливостями працевлаштування за кордоном; - високий рівень трудової міграції; - використання застарілих методів мотивації праці; - низька престижність праці на в підприємницьких структурах; - скорочення чисельності персоналу; - наявність висококваліфікованих спеціалістів; - достатній рівень інтелектуального потенціалу для запровадження інновацій в підприємницьких структурах. 	<ul style="list-style-type: none"> - технології, що використовуються у більшості в підприємницьких структурах є застарілими, що не дає можливості конкурувати на світовому ринку; - високий рівень зносу матеріальних активів в підприємницьких структурах; - продукція більшості підприємницьких структур відноситься до III та IV технологічних укладів, хоча вже існує VI та VII технологічні укладів; - незначні витрати з державного бюджету на розвиток наукових досліджень; - залежність від іноземних комплектуючих; - зростання кількості підприємницьких структур, що запроваджують інновації.

Одним з основних інструментів стратегічного управління щодо розвитку компанії є SWOT-аналіз. На підставі публічних даних проведено дослідження і визначено вплив факторів зовнішнього й внутрішнього середовища за якісними (метод вибору показників експертами) і кількісними (метод незважених оцінок) ознаками на перспективи функціонування підприємницьких структур (табл. 2).

Виходячи з результатів проведеного стратегічного аналізу зовнішнього середовища підприємницьких структур за допомогою інструментів SWOT-аналізу, визначено, що сильні сторони переважають над слабкими сторонами, а можливості над загрозами. Тобто, вітчизняним підприємницьким структурам слід обрати стратегію диверсифікацію діяльності. Стратегічне планування має здійснюватися таким чином, щоб використовувати власні сильні сторони та ринкові можливості для максимального розвитку і реалізації потенціалу фірми одночасно з подоланням слабких сторін та уникненням загроз [3; 4].

Таблиця 2

Матриця SWOT-аналізу потенціалу підприємницьких структур

	Сильні сторони (S)		Слабкі сторони (W)	
Внутрішні фактори	Розвиток інноваційних продуктів	9	Низький рівень продуктивності праці	-6
	Створення мережі обслуговування споживача	7	Використання застарілого обладнання	-5
	Ефективна маркетингова політика	7	Недостатність коштів для реінвестування	-8
	Повний цикл сервісних послуг	8	Лінійна організаційна структура	-6
	Розширення асортименту послуг	7	Висока трудомісткість продукції	-6
	Усього S	38	Усього W	-31
	Внутрішні фактори (Y) = Сильні сторони (S) + Слабкі сторони (W)			
Зовнішні фактори	Можливості (O)		Загрози (T)	
	Освоєння нових ринків збуту продукції	8	Недостатня ємність внутрішнього ринку	-7
	Зростання попиту на інноваційну продукцію на внутрішньому та зовнішньому ринку	8	Недосконалість законодавства щодо експортного контролю та митного оформлення	-6
	Використання нових технологій	7	Нестабільність валютного курсу та політичний ризик	-8
	Підтримка підприємництва на державному рівні	7	Сильна конкуренція на зовнішньому ринку	-8
	Усього O	30	Усього T	-29
Внутрішні фактори (Y) = Сильні сторони (S) + Слабкі сторони (W)				1

За допомогою SWOT-аналізу з'ясовано на основі детального аналізу загроз та слабких сторін, що оптимальним кроком для підприємницьких структур є розробка горизонтальної стратегії диверсифікації, яка передбачає пошук перспектив росту на «старому» ринку за рахунок нової продукції, а це, в свою чергу, вимагає пошуку нової технології, яка відрізняється від використаної. За умов впровадження цієї стратегії вітчизняні підприємницькі структури повинні орієнтуватися на виробництво таких технологічно не пов'язаних один з одним продуктів, створення яких підпорядковувалось би вже наявним можливостям фірми. Додамо, що новий продукт має бути орієнтований на цільового клієнта основного продукту й за своїми якостями та позиціями на ринку він має бути супутнім продуктом, який доповнює лінійку продуктів, що вже виробляються.

Маркетингова політика вітчизняних підприємницьких структур повинна бути спрямована на збереження традиційних ринків збуту для своєї продукції і освоєння нових. Серед перспективних напрямків розвитку можна виокремити поглиблення співпраці з компаніями регіонів, з якими підприємство пов'язує давні партнерські відносини, пропонуючи на ці ринки нові типи та модифікації традиційних продуктів. Такий підхід з локалізації бізнесу у короткостроковій перспективі дозволить підприємницьким структурам отримати економію.

Стосовно підготовки архітектури бізнесу підприємницьких структур у середньо- й довгостроковій перспективі доцільним є використання тривіальних методів, а саме: 1) маркетингові дослідження ринків збуту щодо визначення пріоритетів і реалізації комерційно вигідних проектів з виробництва і продажу товарів та послуг; 2) прямі контакти представників фірм з потенційними замовниками та через регіональних агентів (взаємні візити, прийом делегацій, переговори, консультації і т.д.); 3) контакти документарного характеру (листи, звернення, комерційні пропозиції і т.п.); 4) створення мережі представництв в різних регіонах країни (світу); 5) створення мережі центрів обслуговування для підвищення якості та оперативного супроводу продукції в експлуатації; 6) цілеспрямованість рекламних кампаній з просування продуктів на нові ринки (публікації в спеціалізованих журналах і каталогах); 7) участь в престижних та результативних спеціалізованих заходах (присутність у віртуальному просторі включно), які дозволять сформувати позитивний імідж перспективним товарам.

Для забезпечення стабільної роботи, збільшення доходів та утримання позицій на світових ринках пропонуються підприємствам такі заходи:

- здійснювати послідовну маркетингову політику, спрямовану на пошук нових споживачів і диверсифікацію ринків збуту товарів та послуг;
- проводити систематичну роботу з підвищення якості та характеристик продукції з використанням інноваційних технологій та підходів;
- розробляти нові конкурентоспроможні продукти та сервісні пропозиції;
- розвивати нову програму лояльності споживачів, які є прихильниками;
- налагоджувати віртуальну мережу сервісного обслуговування клієнтів, а також інформаційного забезпечення та «гарячої лінії» для зворотного зв'язку.

Для нормативного врегулювання проблем експорту підприємницьким структурам треба спрямувати дієві пропозиції по внесенню змін до чинних

нормативних актів в галузі експортного контролю та митного оформлення товарів і послуг; до Законів України, нормативних актів Кабінету Міністрів і різних міністерств і відомств, що регулюють відповідні сфери діяльності. Ці пропозиції будуть сприяти: зростанню рівня якості, поліпшенню умов ведення господарської діяльності для підприємств у різних галузях, формуванню стабільних позицій українських підприємницьких структур на зовнішніх ринках, стимулюванню розробки і освоєння інноваційних продуктів, а також активізують формування сучасної культури вітчизняного підприємництва.

Таким чином, розробка і впровадження стратегії диверсифікації діяльності підприємницьких структур дозволить системно враховувати мінливі умови ведення бізнесу й забезпечувати сталий розвиток компаній на тривалий період часу в умовах жорсткої конкурентної боротьби та нестабільності середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушкевич З.М. Перспективний аналіз умов інноваційного розвитку машинобудівних підприємств України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Львів : Львівська політехніка, 2010. № 683. С. 9-13.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.10.2019).

3. Регіональний розвиток та державна регіональна політика в Україні: Стан і перспективи змін у контексті глобальних викликів та європейських стандартів політики. Аналітичний звіт. 342 с. URL: https://surdp.eu/uploads/files/Analytical_Report_Main_part-UA.pdf. (дата звернення: 11.10.2019).

4. Стратегія диверсифікації. URL: <http://www.refine.org.ua/pageid-5471-1.html> (дата звернення: 11.10.2019).

Цвілий С.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
Ненашева А.А.,
магістрант,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

РОЗРОБКА І ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНОГО СТАНДАРТУ СЕРІЇ ISO 9001 У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Процес трансформації вищої школи в Україні проходить період глибокої соціально-економічної кризи. Труднощі ефективного функціонування вищої школи зумовлено: макроекономічною нестабільністю; невідповідністю освітніх програм вимогам ринку праці; незацікавленістю роботодавців в розвитку відношень з системою вищої освіти по формуванню змісту освітнього процесу; відсутністю соціального партнерства, що сприяло б розвитку взаємодій між сферою освіти, службою зайнятості, кадровими агентствами, навчальними закладами і організаціями. Забезпечити міцні ринкові позиції вітчизняним вищим навчальним закладам в таких умовах можливо лише при наявності ефективної системи менеджменту якості (СМЯ), яка носить системний характер і охоплює весь життєвий цикл навчального, освітнього і виховного процесу.

Значний внесок в розвиток теоретичних і практичних питань становлення менеджменту якості в освіті внесли О.І. Волков, Л.М. Віткін, Г.І. Хімичева, Ю.П. Адлер, В.А. Качалов, Т.М. Полховська, С.А. Степанов, В.П. Соловійов, Н.Г. Багаутдінова, Л.М. Разорина, Т.А. Салимова, Н.В. Михайлова, І.П. Данилов, Н.Н. Аниськіна, В.П. Тихомиров та інші. Розробка алгоритму процесу створення СМЯ у ВНЗ полягає у визначенні механізму реформування організаційної структури управління вищого навчального закладу шляхом впровадження Центру функціонування системи управління якістю; формуванні переліку обов'язкової документації системи менеджменту якості ЗВО [1; 2].

Для досягнення цілей в області якості, встановлених вищим керівництвом ЗВО необхідно розробити, документально оформити, впровадити, підтримувати в робочому стані і постійно покращувати СМЯ. Під системою менеджменту якості ЗВО розуміється система менеджменту для керівництва та управління організацією стосовно до якості: сукупність організаційної структури ВНЗ, документації (внутрішніх положень, порядків документованих процедур, методичних вказівок, робочих інструкцій), процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва якістю. Система менеджменту якості (рис. 1) повинна бути спрямована на виконання вимог і очікувань споживачів послуг та на задоволення запитів зацікавлених сторін: засновників, партнерів, персоналу ВНЗ, роботодавців, держави та суспільства. Вивчення досвіду впровадження СМЯ у відповідності до міжнародного стандарту серії ISO 9001 деякими ВНЗ дозволяє виявити ряд труднощів і помилок, які виникали на етапах розробки, впровадження, реформування і адаптації з існуючими СМЯ, а саме [3]:



Рис. 1. Розробка системи якісного менеджменту ЗВО

1) безсистемна технологія прийняття управлінських рішень; 2) нераціональна функціонально-організаційна структура управління; 3) відсутність бізнес-плану на всіх етапах розвитку СМЯ; 4) неефективне використання менеджерами всіх рівнів робочого фонду часу і повноважень та невідповідність рівня компетенцій менеджерів новим конкурентним умовам; 5) неефективна модель використання ресурсної бази (економічної, матеріальної, кадрової, інформаційної, фондової); 6) наміри побудувати систему бізнес-процесного управління автономно від діючої функціонально-організаційної структури, внаслідок чого виникає дві окремі системи управління; 7) некоректне формування документації СМЯ; 8) значний вплив макро- і мікроекономічних показників розвитку галузі освіти.

Враховуючи ключові проблеми і помилки при практичній реалізації СМЯ, констатовано необ'єктивне ставлення до комплексного удосконалення системи управління у ЗВО. У відповідності до міжнародного стандарту серії ISO 9001 дієвим є впровадження алгоритму процесу створення СМЯ у ВНЗ (табл.1).

З метою якісного існування процесів менеджменту і посилення процесних й інформаційних зв'язків при розробці, впровадженні та адаптації СМЯ доцільним є реформування функціонально-організаційної структури управління ЗВО шляхом впровадження Центру функціонування системи управління якістю як окремого органу в структурі ЗВО. Сутність Центру визначається задачами і функціями; місія: розробляти, підтримувати в робочому стані, удосконалювати документацію СМЯ, збирати, обробляти і аналізувати інформацію стану якості освітніх послуг у ВНЗ, проводити в структурних підрозділах ЗВО внутрішні аудити, направлені на підтримання процесів СМЯ, здійснювати аналіз результативності коригуючих і попереджувальних дій, що здійснюються на всіх рівнях управління ЗВО, розробляти методичні матеріали з питань якості освітньої діяльності у ЗВО; проводити навчання з основ СМЯ для керівників підрозділів, персоналу закладу і уповноважених з якості, підготувати до сертифікації та інспекційної перевірки СМЯ ЗВО, проводити експертизи проектів положень про структурні підрозділи на відповідність вимогам стандарту серії ISO 9001; формувати, удосконалювати і підтримувати в належному стані діючу систему менеджменту якості тощо [3].

Процес формування системи менеджменту якості у ЗВО [3, с. 14]

№	Найменування етапів робіт	Вихідний документ
1	Формулювання місії, стратегії, політики та цілей ЗВО з в області якості	Місія, стратегія, політика та цілі ВНЗ в області якості
2	Навчання керівництва та членів робочої групи	Програма навчання, посвідчення, сертифікати
3	Оформлення організаційної структури ВНЗ та схеми підтримки СМЯ	Організаційна структура ЗВО та схема підтримки СМЯ
4	Визначення процесів та розробка системи процесів	Перелік процесів та система (карта) процесів
5	Документування процесів (оформлення документів СМЯ)	Стандарти ЗВО та процедури документування
6	Розвиток системи моніторингу, вимірів та контролю якості	Системи моніторингу, вимірів та контролю якості
7	Удосконалення системи аналізу та прийняття рішень	Система аналізу та прийняття рішень
8	Складання Керівництва з якості	Керівництво з якості
9	Перегляд усієї документації ЗВО (положення, методики, інструкції)	Система документації за окремим графіком (протягом року)
10	Навчання співробітників	Програми, посвідчення
11	Впровадження	Наказ про впровадження
12	Сертифікація СМЯ	Сертифікат

Відсутність об'єктивного органу з питань якості значно погіршує процеси аналізу і оцінки якісних показників діяльності ЗВО і збільшує витрати ресурсів. Особливу увагу треба приділити документації. Запропоновано загальну структуру обов'язкової документації СМЯ ЗВО: базовий рівень (нормативно-правова документація України, Закон «Про вищу освіту, Державні стандарти, тощо); 4 рівень (записи з якості – документи, що містять досягнені результати або відомості здійсненої діяльності); 3 рівень (внутрішні нормативно-правові і організаційно-методичні документи ЗВО); 2 рівень (інформаційні карти процесів, документаційні процедури і методичні інструкції СМЯ); 1 рівень (Політика в області якості. Цілі в галузі якості. Керівництво з якості.)

Таким чином, відсутність всього комплексу документів СМЯ, відображає її неефективність, незавершеність і не виконує основної місії створення СМЯ у ЗВО. Послідовна і правильна розробка, впровадження і адаптація системи менеджменту якості у відповідності до міжнародного стандарту серії ISO 9001 є гарантом успішного розвитку ЗВО. Наявність СМЯ у ЗВО гарантує для роботодавця високу якість підготовки випускників, що спонукає підвищення конкурентоспроможності ЗВО та престижу випускників та роботодавців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Международный стандарт ISO 9000:2005. Система менеджмента качества. Основные принципы и словарь. Женева, 2008. 30 с.
2. Международный стандарт ISO 9001:2011. Система менеджмента качества. Требования. Женева, 2008. 26 с.
3. Багаутдинова Н.Г. Разработка и внедрение системы менеджмента качества в отдельном подразделении образовательной организации. *Теоретическая экономика*. Ярославль : ЯГТУ. 2010. №1. С. 12-18.

Чумак О.В.,
кандидат філософських наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Сучасний етап розвитку вітчизняного сільського господарства характеризується стійкою тенденцією до нарощування і диверсифікації виробництва, пошуку нових методів і форм господарювання на альтернативній основі. Всеохоплююча цифровізація аграрного сектору національної економіки може стати одним із найперспективніших методів господарювання, що спрямований на забезпечення сталого економічного зростання, зміцнення свого ринкового сегмента на світовому ринку і може стати вигідним і перспективним для аграрних підприємств країни.

На сьогодні в Україні за всіма показниками сільське господарство та ІТ – це дві найперспективніші галузі вітчизняної економіки.

ІТ-рішення в сільському господарстві успішно впроваджуються в багатьох країнах світу, зокрема Австралії, США, Канади, Ізраїля та Нідерландів. В Україні процент впровадження високих технологій в агросектор порівняно із світовими лідерами достатньо низький – біля 10-12%.

Швидкість впровадження нових технологій зазвичай обернено пропорційна масштабу компанії. Двигуном науково-технічного прогресу в АПК, є агрохолдинги, які впроваджують інновації не лише у виробництво, але і в усі супутні сфери – управління ресурсами, кадрами, закупівлями тощо. Витрати на високотехнологічні розробки у найбільших гравців становлять \$5–7 на кожен гектар (наприклад, інноваційний бюджет одного з найбільших агрохолдингів – МХП за 2018 рік був на рівні \$2,5 млн.). В той же час темпи поширення інновацій, зокрема цифровізації сільського господарства гальмуються в Україні через складнощі в управлінні, забюрократизованість структури агрохолдингів, відсутність компетентних співробітників, здатних керувати надскладною технікою та/або системами, а також небажання нести за неї відповідальність; відстрочений економічний ефект впровадження високих технологій; віддаленість від інформаційно – консультаційних служб і організацій, які виробляють науково-технічну продукцію; відсутність грошових коштів і державних проектів для підтримки малого бізнесу щодо придбання ним ІТ-продукції й послуг; різний соціально-освітній рівень робітників сільського господарства; відсутність чіткого і науково – обумовленого організаційно – економічного механізму передачі досягнень науки сільськогосподарським товаровиробникам і як наслідок, суттєве відставання галузі по освоєнню інновацій у виробництві [1].

Слід відзначити, що в українському сільському господарстві розробка інновацій у сфері ІТ-технологій і їх впровадження пов'язані переважно з «точним» землеробством, геопозиціонуванням, пілотними технологіями,

супутниковою навігацією, різноманітними системами моніторингу, застосуванням «розумного» тваринництва.

Однією з найпоширеніших ІТ-технологій в агросекторі є система точного землеробства яка здійснюється за допомогою датчиків контролю якості посівів, ведення історії полів для вибору оптимальної культури, лабораторні дослідження ґрунту для розуміння біохімічного складу землі. Ці рішення дають можливість збільшити врожаї та знизити собівартість продукції за рахунок скорочення витрат на добрива, паливо і насіння. Найбільшим попитом серед селян користується GPS-трекінг техніки і контроль за використанням палива, впровадження якого дозволяє в режимі реального часу відстежувати і автоматизувати переміщення техніки та контролювати витрати кожного літру бензину.

Українські фермери все більше бачать доцільність встановлення датчиків на полях для точного розрахунку даних і врожайності. Впровадження елементів точного землеробства серед дрібного і середнього бізнесу в АПК України протягом 2019 року, за прогнозами аналітиків, має зрости на 15%, а до 2024 року ринок агротехнологій буде оцінюватися вже в \$45,4 млрд. саме за рахунок розширення даної технології на середній сегмент, оскільки останні системи точного землеробства і послуги компаній з їх впровадження різко падають в останній час в ціні і вже не є надвитратними.

В українських реаліях на зміну паперовим картам полів з історією сівозміни приходять система Big Data – зведення всіх зібраних з полів різними способами даних про наявність вологи в ґрунті, баланс мінеральних речовин, фази розвитку рослин, наявність/відсутність комах або хвороб рослин. Всі ці дані з високою точністю і швидкістю обробляє штучний інтелект (AI), який за допомоги алгоритмів вираховує проблемні зони на полях.

Цифрові технології дозволяють спрогнозувати погоду заздалегідь. Завдяки обльотам малої авіації і високоточним супутниковим знімкам можна сформулювати прогноз погоди з точністю до 90% на найближчі 48 годин. Це допомагає аграріям заздалегідь планувати польові роботи або навіть рятувати урожай.

Через зміни клімату в світі існує проблема вимирання бджіл-запилювачів. Це, своєю чергою, безпосередньо впливає на врожаї. Альтернативний бджолам варіант, який нещодавно запропонували аграріям українські вчені, - запилення роботами. Процес запилення відбувається шляхом розпилювання дронами невеликих розмірів. Поки що технологія тестується на етапі стартапу, але незабаром вона може набути масового характеру [2].

Сферу послуг з використанням дронів важко оцінити. За даними ІТ-фахівців цей ринок на початок 2019 року складав біля \$10-12 млн. на рік. З листопада 2017 по грудень 2018 року в Україні було продано дронів на загальну суму \$8,8 млн. доларів, яка більше ніж на 70% складається з обладнання торгової марки DJI. Інші 30% приходяться на імпортне обладнання Parrot, Hubsan, SenseFly, Syma, Udirc, Zerotech, SwellPro, PowerEgg, Yuneec, а також дрони українського виробництва DroneUA, UkrSpecSystems, Deviro, iТеста ін. Цифри не враховують обладнання військового призначення, а дані лише громадянської сфери та загальнодоступного користування. В сільському

господарстві доля споживання безпілотних технологій складає 25% від усієї кількості дронів в Україні[3].

У галузі тваринництва застосування ІТ-технологій спрямоване на застосування електронної системи ідентифікації тварин різних датчиків, які можна вмонтовувати в ошийники, вживляти (імплантувати) в тіло тварин, на їх індивідуальне супроводження, автоматизацію технологічних процесів, зокрема, кормління, доїння, підтримку мікроклімату та ін. Як свідчить досвід вітчизняних виробників і фахівців-практиків сусідніх країн, застосування «розумного тваринництва» дозволяє збільшити кількість продукції – м'яса, молока, бавовни, яєць та зменшити енергетичні, трудові та інші витрати [4, с.133].

Окрім названих вище ІТ-технологій, що застосовуються сільгосп-виробниками в реаліях українського сьогодення, цифровізація в сільському господарстві охоплює різні соціальні, організаційні та інституціональні процеси, починаючи від доступу до ринків, кредитних та консультаційних послуг до нових методів менеджменту та маркетингу.

Для більш успішного та широкого впровадження ІТ-інновацій в агропромисловому секторі і рішення багатьох вищеназваних проблем у даній сфері діяльності, уряд, фермерські організації, керівники агрохолдингів, громадянське суспільство, дослідницькі інститути та інші зацікавлені сторони мають розробити концепцію і створити модель електронного сільського господарства в Україні, забезпечити усі необхідні умови для ефективного використання електронних механізмів і методів зростання національного сільськогосподарського виробництва через всеохоплюючий процес цифровізації вітчизняної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кравченко Віталій Інновації та АПК: чому за таким союзом майбутнє: прес-служба Мінагрополітики. 2019. 27 вересня URL: <https://mind.ua/publications/20202576-innovaciyi-ta-apk-chomu-za-takim-soyuzom-majbutne> (дата звернення 23. 10. 2019).
2. Майбутнє вже сьогодні: яких інновацій варто очікувати АПК у 2019 році? Інтернет блог RaiffeisenBankAval. 2019. 11 травня URL: <https://www.aval.ua/biznesu/blog/innovaciy-v-apk-u-2019-31> (дата звернення 23.10.2019).
3. Яковенко Валерий Дроны в сельском хозяйстве: перспективы и главные итоги 2018 года. 2019 31 января. URL: <https://aggeek.net/ru-blog/drony-v-selskom-hozyajstve-perspektivy-i-glavnye-itogi-2019-goda> (дата звернення 23. 10. 2019).
4. Ковалёв И. В. Цифровизация сельского хозяйства как стратегический элемент управления отраслью. *Экономика и бизнес* 2019. №1. С. 131-133.

Чумак М.В.,
магистрант,
Цвильный С.Н.,
кандидат экономических наук, доцент,
Национальный университет «Запорожская политехника»,
г. Запорожье, Украина

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

За последнее десятилетие можно наблюдать колоссальную трансформацию концепции маркетинга. Генезис понятия и история его развития демонстрирует, как компании изначально развивали классический (традиционный) маркетинг, суть которого была проста и заключалась в манипулировании элементами маркетингового комплекса для воздействия на поведение потребителя или другого субъекта рынка для осуществления сделки «купли-продажи». Данный вид маркетинговых отношений назывался исследователями транзакционным, что подразумевало осуществление единоразовой сделки, во главе которой стояло получение прибыли. При этом в приоритете продавца никогда не стояла задача продолжения каких-либо отношений с потребителем. Любые отношения прекращались после завершения сделки и могли быть восстановлены только по желанию клиента, который снова обращался к продавцу. Но, в последние годы, большое внимание в бизнесе уделяется созданию взаимовыгодных, отношений на долгосрочной основе между субъектами рыночной деятельности, то есть происходит переход к концепции маркетинга отношений. Особое внимание к этому вопросу уделяют отечественные предприятия сферы услуг, которые находятся в постоянной взаимозависимости от конечных потребителей.

Теоретическая и методологическая разработка вопросов по формированию и развитию концепции маркетинга отношений содержится в работах американских, западноевропейских и отечественных авторов: Ф. Котлера, Т. Амблера, П. Дойля, Я. Гордона, Ж.-Ж. Ламбена, П. Темпорала та М. Тротта, С. Куца, М. Мотиной, А. Столярова, С. Гаркавенко, Т. Примак и др.

Целью исследования является обобщение научных и практических подходов к формированию долгосрочных отношений компаний сферы услуг с другими субъектами рынка и поиск инструментов имплементации концепции маркетинга отношений в деятельность отечественных предприятий.

Понятие «маркетинг отношений» не имеет единого, признанного во всем мире определения. Проблема исследования генезиса этого понятия заключается в том, что современные ученые даже не придерживаются единого термина. В научной литературе можно встретить несколько различных вариантов: «маркетинг отношений», «управление взаимоотношениями с покупателями», «маркетинг взаимоотношений», «маркетинг взаимодействия», «партнерский маркетинг», «парадигма отношений» и т.д. Понятие «маркетинг отношений» происходит от английского словосочетания «relationshipmarketing».

Мировой классик маркетинга Ф. Котлер считает, что «маркетинг отношений является процессом создания, поддержания и расширения прочных, взаимовыгодных отношений с потребителями и другими заинтересованными лицами» [1, с. 41].

Следует подчеркнуть, что маркетинг обязательно возникает тогда, когда две или более стороны хотят удовлетворить свои потребности посредством коммуникаций между собой и осуществления сделки «купли-продажи». Пять классических концепций маркетинга охватывают процесс обмена благами как единоразовое действие. Трансакцию следует признать обменом благ между участниками рынка. Ранее компании сферы услуг были нацелены лишь на получение максимально прибыли и транзакционный маркетинг способствовал достижению данной цели. Дальнейшие взаимоотношения с клиентами на долгосрочной основе не были приоритетом в менеджменте компаний. Однако, сегодня происходит смена вектора внимания менеджмента бизнес-структур.

Текущей целью имплементации концепции маркетинга взаимоотношений в деятельность предприятия сферы услуг является: установление долгосрочных отношений между партнерами; перспективное сотрудничество в будущем; постоянное подкрепление взаимосвязей в настоящем. Результатом (конечной целью) маркетинга взаимодействия является создание маркетинговой сети клиентов или предприятий в микросреде с принципиально новым подходом в отношениях между участниками. Такая сеть носит название «маркетинговая система взаимодействия», которая включает уникальный актив предприятия. К нему относятся: компания, потребители, поставщики, посредники, наемные работники, дистрибьюторы, рекламные агентства, некоммерческие организации и другие структуры, с которыми компания установила взаимосвязи [2, с. 43].

В формирование концепции маркетинга взаимоотношений внесли вклад различные школы и направления классического маркетинга (рис.1).



Рис. 1. Источники возникновения маркетинга взаимоотношений

Многообразие школ привело к появлению множественности трактовок маркетинга отношений (маркетинг взаимоотношений). Для предприятия сферы услуг важно понимать следующие виды маркетинговых отношений [3, с. 82].

Глобальный маркетинг взаимоотношений (RM- Global, RM-G) - это создание долгосрочных, надежных и взаимовыгодных для всех сторон взаимоотношений с ключевыми партнерами компании на рынке (потребители, поставщики, дилеры, дистрибьюторы, инвесторы, акционеры, банки и др.).

Маркетинг взаимоотношений с клиентами (RM - Consumer, RM-C) - это создание долгосрочных, надежных, прагматичных, ценных взаимоотношений с клиентами компании (достижение максимального удовлетворения запросов на основе искреннего желания фирмы угодить клиенту с целью дальнейшего взаимовыгодного сотрудничества; создание настоящей ценности для клиента).

Маркетинг взаимоотношений с работниками (RM - Employee, RM-E) - это создание долгосрочных, надежных, прагматичных и ценных взаимоотношений со всеми работниками (обеспечение фирмы нужными кадрами и установление ценных для обеих сторон взаимоотношений; удовлетворение социальных, психологических, нравственных, этических потребностей персонала) [4, с. 70].

Преимущества долгосрочных партнерских отношений на основе концепции маркетинга: 1) снижение издержек и финансовых потерь за счет совместных усилий организации сферы услуг и исполнителей услуг; 2) повышение эффективности производственно-хозяйственной деятельности с определением общих стратегических целей и перспектив; 3) внедрение инноваций при совместном прогнозировании эффективности их внедрения и рисков технологических нововведений; 4) прозрачность совместной деятельности путем сбора информации о стандартах и ожиданиях партнеров.

Таким образом, формирование концепции маркетинговых отношений приобретает большую степень важности и значение, поскольку обеспечивает повышение эффективности деятельности предприятия. Приоритетной целью маркетинговых отношений предприятия сферы услуг должно стать построение взаимовыгодных отношений, представляющих ценность для участников рынка. При этом условиями построения такого вида отношения будут высокая частота контактов, доверие между сторонами и перспективное сотрудничество. Важной составляющей маркетинга отношений является формирование лояльности и увеличения ценности как для потребителей, так и для партнеров на рынке.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок / пер. с англ. В.А. Гольдича [и др.]. Москва: Издательство «АСТ», 2000. 272 с.
2. Котлер Ф. Маркетингменеджмент. Санкт-Петербург: ПитерКом, 1998. 896 с.
3. Gummesson E. 1999. Total Relationship Marketing: Rethinking Marketing Management from 4Ps to 30 Rs. ButterworthHeinemann: Oxford.
4. Третьяк О.А. Отношенческая парадигма современного маркетинга. *Российский журнал менеджмента*. 2013. №1. С. 28 – 31.

*Шаульська Л. В.,
доктор економічних наук, професор,
Томчук О. В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ЕКОНОМІЦІ МІСТА

Сучасні соціально-економічні процеси, що відбуваються у країні на різних рівнях управління, викликають необхідність по-новому сприймати роль і вплив людського потенціалу на розвиток міста.

Продуктивна потужність міста в першу чергу залежить від ступеню розвитку людського потенціалу, який є найбільш цінним його ресурсом, що впливає на поступальний розвиток економіки та його конкурентоспроможність.

Людський потенціал не лише визначає можливості міста бути забезпеченим творчими, кваліфікованими кадрами в майбутньому, але й впливає на можливості розширеного суспільного відтворення в його демографічних, економіко-соціальних та духовних аспектах. У сучасних умовах успішність розвитку економіки міста визначається здатністю до генерації інновацій перетворень, зростанням ролі людини в відтворювальних процесах. Це висуває на перший план проблему формування людського потенціалу та виявлення пріоритетних напрямків його розвитку. Актуальним в теоретичному та практичному плані є поглиблення розуміння тих тенденцій, закономірностей і факторів, що визначають стан, рівень та перспективу якісної динаміки розвитку людського потенціалу в складних сучасних умовах, а також наукове обґрунтування шляхів та ефективних механізмів забезпечення його реалізації.

Дефініція «людський потенціал» є досить складною економічною категорією, і усе частіше використовується як вітчизняними, так і іноземними вченими. Категорія «людський капітал» є похідною від дефініцій: «робоча сила», «трудові ресурси», «трудовий потенціал», «людський потенціал». Людський капітал у загальному вигляді доцільно розглядати як сукупність належних працівникові природних здібностей (здоров'я, творчої схильності тощо), а також самостійно нагромаджених (набутих у результаті життєвого досвіду) та розвинутих ним унаслідок інвестування в освіту, професійну підготовку та оздоровлення.

Проблеми розвитку людського потенціалу розглянуто в працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як О. Амоша, С. Бандура, Г. Башнянин, Г. Беккер, Д. Богиня, В. Брич, Е. Брукинг, В. Геєць, О. Грішнова, О. Данилішин, М. Долішній, Л. Ємельяненко, С. Злупко, А. Колот, Є. Лібанова, І. Малий, І. Михасюк, І. Мойсеєнко, В. Приймак, У. Садова, О. Стефанишин, А. Чухно, В. Щетинін та ін.

Людський потенціал набуває значення одного із головного та визначального чинника соціально-економічного розвитку міста. Людський потенціал є найширшою соціально-економічною категорією, що характеризує

участь людини в суспільних процесах, тому виокремлення саме його ролі спроможне до комплексного визначення принципів людського розвитку та політики в цьому напрямі (рис. 1).

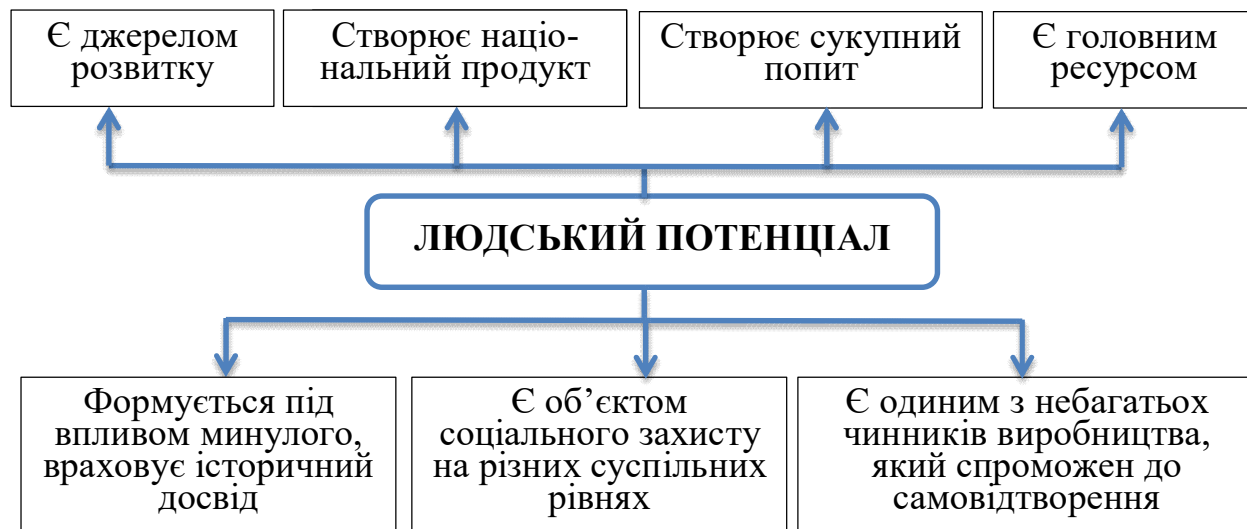


Рис. 1. Місце людського потенціалу в системі соціально-економічного розвитку міста

На наш погляд, взаємозв'язки, що представлені на рис. 2, характеризують рівень наукової абстракції та квантифікацію понять. Первісно, ядром усіх категорій є робоча сила, як наукова абстракція здатності працівника приймати участь у суспільній праці. Кількісна визначеність інших категорій дозволяє мати уяву про обсяг ресурсів праці, якими володіє суспільство. Так, людський капітал може бути визначеним через його вартісну оцінку, трудовий потенціал – через обсяг потенційного робочого часу, яким володіє суспільство, підприємство, працівник, а потенціал людини (людський потенціал) – індексом розвитку людського потенціалу.

Отже, категорія «людський потенціал» характеризує відносини стосовно його самореалізації як у трудовому процесі, так і за його межами. Якщо трудовий потенціал на індивідуальному рівні відповідає робочій силі, то людський потенціал – особистості. Відмінність трудового та людського потенціалів виступає в явному вигляді при розгляді питання про їх реалізацію. Сфера реалізації трудового потенціалу обмежена виробництвом матеріальних і нематеріальних благ та послуг, тобто трудовою діяльністю.

На відміну від трудового людський потенціал реалізується в різноманітних видах діяльності, пов'язаних не тільки з працею, але і з проведенням дозвілля, з міжособистими відносинами, а також у сфері споживання. У економічній теорії людський потенціал підлягає розгляду не у всьому різноманітті його характеристик, а лише в той мірі, в якій його розвиток і реалізація визначають соціальну та економічну ефективність відтворювальних процесів.

Людський потенціал (ЛП)			
Людський капітал (ЛК)			
Трудовий потенціал (ТП)			
Трудові ресурси (ТР)			
наукова абстракція здатності працівника приймати участь у суспільній праці	сукупність властивостей, які накопичені системою в процесі її становлення й які обумовлюють її здатність до функціонування та розвитку	сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичення людьми певного запасу здоров'я, знань, навиків, здібностей, мотивацій, що цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів (заробітків) його власника	характеризує новий ступінь у розвитку людини, коли поряд із виробничими можливостями людини дедалі зростаючу роль відіграють інтелектуальні, соціальні, психологічні та культурні якості, тобто людські риси

Рис. 2. Співвідношення понять «трудові ресурси», «трудовий потенціал», «людський капітал», «людський потенціал» в системі соціально-економічного розвитку міста

У сучасних економічних дослідженнях методологічною базою аналізу процесів відтворення людського потенціалу найбільш часто виступає теорія людського капіталу [1-6], основи якої були закладені ще в 18-19 ст. в роботах класиків англійської політичної економії. Вони вважали населення країни як невід'ємний елемент національного багатства.

Людський капітал – це одна з форм прояву людського потенціалу. Реалізація людського капіталу стає можливою за умов відсутності високого рівня циклічного безробіття.

Складовою людського потенціалу є трудовий потенціал, саме від нього залежать і такі параметри, як темпи науково-технічного прогресу, організація і культура праці, її продуктивність.

Людський потенціал економіки можна характеризувати як накопичений населенням запас фізичного і морального здоров'я, загальнокультурної та професійної компетентності, творчої, підприємницької та громадянської активності, що реалізуються в різноманітних сферах діяльності, а також у структурі потреб. Н. Римашевська зазначає, що людський потенціал – не обсяги виробництва і відповідний рівень доходу, а можливості людського вибору, які розширюються. Людський потенціал – це сукупні можливості суспільства і

держави, які визначають могутність країни вчора, сьогодні й завтра. На макрорівні людський потенціал є складною соціально-економічною системою, на нього впливає низка факторів і заходів, тому його стан характеризується сукупністю показників, які доповнюють один одного: життєвий потенціал населення; інвестування у формування та нагромадження людського потенціалу; науковий потенціал суспільства; потенціал зайнятості; освітній потенціал; потенціал здоров'я; культурний потенціал [7; 8].

Отже, людський потенціал – це сукупні можливості окремої людини або населення країни, регіону, іншої спільноти до економічної, соціальної діяльності та до власного розвитку. Поняття людського потенціалу охоплює такі властивості людини, як потреби та інтереси, рівень життя, рівень здоров'я, загальні та професійні знання, кваліфікацію, мотивацію діяльності, ставлення до праці, ініціативність та підприємливість, способи поведінки. Методологічною базою аналізу процесів відтворення людського потенціалу найбільш часто виступає теорія людського капіталу, яка концентрується навколо розвитку людини, орієнтованого на потреби суспільного виробництва, досліджує вдосконалення людини як фактора виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории: пер. с англ. Е. Батраковой, Р. Капелюшниковой, О. Шибалкина и др.; сост. научн. ред, послесл. Р. И. Капелюшиков, предисл. Н.И. Левина. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. 672 с.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал; [пер. с англ. Н. Мишкова]; под ред. Л.Н. Ковалик. СПб: Питер, 2001. 288 с.
3. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійній підготовки. К.: Знання, 2001. 254 с.
4. Климко С. Г., Пригода В. М., Сизоненко В. О. Людський капітал: світовий досвід і Україна. К.: Основи, 2006. 224 с.
5. Климов С. М. Интеллектуальные ресурсы общества: монография. СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2002. 199 с.
6. Щетинин В. Человеческий капитал и неоднозначность его трактовки // Мир. экон. и межд. отн. 2001. № 12. С. 24-37.
7. Римашевская Н. М. Качество человеческого капитала в России. М.: Межд. Фонд Н. Д. Кондратьева, 2009. С. 100-102.
8. Римашевская Н. Человеческий потенциал России и проблемы «сбережения населения». *Российский экономический журнал*. 2004. № 9–10. С. 22–40.
9. Гузенко Г. М. Людський потенціал: сутність та пріоритетні напрямки розвитку в Україні: URL: znrkhnpu_eko_2010_10_8.pdf.

*Шелемельова Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна*

ТУРИСТИЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Важливим чинником розвитку сучасного туризму є покращення інформаційного забезпечення цього процесу. Одним з ефективних інструментів управління сферою туризму та курортів в регіонах може стати формування мережі міських туристичних інформаційних центрів, що сприятиме підвищенню туристичної привабливості міста та активізації туристично-екскурсійної діяльності на його території. Роль туристичних інформаційних центрів у розвитку сфери туризму, особливості організаційно-економічних аспектів їх функціонування, роль та місце в системі управління туризмом у регіонах розглядали в своїх наукових працях Р.В. Волчецький, П.А. Горішевський, Ю.В. Зінько, В.С. Кучеренко, М.М. Малахова, М.П. Мальська, Ю.В. Моклиця, О.В. Музиченко-Козловська, І.Л. Семичастний, Е.А. Сергєєвої, Т.Д. Скутар, Т.Г. Сокол, Л.Б. Чайка-Петегирич, О.І. Черниш, Т.О. Чичкалюк, Л.М. Ткачук. Туристично-інформаційний центр повинен стати елементом системи управління сферою туризму на території міста (області). Він може здійснювати інформаційне забезпечення системи державного регулювання та управління туризмом у регіоні, оскільки потрібно постійно оновлювати нормативно-правову та інформаційно-аналітичну бази, які забезпечують ефективне управління розвитком сфери туризму та курортів. Туристично-інформаційний центр, як організаційна структура системи управління сферою туризму та курортів, повинен виконувати широкий спектр послуг для підприємців у сфері туристичного бізнесу, відпочиваючих, а також потенціальних споживачів. За замовленням зацікавлених організацій він може проводити маркетингові та соціологічні опитування; виконувати роботи щодо збору і систематизації статистичної та іншої інформації про результати туристично-екскурсійної діяльності на території міста; аналізу ринків збуту послуг для майбутніх інвестиційних проектів; контроль якості туристичних послуг, які надаються на території міста [1].

Про необхідність створення Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів мова йшла ще у ст. 26 проекту закону України «Про туристичні ресурси», розробленому Державним агентством України з туризму і курортів у 2011 р. У цьому законодавчому акті визначено функції офіційних туристичних інформаційних центрів, які полягають у забезпеченні інформацією та інформаційно-консультаційними послугами туристів [2]. Про необхідність «формування інформаційного простору сфери туризму і курортів» та «створення єдиної системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринку» задекларовано у Стратегії розвитку туризму і курортів України [3].

Важливим завданням політики місцевої влади в управлінні туризму є поліпшення інформаційного забезпечення цього процесу, адже без реклами й інформації, що залучає споживачів певних послуг, розвиток туристсько-рекреаційної діяльності неможливий.

Діяльність ТІЦ має бути спрямована на інформування та консультування туристів та інших суб'єктів туристичної галузі економіки, промоцію та рекламування туристично-рекреаційних ресурсів та інших принад місцевості тощо. Адже за даними статистичних досліджень Всесвітньої туристичної організації відомо, що збільшення витрат на рекламу туристичного продукту спричиняє підвищення доходів туристичної галузі економіки .

Закон, прийнятий Міжпарламентською Асамблеєю держав-учасниць СНД містить таке визначення туристично-інформаційного центру [4, ст. 26 п. 4]: «Туристично-інформаційні та гостьові центри (далі ТІЦ) це некомерційні та приватно-державні організації, цілями діяльності яких є: – сприяння органам державної влади у формуванні та використанні інформаційних ресурсів про туризм; – надання на безоплатній основі (громадянам та іншим зацікавленим особам) неупередженої та компетентної документованої туристичної інформації». Тобто, положення цього Закону досить чітко відображає суть діяльності туристичного інформаційного центру, а саме: надання туристам «неупередженої та компетентної інформації» на «безоплатній основі» в поєднанні з платним наданням додаткових послуг [4, ст. 26, п. 6].

На нашу думку, туристично-інформаційний центр – важливий інструмент туристичної інфраструктури, за допомогою якого туристи та інші суб'єкти туризму мають можливість отримати повну туристичну інформацію та консультативні послуги щодо туристичної діяльності у місцевості та зі її межами.

Зміст існування інформаційних туристичних центрів впливає з поняття «туристична послуга», яка є комплексом послуг із задоволення потреб туриста: у відпочинку, харчуванні, переміщенні та інших, які сприяють забезпеченню мети подорожі.

Представники порталу Zruchno.Travel склали список 10 найбільш туристичних міст України. За підсумками 2018 р. топ-десятка туристичних міст України виглядає наступним чином (табл. 1).

Саме на успішний розвиток туризму в цих містах України посприяло відкриття туристичних інформаційних центрів та тісна співпраця органів влади, місцевого самоврядування і підприємств туристичної індустрії.

О. В. Музиченко-Козловська стверджує, що в сучасних умовах функціонування туристичної галузі у діяльності туристичних інформаційних центрів зацікавлені всі учасники цього процесу. Державні та місцеві органи влади можуть очікувати збільшення податкових надходжень від зростання туристичної активності в регіоні. Організації і підприємства сфери туристичного бізнесу – туристичні оператори й агенції, готелі, ресторани, театри, туристичні бази, супермаркети тощо – очікують збільшення прибутків [6, с. 49].

Топ-десятка туристичних міст України за підсумками 2018 року

№	Місце
1	Кам'янець-Подільський – фестивальна столиця України
2	Чернігів – місто легенд
3	Запоріжжя – прорив року
4	Львів – гастрономічна столиця
5	Луцьк – найтаємничіше місто
6	Тернопіль – форпост України
7	Одеса – столиця гумору
8	Харків – місто молоді
9	Ужгород – столиця винного туризму
10	Київ – лідер внутрішнього туризму

Складено автором за даними [5]

На рівні окремих адміністративно-територіальних одиниць (область, район, місто) організовується єдиний інформаційний простір щодо стану й тенденцій розвитку територіального ринку, акумулюється необхідна статистична інформація про туристичні ресурси території, оцінюється діяльність туристичного бізнесу, його внесок у формування бюджету. Часто інформуванням туристів про регіон займаються туристичні офіси та бюро для відвідувачів з визначеними годинами роботи, які орієнтовані не тільки на людей, які потребують певної інформації, вони також пропонують та надають туристичні послуги і продукти.

Сьогодні туристично-інформаційні центри створено у більшості областях України та у малих містах західного регіону України. Так, наприклад, мережа ТІЦів на Закарпатті почала розвиватися у 2004 році, коли було створено Туристично-інформаційний центр Закарпаття, що є засновником Інформаційного агентства «Турінформ Закарпаття», яке безкоштовно поширює інформацію про туристичні можливості Закарпаття. У липні 2006 року в рамках проекту «Створення регіонального туристичного інформаційного центру в Закарпатській області» було відкрито турінфоцентр в м. Берегові. Реалізація зазначеного проекту являється відправною точкою у формуванні ТІЦів на Закарпатті [7]. В березні 2016 р. маючи великий туристичний потенціал м. Дрогобич, для популяризації туристичної привабливості міста, відповідно до рішення Дрогобицької міської ради, створив промоційну інституцію – комунальне підприємство «Туристично-інформаційний центр м. Дрогобича» [8, с. 428].

В березні 2018 р. відповідно до рішення Запорізької міської ради було створено Комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр». Метою діяльності якого є отримання прибутку від надання туристично-інформаційних послуг, покращення соціально-економічного розвитку міста через впорядкування і розвиток туристичної діяльності як пріоритетного виду економічної діяльності [9].

Отже, створення мережі ТЦЦів та їх взаємодія з іншими регіональними центрами один із важливих механізмів підвищення ефективності та удосконалення системи управління розвитком туризму, який сприятиме системному розвитку сфери туризму та рекреації регіонів, адже надає можливість отримання доступної інформації про туристично-рекреаційний потенціал в Україні. Це в свою чергу сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі, оскільки якісна та своєчасно отримана інформація стимулює попит на туристичні послуги. Але без організаційної та фінансової підтримки з боку місцевої та державної влади довгострокові проекти в цій сфері неможливі. Розвиток національної мережі ТЦЦ допоможе покращити управління та регулювання туристичної діяльності на державному рівні, що має привести до збільшення кількості туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кучеренко В. Особливості та сучасні тенденції управління туристичною сферою. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм*. Випуск 1. 2010. С.197–205.
2. Проект закону України «Про туристичні ресурси». URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 12.10.2019).
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів». – № 1088-р., 2008 р. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-p>. (дата звернення: 12.10.2019).
4. Модельный Закон «О туристической деятельности», утвержден Постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ № 27-15 от 16 ноября 2006 года.
5. Експерти назвали міста, які стали туристичними лідерами України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2610679-eksperti-nazvali-mista-aki-stali-turistichnimi-liderami-ukraini.html> (дата звернення: 12.10.2019).
6. Музиченко-Козловська О.В. Туристично-інформаційний центр як елемент інноваційної інфраструктури туризму. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2013. № 754. С. 47–52.
7. Торпої Й. Як створити успішну мережу ТЦЦів і як фінансувати їхню діяльність: Закарпатський досвід. URL: http://www.linc.com.ua/documents/storage/Zakarpattya_TICs.pdf (дата звернення: 12.10.2019).
8. Чайка-Петегирич Л. Б. Туристично-інформаційний центр як ефективний інструмент розвитку туризму малих міст. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/72.pdf (дата звернення: 12.10.2019).
9. Статут комунального підприємства «Туристично-інформаційний центр» Запорізької міської ради : Рішення Запорізької міської ради № 50 від 28.03.2018. Запоріжжя, 2018. 13 с.

*Якимова Н.С.,
кандидат економічних наук,
Кобідзе Н.Н.,
аспірант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ РИНКУ ПРАЦІ ТА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В НОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

У сучасних умовах конкурентоспроможність персоналу перебуває в тісній взаємодії з ринком праці та ринком освітніх послуг, тенденціями та особливостями їх розвитку. Освіта є невід'ємною складовою підвищення конкурентоспроможності молоді, що забезпечує не лише отримання певного освітнього рівня, а й формування конкурентних переваг особистості. Освіта також впливає на професійно-кваліфікаційну структуру ринку праці, рівень розвитку економіки та людського капіталу. Саме тому з метою забезпечення продуктивності зайнятості та підвищення рівня конкурентоспроможності доцільно здійснювати формування професійно-освітнього потенціалу населення, переорієнтацію ринку освітніх послуг на потреби ринку праці на основі: визначення потреби у фахівцях і кваліфікованих робітниках відповідно до розвитку секторів економіки; забезпечення виконання державних зобов'язань щодо інвестування освіти; впровадження постійного моніторингу затребуваності професій і вимог роботодавців до кандидатів на вакантні місця, пов'язані з цими професіями, прогнозування потреби в професійних кадрах; обґрунтування та розроблення ефективного механізму співпраці та координації роботи шкіл і роботодавців для їх швидкого реагування на потреби ринку праці; покращення механізмів підготовки, розміщення і контролю за державним замовленням на підготовку кваліфікованих кадрів закладами вищої та професійно-технічної освіти; впровадження нових форм і механізмів для залучення підприємців до участі в розвитку професійної освіти.

Підвищення професійно-освітнього рівня населення залежить від покращення фінансового, кадрового, інформаційного, науково-методичного забезпечення системи освіти, її матеріально-технічної бази, змісту та методів навчання. Доцільним є забезпечення відповідності та збалансованості між професійно-кваліфікаційною структурою підготовки кадрів та потребами ринку праці. Важливо забезпечити безперервне оновлення знань і навичок протягом усього трудового періоду робітника. Доцільно значно збільшити роль і відповідальність роботодавців для створення і підтримки рівня здібностей, умінь та навичок робітників.

Сприяння формуванню здатності до інноваційної праці у персоналу вимагає визначення низки заходів в сфері освіти та соціально-трудових відносин, а саме: формування у сучасних випускників професійних навичок та компетенцій у навчальних закладах всіх рівнів акредитації та форм власності,

стимулювання їх творчості, активності та ініціативи, створення дієвих стимулів для інноваційної діяльності, розвиток конкуренції на робочому місці.

За сучасних умов розвитку економіки важливим є впровадження заходів щодо вдосконалення системи освіти, професійної підготовки та перепідготовки кадрів у напрямі її більшої відповідності вимогам ринку праці, переорієнтація ринку освітніх послуг на потреби ринку праці на основі:

- визначення потреби у фахівцях і кваліфікованих робітниках відповідно до розвитку секторів економіки;

- забезпечення виконання державних зобов'язань щодо інвестування освіти;

- впровадження постійного моніторингу затребуваності професій і вимог роботодавців до кандидатів на вакантні місця, пов'язані з цими професіями, прогнозування потреби в професійних кадрах;

- обґрунтування та розроблення ефективного механізму співпраці та координації роботи шкіл і роботодавців для їх швидкого реагування на потреби ринку праці;

- покращення механізмів підготовки, розміщення і контролю за державним замовленням на підготовку кваліфікованих кадрів закладами вищої та професійно-технічної освіти;

- впровадження нових форм і механізмів для залучення підприємців до участі в розвитку професійної освіти;

- вдосконалення контролю за якістю різних видів освіти, вирівнювання якості освіти в різних регіонах, в міських та сільських школах;

- розробка та використання більш ефективної моделі фінансування освітньої сфери, що сприятиме розширенню джерел фінансування та контролю за ефективним використанням виділених коштів;

- збільшення державних інвестицій в науку та освіту, підтримка підприємств, що фінансують навчання та фахову перепідготовку працівників;

- покращення якості освіти через удосконалення матеріально-технічної бази, навчальних технологій, організаційно-економічного, нормативно-правового, кадрового, науково-методичного та інформаційного забезпечення навчального процесу;

- розширення участі в міжнародних проектах, спрямованих на розвиток та вдосконалення системи освіти та професійної підготовки;

- сприяння інтенсивному розвитку науки та залучення до наукової діяльності студентів;

- розширення інформування випускників навчальних закладів різних рівнів акредитації і незайнятого населення про перспективи розвитку ринку праці, попит на працю та можливості професійної освіти та перепідготовки;

- створення та забезпечення ефективного функціонування системи контролю за якістю освіти, створення незалежної системи тестування отриманих знань;

- навчання випускників основним правилам і прийомам поведінки на ринку праці: способам пошуку роботи, заповнення документів, основним трудовим нормам;

– залучення вітчизняних навчальних закладів всіх рівнів акредитації та форм власності до участі у міжнародних освітніх проектах, забезпечення міжнародного співробітництва навчальних закладів у сфері наукової діяльності;

– реалізація рішення уряду про сприяння професійних навчальних закладів працевлаштуванню своїх випускників.

Важливим напрямом є створення ефективних механізмів активізації взаємодії ринку праці та ринку освітніх послуг. Інструменти активізації такої взаємодії доцільно поділити на державні та ринкові. Державними інструментами виступають: закони і нормативно-правові документи; організаційно-економічне регулювання; соціальна політика; інноваційна політика; фінансова політика; політика науково-технічного розвитку; регіональна політика; інформаційна політика. Ринковими інструментами є: конкуренція; попит і пропозиція; ціна; фінансові можливості роботодавців для залучення ресурсів праці; розвиненість ринкової інфраструктури; інформація.

Чинники активізації взаємодії ринку праці та ринку освітніх послуг доцільно поділити на три групи: інноваційні, інвестиційні та інституційні. Інноваційними чинниками є: урахування в освітній діяльності потреб економіки в умовах переходу до високотехнологічної структури виробництва; сприяння розвитку нових форм зайнятості, професій, навичок та здібностей; врахування прогресивних технологій, запровадження інновацій. Інвестиційні чинники: сприяння інвестуванню розвитку та реалізації високотехнологічної, інноваційної діяльності; інвестування у впровадження нових технологій у освітню діяльність; стимулювання інноваційних процесів на ринку праці за рахунок їх інвестування державою, навчальними закладами, роботодавцями, індивідами. Інституційні чинники: забезпечення розвитку соціального партнерства; сприяння розвитку інфраструктурної складової; розвиток публічно-приватного партнерства; забезпечення збалансованого розвитку ринку праці на основі впровадження інноваційних форм зайнятості та покращення ресурсного забезпечення ринку праці та освітньої системи.

Таким чином, реалізація запропонованих заходів сприятиме забезпеченню високої якості формування ресурсів праці, а саме: підвищенню рівня їх кваліфікації, професійних навиків, досвіду роботи, забезпеченню високого рівня інноваційності, мобільності, адаптованості працівників. Необхідність підвищення якості ресурсів праці в сучасних умовах розвитку економіки зумовлена змінами у професійно-кваліфікаційній структурі робітників, у змісті та характері праці. Системний характер запропонованих механізмів активізації взаємодії ринку праці та ринку освітніх послуг сприятиме можливості їх використання в контексті формування професійно-кваліфікаційного балансу на ринку праці та більш продуктивного використання людських ресурсів, підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

Наукове видання

**Стратегічні пріоритети трансформації
економіки в умовах цифровізації**

матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

Відповідальний за випуск: *Карпенко А.В.*

Ілюстрації для обкладинки взяті з відкритих джерел з вільним доступом

Видавець:

Мокшанов В. В.

Адреса редакції:

Україна, 69035, м. Запоріжжя, пр. Соборний, 158, оф. 257.

тел.: (061) 220-88-63, моб.: (050) 362-8-007

bookpro.in.ua@gmail.com

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 5288 від 01.02.2017 р

Підписано до друку 27.11.2019.

Формат 60x84/16. Папір офсетний № 1. Гарнітура Серіф.

Друк принтерний. Ум.-друк. арк.: 16,62. Обл.-вид. арк.: 17,85.

Наклад 200 прим. Замовлення № 1003/11.2019-А.

Макет віддрукований:

Фізична особа-підприємець В. В. Мокшанов

тел.: (061) 220-88-63

Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України 2 103 000 0000 081508 від 02.12.2014 р.