

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ХІМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
УНІВЕРСИТЕТ БАНДІРМА (ТУРЕЧЧИНА)
СУСПІЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК (ПОЛЬЩА)
ПІВДЕННО-КАЗАХСТАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. М. АУЕЗОВА (КАЗАХСТАН)
БІЛОРУСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (БІЛОРУСІЯ)
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Збірник тез доповідей
III Міжнародного євразійського конгресу
економіки і соціальних наук

26-28 квітня 2018 року

ДВНЗ УДХТУ

м. Дніпро

УДК 330.341.1

З-41

*Рецензенти: Старостіна А.О., д.е.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри міжнародної економіки та маркетингу Київського національного університету імені Тараса Шевченка;
Ткаченко А.М., д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Запорізького національного технічного університету*

Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
Протокол № 2 від 29.03.2018 р.

З-41 Збірник тез доповідей III Міжнародного євразійського конгресу економіки і соціальних наук. – Дніпро: ДВНЗ УДХТУ, 2018. – 228 с.

ISBN 978-617-7478-17-0

Збірник містить тези доповідей III Міжнародного євразійського конгресу економіки і соціальних наук, який відбувся 26-28 квітня 2018 року у м. Дніпро, Україна.

Редакційна колегія

Голова редакційної колегії:

Чуприна Н.М. к.е.н., доц., декан економічного факультету ДВНЗ УДХТУ

Члени редакційної колегії:

Гармідер Л.Д. д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ УДХТУ

Дубницький В.І. д.е.н., професор, академік АЕН України, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ УДХТУ

Колесніков В.П. к.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу ДВНЗ УДХТУ

Пожуєва Т.О. д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та фінансів ДВНЗ УДХТУ

Федулова С.О. к.е.н., доцент, завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ УДХТУ

Чернишева О.М. к.е.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів ДВНЗ УДХТУ – відповідальний редактор

УДК 330.341.1

ISBN 978-617-7478-17-0

© Економічний факультет
ДВНЗ УДХТУ, 2018

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ТА ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТИ

Голова оргкомітету:

Півоваров Олександр Андрійович, д.т.н., проф., ректор ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Члени оргкомітету:

Кемаль Окуян, докт., проф., Університет Балікесір, Туреччина

Чуприна Наталія Миколаївна, к.е.н., доц., декан економічного факультету ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Рябцева Ольга Євгенівна, к.е.н., доц., доцент каф. менеджменту та фінансів ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Журавель Віра Володимирівна, ст. викл., заст. декана економічного факультету з виховної роботи ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Яшар Ілмаз, к.н., Університет Балікесір, Туреччина

Ахмет Мерсін, Університет Балікесір, Туреччина

Науково-консультативна рада:

Абдіманат Абдразаковіч Жолдасбеков, Південно-Казахстанський державний університет ім. М. Ауезова (Казахстан)

Колесніков Володимир Петрович, к.е.н., проф., зав. каф. маркетингу ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Бартломей Ніта, д.е.н., проф., проректор з фінансової роботи Економічного університету у Вроцлаві (Польща)

Старостіна Алла Олексіївна, д.е.н., проф., заслужений діяч науки і техніки України, зав. каф. міжнародної економіки та маркетингу Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Ткаченко Алла Михайлівна, д.е.н., проф., зав. каф. підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Запорізького національного технічного університету

Серап Палаз, докт., проф., Університет Бандірма ім. 17 вересня, Туреччина

Альпаслан Серел, докт., проф., Університет Бандірма ім. 17 вересня, Туреччина

Ердоган Коч, докт., проф., Університет Бандірма ім. 17 вересня, Туреччина

Кевдет Авкикурт, докт., проф., Університет Балікесір, Туреччина

Дуріє Бозок, докт., проф., Університет Балікесір, Туреччина

Кемаль Кантарчі, докт., проф., Аладін Кейкубатський університет Аланї, Туреччина

Мехмет Сарісік, докт., проф., Університет Сакарья, Туреччина

Суайп Оздемір, докт., проф., Стамбульський університет, Туреччина

Еркан Акар, докт., проф., Стамбульський університет, Туреччина

Ергюн Демір, докт., проф., Університет Балікесір, Туреччина

Селамі Сезгін, докт., проф., Університет Османгазі, Туреччина

Сурган Кам, докт., проф., Університет Кардіффа, Великобританія

Ердаль Караголь, докт., проф., Йилдирим Беязіт університет, Туреччина

Огуз Караденіз, докт., проф., Університет Памуккале, Туреччина

Каніщенко Олена Леонідівна, д.е.н., проф. каф. міжнародної економіки та маркетингу Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Монастирський Григорій Леонардович, д.е.н., проф. каф. менеджменту та публічного управління Тернопільський національний економічний університет

Борисова Тетяна Михайлівна, д.е.н. в.о. зав. каф. підприємництва, торгівлі та маркетингу, Тернопільський національний економічний університет

Ючел Озтурк, докт., проф., Університет Сакар'я, Туреччина

Якуб Махмудов, Національна Академія наук Азербайджану, Азербайджан

Левченко Наталія Михайлівна, д.держ.упр., проф., зав. каф. обліку і оподаткування Запорізького національного технічного університету

Гармідер Лариса Дмитрівна, д.е.н., доц., зав. каф. економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Пожусва Тетяна Олександрівна, д.е.н., доц., зав. каф. менеджменту та фінансів ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Федулова Світлана Олександрівна, к.е.н., доц., зав. каф. теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Ольферович Андрій Богданович, к.е.н., доц., декан інженерно-економічного факультету Білоруського державного технологічного університету (Білорусія)

Сейдахметов Марат Канімбекович, к.е.н., доц., декан факультету економіки та фінансів Південно-Казахстанського державного університету ім. М. Ауезова (Казахстан)

Ертан Деміркапі, доц., Університет Бандірма ім. 17 вересня, Туреччина

Бурак Дарічі, доц., Університет Бандірма ім. 17 вересня, Туреччина

Мурат Басаран, доц., Аладін Кейкубатський університет Алан'ї, Туреччина

Доган Кутукіз, доц., Кокманський університет Мугла Сіткі, Туреччина

Огуз Туркей, доц., Університет Сакар'я, Туреччина

Гусейн Сойбалі, доц., Аладін Кейкубатський університет Алан'ї, Туреччина

Нуран Асик Акшіт, доц., Університет Балікесір, Туреччина

Еркан Озен, доц., Ушакський університет, Туреччина

Ібрагім Ердемір, доц., Балікерський університет, Туреччина

Зеки Чевік, доц., Балікерський університет, Туреччина

Маммедова Ірада, доц., Національна академія наук Азербайджану

Кочар Іоанна, д.е.н., координатор зв'язків із Східною Європою Економічного університету у Вроцлаві (Польща)

Яворська Моніка, регіональний директор Суспільної Академії Наук у Кракові (Польща)

Шановні учасники конференції!



Щорічно економічний факультет ДВНЗ УДХТУ розширює спектр міжнародних зв'язків у сфері наукового пошуку для вирішення актуальних проблем сучасної економіки країни та підвищення професійного рівня науковців, викладачів, студентів.

Матеріали даного збірника є результатом спільної праці учасників III Міжнародного євразійського конгресу економіки та соціальних наук, який відбувся 26-28 квітня 2018 року у ДВНЗ УДХТУ.

Міжнародний обмін досвідом у галузі економічних та соціальних наук є одним з дієвих засобів активізації зусиль вітчизняних та зарубіжних вчених для формування ефективних управлінських заходів щодо

забезпечення стабільного розвитку держави та успішної інтеграції підприємств у міжнародний економічний простір. Співпраця українських науковців з міжнародною науковою спільнотою сприяє всебічному аналізу економічних та соціальних проблем суспільства та обґрунтуванню ефективних інструментів щодо їх вирішення.

Мета конгресу – обмін науково-практичним досвідом в сфері управління економічними процесами в умовах глобалізації.

Наукова дискусія, яка розгоратиметься під час роботи конгресу, стосується актуальних питань діяльності підприємств на фінансових ринках, розробки сучасних інструментів обліку та аудиту на підприємствах, забезпечення ефективності діяльності в умовах євроінтеграції країни, обґрунтування складових безпеки бізнес-діяльності, формування напрямів інноваційного розвитку підприємств туристичної сфери, управління маркетинговою та логістичною системами підприємств в умовах сучасного ринку, застосування науково-практичного інструментарію менеджменту та розробки системи управління якістю стосовно економічних суб'єктів різних рівнів.

Сподіваємося, що активна робота учасників конгресу стане гідним внеском у розвиток міжнародних наукових відносин нашої країни.

Щиро бажаємо плідної співпраці, творчих успіхів, оригінальних ідей, наукових досягнень та конструктивного діалогу!

*Голова оргкомітету
Ректор ДВНЗ УДХТУ
д.т.н., професор*

О.А. Півоваров

ЗМІСТ

Секція 1. Облік і аудит. Фінанси

Заруцька О.П. ДОСЛІДЖЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ З ВИКОРИСТАННЯМ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО МЕТОДУ.....	14
Левченко Н.М. МЕХАНІЗМ НАДАННЯ СУБВЕНЦІЙ ЗА ПРОГРАМОЮ «ДОСТУПНІ ЛІКИ»: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ.....	17
Худомака М.А., Аксьонова Л.О. ЕКСПОРТНО-КРЕДИТНІ АГЕНТСТВА В РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО КРЕДИТУВАННЯ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	20
Яшкіна Н.В., Бабаханова В. А. ФІНАНСОВИЙ ЕКСПРЕС-АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....	23
dr Damian Kocot, Monika Jaworska THE USE OF EU FUNDS FOR INVESTMENT PROJECTS IN THE MUNICIPALITY OF WOŁCZYN FROM 2009-2013.....	26

Секція 2. Економіка і бізнес. Міжнародні економічні відносини

Кравченко В. А., Старостіна А.О. ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ НАУКИ І УНІВЕРСИТЕТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ТИПУ.....	29
Каніщенко О.Л., Кузнецова Н.Г. ЕФЕКТИВНІСТЬ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ.....	32
Журавель А.О., Журавель В.В. РОЗВИТОК ТА ОПТИМІЗАЦІЯ СТРОКІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ТА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ.....	35
Иванова М.В., Анищенко В. М. СТАТИСТИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	38

Прудников В.Ф., Ищенко И.О. ИДЕНТИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РИСКОВ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ИХ МИНИМИЗАЦИИ.....	41
Савенко А., Федорова Н.Є. КРИПТОВАЛЮТА БІТКОІН: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ.....	44
Смесова В. Л. ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ ТА ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ: ВІДТВОРЮВАЛЬНИЙ ПІДХІД.....	47
Федорова Н.Є. ВДОСКОНАЛЕННЯ ДОЗВІЛЄВОЇ СФЕРИ ЯК ШЛЯХ ДО ПРОГРЕСИВНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	50
Лупійчук К.Ю., Гончар Л.А. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	53
Коростылёва А.А., Гончар Л.А. РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....	56
Ломанова Я.Ю., Гончар Л.А. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	58
Асоцька Р.М. РОЗВИТОК ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	61
Цымбал М.С., Винниченко Е.Н. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ.....	64
Ali KONAK KIRIM'IN İLHAKININ RUSYA, UKRAYNA VE AB EKONOMİLERİ ÜZERİNE ETKİSİ.....	66
Fatih AYHAN THE RELATIONSHIP BETWEEN EXCHANGE RATE VOLATILITY AND IMPORT FOR TURKEY.....	67

Naci Mevlut Karatas THE RETURNS TO EDUCATION IN TURKEY USING PSEUDO-PANELS..	69
---	----

Секція 3. Безпека бізнес-діяльності

Федулова С.О. ВОДА ЯК ОБМЕЖЕНЕ ЕКОНОМІЧНЕ БЛАГО: БЕЗПЕКА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	70
---	----

Васильюк О.В. ТРАНСПОРТНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ФАКТОР БЕЗПЕЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	73
--	----

Писарькова В. Р., Науменко Н. Ю. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТА ЗНИЖЕННЯ РИЗИКІВ ПРОМИСЛОВОГО КЛАСТЕРА	76
---	----

Діденко О. В., Науменко Н. Ю. ПОРТФЕЛЬНЕ ІНВЕСТУВАННЯ: РИЗИКИ ТА БЕЗПЕКА	79
---	----

М'ячин В.Г. ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ КОХОНЕНА ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ	82
--	----

Рубан О.В. ЕКОНОМІЧНА ТА ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА В УКРАЇНІ: ГУМАНІСТИЧНИЙ АСПЕКТ	85
---	----

Semal Okuyan WIND ENERGY IN TURKEY	87
---	----

Стрельченко І.І., Павлуша Ю. АВТОМАТИЗОВАНИЙ МОДУЛЬ ФОРМУВАННЯ STOP-LOSS ПОЗИЦІЇ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ	88
---	----

Belobrova Y.O., Ovcharenko O.V., Belobrova E.V. MODERN MODELS OF CRISIS SITUATIONS AND ANALYSIS ISSUES IN GLOBAL STUDIES	91
--	----

Кошелева В. Ю., Білоброва О. В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРІШЕННЯ ПИТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ	93
---	----

Березниченко Т.В., Виниченко Е.Н. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	95
--	----

Секція 4. Туризм

Ткаченко А.М., Пожуєва Т.О. ІННОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ.....	99
--	----

Yaşar YILMAZ, Cemal OKUYAN, Nuran AKSIT, Ibrahim BATAS YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELRİNDE STANDART MALİYET KONTROL YÖNTEMİNİN UYGULANMA ŞARTLARINA YÖNELİK TEORİK BİR DEĞERLENDİRME.....	102
---	-----

Nuran Akşit Aşık, Cemal Okuyan, Yaşar Yılmaz THE RELATIONSHIP BETWEEN DEMOGRAPHIC FACTORS AND RESILIENCE LEVEL: A RESEARCH INTO FIVE STAR HOTELS IN ALANYA.....	103
--	-----

Nuran Akşit Aşık, Yaşar Yılmaz, Cemal Okuyan ANALYZING OF WORK ALIENATION DIMENSIONS IN TERMS OF DEMOGRAPHIC VARIABLES.....	104
---	-----

Yaşar Yılmaz, Özgür Yılmaz, İbrahim Bataş İÇECEK ÜRETİMİ VE KONTROLÜNÜN YİYECEK -İÇECEK İŞLETMELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	105
--	-----

Kudret GUL, Melike GUL IV. ENDÜSTRİ DEVRİMİ PARADIGMASI VE TURİZM: YENİ TRENDLER VE KÜRESEL GELİŞMELER.....	103
---	-----

Melike GÜL, Kudret GÜL ENDÜSTRİYEL DEVRİM VE TURİZM ETKİLEŞİMİNE DİYALEKTİK BİR YAKLAŞIM.....	107
---	-----

Секція 5. Маркетинг і логістика

Залознова Ю.С., Трушкіна Н.В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	108
--	-----

Ілляшенко С.М., Меркун І.В. АНАЛІЗ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КЕРАМЕЙЯ»).....	111
--	-----

Петрик Ілона МОДЕЛЬ SCOR В УПРАВЛІННІ МЕРЕЖАМИ ПОСТАВОК ТРАНСПОРТНИХ ФІРМ.....	114
Яшкіна О.І., Денисенко Н.В. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ РЕКЛАМИ НА ВІДВІДУВАЧІВ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ.....	117
Борисова Т.М. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ПОСЛУГ МІСЬКОГО ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ.....	120
Авраменко А.І., Кучкова О.В. ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ МЕДІА-МОДЕЛЕЙ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....	123
Доценко Г.Є. ОПТИМАЛЬНИЙ ПІДБІР ФАКТОРІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ МОДЕЛІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	126
Кіріс С.П. КЕРУЮЧА КОМПАНІЯ НА РИНКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	129
Чуприна Н.М., Ковальова М.О. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА: КОНСТРУЮВАННЯ ПОНЯТТЯ.....	132
Кучкова О.В. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТРАНСПОРТНО- ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ.....	134
Кучкова О.В., Тонишева В.О. МІСТОВНІСТЬ ПОНЯТТЯ «МАРКЕТИНГОВА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА» ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ РОЗРОБКИ.....	137
Vladyslav Haievskyi BENCHMARKING ROLE IN THE COURSE OF CONTROLLING THE CAPITAL IN THE ENTERPRISE.....	139
Маметьева А.В. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ СБЫТА ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ.....	142

Сейдахметов М.К., Исамбаева А.Ж., Садырмекова Н.Б., Дурру Огуз ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИКИ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА.....	145
Колесников Є.В. ВИКОРИСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	149
Колесніков В.П., Худомака М.А. ПРАКТИЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	152
Секція 6. Менеджмент організацій	
Yuriy Drachuk, Larysa Savyuk, Monica Jaworski DEVELOPMENT OF ENTERPRISE IN SCIENTIFIC AND PRODUCTION SPHERE IN CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF KNOWLEDGE ECONOMICS.....	156
Андреюк С.Ф., Курбатов В.В. ЕЛЕМЕНТИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ УПРАВЛІННЯ МІСТОМ.....	159
Скрипник О. В., Жуков В. С. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ: ЯПОНСЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....	162
Яшкіна Н.В., Латай А.О. ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	164
Chernysheva O.M. TRENDS AND FORECASTS OF THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN CHEMICAL INDUSTRY ENTERPRISES.....	167
Oğuzhan Gözek DERİN BEYİN EGZERSİZLERİ.....	170
SERAP PALAZ, SURHAN CAM IS THERE A LINK BETWEEN SHIPYARDS EMPLOYEES' PERCEPTIONS OF HEALTH AND SAFETY AT WORK AND PRODUCTIVITY?.....	171

Абдиманап Жолдасбеков, Зейнел Альптекин, Талгат Данияров ОСОБЕННОСТИ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СУБЪЕКТ-СУБЪЕКТНЫХ ОТНОШЕНИЙ.....	172
Абдиманап Жолдасбеков, Гульнар Мусабекова О ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	172
Halil Çiftçi OSMANLI HUKUKÇULARINDAN MAHMUD ES'AD SEYDİŞEHİRİ VE KADİM İRAN HUKUKUNA DAİR TESPİTLERİ.....	173
Yasar YILMAZ, Nuran Asik AKSIT, Cemal OKUYAN REGULATORY ROLE OF SOCIAL BEHAVIOR RULES IN INDIVIDUAL, SOCIAL, PUBLIC RELATIONSHIP AND COMMUNICATION.....	174
Ханенко А.В. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	174
Авчинникова В.В., Рябцева О.Є. РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ.....	178
Прокопенко Ю.О. СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ЗА МЕТОДОМ «КОНУСА ПРАВДОПОДІБНОСТІ».....	181
Конащук В. Л. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ ПРОЕКТНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	184
Скрипник О. В., Агеенко Н.М. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА БЕЗ РЕГИСТРАЦИИ.....	187
Секція 7. Управління якістю	
Гармідер Л. Д., Бегма П.О. РУХ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ЯК ІНДИКАТОР ЯКІСНОГО УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	190

Гармідер Л. Д., Захарова Г.В. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	193
Гармідер Л. Д., Каплюк В.О. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙ.....	196
Гармідер Л. Д., Шевцова Н.В. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ...	199
Гончар Л.А. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	202
Куцинська М.В. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ВИТРАТ НА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ.....	205
Яворська О.Б. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ СТРАХОВОЇ ПОСЛУГИ.....	208
Силенко О. М. ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ТРАНСФЕРУ ІННОВАЦІЙ В ІТ-БІЗНЕСІ.....	211
Силенко О. М., Матвієнко Д.О. ПЕРЕВІРКА ПРАВИЛЬНОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ВАРТОСТІ ПОЛІПШЕННЯ ОРЕНДОВАНИХ ОБ'ЄКТІВ НЕРУХОМОСТІ.....	214
Огієнко Є. В. АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	217
Сейдахметов М.К., Дуйсембекова Г.Р. РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ	220

Секція 1. Облік і аудит. Фінанси

Заруцька О.П.

*Д.е.н., зав. кафедри грошового обігу та банківської справи
Університету митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна*

ДОСЛІДЖЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ З ВИКОРИСТАННЯМ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО МЕТОДУ

Сучасні підходи до оцінювання фінансової стійкості банків спираються на поняття вибраної банком бізнес-моделі та відповідного профілю ризиків. Формалізація бізнес-моделі банків у національній банківській системі дозволяє виявляти їх проблемні сторони та спрямовувати банківський нагляд на запобігання банкрутств. Так, Європейський центральний банк запровадив оцінку життєздатності бізнес-моделей і факторів рентабельності як наглядний пріоритет на 2015 рік. Методологією аналізу бізнес-моделей банків з використанням кластерного аналізу вже кілька років займаються експерти Міжнародного дослідницького центру з кооперативних фінансів (IRCCF), які проводять регулярний моніторинг таких моделей та публікують щорічні доповіді.

Експерти European Banking Authority (Європейська банківська організація) також за допомогою кластерно аналізу розподілили банки ЄС за такими бізнес-моделями: середні універсальні банки, зосереджені на внутрішньому кредитуванні; невеликі банки, що залучають кошти вкладників і сконцентровані на кредитуванні; місцеві або спеціалізовані кредитори зі значною часткою фінансування за рахунок ринку; великі універсальні банки, які фінансуються за обсягом депозитів із істотною експозицією за активами на місцевих ринках, а також чималими торговими активами; середні універсальні банки з диверсифікованими активами, котрі великою мірою покладаються на фінансування за рахунок депозитів; великі міжнародні банківські групи з диверсифікованими активами на світовому рівні, що залучають значну частку ресурсів на ринку та мають великі торгові активи; інвестиційні депозитарні

банки, зосереджені на комісійних доходах. Такий розподіл враховує структуру та обсяг активів та зобов'язань банків.

Банк міжнародних розрахунків (Bank for International Settlements) наводить іншу класифікацію банківських бізнес-моделей і виокремлює три основні моделі бізнесу в залежності від джерел фінансування: комерційний банк, що фінансується за рахунок роздрібного бізнесу; комерційний банк, який фінансується на оптових ринках; банк, що орієнтується на ринки капіталу (ця модель характеризується більшою активністю в торгівлі фінансовими інструментами) [1].

Розподіл банків залежить від особливостей національних банківських систем. В процесі дослідження структури банківської системи України нами сформульовано ідею доцільності та можливості виокремлення однорідних груп банків, які є близькими: за структурою основних агрегатів активів, пасивів, доходів та витрат; за пріоритетами у наданні послуг; за рівнем та структурою основних видів банківських ризиків; за реакцією на зовнішні шоки. Дослідження доцільно повести за допомогою структурно-функціонального аналізу розподілу ринку банківських послуг між однорідними групами банків з використанням самоорганізаційних карт Кохонена (SOM), побудованих на основі показників фінансової звітності банків.

Дослідження змін розміру та характеристики груп дозволяє оцінити стан загальної банківської системи, положення окремих груп та індивідуальні траєкторії банків. Фінансово стійкими є банки із збалансованою структурою балансу, тобто контрольованим рівнем основних видів ризиків. Інші групи характеризуються специфічними характеристиками. Наприклад, група банків роздрібного кредитування має підвищений рівень комісійних доходів у структурі прибутку, великий розмір резервів під кредитні ризики у порівнянні із середнім значенням у системі. Група банків, залежних від міжбанківських ресурсів, характеризується підвищеними валютними ризиками через значну частку зобов'язань у іноземній валюті. Географічне сусідство областей на SOM є свідченням близьких характеристик, діагональна відстань – про значні відмінності. Навіть якщо функціональна спеціалізація, що супроводжується відповідним структурним

дисбалансом, забезпечує банку певні тимчасові переваги, її наслідком обов'язково є підвищення вразливості банку до впливу негативних зовнішніх чинників, нездатність до динамічної адаптації до трансформаційних змін на ринку. Даний висновок підтверджений значною кількістю банків, що втратили фінансову стійкість під час фінансово-економічних криз [2].

Міжнародний досвід адаптації банківського нагляду до сучасних умов стрімких змін бізнес-моделей призвів до застосування моделі аналізу SREP (Supervisory Review and Evaluation Process), яка ґрунтується на дев'яти взаємопов'язаних напрямках аналізу: здійснення класифікації фінансових інституцій (банків) відповідно до результатів кластерного аналізу; постійний моніторинг показників діяльності банків; аналіз бізнес-моделі банку; оцінка системи внутрішнього управління та контролю; оцінка адекватності капіталу (ICAAP); оцінка ризиків ліквідності та достатності джерел для підтримання ліквідності банку; визначення результуючої оцінки фінансового стану та фінансової стійкості банку; визначення напрямів, що потребують регулювання; Визначення заходів, що можуть бути застосовані органами банківського нагляду для окремого банку, з метою раннього попередження погіршення його фінансового стану та фінансової стійкості. Використання структурно-функціонального аналізу сприятиме ефективності банківського нагляду [3].

Література:

1. Любіч О.О. Аналіз бізнес-моделі державних банків в Україні / О.О. Любіч, Г.П. Бортніков, Г.О. Панасенко // Фінанси України. – 2016. – № 10. – С. 7–38. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2016_10_3.
2. Заруцька О.П. Банківський нагляд з використанням структурно-функціонального аналізу: теорія, світовий і вітчизняний досвід [Текст]: монографія / О. П. Заруцька. – Суми: ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2013. – 379 с.
3. SREP (supervisory review and evaluation process): Blessing or curse? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bankinghub.eu>.

Левченко Н.М.

*д. н. з держ. упр., професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування,
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя, Україна*

МЕХАНІЗМ НАДАННЯ СУБВЕНЦІЙ ЗА ПРОГРАМОЮ «ДОСТУПНІ ЛІКИ»: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Запорукою ефективного контролю за використанням субвенцій на відшкодування вартості лікарських засобів для лікування окремих захворювань є належна організація обліку та звітності.

Організація обліку, як відомо, розпочинається з правильності визначення об'єкта обліку. За програмою «Доступні ліки» аптечні заклади, як зазначалось раніше, здійснюють безкоштовний відпуск ліків або відпуск з частковою оплатою покупцем. Компенсація вартості відпущених ліків, які не сплачені покупцями здійснюється коштами субвенцій. Тож, безперечно об'єктами обліку за операціями з реімбурсації за урядовою програмою «Доступні ліки» є субвенції, які чітко обумовлені їх цільовим призначенням.

Виникає питання правильності відображення в обліку зазначених субвенцій, оскільки вони можуть розглядатись і як цільове фінансування (відповідають його критеріям визнання – мають цільовий характер фінансування, здійснюються коштами бюджету, передбачають конкретні умови використання тощо), і як бюджетні відшкодування (оскільки виплачуються суб'єктам господарювання після здійснення операцій по відпуску ЛЗ та звітуванню перед відповідними розпорядниками коштів), оскільки в цій програмі аптечні заклади, по суті, виступають кредиторами держави. Позиція аптечних закладів як кредиторів держави саме і ускладнює методологію організації обліку на означеній ділянці, створюючи необхідність чіткого розмежування понять «цільового фінансування», «цільових надходжень» та «бюджетного відшкодування».

Схема механізму надання субвенцій за програмою «Доступні ліки» набуває наступного вигляду (рис.1):



Рисунок 1 – Схема механізму відшкодування вартості лікарських засобів за програмою «Доступні ліки»

Джерело: авторське бачення

Методологічні засади відображення в обліку цільового фінансування визначає П(С)БО 15 «Дохід», зокрема пп. 16-19. Однак, в ньому відсутнє визначення поняття «цільового фінансування» як об'єкту обліку. Базуючись на проведеному аналізі діючих нормативних документів, що регулюють питання обліку та оподаткування операцій з цільового фінансування, вважаємо, що під «цільовим фінансуванням» слід розуміти грошові кошти, передані підприємству на умовах безоплатності, цільового використання, та безповоротності задля фінансування конкретних програм чи заходів, використання яких обумовлено окремими нормативними актами.

Поняття ж «бюджетне відшкодування» зустрічається лише у нормативних актах з регулювання сплати ПДВ. У практиці бюджетного відшкодування більшого поширення набуло поняття «державне відшкодування витрат», під яким, на наш погляд, слід розуміти компенсацію коштами бюджету понесених витрат суб'єктами господарювання на здійснення певних заходів.

Виходячи з вищевикладеного, приходимо до висновку, що субвенції на відшкодування вартості відпущених ліків слід визнати цільовими надходженнями, (оскільки вони відповідають всім критеріям їх визнання), проте до моменту погашення понесених аптечними закладами витрат згідно листа Мінфіну від 13.10.2008 р. за №31-34000-20-10/37636 слід відображати як дебіторську заборгованість.

Література:

1. Постанова КМУ «Про забезпечення доступності лікарських засобів» від 17.03.2017 №152. [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<http://www.zakon.rada.gov.ua/go/152-2017-p>

2. Порядок та умов надання субвенцій з державного бюджету місцевим бюджетам на відшкодування вартості лікарських засобів для лікування окремих захворювань, затверджений Постановою КМУ від 10.03.2017 р. за №181. [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249852460>

Худомака М.А.

*Інженер кафедри маркетингу ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

Аксьонова Л.О.

*К.е.н., доцент кафедри банківської справи
Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара
м. Дніпро, Україна*

ЕКСПОРТНО-КРЕДИТНІ АГЕНТСТВА В РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО КРЕДИТУВАННЯ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

На сьогодні в економіці України продовжуються негативні явища в економіці. Крім того, існують серйозні проблеми в банківському секторі. Частка держави у банківському секторі зросла до 60%. Під кінець 2017 року, згідно із даними НБУ, проблемні кредити у банківській системі зросли до рекордного рівня. Загальна частка непрацюючих кредитів у всій системі сягнула 58%, а у державних банках – 70% [1]. Саме тому позитивним є створення в Україні експортно-кредитного агентства (ЕКА). ЕКА на добровільних засадах здійснює страхування, перестраховування, надає гарантії за договорами, які забезпечують розвиток експорту, а також бере участь у реалізації програми часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами [2, ст.2]. А одним із основних напрямів державної підтримки експортної діяльності є впровадження програм кредитної підтримки українських експортерів з державного бюджету через уповноважені банки. Враховуючи нагальну потребу в такій структурі, Уряд прийняв рішення про створення Експортно-кредитного агентства. Агентство буде діяти у формі приватного акціонерного товариства (ПрАТ). Кількість акцій у першому випуску становитиме 200 тис. штук. Статутний капітал ЕКА становитиме 200 млн. грн. і забезпечуватиметься з коштів Державного бюджету [2]. Агентство буде стимулювати український експорт за допомогою різних фінансових інструментів: видача гарантій за експортними контрактами, страхування

зовнішньоекономічних договорів від комерційних і некомерційних ризиків, розширення кредитування експорту. Здешевлення відсоткової ставки за кредитами за допомогою агентства дає змогу вирішувати цілий ряд проблем, пов'язаних з фінансуванням експортної продукції вітчизняних виробників. Розвиток такої форми фінансування, як отримання кредиту під гарантії ЕКА на пряму залежить від спільних рішень міжнародного об'єднання експортних кредитних агентств Berne Union і Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) які, є провідними глобальними асоціаціями в галузі експортного кредитування та інвестиційного страхування і включають офіційні експортні кредитні агентства, фінансові установи та приватні кредитні страховики з 73 країн світу. Частка членів союзу в світовій торгівлі в 2017 році зросла майже до 14% [3]. У 2016 році його члени забезпечили захист банківських ризиків, експортерів та інвесторів в розмірі 1,9 трильйона доларів США, що еквівалентно 11% світової транскордонної торгівлі. Торгова комерція в 2017 році становить 2,35 млрд. дол. США. Більша частка бізнесу членів союзу припадає на короткострокову транскордонну торгівлю, яка становить 2,1 млрд. дол. США (табл.1). Середньострокові і довгострокові експортні кредити складають 179 млрд. дол. США, а інвестиційне страхування – до 64 млрд дол. США [3].

Таблиця 1

Експортні кредити Топ-10 країн, млн дол. [3]

Кредитні ліміти	2015 рік	2016 рік	Відхилення, %
1. США	77,217	80,662	104,5
2. Німеччина	60,462	62,423	103,2
3. Англія	52,401	50,991	97,3
4. Франція	43,809	45,893	104,8
5. Італія	43,324	44,346	102,4
6. Китай	34,910	36,116	103,5
7. Іспанія	30,855	31,265	101,3
8. Нідерланди	29,442	29,952	101,7
9. Швейцарія	27,137	27,642	101,9
10. Бельгія	21,997	22,283	101,3
11. Інші	562,437	575,117	102,3

Якщо вітчизняний бізнес буде впроваджувати механізм залучення експортних кредитних агентств, то для зниження вартості фінансування нашим банкам необхідно адаптувати свої власні критерії, обмеження і фінансові ковенанти кредитування під специфічні умови, які відповідають умовам функціонування ЕКА, а на майбутнє, і Berne Union і ОЕСР. В результаті можна зробити висновок, що вітчизняним банкам необхідно нарощувати обсяг проектів за участю ЕКА в своєму кредитному портфелі та удосконалювати свої власні методи оцінки проектів, фінансові зобов'язання надання кредитів і враховувати вимоги міжнародних об'єднань ЕКА і ОЕСР.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article>
2. Закон України «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту». (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 4) // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1792-19>
3. Офіційний сайт Berne Union. // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.berneunion.org/>

Яшкіна Н.В.

*К.т.н., доц. каф. Менеджменту та фінансів
ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний
університет»*

Бабаханова В. А.

*Магістрант кафедри менеджменту
та фінансів ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний
університет»
м. Дніпро, Україна*

ФІНАНСОВИЙ ЕКСПРЕС-АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

В умовах сучасного стану економіки України суб'єктам господарювання постійно доводиться боротися за виживання. Щоб мати стабільний успіх недостатньо знайти і зайняти вільну нішу ринку, потрібно утримувати і постійно покращувати свої позиції. Для цього компанії повинні регулярно проводити фінансовий аналіз діяльності. Проведення якісного дослідження забезпечить підприємство конкретною інформацією про свої сильні і слабкі сторони, яку можна ефективно використовувати.

Основним інструментом для цього служить фінансовий аналіз, за допомогою якого можна об'єктивно оцінити внутрішні і зовнішні відносини аналізованого об'єкта: охарактеризувати його платоспроможність, ефективність і прибутковість діяльності, перспективи розвитку, а потім по його результатам прийняти обґрунтовані рішення.

Фінансовий аналіз - це метод оцінювання, що дозволяє визначити стійкість підприємства шляхом розрахунку показників, на основі яких робляться висновок про результати діяльності компанії в сьогоденні і прогнози щодо майбутнього.[1]

Аналіз фінансового стану потрібен для оцінки: фінансового положення підприємства; майнового положення компанії; ступеня підприємницького

ризик; достатності капіталу для поточної діяльності і довгострокових інвестицій; потреби в додаткових джерелах фінансування; здібностей до нарощування капіталу; раціонального використання позикових коштів; ефективної діяльності компанії.

Зміст і основна цільова установка фінансового аналізу - оцінка фінансового стану і виявлення можливості підвищення ефективності функціонування господарюючого суб'єкта, за допомогою раціональної фінансової політики. Фінансовий стан господарюючого суб'єкта - це характеристика його фінансової конкурентоспроможності (тобто платоспроможності, кредитоспроможності), використання фінансових ресурсів і капіталу, виконання зобов'язань перед державою та іншими господарюючими суб'єктами.[2, с.235]

Складовою фінансового аналізу є експрес-аналіз. Фінансовий експрес-аналіз дає можливість на підставі форми 1 (Баланс) і форми 2 (Звіт про фінансові результати) протягом 1-2 днів провести оцінку фінансового стану підприємства. Даний вид аналізу включає оцінку підприємства на основі даних аналітичних таблиць з використанням горизонтального, вертикального, трендового і коефіцієнтного аналізу звітності. В результаті аналізу формується звіт, що включає: аналіз складу і структури активу балансу; аналіз складу і структури пасиву балансу; оцінка фінансового результату діяльності; оцінка показників ліквідності структури капіталу, рентабельності та ділової активності; експертний висновок.[3,с.180]

Менеджери українських компаній вважають, що проведення експрес-аналізу має сенс тільки для зовнішніх користувачів бо дає загальну оцінку, яка проводиться за обмеженою кількістю показників. А для внутрішнього користування здійснюється, як правило, докладний аналіз фінансового стану.

Дійсно, в сучасних економічних умовах, діяльність кожного господарюючого суб'єкта є предметом уваги широкого кола учасників ринкових відносин, зацікавлених в результаті його функціонування. Наприклад, результати фінансового експрес-аналізу, використовують комерційні банки, потенційні інвестори, страхові компанії

Але якщо власники компаній зацікавлені в результатах діяльності своїх підприємств, вони змушені розробляти оптимальні управлінські рішення для забезпечення необхідних фінансових результатів. У підприємств виникає життєва необхідність мати своєчасну, об'єктивну інформацію про свій фінансовий стан для забезпечення ефективності поточної та прогнозування майбутньої своєї діяльності.

В умовах наявності методичних труднощів і в зв'язку з недосконалістю фінансового законодавства фахівці повинні захистити свої підприємства від можливих фінансових втрат за допомогою проведення аналітичних фінансових розрахунків доступними методами. Підвищення ефективності діяльності можливе за умови більш активнішого використання експрес-діагностики фінансового стану підприємства. Це пов'язано з тим, що експрес-оцінка є досить простий і наочний метод діагностування фінансового стану компанії. Інформаційною базою аналізу фінансового стану є, в основному, фінансова звітність, що є доступною для фахівців підприємства.

Таким чином експрес-аналіз за невеликої кількості найбільш суттєвих, але порівняно нескладних у підрахунку показників дає можливість оцінювати фінансове становище та постійно досліджувати його динаміку. Це забезпечує підприємствам запобігання неплатоспроможності та втрати незалежності.

Література:

1. Деркач О. В. Проблеми аналізу фінансового стану підприємств /Ефективна економіка. – 2013. – № 4. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

2. Ковтуненко Ю.В., Олексійчук А.Г. Фінансовий аналіз діяльності підприємства в умовах економічної нестабільності/ Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017, №18. С.234-238. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-18-2017/25-vipusk-18-serpen-2017-r/>

3. Івахненко В. М. Експрес-аналіз фінансового стану підприємства / В. М. Івахненко, К. Г. Кириченко // Вчені записки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; відп. ред. А. Ф. Павленко. – Київ : КНЕУ, 2012. – Вип. 14, ч. 2. – С. 179–186.

THE USE OF EU FUNDS FOR INVESTMENT PROJECTS IN THE MUNICIPALITY OF WOŁCZYN FROM 2009-2013

In the literature of the subject you will encounter many trials related to the defining of the concept of investment. About investment says that it is the desire to achieve specific cash flows as a result of the implementation of specific business ventures. They are deliberately used by the investor measures, businesses that are addressed to enlarge his income. Through investment means most or Outlook money, which is to bring the income that takes an investment, and so the investor (financial aspect), or the process by which transformed into cash in other goods (strand in kind).

Local government, as a public body, it requires to adapt to the specifics of its activities and the scope of public tasks, which are carried out, the concept of investment. Meet the needs of the local community is one of the most important features of the local government, which is responsible for all public affairs concerning the life of the inhabitants within the subdivision. The development of the municipality depends mainly on how the municipality will use your chances and, above all, from resource management skills. The year 2004 the Polish opened up many opportunities, mainly in terms of investment, greatly facilitated the bridging that divide our country from above developed Member States.

Investments are undertaken for the benefit in the future. By the diversity of the tasks of local government, in these units are: the immediate impact on the level of life of the inhabitants of the municipality, allowing the growth of assets, property, plant and equipment, make it possible to the conduct of investment activities by other investors with the preparation of the investment areas.

Among the investment stands out financial investments-these are investments that rely on the placement of the capital in another economic entity, most often it is a capital in the form of cash, or in-kind resources. Are carried out mainly through transactions in financial instruments. These are for example. bonds, stocks, bank

deposits and other. And thenwestycje property are investments, consisting of engaging the financial resources to increase resources, plant and equipment fixed assets of the entity. The increase in the value of the estate, along with the appropriate financial income investor bring are the ultimate goal of these investments. Investment in kind belong andintangible nwestycje. These are the investments covering expenses for the acquisition of intangible assets, such as patents, licenses, computer software and other goods, which are used to carry out research and development, advertising, improving the quality of products and services, increase productivity work and improving the efficiency of business processes. Intangible investments are about the size and structure of assets of the intangible and legal business.

Local and regional authorities are investing mainly in the technical infrastructure and social infrastructure. The technical infrastructure is public buildings, consisting of various types of transport systems, energy, sewage networks, water supply, drainage, gas, telephone, postal services, protection of the environment. By investing in technical infrastructure raises the level of the living conditions of the residents and the attractiveness of the site. -Social infrastructure meets the needs of the population in terms of education, culture, Government and local administration, health care, social assistance. To this group belong: kindergartens, schools, boarding schools, children's homes, crèches, health centres, social organizations, etc.

Infrastructure investments are a very important element of the stimulation of the development of the whole country, together with their implementation raises the level of living and working conditions of the population . Play an important role in the economic development of the municipality. Their absence can be an obstacle for many subsequent investment, and it can cause violent suppression of economic development. Municipal authority deal with the first of all the activities in the field of general interest, whose goal is to meet the needs of the inhabitants of the municipality. Therefore in fact investments made by local and regional authorities do not produce income, does not exclude the situation where at the end of return of the investment for public use, such income will not be generated.

Higher quality of services not yet rendered and satisfying needs, are the result of carrying out investment in municipalities. Completely different acts, the private sector, which is set in advance for profit, the greater the ability to make a profit in the future, the more strongly to take the implementation of the investment. Investment is mainly a sign of development. Municipal investments carry out first of all the objectives of the public at the local level, which are associated with rare, but a significant amount of expenditure. May not be moved, because they are assigned to a specific location, they have a non-profit character and are used for a long period of time. Of interest to the citizens are very often investment decisions, because they have a large influence on the development of local communities, economic life, and the rate of taxation. To allow the direct impact on the development of the local community, local and regional authorities should create opportunity participation of citizens in the process of developing a multi-annual investment plan. Thanks to the involvement of the citizens it is possible to help in obtaining support for the plan and the budget of the investment and financing options. Consultations with the public very often help to avoid protests and demonstrations after the start of the implementation of the investment.

To the municipality to properly comply with their obligations, must be provided with the necessary financial resources. The basic sources of income of the municipalities include subsidies and grants, which are obtained from the Government or other institutions own income, they consist of taxes and local fees, funds, or loans and loans made at commercial banks, earmarked funds and from other entities. In accordance with the Act on the income of local government units, each unit of local government receives a subsidy from the State budget, which includes the basic subsidy, educational and offset. These measures should be used to meet current needs of local communities. However, public expenditure in Poland usually exceed the income, therefore the municipality to meet the needs of local communities must use external sources of funding.

Секція 2. Економіка і бізнес. Міжнародні економічні відносини

Кравченко В. А.

К.е.н., завідувач НДС «Центр економічних досліджень»

Старостіна А.О.,

Д.е.н., завідувач кафедру міжнародної економіки і маркетингу

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ НАУКИ І УНІВЕРСИТЕТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ТИПУ

Євроінтеграційний вектор цивілізаційного розвитку України в сфері науки, закріплений підписанням Угоди про Асоціацію, має сприяти повноцінній участі України в Європейському дослідницькому просторі (ЄДП). Європейська Комісія, спираючись на положення Лісабонської Угоди та заключення Європейської Ради, наступним чином визначає ЄДП – «єдиний та відкритий дослідницький простір, який спирається на внутрішній ринок ЄС, в якому відсутні бар'єри для переміщення дослідників, наукових знань та технологій, завдяки чому зміцнюється наукова-технічна база ЄС та держав-учасників, їх конкурентоспроможність та здатність колективно вирішувати грандіозні завдання [1]. Пріоритетними цілями розвитку ЄДП є наступні: більш ефективні національні дослідницькі системи; оптимальні міжнародні співробітництво та конкуренція; вільний ринок праці для науковців-дослідників; гендерна рівність та оптимальний обіг, доступ та трансфер до наукових знань

Підписання у 2015 році Угоди з ЄС про участь України у програмі ЄС «Горизонт 2020» - Рамковій програмі з досліджень та інновацій (2014-2020), є наслідком реалізації пункту b статті 376 Угоди. Програма «Горизонт – 2020» націлена на сприяння досягненню ЄДП. Згідно цієї угоди Україна отримала право брати участь у роботі програмних комітетів та груп ЄДП, в освітніх та інноваційних товариствах Європейського інституту інновацій та технологій, у діяльності Об'єднаного дослідницького центру (на тих же умовах, що застосовуються до юридичних осіб держав-членів ЄС), у Спеціальній програмі

з реалізації Горизонт 2020 (яка безпосередньо визначає окремі частини Горизонт 2020, цілі та правила формування робочих програм), у системі загальноєвропейської координації політик у сфері науки та технологій, а також використовувати інструменти обміну досвідом у цій сфері [2].

Вищим навчальним закладам та академічним інститутам належить особливе місце у проведенні модернізації української економіки на засадах інноваційного розвитку, оскільки саме в їх стінах сконцентрований основний науково-технічний та кадровий потенціал. Проте, глибока системна криза, викликана завершенням соціалістичного етапу розвитку української економіки, і її поверненням до капіталістичних виробничих відносин, так і не є подоланою до цього часу. Загальні витрати на наукові дослідження і розробки (з усіх джерел) за останні десятиріччя не перевищували 1,3% ВВП. А кошти державного бюджету, які спрямовувалися на ці цілі, жодного разу не перевищували 0,5% ВВП.

Академічна та освітянська спільнота України постали перед необхідністю форсованого завершення переходу до принципово нової інституційної моделі фінансування науки, основні риси якої формуються зараз, і яка передбачає органічне поєднання бюджетних та позабюджетних джерел фінансування науки, яке може відбуватися у формі як базового, так і програмно-цільового конкурсного фінансування та спрямована на використання переваг конкретних джерел та форм для вирішення короткострокових та довгострокових цілей розвитку науки. Спільне застосування двох параметрів, - джерела та форми фінансування науки, дає змогу виділити 4 групи організацій, які відрізняються за складом отримувачів фінансових ресурсів та основних завдань, які вони виконують.(рисунок 1).

Одним із потужних чинників успішного функціонування вищенаведеної моделі є перехід вітчизняних університетів-лідерів до використання нових засадничих принципів їх функціонування, які найбільш повно розкриваються в підприємницькій діяльності. Саме вони мають відіграти ключову роль в стимулюванні інноваційної активності університетської науки та освіти.

Джерела фінансування науки	Позабюджетні	4. Отримувачі: урядові установи та організації. Основна ціль: сприяння інституційному розвитку науки та освіти	3. Отримувачі: установи НАН та галузевих академій, державні навчальні заклади, недержавні наукові установи та навчальні заклади Основна ціль: реалізація прикладних короткострокових проектів
	Бюджетні	1. Отримувачі: установи НАН та галузевих академій, державні ВНЗ, інші державні установи Основна ціль: реалізація фундаментальних довгострокових проектів	2. Отримувачі: установи НАН та галузевих академій, державні навчальні заклади, недержавні наукові установи та навчальні заклади Основна ціль: реалізація фундаментальних довгострокових та прикладних короткострокових науково-дослідних робіт та проектів інституційного розвитку
		Базове	Конкурсне: проектно-грантове
Форми фінансування науки			

Рисунок 1 - Нова інституційна модель фінансування науки в Україні: отримувачі та цілі фінансування (розроблено авторами)

Університет підприємницького типу відрізняється від гумбольдтовського типу (акцент на навчанні та дослідженнях) наступними рисами: лідерським та результативно-орієнтованим стилем управління, ефективним стимулюванням співробітників, підприємницькими підходами в науці та освіті, наявністю підприємницької культури, партнерськими відносинами зі всіма стейкхолдерами, широкою фінансовою базою.

Література:

1. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social committee and the committee of the regions European Commission. A Reinforced European Research Area Partnership for Excellence and Growth. Brussels, 17.7.2012.

2 Угода з ЄС про участь України у програмі ЄС “Горизонт 2020” - Рамковій програмі з досліджень та інновацій (2014-2020).

Каніщенко О.Л.

*д.е.н., проф. каф. міжнародної економіки та маркетингу
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Кузнєцова Н.Г.

*к.е.н., викладач каф. менеджменту інноваційної та інвестиційної
діяльності
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

ЕФЕКТИВНІСТЬ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

В умовах швидкої інтернаціоналізації світових товарних ринків і зростаючої технологічної можливості виробництва величезної кількості товарів-аналогів і товарів-субститутів посилюється міжнародна конкуренція, яка набуває нових форм і методів і все суттєвіше позначається на результатах підприємницької діяльності учасників ринку. Це впливає на якість, інтенсивність і методи маркетингового управління та інструменти забезпечення ефективності бізнес процесів.

Основними проблемами використання комплексних методик визначення ефективності міжнародного маркетингу є недостатній досвід системного застосування інструментів міжнародного маркетингу і обмежена національна ретроспектива результатів такого роду управлінської діяльності та відсутність комплексного поєднання економічних завдань і критеріїв оцінки взаємодії структурних підрозділів компаній.

Безпосередніми причинами спонтанності і часто неефективності міжнародної маркетингової діяльності виступають: відсутність методик комплексного застосування маркетингових заходів в залежності від рівня інтернаціоналізації підприємницької діяльності; періодичне скорочення маркетингових бюджетів і нескоординована взаємодія між функціональними підрозділами компаній; брак візуальної віддачі від маркетингових заходів на користь відділів збуту, логістики та інших.

На сьогоднішній день, ще не існує єдиного комплексного і універсального підходу до оцінки ефективності міжнародного маркетингу, проте, важливо чітко розрізняти два аспекти аналізу ефективності міжнародної маркетингової діяльності: по-перше, це якість проведення маркетингових заходів, таких, як дослідження ринків, стратегічне планування, оперативно-тактичні інструменти, контроль, а, по-друге, їх результативність, яка проявляється через динаміку розвитку міжнародної діяльності.

Для правильного застосування механізму підвищення ефективності міжнародного маркетингу необхідно, в першу чергу, визначити рівні очікуваних результатів і переваг. Базовим рівнем аналізу можна вважати оцінку ефективності виробничо-комерційної і управлінської діяльності компанії в умовах глобалізації. Головним завданням цього рівня є обрахування ефекту від використання інструментів міжнародного маркетингу в інтернаціоналізованому підприємстві і визначення сукупності реалізованих економічних інтересів окремого учасника глобалізованого ринку. Індикаторами в цьому разі слугують основні економічні показники розвитку підприємства і якості маркетингового управління, розглянуті в порівняльній динаміці.

Наступний рівень аналізу полягає в визначенні результативності функціональних маркетингових систем компанії з точки зору наявності та поширення світового визнання і інтернаціоналізації національно-галузевого потенціалу. З цих позицій ефективність міжнародного маркетингу визначається рівнем залучення компанії до світового економічного простору, її конкурентоспроможністю та інтеграційними можливостями.

Найвищим рівнем є аналіз світового значення національних форм і проявів міжнародного маркетингу, що дозволяє визначити ступінь адекватності національних принципів управлінської діяльності світовим стандартам і показує механізм ідентифікації та реалізації національних економічних інтересів. Такий підхід дозволяє на основі співставлення індикаторів розвитку соціально-економічної системи за різні періоди визначити ефект

інтернаціоналізованого підприємництва, досягнутий на основі здійснення маркетингової підтримки міжнародних операцій.

Як показує практика, дати максимально об'єктивну оцінку ефективності міжнародної маркетингової діяльності можна лише за умов комплексного використання сукупності взаємопов'язаних і узгоджених показників всіх рівнів, які мають формальні виміри і дозволяють давати не тільки кількісні, але й якісні характеристики.

В цьому контексті важливим і невирішеним остаточно питанням залишається характеристика типів маркетингового контролю, зокрема, контроль щорічних планів з метою визначення рівня досягнення запланованих результатів (аналіз збуту, аналіз частки ринку порівняння витрат і продажів фінансовий аналіз видів діяльності, аналіз якості виконання міжнародних маркетингових заходів); контроль прибутковості з метою визначення і обґрунтування статті витрат на міжнародний маркетинг і можливі фінансові та іміджеві втрати компанії; контроль результативності управлінських операцій з метою визначення потенціалу підвищення ефективності загального управління як фактору успішної міжнародної діяльності; контроль ефективності використання інструментів міжнародного маркетингу (маркетинговий аудит).

Основними напрямками забезпечення ефективності міжнародного комплексу маркетингу є: розробка методології аналізу ефективності міжнародного маркетингу з урахування соціально-економічної значущості окремих бізнес процесів; побудова системи показників, яка б висвітлювала ефективність інтернаціоналізації управлінської діяльності, результативність окремих заходів міжнародного маркетингу у співвідношенні до загальних витрат міжнародного бізнесу і специфічних витрат маркетингового управління; організація планово-організаційних заходів моніторингу ефективності міжнародного маркетингу і системи поетапного та узгодженого у часі (регулярність, циклічність, послідовність) і просторі (національне, регіональне, глобальне охоплення) її контролю, а також, прогнозування ефективності маркетингових процесів і перспектив інтернаціоналізації бізнесу в цілому.

Журавель А.О.
провідний інженер
кафедри економіки промисловості та організації виробництва
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

Журавель В.В.
старший викладач кафедри маркетингу
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

РОЗВИТОК ТА ОПТИМІЗАЦІЯ СТРОКІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ТА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

На сучасному етапі розвитку теорії та практики управління різноманітними видами ресурсів та капіталу підприємств актуального значення набувають питання та проблеми визначення шляхів оптимізації реалізації та розвитку інтелектуального та людського капіталу суб'єктів господарювання різних галузей економіки України з урахуванням викликів сучасного світового економічного простору.

Обґрунтування підходів до оптимізації строків реалізації інтелектуального та людського капіталу тісно пов'язано з вирішенням задач щодо оцінки ефективності використання людського та інтелектуального капіталу та встановлення конкретних залежностей, а саме:

- визначення зв'язків між людським та інтелектуальним капіталом підприємства;
- формування системи показників щодо оцінки ефективності використання людського та інтелектуального капіталу;
- створення комплексу методів оцінки людського та інтелектуального капіталу, що відповідає особливостям побудови системи менеджменту та управління конкретного суб'єкта господарювання тощо.

Загальноновизнано, що різні за своєю сутністю людський та інтелектуальний капітал формують різні результати та продукти: людський

капітал – продукти, що вже існують на конкурентному ринку; інтелектуальний капітал – нові продукти та результати для конкурентного середовища.

У зв'язку з цим, можливо зробити висновок, що строки реалізації інтелектуального капіталу будуть значно перевищувати строки реалізації людського капіталу підприємства.

При цьому, інтелектуальний продукт та результат мають більш значний вплив на інтелектуальний розвиток персоналу підприємства. Це підтверджується наявністю таких фактів, а саме:

- успішна реалізація інтелектуального продукту та результату призводить до матеріального та морального винагородження його авторів;

- інтелектуальний продукт та результат виступають ґрунтовною базою та прикладом для інших співробітників підприємства, що, у підсумку, стимулюватиме підвищення їхнього інтелектуального потенціалу.

Отже, слушно зазначити, що розміри інтелектуального потенціалу підприємства та шляхи його розвитку та оптимізації безпосередньо залежать від отриманих на базі існуючого інтелектуального капіталу інтелектуальних продуктів та результатів.

Нові продукти, що отримані як результат використання та реалізації інтелектуального капіталу підприємства, завжди створюються за рахунок втілення у життя нових знань. При цьому, такі продукти не є безпосередньо продуктом інтелектуальної діяльності людей, а виступають результатом здійснення виробничої діяльності персоналом підприємства.

Строки реалізації інтелектуального продукту мають відповідні етапи:

- отримання нового знання, як продукту фундаментальної науки;
- перехід нового знання в сферу прикладної науки;
- розробка зразків нових продуктів, проектів, технологій, інформаційних та фінансових потоків тощо;
- організація виробництва нових продуктів на підприємстві.

Однак, можливі більш короткі строки та менш складні шляхи реалізації нових знань як результату освоєння інтелектуального капіталу підприємства:

наприклад, реалізація у життя раціоналізаторських ті інноваційних пропозицій на підприємствах.

Використання ж людського капіталу персоналу підприємства дозволяє виробляти традиційні продукту та отримувати звичні результати.

При цьому, людський капітал не є власністю підприємства, інтелектуальний – є.

Крім цього, слушно зазначити, що наявність людського капіталу не забезпечує монопольного положення підприємства на ринку, інтелектуального – забезпечує таке положення як на ринку товарів та послуг, так й на ринку інтелектуальних продуктів.

Таким чином, людський та інтелектуальний капітал – це суттєво різні за економічною сутністю категорії, які в процесі здійснення діяльності суб'єктами господарювання існують у тісному взаємозв'язку, а, отже, й строки розвитку та оптимізації реалізації продуктів людського та інтелектуального капіталу мають різні часові межі та параметри.

Задля визначення шляхів розвитку та оптимізації строків реалізації інтелектуального та людського капіталу конкретного суб'єкта господарювання необхідним є врахування таких особливостей, а саме:

- галузі, до якої відноситься такий суб'єкт господарювання;
- побудови системи менеджменту персоналу підприємства;
- структури його капіталу;
- етапів проведення фундаментальних та прикладних розробок на підприємстві;
- конкурентного середовища підприємства (встановлення переваг та недоліків, сильних та слабких ознак та характеристик у порівнянні з конкурентами та ін.) та ін.

Для врахування усіх цих особливостей доцільним є формування на кожному підприємстві з урахуванням його специфіки діяльності інформаційно-аналітичного забезпечення оптимізації строків реалізації інтелектуального та людського капіталу суб'єкта господарювання.

Иванова М.В.

к.х.н., доцент кафедры экономики промышленности и организации производства ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет» г. Днепр, Украина,

Анищенко В. М.

студент-магистр специальности «Экономика предприятия» г. Днепр, Украина

СТАТИСТИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Несмотря на структурные изменения в экономике Украины, вызванные сокращением индустриального потенциала, промышленные предприятия сохраняют свои социально-значимые позиции. На начало 2017 г. их удельный вес в производстве ВВП составлял 21,1%, количество персонала – 37,9% от всего числа занятых в экономике [1]. Формируя наибольшие потоки налоговых поступлений в государственный и местные бюджеты, целевые фонды (26,7% в макромасштабе), промышленные предприятия требуют аналитического подхода к оценке экономических результатов их хозяйственной деятельности. Проблемные аспекты в этом вопросе поднимались в авторитетных научных публикациях, в частности в работах А. Гальчинского, В. Гейца, Л. Федуловой, Ю. Киндзерского, и др. и связывались, в основном, с низким технологическим уровнем предприятий и недостаточным финансированием. Количественный анализ эффективности использования производственных ресурсов был проведен в ряде авторских работ. При этом дискуссионным моментом аналитических выводов оставалась их обоснованность и достоверность вследствие формирования исходной информации по данным официальной статистики. В связи с этим целью данной работы ставилось выявление максимально объективных тенденций экономической динамики промышленных предприятий.

Для экономического анализа результатов хозяйственной деятельности предприятий обычно используют показатели объема реализованной продукции,

затрат, прибыли, стоимости основных фондов (ОПФ), численности занятых и т.д. При этом математическая обработка данных официальной статистики показывает, что изменение объемных (абсолютных) экономических величин в основном зависит от фактора времени и коррелирует с индексом цен. Для изучения объективных тенденций, имеющих место в деятельности промышленных предприятий, рассмотрим динамику относительных технико-экономических показателей, компенсирующих процессы инфляции.

Известно, что важным экономическим показателем, определяющим технический уровень, качество и конкурентоспособность продукции промышленного производства, является стоимость ОПФ. Современное наукоемкое предприятие отличается высокими показателями воспроизводства и эффективности использования ОПФ. На рис. 1 представлена динамика фондоотдачи (Фо) и фондовооруженности труда (Фв) промышленных предприятий за 2008-2016 гг. Для расчёта использованы данные остаточной стоимости ОПФ, оплаты труда и объемов реализованной продукции [1].

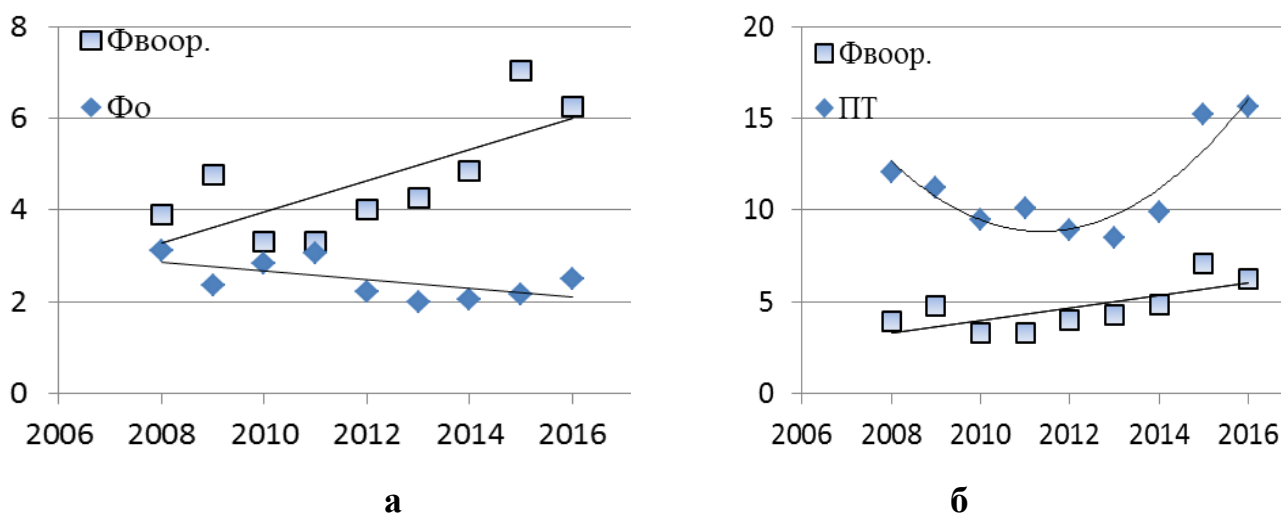


Рис. 1 – Динамика фондоотдачи и фондовооруженности труда (а) и фондовооруженности и производительности труда (б), грн/грн

Согласно официальной статистике (рис. 1,а), кривые Фо и Фв в исследуемом временном диапазоне имели противоположные тенденции:

начиная с 2008 г. фондоотдача снижалась, а фондовооруженность труда росла. При этом стоимость ОПФ росла быстрее, чем объемы реализации продукции и затраты на оплату труда. Такая динамика, вероятнее всего, связана не с техническим обновлением ОПФ и внедрением технологических новаций, а с условиями налогообложения. Обоснована [2] тенденция к росту стоимости ОПФ за счет проведения индексации и завышении объема начисленной амортизации с целью снижения налоговых обязательств предприятий по налогу на прибыль. С другой стороны, занижение реальных объемов реализации продукции и затрат на оплату труда тоже вероятно, с точки зрения снижения базы налогообложения и отчислений в целевые фонды. Все это искажает статистические данные, затрудняя анализ технико-экономических показателей.

Из рис. 1 б) следует, что при росте величины Фв, производительность труда снижалась в 2008-2012 и увеличивалась с 2013 г. Т.е до 2013г. условие эффективного использования ОПФ (опережающий рост ПТ в сравнении с Фв) не выполнялось. Поэтому тренд роста Фв в это время нельзя считать проявлением высокого технического уровня оснащённости трудовых ресурсов.

Таким образом, статистический анализ показал следующее: рост (завышение) стоимости ОПФ в 2008-2016 гг. опережало рост объемов реализации продукции. При этом динамика производительности труда отражала более-менее реальную ситуацию, учитывая взаимопогашающий эффект вероятного искажения статистической информации. Это позволяет сделать вывод о некотором повышении эффективности использования ОПФ промышленными предприятиями с 2013 г. Объяснение этому факту мы видим в исключении из статистического учета в 2014-2016 гг. ряда капиталоемких промышленных предприятий.

Литература:

1. Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Парнюк В. О. Амортизація як стимул до інвестування / В. О. Парнюк // Економіка і прогнозування. – 2011. – № 2. – С. 93–104.

Прудников В.Ф.

*К.э.н., доцент кафедры экономики промышленности
и организации производства
ГВУЗ «Украинский государственный
химико-технологический университет»
г. Днепр, Украина*

Ищенко И.О.

*Студентка экономического факультета
ГВУЗ «Украинский государственный
химико-технологический университет»
г. Днепр, Украина*

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РИСКОВ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ИХ МИНИМИЗАЦИИ

В современном мире важная роль в развитии предприятий принадлежит инновационной деятельности. Она выступает одним из главных факторов, обеспечивающих предприятию (независимо от их формы собственности) социальное и экономическое развитие. Инновации дают возможность постоянно совершенствовать производственные процессы, значительно повышать все аспекты хозяйствования, открывают новые направления для ведения бизнеса.

В этом процессе Украина не является исключением. В то же время, инновационная деятельность в стране находится на низком уровне. Удельный вес предприятий, которые внедряли инновации в 2016 году составляет 16,6%, а удельный вес реализованной инновационной продукции в объеме промышленной в 2015 году составила 1,4%. При этом, основную нагрузку по финансированию инноваций несут предприятия. Наибольший удельный вес при финансировании инновационной деятельности – 94,9% в 2016 году приходится на собственные средства предприятий, финансирование из государственного бюджета – 0,8%, за счет иностранных инвестиции – 0,1%. [1] Такая структура финансирования характеризует, с одной стороны, понимание предприятий, что внедрение инноваций практически полностью будет осуществляться за счет собственных средств, с другой – опасения инвесторов вкладывать средства в украинские предприятия. Оба этих фактора связаны с инновационными рисками, которые

возникают при внедрении новшеств и являются основной причиной низкой доли предприятий, внедряющих инновации.

Инновационный риск - это вероятность потерь, возникающих при вложении предпринимательской фирмой средств в производство новых товаров (услуг), которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке, в новые технологические и организационные процессы, эффективность которых окажется меньше ожидаемой или её достижение по времени больше запланированного периода.[2] Поэтому, возникает необходимость экспертизы рисков, так как отказ от неё может привести к потере предприятием позиций на рынке товаров и услуг и дальнейшему банкротству. Особенно актуальным является разработка подходов к оценке рисков и нахождение путей нейтрализации рисков.

Все инновационные риски, возникающие на предприятиях-инноваторах можно условно разделить на пять больших групп: экономические риски; политические риски; социальные риски; экологические риски; законодательно-правовые риски. [3]

Дополнительно к этим пяти группам необходимо прибавить для оценки и анализа группу рисков, которые связаны с уровнем интеллектуального капитала в части знаний, опыта и умений создания, разработки и внедрения инноваций. Инновационные риски данной группы не имеют статистического или абсолютного значения, их природа такова, что они индивидуальны для каждого предприятия и зависят от двух факторов:

1. Уровня сложности инновации. Уровень риска инновации, которая не меняет базовых основ продукции или процесса гораздо ниже чем у инновации, которая затрагивает базовые параметры.

2. Накопленного интеллектуального капитала в форме квалификации персонала, соответствующей организационной структуре, опыта работы с инновационными процессами разной сложности.

Для планирования инновационных процессов в части оценки рисков, с точки зрения интеллектуального капитала, необходимо их классифицировать и каждому классификационному уровню присвоить некий базовый уровень, который будет корректироваться в зависимости от влияния других групп рисков.

Такою классификацию рисков удобно согласовывать с квалификацией инноваций разработанной Ф. Валентой.[4] Он предложил классификацию инноваций по признаку интенсивности изменений, обусловленных ими. Это связано с тем, что с целью управления инновационными процессами работники предприятия должны понять объем, результативность, значение рассматриваемой инновации и соответствующие риски при её внедрении. Данная классификация предполагает 8 порядков инноваций – от 0 до 8 порядка, от инноваций, которые просто сохраняют и обновляют существующие функции производственной системы до коренного изменения в функциональных свойствах производственной системы или ее части. Таким образом, каждому порядку инноваций соответствует свой базовый уровень риска.

Базовый уровень устанавливается методом экспертных оценок. В свою очередь базовый уровень изменяется во времени в зависимости от приобретаемого интеллектуального капитала в части разработки и внедрения инноваций разного порядка. Поэтому, определение базового уровня экспертами должно проводиться регулярно или перед внедрением инноваций или с определенной периодичностью при стабильном потоке инноваций.

Данный подход более точно идентифицирует риски инновационного процесса, которые накоплены прошлой деятельностью предприятия.

В свою очередь, такая идентификация позволяет понимать возможные изменения во внутренней бизнес – среде организации, разработать предупреждающие планы и минимизировать риски.

Література:

1. <http://ukrstat.gov.ua/> - Офіційний сайт Державного статистичного управління України
2. Мединський Володимир Григорович. Інноваційний менеджмент: Підручник з спец. «Менеджмент орг.» / В. Г. Мединський. - М.: Інфра. М, 2004. - 293 с.
3. Осадець С.С. Страхування: підручник / С.С. Осадець; Керівник авт. колективу і наук. ред. С. С. Осадець. –Вид. 2–ге, перероб. і доп. –К.: КНЕУ, 2002. –599 с.
4. Валента Ф. Управление инновациями / Ф. Валента. – М. : Прогресс, 1985. – 137 с.
5. Риски в экономике: Учебное пособие для вузов / под ред. проф В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 380с.

Савенко А.
студентка економічного факультету
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
Федорова Н.Є.
викладач кафедри теоретичної та прикладної економіки
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

КРИПТОВАЛЮТА БІТКОІН: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ

У 2009 році відбулася інновація у сфері світових фінансів: з'явився біткоїн – найпопулярніша у світі криптовалюта з моменту її створення до сьогодні. Більша частина людей мало обізнана про переваги, недоліки та надійність криптовалют. Криптовалюта – це різновид цифрової валюти, що виступає як швидка і надійна децентралізована система платежів і грошових переказів, заснована на технології блокчейна – відсутності єдиного центру зберігання даних, абсолютної рівноправності учасників.

Блокчейн (blockchain) – це ланцюжок блоків транзакцій або публічний колективний реєстр, який формується на основі згоди між учасниками, формуючи якийсь бухгалтерський реєстр або книгу (ledger), в якій записані абсолютно всі транзакції, вчинені з монетами біткойнів (payload). Блокчейн – технологія, яка вважається головною інновацією біткоіна, тому що саме вона служить механізмом верифікації всіх транзакцій в мережі.

Спочатку криптовалюта замислювалися саме як самостійна повноцінна віртуальна грошова одиниця, незалежна від держави; нова модель соціальної організації, позбавлена центрального управління, яка функціонує силами людей, що приєдналися до неї. Вперше криптографію з метою здійснення конфіденційних платежів почали використовувати ще в 1990 році в системі DigiCash Девіда Чома, однак ця система була централізованою; використання було нетривалим, оскільки незабаром компанія збанкрутувала.

31 жовтня 2008 року Satoshi Nakamoto (псевдонімом людини або групи людей, що написали протокол інноваційної електронної валюти, яку назвали «біткоїн») опублікував статтю «Біткоїн: електронна грошова система однорангової мережі», звідки й пішла назва цієї криптовалюти. Біткоїн (від англ. «Bit» – біт, одиниця інформації і «coin» – монета) – це пірінгова система електронної готівки, яка використовує однойменну цифрову валюту. Піринг (від англ. Peering – сусідство) – угода інтернет-провайдерів про обмін трафіком між своїми мережами, а також технічну взаємодію, що реалізує дану угоду. Всі грошові суми в блокчейні біткоїнів деноміновані в Сатоши, $1 \text{ Satoshi} = 0,00000001 \text{ BTC}$ [1].

Порядок транзакцій всередині блоку визначає один учасник мережі – той, хто формує блок (майнер). Майнер підтверджує транзакції, захищає мережу від введення неправдивої інформації, захищає мережу від різного виду атак і підтримує децентралізацію мережі. Випуск біткоїнів проводиться тільки за рахунок складних математичних розрахунків, так званого майнінгу (процесу комп'ютерних обчислень криптографічних головоломок, які забезпечують безпеку блоків мережі). Майнери отримують винагороду за підтримку роботи і безпеки мережі; за успішне формування блоку вони отримують фіксовану кількість крипто валюти – 25 BTC за блок. Таким чином, блокчейн сам генерує свої власні гроші. Максимальна кількість біткоїнів становить 21 мільйон, з них 12 мільйонів уже видобуто майнерами.

Криптовалюти швидко стали конвертованими в реальні гроші, однак їх номінальна вартість визначається тільки попитом і пропозицією, тому вони виступають нічим іншим, як об'єктом спекуляцій.

Позитивні сторони використання біткоїну полягають в його доступності і відсутності централізації, прозорості розрахунків, анонімності, якісному захисті транзакцій, швидкості міжнародних переказів.

Негативні риси полягають у технічній складності використання біткоїну: майнінг спричиняє витрати величезної кількості електроенергії; відносини використання біткоїнів, як и будь-якої іншої криптовалюти, не підлягає правовому регулюванню, тому завдяки ним розширюється функціонування

чорних ринків. Транзакція з використанням біткоїнів діє в одному напрямку: її не можна змінити або скасувати; в разі крадіжки або втрати грошей не існує можливості повернути криптовалюту; існують великі ризики волатильності, яка перетворює біткоїн в нестійкий актив.

Ставлення до криптовалют у різних країнах відрізняється: деś держава підтримує ці нововведення (наприклад, в Німеччині, Великобританії, США, Японії), в деяких державах намагаються відгородитися від цієї інновації (наприклад, в Індії, Китаї, Росії, Україні). Негативне ставлення в основному пов'язано з можливостями шахрайства, тіньових операцій, фінансування терактів, наркоторгівлі тощо.

Так, в листопаді 2014 р. НБУ визначив, що біткоїн – це грошовий сурогат, який не має забезпечення реальної вартістю і тому не може використовуватися фізичними та юридичними особами на території України як засіб платежу, оскільки це суперечить нормам українського законодавства.

Водночас 24 вересня 2015 року в Києві відбулася Біткоїн-конференція, в якій взяли участь і представники НБУ, які відзначили, що Нацбанк не має наміру забороняти біткоїн і надалі вивчатиме досвід інших країн щодо регулювання віртуальних валют. Однак, станом на 2018 рік в Україні ще не існує жодного нормативно-правового акту, який би визначав правила його функціонування, хоча країна і намагається адаптувати фінансове законодавство для регулювання відносин, пов'язаних з біткоїнами.

Таким чином, біткоїн – це нова технологія, яка змінює фінансову систему світу. Блокчейн дозволяє швидко, ефективно і без зайвих перешкод проводити транзакції між будь-якими учасниками, де б вони не знаходилися. Біткоїн зарекомендував високий рівень рентабельності і автономності, але він має не тільки позитивні якості, що наразі не дозволяє цій інновації швидко рухатися вперед.

Література:

1. Руденко, Є. Можливості і перспективи розвитку криптовалют [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.scienceforum.ru/2015/pdf/10657.pdf>.

Смєсова В. Л.
к.е.н., доц. каф. теоретичної та прикладної економіки
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ ТА ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ: ВІДТВОРЮВАЛЬНИЙ ПІДХІД

Основою формування і реалізації економічних інтересів суб'єктів є відтворення економічних відносин. Економічні інтереси як форма прояву економічних відносин реалізуються через постійно відтворювану взаємодію соціально-економічних та організаційно-економічних відносин, тому аналіз особливостей відтворення економічних відносин та зв'язок даного процесу з економічними категоріями є важливим і актуальним для встановлення його взаємовідповідності процесу відтворення економічних інтересів.

Відтворення виробничих відносин, визначене у концепції К. Маркса як третя змістовна форма суспільного відтворення є одним із наскрізних елементів наукових робіт К. Маркса. «Капіталістичні відносини – це уречевлені відносини, отже, вони можуть відтворюватися, якщо відтворюються ті речі, які їх виражають, втілюють. Цими «речами» є засоби виробництва і засоби споживання, які ... виробляються як капітал» [1, с. 233]. На думку Д. Розенберга, виробничі відносини рухаються та реалізуються «в безперервному потоці свого відновлення» [1, с. 234]. І далі: «Отже, відтворення виробляє не тільки товари, не тільки прибавочну вартість, але виробляє і відтворює капіталістичні відносини: капіталіста – з одного боку, працівника – з іншого» [1, с. 234].

Таким чином, у концепції К.Маркса аналіз відтворення змінної частини капіталу та капіталу в цілому і є аналізом відтворення виробничих відносин. Відповідно стає очевидним, що безперервне виробництво капіталістичних відносин розглядається як «результат капіталістичного виробництва» [1, с.237].

Тому відтворення економічних відносин слід розглядати як комплексну систему, яка включає відтворення економічних благ, капіталу і доходів, тобто,

яка є формою суспільного відтворення, що містить і опосередковує рух всіх його елементів. Одночасно відтворення економічних відносин є змістовним наповненням кожного із своїх компонентів (відтворення товарів, робіт, послуг, факторів виробництва і доходів), оскільки економічні відносини пронизують всю їх внутрішню структуру.

На думку Блюміна І.Г., Маркс, з одного боку, визначає зміст досліджуваних економічних категорій через ті виробничі відносини, які за ними криються, а, з іншого – розкриває розвиток категорій як взаємопродовження одна одної через «наростання протиріч між продуктивними силами і виробничими відносинами» [2, с. 98-99], що відображає розвиток суспільства в історичному зрізі. Відповідно, з одного боку, розвиток виробничих сил зумовлює відповідні економічні відносини, властиві тому історичному відрізку, на якому знаходиться економічна система, та тому господарському укладу, який склався у даний проміжок часу. З іншого боку – розвиток економічних відносин чинить зворотній вплив на продуктивні сили. Через такий взаємовплив вирішуються діалектичні протиріччя між зазначеними категоріями.

Через призму розв'язання зазначених суперечностей розкриваються також взаємозв'язки економічних відносин та продуктивних сил у стадіальному підході до суспільного відтворення. Економічні відносини виникають на кожній стадії суспільного виробництва, тісно переплітаються, взаємозумовлюють і опосередковують перехід до відносин на наступній його стадії через вплив та розвиток продуктивних сил. Наприклад, економічні відносини, які відбуваються на стадії виробництва, відображають певний уклад використання продуктивних сил суспільства – їх суспільну форму [3, с.373] та визначають характер економічних відносин на всіх наступних стадіях – розподілі, обміні і споживанні.

Під впливом НТП відбуваються якісні зміни в структурі продуктивних сил, а також у рівні їх розвитку, який є кількісним індикатором динамічних змін. Одночасно виробничі відносини як їх суспільна форма повільніше реагують на прогресивні зміни, можуть гальмувати якісно-інтенсивний

розвиток економіки. Відповідно забезпечення ефективного відтворення економічних відносин вимагає розв'язання суперечностей між продуктивними силами та економічними відносинами, вирішення проблеми відставання продуктивних відносин від якісних та кількісних параметрів продуктивних сил.

Разом із тим, відтворення економічних відносин необхідно розглядати в єдності з суб'єктами економічної діяльності, самою діяльністю та її результатами У концепції К. Маркса передусім розглядається відтворення відносин між капіталістами і працівниками, оскільки предмет його аналізу був сконцентрований у капіталістичному виробництві. Сьогодні ж відтворення економічних відносин розглядається через систему цілої сукупності економічних відносин між різноманітними учасниками суспільного відтворення.

Економічні відносини існують лише у зв'язку з тим, що їх відтворюють економічні суб'єкти. Тим самим економічні суб'єкти втілюють в собі економічні відносини, виступаючи їх «продуцентами». Одночасно економічні відносини наділяють певними економічними характеристиками суб'єктів, утворюють економічні властивості благ, факторів виробництва та надають самому процесу суспільного виробництва економічний і суспільний зміст.

Тому можна зробити висновок, що відтворення економічних відносин, по-перше, відображає їх постійне відновлення на всіх стадіях суспільного відтворення, і, по-друге, одночасно втілює в собі процес відтворення економічних благ, доходів, капіталу і самих економічних суб'єктів.

Література:

1. Розенберг Д.И. Комментарии к «Капиталу» К.Маркса / Под ред. Цаголова Н.А. – М.: Экономика, 1984. – 720 с.
2. Блюмин И.Г. История экономических учений (очерки теории) / Под ред. Полянского Ф.А. – М.: Высшая школа, 1961. – 267 с.
3. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия / Под ред. Румянцева А.М. – Т. 1. – М.: Советская энциклопедия. – 1975. – 560 с.

Федорова Н.Є.
*Викладач кафедри теоретичної та прикладної економіки
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ВДОСКОНАЛЕННЯ ДОЗВІЛЛЄВОЇ СФЕРИ ЯК ШЛЯХ ДО ПРОГРЕСИВНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

В умовах переходу суспільства на постіндустріальні засади господарювання підвищується соціально-економічна роль науки, яка перетворюється у основний фактор прогресивного розвитку, адже без нових знань неможливо цілеспрямоване якісне вдосконалення суспільної системи: тільки за допомогою розширення системи знань про оточуюче середовище суспільство здатне подолати загрози, що загострюються, та вивести систему на новий рівень функціонування. Водночас якісний вплив науки на всі інші елементи соціально-економічної системи супроводжується певними наслідками, що можуть носити не тільки позитивний, а й негативний характер для тих чи інших складових суспільної системи.

Так, в умовах прискорення науково-технологічного розвитку спостерігається тенденція скорочення робочого часу та відповідного збільшення часу дозвілля. Безумовно, вона не може вважатися негативною, скоріше навпаки, оскільки створює умови для відпочинку, навчання й саморозвитку особистості, але ці умови можуть бути реалізовані лише при наявності у індивіда можливостей, настанов та відповідних моральних векторів, що сприяють його саморозвитку, а не самознищенню. Як писав Г. Сковорода: «Розум завжди любить до чогось братися, і коли він не матиме доброго, тоді звертатиметься до поганого» [1]. Тому важливим завданням виступає створення відповідного культурного середовища, яке дозволяє використовувати вільний час на потреби розвитку, що проявляється через підвищення інтелектуального та освітнього, культурного рівня особистості і, як наслідок, підвищення ефективності праці, запобігання зростанню злочинності й деструктивної

поведінки, задоволення потреб у саморозвитку й самореалізації і, тим самим, реалізації цілей прогресивного соціально-економічного розвитку. У зв'язку з цим доцільно проаналізувати передовий досвід розвинених країн в сфері розвитку дозвіллевої сфери суспільного виробництва.

XX ст. характеризується появою численних науково-дослідних інститутів в сфері дозвілля у різних країнах світу: Національна асоціація рекреації в США, Фонд парків та рекреації в Японії, Міжнародна асоціація з питань розвитку дозвіллевої сфери тощо. В середині XX ст. соціологами була висунута ідея «цивілізації дозвілля», що розглядає його як необхідний незмінний засіб самореалізації індивіда. Головною сучасною новацією в зазначеній сфері виступає перетворення закладів культури вузького спрямування на багатопрофільні поліфункціональні рекреаційно-дозвіллієві установи, що характеризуються мобільністю, гнучкістю та функціональною динамічністю і спроможні обслуговувати велику кількість відвідувачів незалежно від соціального чи професійного складу, віку, релігійних чи політичних вірувань. Все це дозволяє максимально сприяти розвитку й самореалізації людини з урахуванням її індивідуальності.

Пильна увага приділяється проблемам організації дозвілля інвалідів, людей похилого віку. Так, центр дозвілля в Уїндлі (Велика Британія), який щорічно відвідує понад 1 млн. осіб, базується на застосуванні багатопланової та змістовно насиченої програми, що передбачає майже 500 курсів, 600 спеціальних проектів та культурницьких акцій; розважальний центр «Тропікана» (Нью-Джерсі, США) містить парк відпочинку, атракціони, готель, казино, гумористичний клуб, приміщення для зустрічей та спілкування, магазини. Ще однією особливістю сучасної дозвіллевої сфери виступає те, що більшість новітніх комплексів дозвілля створюється за допомогою партнерської участі урядових, приватних інституцій, органів місцевого самоврядування, оскільки така політика має великі переваги: ефективно вирішуються економічні, соціальні, господарські питання, фінансові та технічні аспекти діяльності культурно-дозвіллевої установи, маркетингові проблеми. Так,

результатом спільних зусиль держави, бізнесових структур та громадських організацій було створення Національного центру культури імені Кеннеді (Нью-Йорк, США), Шведської атлетичної асоціації (сьогодні нараховує більше 15 тисяч клубів із спортивних видів дозвілля для сімей).

Спеціалістами розвинених країн усвідомлюється необхідність державного контролю за комерційними видами дозвілля, що пов'язано з можливим антикультурним впливом комерційного дозвілля на людину, екологічними проблемами, обмеженістю рекреаційних ресурсів тощо. Зарубіжні практики вбачають перспективність в інтеграційному підході, що охоплює соціальні, економічні, енергетичні, виховні, культурні, правові аспекти дозвіллевої сфери, що дозволяє забезпечити створення дозвілля нової якості. Інтеграція державної та комерційної складової в сфері дозвілля дозволить краще пристосувати її до цілей прогресивного розвитку, оскільки державний сектор не здатен самотужки мобільно реагувати на дозвіллієві запити різних верств населення, а комерційний – орієнтується переважно на отримання прибутку, хоч має розвинену інфраструктуру і потужну матеріально-технічну базу [2]. Важливо також зазначити, що в розвинених країнах особлива увага приділяється управлінню вільним часом дітей та молоді як найважливішого потенціалу робочої сили країни та водночас морально незрілої групі населення. Головними сучасними принципами й методами регулювання сфери дозвілля серед молоді можна вважати надання масовим культурним заходам перш за все ціннісно-орієнтуючого характеру, здійснення фінансової та організаційно-методичної допомоги різним молодіжним групам, що прагнуть реалізувати свій соціокультурний потенціал.

Література:

1. Афоризми Григорія Сковороди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [https:// http://scovoroda.info/aphorism.php](https://http://scovoroda.info/aphorism.php).
2. Петрова, І.В. Сутність та особливості становлення індустрії дозвілля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.info-library.com.ua/libs/stattya/285-sutnist-ta-osoblivosti-stanovlennja-industriyi-dozvillja.html>.

Лупійчук К.Ю.
студентка групи 5-Ек-10

Гончар Л.А.
к.е.н., доц. кафедри економіки промисловості та організації виробництва
Гончар Лариса Анатоліївна
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Діяльність підприємств за умов ринкової економіки пов'язана з необхідністю завоювання і укріплення власних позицій в конкурентному середовищі.

В сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових, відповідним умовам конкуренції, інструментів та способів управління конкурентоспроможністю підприємства, що й зумовлює актуальність вивчення цієї проблематики.

Саме проблема управління конкурентоспроможністю підприємства стає доречною для сучасних підприємців, адже світова криза загострила важку ситуацію в конкурентній боротьбі підприємств. За відсутності проведення адекватної та своєчасної оцінки рівня власного конкурентного потенціалу, виявлення деяких факторів безпосереднього впливу на конкурентні позиції підприємства, його керівництво припиняє розробку та впровадження стратегії існування та функціонування підприємства.

Дослідження теоретичних основ та практичного застосування управління конкурентоспроможністю знайшли своє відображення в працях закордонних учених Ф. Котлера, Г. Мінцберга, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, А. Файоля, Й. Шумпетера та ін. [1].

Результати дослідження вчених свідчать про актуальність дослідження управління конкурентоспроможністю, оскільки підходи удосконалюються на кожному етапі розвитку суспільства.

У сучасній теорії і практиці домінує ідея розглядати управління конкурентоспроможністю підприємства як взаємозалежний процес планування, організації, мотивації і контролю, потрібний для досягнення цілей організації. Управління конкурентоспроможністю можна також розглядати як сукупність зазначених елементів. Елементи управління конкурентоспроможністю підприємства такі [3]:

- планування: розробки продукції, виробництва; збуту;
- організація: оптимізація організаційної структури, забезпечення ресурсами, стимулювання збуту;
- мотивація: робітників підприємства; контрагентів;
- контроль: якості управлінських рішень, якості продукції, якості ресурсів, реалізації управлінських рішень, відстеження рівня конкурентоспроможності.

Основну роль у системі управління конкурентоспроможністю підприємства відіграє управління конкурентоспроможністю продукції, яка формується на етапах розроблення, виробництва й реалізації продукції. Категорії конкурентоспроможності продукції та підприємства мають високий ступінь взаємозалежності [2]. Водночас конкурентоспроможність продукції є окремою та незалежною категорією, оскільки вона більше пов'язана із успіхом продукції на ринках збуту, ніж із особливостями функціонування підприємства. Тобто, вирішальну роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства має відігравати управління конкурентоспроможністю його продукції.

В умовах господарювання можливості підприємств з управління конкурентоспроможністю продукції, обмежені наявними в його розпорядженні фінансовими, трудовими ресурсами, часом, а також виробничими потужностями й технологіями.

Таким чином, узагальнено можна сказати, що конкурентоспроможність підприємства в умовах господарювання визначається, перш за все, умінням максимально використати в своїх інтересах ринкову ситуацію, що склалася або може скластись на визначений проміжок часу, для збільшення виробництва,

надання послуг, товарообігу та одержання максимального прибутку щодо підтримання та підвищення конкурентоспроможності з використанням обмеженого обсягу ресурсів у певній ринковій ситуації.

Література:

1. Должанський І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І. Должанський, Т. Загорна. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 384 с.
2. Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р.Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2 (52). – С. 91-94.
3. Управління конкурентоспроможністю на підприємстві. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukr.vipreshebnik.ru/mened/4510-upravlinnya-konkurentospromozhnisty-ua-pidpriemstvi.html>.

Коростылёва А.А.
Студентка группы 5-ЭК-10

Гончар Л.А.
*к.е.н., доц. кафедры экономики промышленности и организации
производства Гончар Лариса Анатольевна
ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический
университет»
г. Днепр, Украина*

РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В этом году сельское хозяйство и промышленность показали падение. Небольшое, но падение. За 2017 год индекс сельскохозяйственного производства упал на 0,7%, а индекс промышленного производства упал на 0,3% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Фактически можно сказать, что падения нет, но нет и роста. Сельское хозяйство и промышленность зашли в стадию стагнации, и это опасно.

В промышленности другие проблемы: блокада ОРДЛЮ и слабый эффект от зоны свободной торговли с ЕС. Блокада ОРДЛЮ привела к существенному падению добычи угля, производства кокса и, самое главное, металла.

В результате в натуральных показателях украинская металлургия упала, и как производитель, и как экспортер. И теперь это исправить уже нельзя. Теперь пищевая промышленность – лидер украинской промышленности. Но украинцы не могут так много скушать продуктов, тем более по таким ценам. А экспорт продуктов питания – дело непростое. Страны ЕС с удовольствием закупают в Украине подсолнечное масло, а шоколад или печенье не хотят покупать. В результате сейчас пищевая промышленность растет в основном в сегменте производства пищевых полуфабрикатов, а производство готовой продукции буксует. Раньше можно было бы поговорить о роли машиностроения в промышленности Украины. Но украинское машиностроение сократилось до производства подшипников и проводов для экспорта в ЕС. Частично еще спасает экспорт трансформаторов, двигателей и запчастей в страны СНГ. Но это, как правило, старые контракты.

В Украине растет строительство. За 2017 год индекс строительного производства вырос на 23,8% по сравнению с прошлым годом. Во многом это произошло за счет роста жилищного строительства. Много говорят и спорят о том, что происходит с ценами на жилье. Но факт остается фактом, украинцы действительно в 2017 году больше покупают и строят жилья, чем в 2016, и это существенно стимулирует рост строительства. За 2017 год рост жилищного строительства составил 13%. Но главным драйвером роста строительства в Украине стало строительство дорог [1, с. 2].

Именно строительство и ремонт дорог дает такой головокружительный рост строительства. Было бы все хорошо, если бы этот рост был не за счет роста цен. Очень часто на строительство дорог в Украине цены завышены, а качество явно не отвечает количеству потраченных денег.

Что касается цен в целом, то за 2017 год оптовые цены промышленности выросли почти на 30%, строительства – на 13%, сельскохозяйственной продукции – на 11%. Действительно, в этом году лучше всего растут именно цены. И это больше всего радует продавцов, но раздражает покупателей. При относительно стабильном курсе гривны у нас получился существенный рост цен фактически во всех сферах экономики, хотя сама экономика скорее находится в стагнации.

В результате роста оптовых цен рост розничных цен в этом году на уровне 14,6% не кажется таким уже и большим. Поэтому, хотя розничные продажи за 2017 год и выросли на 8%, но это, скорее, рост цен, чем рост реальных покупок. Получается, что, несмотря на рост зарплаты, украинцы в этом году ничего не выиграли. Рост цен «съел» рост минимальной зарплаты, и теперь опять нужно повышать и минимальную, и среднюю зарплату. Вообще, это было ошибкой, когда решили ручным методом повысить покупательную способность украинцев. В 90-е годы, тоже пытались так сделать, но получилась только гиперинфляция [2, с. 1]

Литература:

1. <https://112.ua/mnenie/nepredvzyatyuy-vzglyad-na-ekonomiku-ukrainy-za-9-mesyacev-2017-goda-417807.html>
2. <http://ukrmap.su/ru-g9/912.html>

Ломанова Я.Ю.
студентка групи 6 ЕК

Гончар Л.А.
*к.е.н., доц. кафедри економіки промисловості та організації виробництва
та Гончар Лариса Анатоліївна
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Світовий досвід розвитку економічних систем свідчить на користь інноваційного шляху розвитку. За сучасних умов саме ті підприємства, які впроваджують інновації, отримують більші шанси досягти високого рівня конкурентоспроможності у порівнянні з іншими підприємствами.

Аргументуючи важливість ролі інновацій у розвитку підприємства В.В. Стадник та М.А. Йохна зазначають, що: «...стабільний розвиток організацій у ринковому середовищі можливий лише за умов цілеспрямованого і постійного вдосконалення всіх сторін її діяльності, підтримання здобутих і формування нових конкурентних переваг... відсутність належної уваги до інноваційної діяльності гальмує розвиток організацій, призводить до технологічного відставання і ослаблення їх ринкових позицій...» [1].

Актуальність розвитку інноваційних процесів, починаючи від генерування ідей до їх впровадження, комерціалізації та дифузії, та необхідність підвищення ефективності інноваційної діяльності спонукають до поглибленого вивчення наукових підходів до управління інноваційною діяльністю підприємств.

В теорії управління інноваційний розвиток підприємств розглядається як ефективний вплив відповідної керуючої системи організації на підпорядковану їй керовану. Вплив керуючої системи можна оцінювати за якістю послідовно прийнятих управлінських рішень, що найбільшою мірою сприяли

впровадженню запланованої інновації й ефективному використанню необхідних для цього ресурсів підприємства [2].

Характерною рисою сучасного етапу трансформації економіки України в контексті зміцнення ринкових відносин є переорієнтація на інноваційний тип розвитку. Досвід економічно розвинених країн свідчить, що успішне використання інновацій може суттєво вплинути на перебіг економічних процесів і значно прискорити їх. Рівень інноваційної активності значною мірою визначає поступальний розвиток національної економіки на даному етапі і в майбутньому.

Сучасні темпи здійснення інноваційної діяльності в Україні є вкрай незадовільними. Незважаючи на те, що впровадження інновацій є одним із способів удосконалення структури виробництва, підтримки високих темпів розвитку й рівня прибутковості, в Україні практично не створені умови для ефективного розвитку інноваційної сфери. На шляху пошквалювання інноваційної діяльності постають перешкоди фінансового, правового, політичного характеру. Процеси трансформації економічних відносин подекуди носять стихійний характер й здійснюють неоднозначний вплив на складні процеси розроблення і впровадження новітніх технологій, систем сучасної організації та управління збутом продукції, розвиток ринкової інфраструктури.

Вирішення управлінських проблем у процесі комерціалізації інновацій забезпечується переважно реалізацією окремих завдань в системі управління. Водночас, в умовах швидких динамічних змін в економіці України значно посилюється потреба у створенні та впровадженні цілісної ефективної системи управління інноваційним розвитком підприємств.

Підвищення інноваційної активності обумовлюється усвідомленням важливості генерування та впровадження нових рішень. У світлі глобалізації економіки та загострення конкуренції на ринку перемагають підприємства, що постійно пропонують інновації. При цьому надзвичайного значення набуває швидкість практичного втілення ідей. Динамізм розвитку підприємства, його здатність до швидкого і масштабного впровадження новацій перетворюється на

вирішальний фактор конкурентоспроможності. В цих умовах домінантою менеджменту стає зосередження уваги на попереджальних змінах в усіх сферах функціонування підприємства під тиском стратегічного бачення трансформації зовнішнього середовища.

Поштовхом до пошуку постійних змін в управлінні є низка ендогенних та екзогенних чинників, серед яких: постійні зміни у законодавстві, загострення конкурентної боротьби, зміна поколінь працівників і менеджерів, застарілі стиль і методи управління, поява нових знань в сфері організації та управління підприємством, сформовані диспропорції та стереотипи поведінки, недоліки планування та обліку, прогрес у техніці, технологіях, засобах комунікації і зв'язку тощо. При цьому персонал підприємства повинен змінювати звичний стиль поведінки, перенавчатися, освоювати нові форми і методи роботи. Цей процес супроводжується перерозподілом повноважень, порушенням балансу інтересів, що склався в колективі, зміною соціальних ролей, цінностей, стимулів. Відбувається певного роду революція в колективі підприємства, зі всіма можливими наслідками. Особливе значення в цьому процесі має удосконалення системи управління інноваційним розвитком підприємства.

Таким чином, пристосування підприємства до мінливих зовнішніх умов та забезпечення його стійкого економічного розвитку здійснюється шляхом розробки і впровадження управлінських інновацій, що визначає важливість інноваційної складової в системі управління підприємством та необхідність розбудови системи управління інноваційним розвитком підприємства.

Література:

1. Стадник В.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К.: Академвидав, 2006. – 464 с. (Альма-матер).

2. Череп А.В. Методи оцінки ефективності управління інноваційною діяльністю підприємств машинобудування / А.В. Череп, М.М. Лизуненко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – №3(27). – С. 113-119.

Асоцька Р.М.
*студентка каф. економіки промисловості та організації виробництва
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

РОЗВИТОК ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасних умовах розвитку економіки більшість країн світу знаходиться в особливих умовах функціонування, що визначаються динамічністю зовнішнього середовища. Незважаючи на тенденції подальшої інформатизації та глобалізації в усіх галузях економіки, спостерігається таке явище як збільшення невизначеності тенденцій розвитку. Незважаючи на наявність великого обсягу доступної інформації, активного розвитку інформаційних технологій, міжнародної комунікації, все більш складним виявляється процес прогнозування майбутнього стану економічних систем, зв'язку з великою кількістю чинників, що можуть впливати на їх поведінку, все більше розповсюджуються такі негативні явища як фінансово-економічні кризи, що призводять до банкрутства і погіршення соціально-економічної ситуації в країнах. Причини цього криються як в загальносвітових тенденціях розвитку, найважливішою з яких на сучасному етапі є прогресуюча глобалізація, так і в особливостях розвитку економіки кожної конкретної країни. Прискорення технологічного розвитку, активізація ролі людських ресурсів і зміни у інших факторах сучасного виробництва є взаємопов'язаними проблемами збалансованості та динамічного розвитку[1].

Тому особливої актуальності набувають проблеми забезпечення успішного розвитку сучасних соціально-економічних систем. Проблеми забезпечення ефективного розвитку підприємств відносяться до стратегічного управління.

До чинників, що сприяють розвитку підприємництва, також відносять:

1. прагнення людей поліпшити свій добробут, розширення їх запитів та потреб. Підприємництво у різних сферах життя людини – це короткий шлях до добробуту та процвітання;

2. підвищення матеріального та культурного рівня життя суспільства. Воно веде до зростання доходів і заощаджень, які можна вкласти у «справу» й отримати додатковий дохід. Цей чинник сприяє розширенню підприємницького поля, концентрації капіталу і збільшує можливості підприємництва у вирішенні народногосподарських завдань;

3. наявність безробіття в економіці. Воно є наслідком банкрутства збиткових та закриття низькорентабельних підприємств, а також результатом порушення ринкової рівноваги на ринку праці; за певних умов безробіття може бути джерелом кваліфікованих кадрів для підприємницької діяльності;

4. прагнення людини до незалежності та самовираження, визнання її таланту та заслуг, потреба в повазі, взаємодопомозі. Ці психологічні риси людини можуть бути реалізовані саме у підприємстві[2].

У загальнотеоретичному аспекті дефініція «розвиток» відбиває характер змін, що проводяться на підприємстві. Тобто, це є послідовністю переходу соціально-економічної системи підприємства від одного стану до іншого з моменту його виникнення до моменту ліквідації. Розвиток підприємства можна охарактеризувати як незворотній процес, який забезпечує некеровані чи керовані переходи від одного стану об'єкту до іншого через процеси змін. Унікальність кожного конкретного економічного стану підприємства забезпечується неможливістю повного повторення різноманітності, якості, кількості та сили впливу факторів, які його визначили [3]. Управління змінами для сучасного топ-менеджера становиться обов'язковою функцією без якої він навряд чи стане успішним.

Прототипом усіх сучасних механізмів подолання опору змінам виступає модель видатного соціолога Курта Левіна. Його основа – положення про те, що розуміння змін передбачає усвідомлення поняття стабільності. Фактори, які спонукають до змін, і сили, спрямовані на збереження

стабільності, Левін назвав, відповідно, «спонукаючими» та «обмежуючими» силами. При рівновазі цих сил в організації зберігається стійке положення. Курт Левін вважає, що менеджеру, який прагне здійснити зміни, основні зусилля слід докладати до зменшення впливу обмежуючих сил, тобто опору змінам, що сприяє зниженню напруги, в той час як збільшення спонукаючих чинників тільки підсилює опір [4].

При дослідженні розвитку підприємств необхідно враховувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище його діяльності.

Отже, успішний розвиток підприємства залежить від значної кількості факторів, що нерідко впливають у протилежних напрямках. Тому аналіз та оцінку показників розвитку необхідно здійснювати з врахуванням впливу умов та чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємств та впливають на їх економічний розвиток.

Література:

1. Ілляшенко С. М. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці / С. М. Ілляшенко (заг. ред.). – Суми : Університетська книга, 2005. – 582 с.

2. Ашмарина С.И. Развитие системы управления организационными изменениями на промышленном предприятии / С. И. Ашмарина, Д. М. Калимуллин. – Самара : СамНЦ РАН, 2008. – 154 с.

3. Беяева Н.Е. Формирование механизма оценки организационных изменений предприятия / Н. Е. Беяева // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Господарський механізм: сутність, структура, подальше вдосконалення на сучасному етапі», (м. Полтава, 18 – 19 квітня 2008 р.). – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – С. 53–54.

4. Дунда С. П. Теоретичні підходи до визначення поняття «розвиток підприємства». [Електронний ресурс] / С. П. Дунда. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>

Цымбал М.С.
Студентка группы 5-ЭК-10

Винниченко Е.Н.

*Проф. к.э.н. доц. кафедры экономики промышленности и организации
производства*

*ДВУЗ «Украинский государственный химико-технологический
университет»*

г. Днепр, Украина

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Экономическая эффективность — сложная категория экономической науки. Она пронизывает все сферы практической деятельности человека, все стадии общественного производства и является основой для построения количественных критериев ценности принимаемых решений. Такие наиболее существенные характеристики хозяйственной деятельности, как целостность, многомерность, динамичность и взаимосвязанность ее различных сторон, находят отражение через категорию «экономическая эффективность». Решение этих проблем должно быть адекватно рыночным трансформациям внешней среды. Современная экономика требует разработки нового подхода к понятию экономической эффективности, ориентирующейся как на стабильное, так и динамичное состояние предприятия, учета взаимодействия компонентов социальной и экономических структур.[2,с.176]

Многообразие проявлений экономической эффективности хозяйственной деятельности предприятий проявляется в том, что она имеет три стороны проявления: обусловлена ресурсами предприятия, создает возможности для получения прибыли, является результатом профессиональной и успешной компетентной управленческой деятельности.

Экономическая эффективность деятельности предприятия зависит от рационального использования каждого вида ресурсов и их структуры, которая определяется соотношением задействованных ресурсов различных факторов производства. Эти пропорции главным образом обусловлены спецификой производства, уровнем применяемой на предприятии техники, технологии,

организации производства и труда, соотношением экстенсивных и интенсивных факторов развития производства. На структуру и частичную эффективность использования ресурсов предприятия значительное влияние оказывают внешние факторы, в частности рынки ресурсов, предложение и спрос на отдельные виды ресурсов и уравновешенные на них цены и т.д.[1,с.471]

В качестве основных показателей экономической эффективности предприятий используется система коэффициентов рентабельности. Показатели рентабельности рассчитываются на основе величины полученного субъектом предпринимательской деятельности прибыли. Полученный предприятием в определенных абсолютных и относительных размерах прибыли является необходимым условием его самодостаточности, экономической независимости, дальнейшего функционирования.

Пути повышения эффективности деятельности предприятия - комплекс конкретных мероприятий по росту эффективности производства в заданных направлениях.

Основные пути повышения эффективности производства: снижение трудоемкости и повышение производительности труда, снижение материалоемкости продукции и рациональное использование природных ресурсов, снижение фондоёмкости продукции и активизация инвестиционной деятельности предприятий. Важным фактором повышения эффективности деятельности предприятия является научно-технический прогресс.[3,с.372] В современных условиях нужны революционные, качественные изменения, переход к принципиально новым технологиям, к технике последующих поколений, коренное перевооружение всех отраслей народного хозяйства на основе новейших достижений науки и техники. Коренные преобразования в технике и технологии, мобилизация всех, не только технических, но и организационных, экономических и социальных факторов создадут предпосылки для значительного повышения экономической эффективности деятельности предприятия.[4,с.325]

Список литературы:

1. Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. — М: Юнити, 2009. — 471 с.
2. Примак Т.О. Экономика предприятия: Навч. посіб. — К.: Вікар, 2008. — 176 с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е вид.: перероб. і доп. — Мн.: ИП “Екоперспектива”, 2010. — 372 с.
4. Білик М.Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємства. Навчальний посібник. — К: КНЕУ, 2000. — 325 с.

Ali KONAK
Karabük Üniversitesi
Turkey

KIRIM’IN İLHAKININ RUSYA, UKRAYNA VE AB EKONOMİLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Kafkasya’nın kanayan yarası Kırım, verimli toprakları, konumuna bağlı olarak sahip olduğu önem ve demografik yapısı nedeniyle ülkelerin, AB’nin ve çeşitli etnik grupların askeri, siyasi ve ekonomik çekişmelerinin odak noktası olmuştur. Özellikle Rusya’nın Kırım üzerinde önemli ideolojik ve stratejik hedefleri bulunmaktadır. Bu hedeflere ulaşabilmek için Rusya, 23 Şubat 2014 tarihinde Kırım’ı ilhak girişiminde bulunmuş ve Kırım’daki farklı etnik gruplar arasında yaşanan çetin mücadeleler sonrasında Ukrayna’ya bağlı bir yarımada olan Kırım’ı 18 Mart 2014 tarihinde ilhak etmiştir. Rusya’nın Kırım’ı ilhakı, başta Ukrayna’nın, sonrasında Rusya’nın bölgede ve denizlerde güçlenmesini istemeyen ABD ile AB ülkelerinin ve de bölgede yaşayan halk ile etnik bağı bulunan ülkelerin de tepkisini çekmiştir. Bu tepkilerin bir yansıması olarak 2014 yılının Haziran ayından itibaren Rusya’ya yönelik bir takım yaptırımlar uygulamaya konulmuştur. Rusya’da bu yaptırımlara elindeki imkanlar doğrultusunda karşılık vermiştir. Karşılıklı yaptırımlar kapsamında AB üyesi ülkeler, Rusya’ya silah satışını durdurmuş, ABD ise askeri malzeme satışına yönelik ambargolar uygulamıştır. Ayrıca yine ABD ve AB tarafından, Rusya’ya petrol ve gaz arama sürecinde kullanılacak olan ileri teknoloji malzeme satışına yönelik

ambargolar uygulanırken finans sektörüne yönelik kısıtlamalar da bu ambargoları takip etmiştir. Bu yaptırımlara Rusya ise özellikle batılı ülkelerden gerçekleştirdiği gıda maddelerinin ithalini yönelik kısıtlamalar getirerek ve doğal gaz ihracına yönelik hem fiyat hem de miktar yönünden düzenlemeler yaparak karşılık vermiştir. Özellikle de Rusya, İlhak öncesi dönemde Ukrayna'ya satılan doğal gazın fiyatında yaptığı indirimleri iptal ederek Ukrayna'yı bir ekonomik krizin içine sürüklemeye çalışmıştır. Doğal olarak da uygulamaya konulan bu karşılıklı yaptırımların olumsuz manada önemli ekonomik sonuçları olmuştur.

Bu çalışmada kapsamında Kırım'ın İlhakı'nın ABD, AB, Ukrayna ve bölgedeki ülkeler özellikle de Rusya açısından önemi üzerinde durulduktan sonra Kırımın ilhakın öncelikle sosyal, siyasal ve toplumsal etkileri üzerinde durulacak ve sonrasında da Kırım'ın ilhakının Rusya ve Avrupa Birliği ülkeleri üzerindeki ekonomik sonuçları ve etkileri, istatistiki veriler yardımıyla, ilhak öncesi ve ilhak sonrası dönemler itibariyle karşılaştırmalı olarak incelenecektir.

Fatih AYHAN

*Bandırma Onyedi Eylül University
Turkey*

THE RELATIONSHIP BETWEEN EXCHANGE RATE VOLATILITY AND IMPORT FOR TURKEY

Globalization has deep effects on the countries' trade relationship. Countries' relationship are getting integrated and more complicated because of globalization and neoliberal economic politics. For this reason, countries are adopting more open foreign trade economic policies. This situation makes the effect of exchange rate changes on foreign trade more important. Because every major change that has taken place in the Exchange rates is beginning to take effect on decisions about foreign trade.

Theoretically, importance has been attached to the relationship between exchange rate and foreign trade in the economic literature. It is quite common in applied studies about the subject for different economies.

In this paper, it's analyzed the relationship between exchange rate and export variables for Turkish economy. Dataset consists of the monthly data for January 2005-February 2014 period. Variables that used in empirical section are foreign industrial production index(SANF), export(X), real effective exchange rate(REER) and exchange rate volatility(VOL). SANF data retrieved from WorldBank database, while Turkish export volume retrieved from TUIK and Exchange rate data retrieved from Turkish Central Bank database.

In the empirical section, firstly the stationarity tests established via ADF, PP and Ng Perron Tests. According to stationarity control, foreign industrial production index (LSANF) and Exchange rate volatility (VOL) are I(0) while export (LX) and real effective exchange rate (LREER) are I(1). Then the Bound test that proposed by Pesaran et al. (2001) was used for cointegration analysis because the variables have different stationarity level. When cointegration relation established between the variables, ARDL model established for investigating the long and short term relationship.

According to the model's results, it is found that foreign industrial production index income affects the exports positively, however foreign exchange rate volatility and real exchange rate negatively affect exports both in short and long term. These results are similar to the results of empirical studies in the literature.

In addition, the error correction coefficient was found to be -0.17. This suggests that if a long-term deviation deviates from the short term, then 17% of the imbalance will be eliminated in each period, the system will re-balance after about 5.9 months later.

THE RETURNS TO EDUCATION IN TURKEY USING PSEUDO-PANELS

The returns to education is of great interest in public policies and labor economics. It has been widely studied by many experts for decades. It has been acknowledged that in a Mincerian wage equation, ordinary least squares estimates are biased due to the endogeneity of education. One way to deal with this endogeneity could be removing individual fixed effects using panel data. However, education of an individual is fixed once their wage is observed. Thus, panel data would wipe out the information on education. On the other hand, using pseudo-panel approach the returns to education can be estimated making use of repeated cross-section data. There are limited studies on returns to education on Turkey despite the fact that its crucial importance in public policy. In this paper, we estimate returns to education for Turkey using a pseudo-panel data approach. We make use of Turkish Household Labor Force data for the years 2004-2014 in order to construct pseudo-panel data. We find that one additional year of education increases individual wages by around 4 percent using ordinary least squares. However, using pseudo-panel fixed effect estimation leads a 6-percent rate of returns to education. Thus, we show that there is a downward bias in ordinary least squares estimates of returns to education in Turkey.

Секція 3. Безпека бізнес-діяльності

Федулова С.О.

*к.е.н., зав. каф. теоретичної та прикладної економіки
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ВОДА ЯК ОБМЕЖЕНЕ ЕКОНОМІЧНЕ БЛАГО: БЕЗПЕКА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Аналіз глобальних тенденцій на період до 2030 року показує, що попит на водні ресурси істотно зросте через збільшення населення планети. У зв'язку з цим у науковий обіг, все більшою мірою, вводиться поняття водної безпеки. У 2009 році Всесвітній економічний форум дав пріоритет водної безпеки в якості глобального ризику, заявивши, що «безпека води це нитка, яка з'єднує в павутину продовольство, енергетику, клімат, економічне зростання і виклики безпеки людини, з якими зіткнеться світова економіка протягом наступних десятиліть» [1]. Світова наукова спільнота почала використовувати термін «водна безпека» набагато раніше, ніж український науковий світ. На 2-му Всесвітньому водному форумі в 2000 році, Всесвітня Водна Рада представила своє бачення «світу водної безпеки – бачення в ім'я води, життя і навколишнього середовища». Глобальним Водним Партнерством (GWP) було опубліковано працю «На шляху досягнення водної безпеки: платформа для дій».

Технічним комітетом Глобального Водного Партнерства було представлено визначення терміна «водна безпека», а саме: «водна безпека, на будь-якому рівні, від побутового до глобального, означає, що кожна людина має доступ до достатньої кількості безпечної води за доступною ціною для чистого, здорового і продуктивного життя, забезпечуючи при цьому, захист навколишнього середовища» [1].

Таким чином, узагальнюючі світові тенденції просторового розвитку та тенденції економічного розвитку в Україні можна констатувати наявність проблеми ефективного регіонального водокористування. Розподілення водних

ресурсів відбувається саме на містах в регіонах. Основні заходи та документи, що актуалізують дослідження даної проблеми представлено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Основні заходи та документи, що актуалізують дослідження проблеми безпечного регіонального водокористування

Захід або документ	Рік	Основна теза
<i>Увесь світ</i>		
Конференція ООН по водним ресурсам в Мардель-Платі (Аргентина)	1977 р.	Всі народи незалежно від етапу їх розвитку та їх соціально-економічних умов мають право на доступ до питної води, що відповідає потребам якості та кількості. Вода визначається як загальне благо.
Конференція ООН по навколишньому середовищу і розвитку в Ріо-де-Жанейро	1992 р.	Головний документ: «Порядок денний на 21 століття»: - глобальне управління прісною водою; - інтеграція галузевих водогосподарських планів і програм в рамках національної соціально-економічної політики. Вода не має високого пріоритету
1-ий Всесвітній водний форум в Марракеш (Марокко)	1997 р.	Вода - це ринковий, дорогий товар , за який можуть вестися війни.
2-ий Всесвітній водний форум в Гаазі (Нідерланди)	2000 р.	Всесвітня Водна Рада представила своє бачення «світу водної безпеки – бачення в ім'я води, життя і навколишнього середовища». Глобальним Водним Партнерством (GWP) було опубліковано працю «На шляху досягнення водної безпеки: платформа для дій». Вода визначена як абсолютно необхідний елемент для життя як людства, так і екосистем, і як фундаментальна умова розвитку країн.
Рамкова Директива 2000/60/ЄС	2000 р.	Ця директива прискорила історичний процес управління транскордонними водними ресурсами.
Саміт Тисячоліття в Нью-Йорку (США)	2000 р.	Визначенно Цілі Розвитку Тисячоліття: «До 2015 року скоротити наполовину частку населення, що не має доступ до безпечної питної води».
4-ий Всесвітній водний форум в Мехіко (Мексика)	2006 р.	Визначенно Ключові послання: - забезпечення водної безпеки і розвиток вимагають мінімального рівня водної інфраструктури; - корупція є бар'єром на шляху досягнення водної безпеки; - уряди несуть основну відповідальність за реалізацію права на воду для всіх; - фінансування забезпечення доступу до води для всіх вимагає солідарності і нових механізмів.
Всесвітній економічний форум	2009 р.	Зазначив пріоритет водної безпеки в якості глобального ризику, заявив, що «безпека води це нитка, яка з'єднує в павутину продовольство, енергетику, клімат, економічне зростання і виклики безпеки людини, з якими зіткнеться світова економіка протягом наступних десятиліть».
Прогнози Міжурядової комісії зі зміни клімату (IPCC)	2010-2012 рр.	Зазначено, що дефіцит води в Центральній і Південній Європі буде збільшуватися, а до 2070-х років число порушених цією проблемою людей виросте на 16–44 млн.
Оцінки Національної розвідувальної ради США	2010-2013 рр.	Попит на продовольство до 2030 року виросте на 35 відсотків, а на воду – на 40. Майже половина населення світу буде жити в районах, що зазнають серйозну нестачу прісної води
6-ий Всесвітній водний форум в Марселі	2012 р.	Тема форуму: « Управління водними ресурсами в умовах невизначеності і ризику ». Визначено, що вода лежить в основі всіх аспектів розвитку: це єдиний «посередник», який

(Франція)		пов'язує різні галузі економіки і через єдність ролі якого можливо управляти всіма сторонами глобальної кризи спільно. Вода є ключовим елементом «зеленого зростання» і розвитку «зеленої економіки».
4-а Доповідь про освоєння водних ресурсів світу (WWDR4) у рамках Програми оцінки водних ресурсів ООН	2012 р.	Визначила, що у майбутньому світові водні ресурси можуть піддатися підвищеному тиску. Попит на воду зростає й очікується, що кліматичні зміни поставлять під загрозу її доступність.
Саміт ЄС у Брюсселі	2012 р.	Концепція «20/20/20». Вода розглядається як енергоресурс .
7-ий Всесвітній водний форум в Тегу (Корея) (8-ий заплановано на 2018 р.)	2015 р.	Запустивши звіт «Вода: підходить до фінансування?», Світова Водна Рада продемонструвала зростаючу потребу в інвестиціях у великі водні інфраструктурні схеми як засобу стимулювання національного росту. Зі збільшенням використання води для всіх видів діяльності – сільське господарство, промисловість, енергетика – водна інфраструктура повинна бути багатощільною.

* складено автором за джерелами [2, 3, 4]

Таким чином, можна зазначити, що і в Україні починає зароджуватися нове наукове поняття «водна безпека». Даний науковий напрям, звичайно ж, вимагає постановки завдань дослідження, розробки методик аналізу та оцінки, а також пов'язаних з цим визначенням порогових значень, механізму реалізації концепції водної безпеки з метою забезпечення адекватного реагування на дестабілізуючі чинники і збереження економічного розвитку держави.

Література:

1. Водная безопасность: Применение концепции на практике / Илко ван Бик, Воутер Линклаен Арриенс // Глобальное Водное Партнерство (GWP). Ташкент : Секретариат GWP Центральная Азия и Кавказ, 2014. 48 с.

2. Офіційний сайт Всесвітньої водної ради. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Всесвітньої водної ради : [сайт]. URL : <http://www.worldwatercouncil.org/ru>

3. Управление водными ресурсами в условиях неопределенности и риска / Обзор важных сообщений 4-го доклада об освоении водных ресурсов мира (WWDR4) / Программа оценки водных ресурсов ООН. UNESCO-WWAP, 2012. 16 с.

4. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 6 серп. 2014р. № 385 : [сайт]. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF>

Василюк О.В.
аспірант каф. теоретичної та прикладної економіки
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

ТРАНСПОРТНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ФАКТОР БЕЗПЕЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Вибраний Україною вектор європейської інтеграції є необхідним при врахуванні сучасних глобальних тенденцій. Однією з цих тенденцій є вирішення проблем екологічного та соціально-економічного розвитку з метою соціально-економічного зростання, зберігаючи планетарні ресурси для майбутніх поколінь [1]. Міські території, де проживає більше половини населення світу, все більше стикаються з проблемами транспорту та мобільності. Зі швидким зростанням населення та економіки, вимоги до міської мобільності неухильно зростають [2].

Інтеграція національної логістичної системи в європейську та глобальну логістичну мережу має відбуватися з урахуванням економічних, технічних, просторових, ринкових та соціальних умов [1].

В Україні зараз можна відмітити декілька основних і актуальних проблем економічного розвитку, а саме:

- реалізація «сталого розвитку»;
- екологія навколишнього середовища (на яку має вплив промисловість та транспорт).

Під поняттям «сталого розвитку» розуміється непереривність збалансованого розвитку у вигляді процесу, який має забезпечувати якісні і кількісні зміни економіки, промисловості та життєдіяльності людей.

В Україні треба зазначити, що ступінь розвитку транспортних мереж дуже далека від ЄС (Європейського союзу). Дорожній рух не відповідає стандартам ЄС щодо якості та наповненості ваговою значимістю. Наш уряд намагається приблизитися до стандартів ЄС .

Транспортний сектор нерозривно пов'язаний з проблемою зміни клімату, оскільки це 13% викидів парникових газів (ПГ) в усьому світі та 23% загальних викидів парникових газів, пов'язаних з енергією. В умовах існуючих тенденцій частка сектору світових викидів ПГ може досягати 40% до 2050 року. Спираються на бензин як паливо, світ використовує приблизно 1 трильйона барелів нафти для переміщення людей, матеріалів і товарів. Транспортна частка сектору світового попиту на нафту зросла з 33% у 1971 р. до 47% у 2002 р. та до 2030 року дана частка може досягти 54%, якщо збережуться попередні тенденції [2].

Варто зазначити, що в Європі розповсюджується концепція «зелений транспорт», яка має на увазі вид транспорту з незначним впливом на навколишнє середовище (НС).

У містах перехід на екологічно чистий транспорт сприяє підвищенню вимог до діапазону транспортних засобів та більшої щільності населення. Повинні бути широко доступні варіанти громадського транспорту, а також можливість прогулянки та їзди на велосипеді. Великі міста найбільше страждають від заторів, низької якості повітря та шуму. Міський транспорт створює приблизно чверті викидів CO₂ [1].

Використання транспортних засобів з низьким впливом на НС є важливим внеском у значне скорочення рівня залежності від нафти, викидів парникових газів та місцевого забруднення повітря та шуму. Необхідним є впровадження відповідної інфраструктури, тобто впровадження нового виду заправки / зарядки для нових транспортних засобів.

Таким чином, ми можемо визначити основні напрями інтеграції національної логістичної системи в європейську на основі сталого розвитку [1]:

- розробка та створення екологічно безпечних об'єктів у транспортній інфраструктурі;
- використання сучасних екологічних конструкційних будівельних матеріалів, логістичних технологій;

- впровадження енергозберігаючих технологій захисту навколишнього середовища від забруднення транспортних засобів;
- зниження енергоємності транспортних потоків;
- оптимізація процесів маршрутизації транспорту на основі екологічних критеріїв;
- підвищення екологічної безпеки транзиту, розподіл покупок.

Необхідно заохочувати використання більш дрібних, легших і більш спеціалізованих легкових автомобілів для дорожнього руху. Вартість дорожнього руху та усунення викривлень у оподаткуванні також можуть сприяти ефективному використанню громадського транспорту та поступовому впровадженню альтернативного двигуна [1].

Література:

1. Butko M. The modern trends of infrastructure development / M. Butko, N. Ivanova// Baltic Journal of Economic Studies. – Vol. 2, No. 3, 2016. – С. 37-40
2. Cervero R. Transport Infrastructure and the Environment: Sustainable Mobility and Urbanism / R.Cervero // 2nd Planocosmo International Conference Bandung Institute of Technology. – 2013.

Писарькова В. Р.
студентка 5 курсу економічного факультету
Науменко Н. Ю.
к.т.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТА ЗНИЖЕННЯ РИЗИКІВ ПРОМИСЛОВОГО КЛАСТЕРА

Економічна безпека промислових кластерів характеризується економічною категорією, яка описує стан кластера, при якому забезпечується його економічне зростання, раціональне управління ним, захист економічних інтересів, мінімізація можливих ризиків.

Кластер – це група географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній (постачальники, виробники, посередники) і пов'язаних з ними організацій (освітні заклади, органи державного управління, інфраструктурні компанії), що діють в певній сфері і взаємодоповнюють один одного [1].

Різні економічні фактори впливають на діяльність кластера. При неуспішному управлінні економічними суб'єктами, які знаходяться в кластері і самим кластером, може виникнути певна загроза, спрямована на економічну безпеку суб'єкта. Ця загроза може привести до ризику, який передбачає припинення діяльності. Це говорить про важливість обговорення і розробки шляхів для підвищення рівня безпеки економічних кластерів.

Розглядаючи кластер як сукупність підприємств, вплив на його діяльність здійснюють зовнішнє середовище і внутрішнє середовище. Зовнішнє середовище впливає не тільки на діяльність цілого кластера, а й на конкретні підприємства, що входять до нього. Ризики внутрішнього середовища формуються внаслідок взаємозв'язку підприємств кластера. Кожне підприємство, яке входить у зазначений кластер, являє собою джерело ризику, як для самого кластера, так і для конкретних підприємств.

Загрози економічної безпеки промислового кластера, і підприємства зокрема, в різних їх формах мають певну спільність дії, особливо при наявності подібного економічного простору – це глобальні загрози, і на них впливають глобальні фактори, такі як дестабілізація фінансової системи, спад виробництва, соціальна напруженість в суспільстві, загальна криміналізація суспільства.

Існують різні способи управління і зниження ризиків. Для управління ризиками на кластерній основі, підприємство, що входить в кластер, для адаптації після можливих змін зовнішнього або внутрішнього середовища, може провести реструктуризацію.

Термін «реструктуризація» буквально означає «зміна способу побудови чогось». У цьому сенсі він співзвучний з поняттями реорганізації, реформування, які можуть визначати зміну організаційно-правової форми ведення бізнесу, організаційної структури управління або перетворення окремих елементів економічної системи (економіки країни, регіону, підприємства) [2].

Крім реструктуризації, для підвищення рівня економічної безпеки і зниження ризиків кластера можна прийти до розширення повноважень організації в рамках угоди про створення кластера.

Зниженню ризиків може посприяти створення організації, що займається питаннями економічної безпеки всього кластера або створення управління для кожного елемента, що входить в кластер, яке буде займатися вирішенням проблем, пов'язаних з економічною безпекою.

Кластер – це система, і функціонування всіх елементів системи підтримує її життєдіяльність. Вихід одного підприємства з кластера безумовно потягне за собою зупинку підприємств, які знаходяться у кластері. Цю ситуацію і різні загрози економічної безпеки кластера доцільно розглядати разом зі способами їх подолання. Розглянуті варіанти зниження ризиків для промислових кластерів можуть посприяти управлінню можливими ризиками і збереженню або підвищенню рівня економічної безпеки.

Економічна безпека підприємства – це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загроз і для забезпечення стабільного функціонування підприємства в наш час і в майбутньому. Корпоративні ресурси – це чинники бізнесу, що використовуються в бізнес-процесах, до них відносяться: капітал, який ділиться на власний і позиковий; персонал, тобто штат співробітників підприємства, що володіють певною кваліфікацією і досвідом, які забезпечують з'єднання в один процес всіх факторів виробництва; інформація і технологія. Та все це має відношення і відображає проблему економічної безпеки промислового кластера. Промисловий кластер – це група промислових та інших підприємств і компаній, пов'язана воєдино єдиною технологією або продуктом, групою продуктів або якимось іншим чином, але в будь-якому випадку має ознаки взаємозалежності. Взаємозалежність породжує виникнення ситуації підвищеного ризику, так випадання з промислового кластера будь-якого з підприємств неминуче спричинить за собою зупинку інших, а значить, економічна безпека промислового кластера як би є похідною від економічної безпеки його елементів. Загрози економічної безпеки промислового кластера доцільно розглядати в єдності зі способами їх подолання.

Література:

1. Монастырный Е. А. Инновационный кластер // Инновации. – 2006. – № 2. – С. 38 – 43.
2. Шишов А.К. Изменения – основа развития предприятий // Экономика и производство. – 2005. – N 4. – С.26–29.

Діденко О. В.
студентка 5 курсу економічного факультету
Науменко Н. Ю.
к.т.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

ПОРТФЕЛЬНЕ ІНВЕСТУВАННЯ: РИЗИКИ ТА БЕЗПЕКА

Інвестиційний портфель банку формується в результаті проведення інвестиційних операцій, під якими розуміють діяльність з вкладення грошових коштів банку на відносно тривалий період часу в цінні папери, нерухомість, статутні фонди підприємств, колекції, дорогоцінні метали та інші об'єкти інвестування, ринкова вартість яких має здатність зростати і приносити власнику дохід у вигляді відсотків, дивідендів, прибутків від перепродажу та інших прямих і непрямих доходів.

До складу інвестиційного портфеля банку входять як фінансові, так і реальні інвестиції. Фінансові інвестиції – це вкладення коштів у різноманітні фінансові інструменти, такі як цінні папери, депозити, цільові банківські вклади, паї, частки, вкладення в статутні фонди підприємств. Реальні інвестиції – це вкладення коштів у матеріальні та нематеріальні активи.

Отже, значна частина портфеля цінних паперів банку входить до складу інвестиційного портфеля, формуючи фінансові інвестиції [1]. Саме портфель цінних паперів є тим інструментом, за допомогою якого може бути досягнуто необхідне співвідношення всіх інвестиційних цілей, яке недосяжне з позиції окремо взятого цінного паперу, і можливо тільки при їх комбінації.

Портфелі цінних паперів комерційних банків є частиною взаємозалежної системи портфелів більш високого рівня. Функціонування всієї системи портфелів підпорядковане інтересам забезпечення стійкості і рентабельності інституту, забезпечення стійкості всієї фінансової системи комерційного банку.

Основними принципами формування портфеля цінних паперів [2] є:

– ризикованість – невизначеність, пов'язана з величиною і часом отримання доходу по портфелю цінних паперів;

– прибутковість – показник, що відображає очікуваний в майбутньому дохід по портфелю цінних паперів; прибутковість безпосередньо пов'язана з ризикованістю: чим більше потенційний ризик несе цінний папір, тим вище потенційний дохід він повинен мати, і, навпаки, чим більше надійний дохід, тим нижче його ставка;

– безпека – цей принцип, досягається за рахунок зниження прибутковості і темпу зростання вкладень в портфель цінних паперів і визначає невразливість їх (цінних паперів) до потрясінь на фондовому ринку і стабільність в отриманні доходу;

– ліквідність – одна з найважливіших властивостей портфеля цінних паперів, яка означає здатність швидкого перетворення всього портфеля цінних паперів або його частини в грошовий капітал при відсутності значних втрат.

Під інвестиційним портфелем розуміється якась сукупність цінних паперів, що належать фізичній або юридичній особі, або юридичним або фізичним особам, яка виступає як цілісний об'єкт управління.

Тільки в процесі формування портфеля досягається нова інвестиційна якість із заданими характеристиками. Таким чином, портфель цінних паперів є тим інструментом, за допомогою якого інвестору забезпечується необхідна стійкість доходу при мінімальному ризику.

Банки, купуючи ті чи інші види цінних паперів, прагнуть досягти певних цілей, до основних з яких відносяться: прибутковість вкладень; зростання вкладень; ліквідність вкладень; безпеку вкладень. Інвестиційні цінні папери приносять дохід у вигляді процентного доходу і приросту ринкової вартості.

Прибутковість портфеля – характеристика, пов'язана з даним проміжком часу. Довжина цього періоду може бути довільною. На практиці використовують зазвичай нормовану прибутковість, тобто прибутковість, наведену до обраного базисного періоду, зазвичай до одного року.

Під безпекою вкладень розуміється невразливість інвестицій від різних потрясінь на фондовому ринку, стабільність одержання доходу і ліквідність. Безпека завжди досягається в збиток прибутковості та зростання вкладень. Оптимальне поєднання безпеки і прибутковості регулюється ретельним підбором і постійної ревізією інвестиційного портфеля. Ризик – це вартісне вираження імовірнісного події призводить до втрат. У світовій практиці існує безліч класифікацій ризиків. Найбільш відома з них – це розподіл ризику на систематичний і несистематичний.

За рівнем ризику види цінних паперів розташовуються в такий спосіб виходячи з принципу: чим вища доходність, тим вище ризик, і чим вище гарантованість цінного паперу, тим нижче ризик.

Одним з традиційних методів оцінки і управління ризиком вважається статистичний метод. Він полягає в тому, щоб вивчити статистику втрат і прибутків, що мали місце при прийнятті аналогічних рішень, встановити величину і частоту отримання тієї чи іншої економічної віддачі, а потім провести імовірнісний аналіз і скласти прогноз майбутньої поведінки на ринку.

Література:

1. Луців Б.Л. Інвестиційний банківський портфель. - К.: Лібра, 2002. - 192с.
2. Еш С.М. Фінансовий ринок. Навч. посіб. 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, — 2011. – 528 с.

М'ячин В.Г.
*к.т.н., доцент кафедри економіки промисловості та організації
виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний
університет»
м. Дніпро, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ КОХОНЕНА ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ

За останні чотири десятиріччя для дослідження банкрутства підприємств найбільш часто використовується підхід, що розглядає банкрутство як смертельну хворобу, ознаки якої можливо виявити з фінансової звітності компанії. Під час наближення до банкрутства фінансові показники компанії погіршуються все сильніше.

Вважається, що всі компанії банкрути мають більш-менш схожу поведінку, тому на підставі даних методів прогнозування банкрутства використовують простий лінійний дискримінантний аналіз, наприклад, запропонований Е. Альтманом та широко застосований Z-аналіз.

Фахівці фінської фінансової компанії “*Kera Ltd*” запропонували гіпотезу, згідно якої тенденції у розвитку підприємства, що приводять і кінцевому випадку до банкрутства, можуть розглядатися за аналогією до хронічного захворювання, що загострюється з часом [1].

Практичний досвід свідчить про те, що аналіз фінансової звітності за один рік не дає надійної картини реального стану компанії. Для виявлення симптомів розладу фінансового стану, що веде до банкрутства, потрібно проаналізувати фінансовий стан за два роки поряд. Після цього виявлені симптоми можуть бути умовно віднесені до трьох груп.

До групи входять компанії, що характеризуються низькою рентабельністю на протязі двох років та зниженням рівня платоспроможності на протязі другого року. Подібні симптоми спостерігалися майже у 70% фінських малих та середніх компаній, що досліджувалися.

До другої групи відносять компанії, рентабельність яких на протязі будь-якого року різко падає, внаслідок чого знижується й платоспроможність. Цей симптом був характерний для чверті досліджуваних випадків банкрутств.

До третьої групи банкрутства можливо віднести підприємства, у яких рентабельність є низькою на протязі першого року та ще більш низькою на протязі року наступного.

Подібні симптоми спостерігалася у 85% досліджуваних фінських малих та середніх підприємств, для яких була визначена процедура банкрутства.

Метод карт, що самоорганізуються (метод *SOM* Кохонена (*Kohonen's Self-Organizing Map (SOM)*)), на думку авторів дослідження, є найбільш привабливим для аналізу фінансової звітності. За допомогою *SOM* Кохонена можливо виявити більш тонкі особливості поведінки компаній, ніж при використанні деяких більш традиційних аналітичних засобів.

Метод нейронної мережі – *SOM* Кохонена – може бути використаний також для дослідження платоспроможності підприємств. Автори дослідження встановили декілька типів динаміки банкрутства компаній, при цьому ознаки деяких з них не можуть бути виявлені на підставі звітності за останні два-три роки. Метод *SOM* Кохонена дозволяє виявляти різні схеми поведінки компаній та визначати відповідні їм ознаки.

Автори роботи [2] запропонували використовувати метод *SOM* для визначення фінансового стану іспанських фірм. У дослідженні були залучені фінансові дані 461 фірми у 1998 році (серед них 161 фірма мала звітність, що показувала збитки), 467 фірм у 1999 році (збиткову звітність мали 167 фірм) та 479 фірм у 2000 році (збитковість мали 179 фірм).

Методологія аналізу ознак банкрутства, виконана за допомогою *SOM* Кохонена, показала, на думку даних авторів, свою високу ефективність. Так, за допомогою даного методу ймовірність прогнозування банкрутства склала 87% для загальної кількості підприємств-банкрутів, серед для великих фірм ймовірність визначення банкрутів склала 73%.

На думку авторів [2], нова модель визначення банкрутства фірм, що базується на методі *SOM* Кохонена, має великі переваги у порівнянні із статистичними моделями. Автори стверджують, що використання *U*-матриці для візуалізації кластерів дозволяє відносно легко аналізувати великі масиви даних та кластеризувати підприємства за ймовірністю банкрутства, а двовимірні карти сприяють фіксації груп ключових змінних для характеристики кожного кластеру.

Автори роботи [3] використовували *SOM* Кохонена для побудови моделі визначення стійкості європейських банків до стресу (*stress testing*). Для дослідження були залучені 24 фінансових показники для 855 європейських банків за період 1992-2008 рр., дані містили 9655 рядків, а бенчмаркінг банків проводився у порівнянні до двох провідних європейських банків – *Deutsche Bank* та *Banco Santander*. Автори зауважують, що отримана модель оцінки кризового стану має добру візуалізацію, дозволяє прогнозувати розвиток кризи та сприяє запобіганню банкрутства.

Таким чином, можемо відмітити тенденцію у використанні сучасних інструментів *Data Mining*, зокрема, нейронних мереж, для поглибленого аналізу фінансових даних.

Література:

1. Дебок Г. Анализ финансовых данных с помощью самоорганизующихся карт / Г. Дебок, Т. Кохонен. Пер. с англ. – М.: Альпина, 2001. – 317 с.
2. Mora A.M. Predicting Financial Distress: A Case Study Using Self-organizing Maps / A.M. Mora, J.L.J. Laredo, P.A. Castillo, J.J. Merelo. Departamento de Arquitectura y Tecnología de Computadores University of Granada, Spain. – IWANN 2007, LNCS 4507, pp. 774–781, 2007. – Режим доступу: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-73007-1_93.
3. Sarlin P. Probabilistic Modeling of State Transitions on the Self-Organizing Map: Some Temporal Financial Applications / Peter Sarlin, Zhiyuan Yao, Tomas Eklund // 2012, 45th Hawaii International Conference on System Sciences – Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/document/6149024>.

Рубан О.В.
*викладач кафедри теоретичної
та прикладної економіки
ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний університет»,
м. Дніпро, Україна*

ЕКОНОМІЧНА ТА ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА В УКРАЇНІ: ГУМАНІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Для сучасного етапу розвитку світової економіки є характерним поглиблення темпів її глобалізації, бурхливе прискорення науково-технічного прогресу, а саме появлення і розповсюдження нанотехнологій, масове використання та впровадження інформаційних засобів обробки інформації, інноваційних розробок, тощо в повсякденній реальності звичайної середньостатистичної людини. Тому економічна та інформаційна безпека суспільства в Україні є одним із найактуальніших її аспектів в контексті гуманістичної складової розвитку країни.

Гуманістичний аспект забезпечення економічної та інформаційної безпеки України передбачає, на думку автора, насамперед, впровадження заходів щодо запобігання порушення прав людини в інформаційній та економічній сфері. Інформаційна сфера дуже щільно пов'язана з економічною. Поширення електронних засобів обробки інформації, з одного боку, значно прискорюють і полегшують обіг грошової маси, тобто сприяють прискоренню прийняття рішень у бізнес-сфері, а, з іншого, - ставлять під загрозу можливість порушення прав особистості та країні в цілому, а саме: використання особистих даних для злочинних махінацій, нанесення моральної школи окремії особі та групі осіб, виникнення інформаційної війни, розголошення державної таємниці, загроза національній безпеці країни, її суверенітету тощо.

Проблеми інформаційної та економічної безпеки в Україні можна характеризувати наступним чином:

- відставання темпів забезпеченості населення України від економічно розвинених країн світу Інтернетом. Наприклад, в 2017 році в Європі цей показник складає 80,2%, США – 87,9%, Великобританії – 94,8%, Польщі – 73,3%, а в Україні – 52,5% [1].
- недосконала правова база, особливо щодо захисту інтелектуальної власності;
- корупційність та бездіяльність органів виконавчої влади щодо злочинів стосовно економічної та інформаційної безпеки;
- соціальні, психологічні, особистості ознаки прояву особистості людини;
- втрата національної автентичної особистості в умовах інформатизації суспільства [2];
- інформаційні війни між країнами;
- зростання рівня кіберзлочинності;
- погіршення макроекономічної ситуації в Україні;
- непопулярність економічних реформ уряду серед населення України;
- істотне погіршення життєвого рівня більшої частини населення України;
- послаблення ролі профспілок щодо розробки та впровадженні законодавчих актів стосовно соціально-економічних відносин у суспільстві;
- поглиблення диференціації доходів населення тощо.

З огляду на вищесказане, можна зробити висновки, що для захисту прав людини (тобто її гуманістичного аспекту) щодо економічної та інформаційної безпеки України необхідно вжити наступні заходи:

- сприяти підвищенню ролі профспілок в розвитку соціально-трудова відносин;
- підвищити відсоток забезпеченості населення України засобами Internet-зв'язку;
- створити правове поле щодо захисту злочинів у сфері кіберзлочинності;

- сприяти підвищенню рівня правової, інформаційної, економічної грамотності населення України шляхом популяризації економічної, правової, комп'ютерної грамотності тощо.

Список літератури:

1. Електроний ресурс: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>.
2. Голубовська В.С. Інформаційне суспільство: можливості, проблеми та перспективи розвитку /В.С. Голубовська // Інформація і право. – 2013. - № 2. – С. 98-103.
3. Інформаційна безпека [Електронний ресурс]. — Режим доступу: ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopedia/55-i/1943-informatsija-bezpeka.html.

Cemal Okuyan
Balikesir University
Turkey

WIND ENERGY IN TURKEY

Increased energy consumption has led manufacturers and users to search for new and environmentally friendly energy sources in line with the energy needs of technology and the development of the industry. Renewable energy sources include wind energy; clean, reliable and low operating costs, it is regarded as a valuable and clear source of energy. In this study, both in the world and in Turkey the development of electricity generation from wind energy, wind turbine use, was presented the production process and energy production status. In addition, manufacturers and consumers, and to increase the use of wind energy production rate in Turkey has made some suggestions and recommendations.

Стрельченко І.І.

*к.е.н., докторант каф. економіко-математичного моделювання ДВНЗ
«Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана»
м. Київ, Україна*

Павлуша Ю.

*магістр каф. теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ «Український
державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

АВТОМАТИЗОВАНИЙ МОДУЛЬ ФОРМУВАННЯ STOP-LOSS ПОЗИЦІЇ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ

У сучасних умовах розвинений ринок цінних паперів є необхідним елементом ефективно функціонуючої національної економіки. На ньому здійснюється емісія, купівля-продаж цінних паперів, формується ціна на них, урівноважується попит і пропозиція.

Через ринок цінних паперів акумулюються грошові нагромадження кредитно-фінансових інститутів, корпорацій, підприємств, держав, приватних осіб і спрямовуються на виробниче та невиробниче вкладення капіталів.

Фондова біржа є особливим посередником на ринку цінних, паперів. Іншими словами, фондова біржа – це ринок, який регулярно функціонує і на якому здійснюється торгівля цінними паперами. При цьому саме оформлення і передача цінних паперів провадяться за її межами.

Ми будемо розглядати тільки конверсійні операції типу спот і не будемо торкатися ф'ючерсних, форвардних, опціонних і депозитно-кредитних операцій на фондовому ринку.

При прогнозуванні будь-якого фінансового ринку використовуються три основних підходи: фундаментальний, технічний та психологічний аналіз [1].

Фундаментальний аналіз – аналіз економічного стану країн походження валют (США, Японія, Німеччина, Великобританія й Швейцарія), політичних подій і чуток. У випадку роботи з акціями підприємств, крім макроекономічного аналізу, необхідний мікроекономічний аналіз.

Технічний аналіз у цілому можна визначити, як метод прогнозування ціни, заснований на математичних, а не економічних викладеннях. Цей метод був створений для чисто прикладних цілей, а саме одержання доходів при грі спочатку на ринках цінних паперів, а потім і на ф'ючерсних.

Математичний метод заснований на використанні технічних індикаторів – математичних функцій, побудованих на основі даних ціни або обсягів продажів.

Зміна індексу в часі дозволяє не тільки аналізувати загальний стан і напрямок ринку, але і заробити на тенденції. Торгувати індекс неможливо, угоди щодо безпосередньої купівлі-продажу здійснюються за допомогою стандартизованих ф'ючерсів. Купуючи або продаючи індексний ф'ючерс, сторони угоди роблять ставку на зміну базового показника. Тобто трейдер, відкриваючи довгу або коротку позицію на цей ф'ючерс, умовно купує або продає пакет акцій компаній, що входять в індекс.

Авторами було сконструйовано усереднений показник, що поєднує результати використання таких індикаторів технічного аналізу, як ковзні середні та стохастичний осцилятор. Алгоритм для побудови прогнозу відповідного індексу на основі даного показника реалізований у вигляді програмного модуля.

Для зручності експлуатації розробленого алгоритму з моделювання та прогнозування фондових індексів, необхідно створити відповідну автоматизовану систему. Це підвищить практичну цінність результатів дослідження і надасть можливість використання переваг розробленого інструментарію в межах фінансових інституцій, діяльність котрих безпосередньо пов'язана із операціями купівлі/продажу контрактів [2].

При дослідженні систем автоматичного регулювання, найбільш ефективним є використання програмної системи Matlab з широким класом предметно-орієнтованих бібліотек та інструментом візуального моделювання.

Правильний прогноз фондового індексу, дозволяє обчислити економічний прибуток інвестора, що формується із коштів, одержаних на

спред-різниці. Тривалість упередження прогнозу дозволить зменшити ризик «втрачених можливостей» та вчасно зреагувати на зміну динаміки індексу. Результат використання зазначеного алгоритму зображено на рисунку 1.

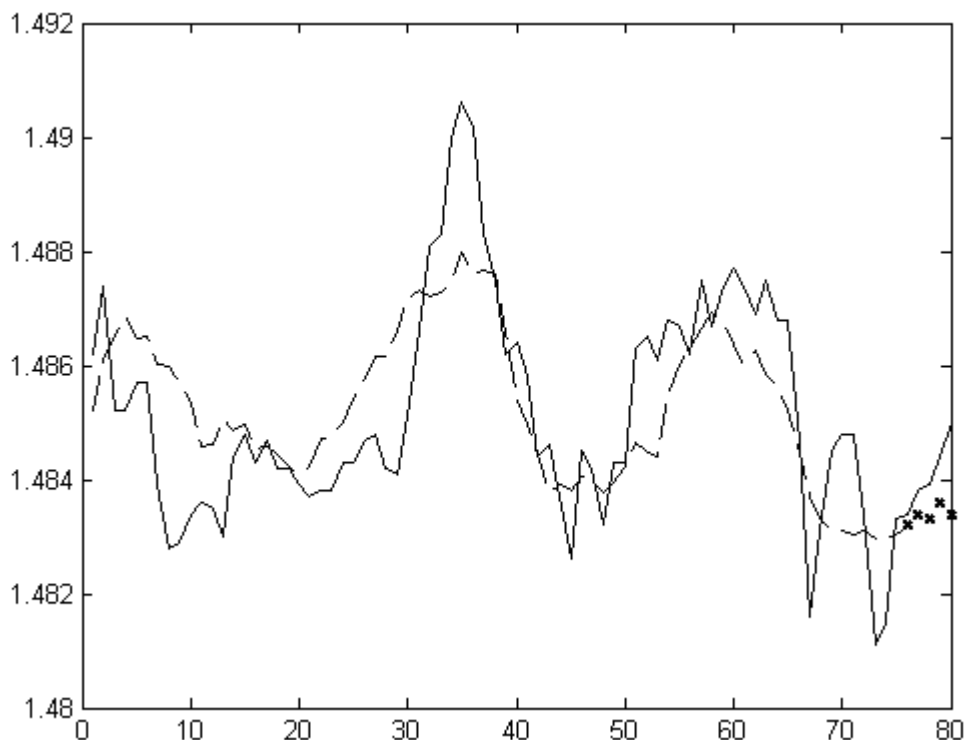


Рисунок 1. Прогноз динаміки нормованого індексу S&P на основі розробленого програмного модуля

Точність прогнозу для періоду упередження рівному одній годині п'ятнадцяти хвилинам становить в середньому 0,072 пункти або 0,55%.

Література:

1. Мерфи. Дж. Технический анализ фьючерсных рынков: теория и практика. – М.: Диаграмма, 2000. 479 с.
2. Стрельченко І. І. Комп'ютерне моделювання динаміки валютного курсу на базі інтегральних рівнянь / І. І. Стрельченко // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровський національний університет. – 2008. – Т. 3, вип. 240. – С. 741-748.

Belobrova Y.O.

student of the University of Customs and Finance

Ovcharenko O.V.

lecturer of the Department of Theoretical and Applied Economics

Ukrainian State University of Chemical Technology,

Dnepr, Ukraine

Belobrova E.V.

S.lecturer of the Department of Theoretical and Applied Economics

Ukrainian State University of Chemical Technology,

Dnepr, Ukraine

MODERN MODELS OF CRISIS SITUATIONS AND ANALYSIS ISSUES IN GLOBAL STUDIES

Global problems are universal problems that affect the interests of the whole civilization and every person. The difficulties and challenges of the modern world affect the interests of all mankind, every human being and require a rapid, comprehensive and thoughtful solution based on the efforts of everyone. [1]

Global modelling is a new area of research devoted to the development of models of large-scale social, economic, and other diverse processes covering the globe.

Thus, the challenge of developing a global modeling in the direction of the search for paradigms of development of the modern world system, which should correspond to the harmonious and balanced stage of development of mankind.

Currently, some researchers see the need to develop the so-called global multidimensional intercivilizational model. Such a model involves a study of the interaction among civilizations in six different ways. Accordingly, it includes six functional blocks (geodemographic, geoenvironmental, geo-technological, geo-economic, geopolitical, geodetically), each of which is actually an independent model. [2]

To solve this problem, it is necessary to carry out a systematic analysis of theoretical knowledge in the field of natural Sciences, sociology, Economics, psychology, etc. it is Assumed that this model, the development of which requires

significant financial costs and time, will identify and predict the cyclicity in the dynamics of geosystems, to evaluate the interaction of cycles of different types.

However, the experience of previous studies suggests that the identification of the nature of socio-economic dynamics at the regional and global levels is unproductive, since social processes are not linear, but progressive-undulating.

In addition, the society itself, as a dynamic self-organizing system, is prone to irrational changes. In recent years, interest in the use of mathematical methods to create models of civilizational development and clarify the quantitative boundaries of the system response to qualitative changes has significantly decreased.

Some aspects are practically not yet developed. We are talking about what a major transformation and the problems of humanity require that their understanding of the need to manage these processes. Modern models should be developed, which should take into account and understand the directions of modern development of the global system, identify and extrapolate the real trends of cultural, economic and social processes that shape the modern world.

Thus, one of the problems of the world, standing at the next level of deployment of globalization is the need of the formation of a new realistic model which corresponds to the modern stage of human development, which would soak up the idea of a harmonious and unloaded its development.

Literature:

1. D. Held, A. MacGrew, L. Goldblatt, J. Perraton "Global Transformations: Politics, Economics and Culture". Stanford, California, 1999.

2. Dubovsky S.V. A guide to global modeling // Social Sciences and Modernity. 1998. № 3. P. 161-171.

Кошелєва В. Ю.

*студентка економічного факультету
ДХТУ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

Білоброва О. В.

*ст. викладач каф. ТПЕ
УДХТУ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРІШЕННЯ ПИТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ

Сьогодні питання енергонезалежності України стало актуальним як ніколи – в країні існує висока залежність від традиційних джерел енергії, які є, в основному, імпортованими. Не вкладаючи в відновлювану енергетику, країна сама підписала собі вирок і все глибше занурилася в енергетичну кризу. Перед країною стоїть важливий вибір: або як і раніше вкладати в зовнішні енергоносії, або ж фінансувати використання власних ресурсів - відновлювані джерела енергії.

Енергетична незалежність – це про стале управління ресурсами, покращення ефективності та диверсифікація джерел енергії, остання точка є критичною.

Найрозвиненішою з усіх секторів відновлюваних джерел енергії у світі є енергія сонця. На кожен освітлений квадратний метр земної поверхні Сонце обрушує 1 кВт / год світлової енергії, що є дуже істотною величиною. А щорічно на поверхню нашої планети надходить 620 млн млрд кВт/год променевої енергії. Це в тисячі разів більше нинішніх потреб людства [1].

Сфера генерування сонячної енергії активно розвивається і розширює свою географію. Україна, як і інші країни, має достатньо сонця, щоб виробляти енергію. Однак, дійсно потужний сонячний потенціал території України не використовується повною мірою, а країна все більше занурюється в енергетичну кризу.

Сонячна енергія здатна в перспективі потіснити традиційні видобувні енергоносії. За останні п'ять років глобальна встановлена потужність сонячної енергетики зросла з 40 гігават (ГВт) до 227 ГВт. Для порівняння, всі українські потужності складають приблизно 53 ГВт [2].

Сонячні електростанції (СЕС), які ще кілька років тому можна було зустріти тільки на півдні країни, стають поширеним новим бізнесом практично у всіх регіонах. У 2017 році, за даними Держенергоефективності, загальна потужність введених в експлуатацію СЕС склала 211 МВт. Це рекорд для материкової України. У 2016 році сумарний обсяг налічував близько 100 МВт. Однак, для України така можливість має поки потенційний характер - у 2017 році кількість домогосподарств, в яких були встановлені сонячні панелі зроста майже в чотири рази і досягло 1109 одиниць. Вражаюча динаміка, але не більше того. Питома вага таких домогосподарств в країні становить менше 0,02% від загальної їх кількості, а встановлена потужність СЕС – 0,03% від всього енергопотенціалу України [2].

Для власників індивідуальних домогосподарств перехід на сонячну енергію не тільки забезпечує власну енергонезалежність і можливість заощаджувати на комунальних платежах, це, також, дає можливість заробити на продажу надлишку згенерованої електроенергії в мережу за «зеленим» тарифом. [3] Ще кілька років тому, в нашій країні про таке не можна було навіть і мріяти, але на сьогодні держава пропонує сприятливі умови закупки електроенергії за «зеленим» тарифом, що підвищує ефективність функціонування бізнесу та покращує екологічний стан регіонів.

Таким чином, розвиток сонячної енергетики в довгостроковій перспективі здатний забезпечити вирішення завдання енергетичної незалежності країни. При цьому генерація сонячної енергії здатна внести вагому лепту в покращення економічного стану України, так як з поступовим здешевленням технологій, вартість сонячної енергії також невпинно знижується. Основний індикатор заміни генерації електричної енергії з традиційного на відновлюваний спосіб - є сталий розвиток країни.

Література:

1. Відновлювана енергетика в Україні [Електронний ресурс]: URL: <https://news.finance.ua>
2. <http://ukrstat.gov.ua/>
3. «Зелений» тариф в Україні [Електронний ресурс]: URL: <https://glavcom.ua>

Березниченко Т.В.
Студентка группы 5-ЭК-10

Виниченко Е.Н.
*Д.э.н. проф. кафедры экономики промышленности и организации
производства
ДВУЗ «Украинский государственный химико-технологический
университет»
Г. Днепр, Украина*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Деятельность всех субъектов хозяйствования (государства, региона, предприятия, предпринимателя) связана с определенным риском и требует создание такой системы управления, которая бы позволяла адекватно оценить имеющиеся угрозы и разработать мероприятия по их устранению, т.е. систему, обеспечивающую безопасность деятельности.

Экономическая безопасность предприятия — это состояние защищенности жизненно важных интересов предприятия от внутренних и внешних угроз, формируемое руководством и коллективом предприятия путем реализации мероприятий правового, экономического, организационного, инженерно-технического и социально-психологического направлений.

Система безопасности предприятия может включать в себя ряд подсистем:

- ✓ экономическая безопасность;
- ✓ техногенная безопасность;
- ✓ экологическая безопасность;
- ✓ информационная безопасность;
- ✓ психологическая безопасность;
- ✓ физическая безопасность;
- ✓ научно-техническая безопасность;
- ✓ пожарная безопасность.

Отдельные из данных аспектов экономической безопасности предпринимательской деятельности рассматривались в трудах различных отечественных и зарубежных ученых. Так, Тарасова А. Н. и Зыков В. В. [1] проанализировали безопасность ведения бизнеса через самооценку предпринимателей защищенности (устойчивости) своего бизнеса, а также их представлений о возможных опасностях (рисках, угрозах) для своего бизнеса. В статьях Якимовой Е. М. [2, 3] сделан акцент на теоретических и практических проблемах применения административно-правовых способов обеспечения безопасности предпринимательской деятельности в Российской Федерации. В работе Головановой Н. Б. [4] проведен сравнительный анализ системного, функционального, процессного, ресурсного и причинного подходов к оценке экономической безопасности субъектов хозяйствования. В статье Симонова С.Г., Хаматханова М. А. и Сафонова Д. А. [5] предпринята попытка с позиций системного анализа рассмотреть экономическую безопасность малых форм хозяйствования и разработан алгоритм исследования их экономической безопасности.

Опасности предпринимательской деятельности – это вероятные явления, события и процессы, способные нанести вред субъекту предпринимательства или его деятельности, выступающие также в форме намерений, планов или подготовки действий.

Угрозы предпринимательской деятельности представляют собой комплексность условий и факторов, создающих опасность субъекту предпринимательства или его деятельности.

Существует несколько видов демонстрация угроз:

- переход опасности из потенциальной в реальную;
- высказанное намерение или демонстрация готовности субъектов нанести ущерб субъекту предпринимательства или его деятельности.

Таким образом, своевременное определение и классификация угроз предпринимательской деятельности, их содержания и характера воздействий направлено на формирование однородных параметров состояния,

характеризующих готовность субъекта предпринимательства к воздействию этих угроз, способность сохранять защищенность в установленный период времени и приобретать новые свойства защищенности к заданному сроку. Любая предпринимательская деятельность неразрывна связана с огромным массивом информации, часть из которой может и должна составлять коммерческую тайну. При этом, коммерческая тайна представляет собой охраняемое законом право субъекта предпринимательской деятельности на засекречивание сведений, не являющихся государственными секретами о его деятельности, связанные с производством, технологией, управлением, финансами, разглашение которых могло бы нанести ущерб его интересам.

Уровень экономической свободы в странах, имеющих развитую и стабильную экономику, характеризуется уровнем защиты неимущественных прав его субъектов, а также деловыми этическими нормами осуществления предпринимательской деятельности. Таким образом, изучив сущность и содержание экономической безопасности предпринимательской деятельности, исследовав определение экономической безопасности различных авторов и принципиальный подход к оценке экономической безопасности в статье были классифицированы угрозы в зависимости от вида субъектов предпринимательской деятельности, по отношению к объектам воздействия, по масштабам проявления, по способам и формам проявления, по ожиданию воздействия на объекты, по источникам и движущим силам, дано понятие и содержание коммерческой тайны как охраняемое законом право субъекта предпринимательской деятельности на засекречивание определенных сведений, являющихся особым объектом защиты.

Список литературы:

1. Тарасова А. Н. Самооценка безопасности предпринимательской деятельности в УрФО / А. Н. Тарасова, В. В. Зыков // Теория и практика общественного развития. – 2013. – "Science of the XXI century: problems

and prospects of researches" 26 Vol.2, August 2017 №2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://teoriapractica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2013/2/ekonomika/tarasova-zykov.pdf

2. Якимова Е. М. Административно-правовые способы обеспечения безопасности предпринимательской деятельности / Е. М. Якимова // Вестник Новосибирского Государственного Университета. – 2014. – Том 10. – Выпуск 1. – С. 24-30. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/29276889-Administrativno-pravovye-sposobyobespecheniya-bezopasnosti-predprinimatelskoy-deyatelnosti.html>
3. Якимова Е. М. Правовые проблемы взаимодействия правоохранительных органов и негосударственных структур обеспечения безопасности предпринимательства / Е. М. Якимова // Научный вестник. – 2015. – №6(4). – С. 30-38.
4. Голованова Н. Б. Формирование подходов к оценке экономической безопасности субъекта / Н. Б. Голованова // Доклады ТУСУРа. – 2014. – № 2 (32). – С. 294-300. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.tusur.ru/filearchive/reports-magazine/2014-32-2/54.pdf>
5. Симонов С. Г. Экономическая безопасность малого бизнеса: системный подход / С. Г. Симонов, М. А. Хаматханова, Д. А. Сафонов // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 1 (часть 1) – С. 198-202. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fundamentalresearch.ru/ru/article/view?id=39817>

Секція 4. Туризм

Ткаченко А.М.

*д.е.н., проф., зав. каф. підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя*

Пожуєва Т.О.

*д.е.н., доц., зав. каф. менеджменту та фінансів
ДВНЗ «Український державний хімічно-технологічний університет»
м. Дніпро*

ІННОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Індустрія туризму – сукупність різних суб’єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства ресторанного господарства, транспорту, заклади культури, спорту), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів [1, 129]. Одночасно зі збільшенням загальної кількості туристів помітний розвиток одержала інфраструктура туризму й основний її компонент – готельно-ресторанний сектор, що прагне одержати свою частку бізнесу. У сучасних умовах готелі та ресторани змушені боротися за «місце під сонцем», а за наявності можливості – прагнути до розширення свого бізнесу. Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що сучасний розвиток готельно-ресторанного бізнесу базується на побудові такої системи обслуговування, яка задовольнить потреби клієнтів.

Туризм, в сучасному розумінні цього слова, вже давно перестав бути просто подорожжю в різні місця з метою відпочинку. Туризм сьогодні відіграє важливу роль в житті суспільства і сприяє збільшенню тривалості і покращенню якості життя [1, с. 129].

У зв’язку з цим особливого значення набуває готельно-ресторанна галузь, оскільки туристичний потік, що збільшується з року в рік, пропозиція геть нових споживчих продуктів цієї галузі, побудова та оновлення об’єктів відповідної інфраструктури, коли малопридатні для туризму місцини стають

пріоритетними туристськими регіонами. Все це стало можливим, завдяки грамотному використанню туристичного та готельно-ресторанного потенціалу і, звичайно, впровадженню інноваційних пропозицій.

Готельно-ресторанна сфера постійно удосконалюється, розвиваються традиційні види послуг, з'являються і набирають популярність нові інноваційні пропозиції на ринку.

Інноваційна діяльність у готельно-ресторанному бізнесі в повному обсязі має комплексний, системний характер і охоплює такі види роботи, як пошук ідей, кадрів, організацію дослідницької роботи, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, впровадження об'єктів та послуг, інформаційну та маркетингову діяльність. Усе це створює прогресивні умови для інноваційного розвитку та активізації інноваційних процесів у готельно-ресторанній сфері.

Тобто інноваційна діяльність розглядається як сукупність робіт, які виконуються певними організаційними структурами від зародження ідеї, її розроблення і до комерціалізації в умовах конкуренції [2, с. 482].

На формування інноваційної діяльності готельно-ресторанної галузі впливає, по-перше, розширення номенклатури реалізованої продукції (послуг). Щодо вже функціонуючого суб'єкта господарювання розширення номенклатури продукції можливе тільки по двох напрямках: за рахунок випуску нового продукту або за рахунок вдосконалення продукції (переліку послуг), яка вже пропонується. Як перший, так і другий напрям, що забезпечує розширення номенклатури продукції (послуг), а врешті решт веде до збільшення прибутку, напряму пов'язаний з інноваційною діяльністю, оскільки сукупність робіт, пов'язаних з розробкою, освоєнням і поліпшенням вже пропонованої продукції (послуг) по своїй суті є інноваційною діяльністю. По-друге, максимізація ціни, по якій реалізується продукція (послуги). Можливість збільшення ціни реалізації продукту (послуги) напряму залежать від попиту і пропозиції на нього.

Інноваційний процес готельно-ресторанного бізнесу – це не тільки складний, але і взаємопов'язаний процес створення інновацій з використанням сукупності системи знань, наукової і маркетингової діяльності; сукупності

переліку інноваційних продуктів і послуг.

Інноваційний процес готельно-ресторанної галузі – це комплекс різних послідовних видів діяльності на основі поділу і кооперації праці – від одержання нового теоретичного знання до використання створеного на його основі продукту (послуги) споживачем. Сутність кооперації в науці, як і в матеріальному виробництві, полягає в одночасності зусиль, без яких необхідний результат не може бути досягнутим.

Ефект кооперації дослідників в інноваційній сфері готельно-ресторанної галузі полягає в тому, що зі збільшенням кількості вчених по-перше, з'являється можливість зібрати й опрацювати значний обсяг наукової інформації; по-друге, з'являється велика кількість різноманітних точок зору на вирішення специфічних, властивих галузі проблем і зростає ймовірність прийняття правильного рішення; по-третє, легше розподіляти обов'язки відповідно до особистих здібностей і можливостей науковців. Проте зростання кількості членів колективу ускладнює процес організації взаємодії і управління, знижує відповідальність індивіда за результати роботи. Подальший розвиток кооперації супроводжується розподілом наукової праці, коли вчені спеціалізуються на вивченні певної категорії об'єктів: фізичних, хімічних, економічних, історичних тощо (предметний розподіл праці).

Отже, для розвитку готельно-ресторанного бізнесу інновації відіграють важливу роль, оскільки саме пропозиція інноваційних продуктів і послуг є запорукою вдалого бізнесу у даній сфері.

Література:

1. Дешевенко Л. Готельний бізнес – складова сучасної індустрії туризму / Л. Дешевенко // Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. – 2015. – Вип. 40. – Ч. 2. – С. 129-133.
2. Курс социально-экономической статистики: Учеб. для вузов / Под ред. проф. М.Г. Назарова. – М.: Финстатинформ, ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 771 с.

Yaşar YILMAZ

Cemal OKUYAN

Nuran AKSİT

Balıkesir Üniversitesi

Turkey

İbrahim BATAS

Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi

Kazakhstan

YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELRİNDE STANDART MALİYET KONTROL YÖNTEMİNİN UYGULANMA ŞARTLARINA YÖNELİK TEORİK BİR DEĞERLENDİRME

Artan rekabet koşulları altında işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri; satış artırıcı önlem ve politikalar yanında maliyetlerini de kontrol altına alarak birim maliyetlerini asgariye indirmelerine bağlıdır. Yiyecek içecek işletmeleri açısından maliyet denilince; personel ve yiyecek içecek maliyetleri ön plana çıkmaktadır. Yiyecek içecek maliyetleri içerisinde hammadde maliyetleri toplam maliyetler içerisinde önemli bir paya sahiptir.

Yiyecek-içecek işletmeleri, kaliteden ödün vermeden girdileri en ekonomik şekilde değerlendirerek en yüksek çıktıyı elde edebilmek, yiyecek-içecek maliyetlerinin ne yönde geliştiğini ölçebilmek, gelişmeleri takip edebilmek, maliyetlerin önceden saptanan veya kabul edilebilir sınırlar içerisinde olup olmadığını tespit edebilmek için işletme yapılarına uygun kontrol yöntemine ihtiyaç duymaktadırlar.

Yiyecek-içecek işletmelerinde uygulanan çeşitli maliyet kontrol yöntemlerinden bahsetmek mümkündür. Standart maliyet kontrol yöntemi de bunlardan birisidir. Bu yöntemin özü; belirli koşullar çerçevesinde üretim süreci öncesi maliyetlerin ne olması gerektiğini ortaya koyması, üretim sonrası gerçekleşme durumu ile karşılaştırılması ve sapmaların belirlenerek düzeltici önlemlerin alınması temeline dayanır.

Standart maliyet kontrol yönteminin yiyecek-içecek işletmesinde uygulanabilmesi için ilk adım, üretim aşamasında standart reçete ve standart

porsiyon büyüklüklerinin oluşturulmasından geçer. Bununla birlikte üretim girdilerinin de önceden satndardize edilmesi, işletme içi ve işletme dışı etkenlere ilişkin öngörüdeki isabetlilik de bu yöntemden beklenen faydayı sağlamada önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmada standart maliyet kontrol yönteminin başarısı için ön gerekliliklerin incelenmesi ve yöntemin avantajları ile dezavantajları yanında bilgi verilmesi amaçlanmaktadır. Çalışma sonuçlarının, yöntemi kullanmak isteyen turizm profesyonelleri ile konu hakkında bilgi sahibi olmak isteyen araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir

Nuran Akşit Aşık

Cemal Okuyan

Yaşar Yılmaz

Balıkesir Meslek Yüksekokulu

Turkey

**THE RELATIONSHIP BETWEEN DEMOGRAPHIC FACTORS AND
RESILIENCE LEVEL: A RESEARCH INTO FIVE STAR HOTELS IN
ALANYA**

In this study, the relationship between demographic variables and resilience levels of hotel employees was analysed. The main purpose of the study is to determine the relationship between the variables of gender, marital status, age, educational status, position and duration of study and resilience of hotel employees. To collect data for the study, the survey technique was used and questionnaire form was conducted on 408 hotel employees' working in five star hotels. In the analysis of the data, mean, frequency and percent distributions as well as independent groups t-test and one way anova were used. The findings of the study indicate that the level of the the employees' resilience was at above average. In addition, research findings show that there is a significant and positive relationship between resilience and demographic variables. According to this, the level of resilience of employees does not show any significant difference according to gender, marital status and educational status. However, the level of resilience of employees is significantly different in terms of age, position, department and working duration.

Nuran Akşit Aşık
Yaşar Yılmaz
Cemal Okuyan
Balıkesir Meslek Yüksekokulu
Turkey

ANALYZING OF WORK ALIENATION DIMENSIONS IN TERMS OF DEMOGRAPHIC VARIABLES

Recently, alienation one of the most widely debated topics, general often refers to one's isolation from his environment and himself. Work alienation refers to the abstraction of an individual's from the work environment and himself. Work alienation in terms of hotel enterprises is becoming one of the critical success factor that needs to be addressed. For this reason, knowing factors that effective to work alienation allows managers to take relevant measures with the work alienation. From this point of view research aims to determine whether the work alienation dimensions of hotel employees' to differ according to the demographic factors (gender, marital status, educational status, position, department, working duration, hotel class). The population of the study is formed, hotel employees working in the hotel business in Ayvalık. To collect data for the study, the survey technique was used. The questionnaire form which is consist of "Personal Information Form" and "Work Alienation Scale" was applied to 345 employees. "Work Alienation Scale" is a measuring instrument consisting 24 item and the Likert type and it has been developed by Seeman (1985). The scale consists of powerlessness, meaninglessness, normlessness, isolation and self estrangement sub-dimensions. Obtained data was analyzed in statistical package program by means of descriptive statistics techniques and Mann Whitney U ve Kruskal Wallis-H tests. Findings of the research indicate that employees' levels of the alienation on work are below average and they have the highest alienation level for isolation, whereas the least alienation level is on the dimension of powerlessness. According to the findings of study, it has been determined that the gender of employees creates a significant difference on the meaninglessness sub-dimension. Furthermore, the education status is effective on powerlessness while the age and the department create a significant difference on the

self estrangement sub-dimensions. Working duration of employees is effective on powerlessness, normlessness, isolation and self estrangement while hotel class is efficient on powerlessness, isolation and work alienation. However, the marital status of employees does not make a meaningful difference in terms of the dimensions of work alienation.

Yaşar Yılmaz

Özgür Yılmaz

Balıkesir Üniversitesi

Turkey

İbrahim Bataş

Ahmet Yesevi Türk Kazak Üniversitesi

Kazakhstan

İÇECEK ÜRETİMİ VE KONTROLÜNÜN YİYECEK -İÇECEK İŞLETMELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bars in tourism destinations mostly come to mind of people but it is also possible to talk about bar units in food & beverage and other hospitality businesses. Food and beverage costs in such enterprises constitute a large part of total operating costs and also income. For this reason, it is vital to control all costs and incomes of bar units in hospitality and food & beverage companies.

Customers' payments in bar units can be done by many different methods based on manual, mechanic or computer aided systems. However, because of many reasons there are different prices can be used in the bars and this can cause for the problems for calculating the revenues. It is very important to use inventory control revenue or sales price calculation to get in the way of mistake and calculate real revenue efficiently. In this study, it is aimed to examine and compare both two calculation methods in detail. It is thought that the results of the study are important for practitioners.

IV. ENDÜSTRİ DEVRİMİ PARADIGMASI VE TURİZM: YENİ TRENDLER VE KÜRESEL GELİŞMELER

Industry 4.0 applications are predicted to cause dramatic changes in the tourism sector in the coming years. The aim of study is to identify new threats and opportunities in the tourism sector within the context of the Industrial Revolution paradigm based on literature. In the coming years, it is very important that stakeholders focus on change in communication technologies and new integration trends in the tourism sector. At this point, it is very likely that new crises will emerge between the parties and new paradigms need to be settled to resolve these crises. Industry 4.0 applications such as large data analysis, cloud system, internet of objects and simulation can cause radical changes in service delivery and marketing in the tourism industry. Smart buildings and cyber security applications will cause major changes in the physical environment in the accommodation sector. With Industry 4.0 applications, sightseeing of destinations and facilities in virtual environment, reservations, room selection, food and drink can be pre-ordered.

In this sense, it would also be possible for producers and consumers to share different creativity and experiences based on the use of high technology. In addition, with Industry 4.0 applications, intelligent robots may be able to offer services such as greeting, transfer, bell-boy services, payment, promotion, on-site guidance, food and beverage orders. Such practices undoubtedly point to multi-faceted changes for tourists and managers seeking different experiences in the future of the industry.

Melike GÜL
Balıkesir University Sındırgı Vocational School
Turkey
Kudret GÜL
Balıkesir University Balıkesir Vocational School
Turkey

ENDÜSTRİYEL DEVRİM VE TURİZM ETKİLEŞİMİNE DİYALEKTİK BİR YAKLAŞIM

The aim of the study is to examine the effect of industrial revolution processes on tourism with a dialectical approach based on the literature. The studies in the literature show that tourism has been affected in different ways in each of the four industrial revolutions. In the first industrial revolution, the invention of steam powered ships and trains made it easier to travel between large cities and ports, and led to a significant increase in the number of travelers participating in the tourism. Invention of automobile and using fossil fuels in transportation vehicles made travel even more common in the second industrial revolution. Air transportation made travel possible faster and more comfortable for long distance in the third industry revolution. Mass tourism, package tours and chain hotels that offer standard services have begun to emerge in this period. The applications of the fourth industrial revolution will lead to dramatic changes in all areas of the tourism sector, especially in service delivery and marketing. In dialectical evaluation based on literature, it has emerged that innovations in transportation vehicles increased participation in travel during the first three industrial revolutions. Parallel to these developments, the development of tourism throughout the world has provided peace, stability and socio-cultural rapprochement among the countries. Thus, these trends lead to emerge a new revolutionary process.

Секція 5. Маркетинг і логістика

Залозна Ю.С.

д.е.н., с.н.с., заст. директора з наукової роботи

Трушкіна Н.В.

к.е.н., науковий співробітник

Інститут економіки промисловості НАН України,

м. Київ, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах трансформаційних перетворень національної економіки в контексті євроінтеграції та глобалізації значно підвищується роль логістичної діяльності. Це обумовлено значенням логістичного сервісу та раціонального управління запасами, підвищенням вимог до обслуговування споживачів на основі застосування цифрових технологій. Завдяки зростанню потенціалу логістичної діяльності можливо підвищити організаційно-економічну стійкість і конкурентні позиції підприємства на ринку [1, с. 5].

Як стверджують вчені, мета логістичної діяльності досягається за рахунок інтеграції функціональних ланок логістики (фізичного розподілу, підтримки виробництва та постачання) та її компонентів (транспорт, запаси, склади тощо) на основі загальних витрат; скоординованості у сукупності інтегрованих функціональних ланок логістики підприємства в єдиний матеріальний потік; взаємопов'язаності та взаємоузгодженості логістичної політики підприємства з його загальною економічною політикою (маркетинг, виробництво, фінанси, кадри) [2, с. 28].

Завдання логістичної діяльності підприємств полягають у координації фізичного переміщення запасів, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих і готової продукції за ланцюгом 5П «постачальники – посередники – підприємство – посередники – споживачі» з метою раціоналізації витрат на транспортування, складування, а також у плануванні виробництва на основі прогнозу потреб у готовій продукції, розробці планів-графіків виробничих завдань, випуску продукції, встановленні нормативів незавершеного

виробництва, оперативному управлінні виробництвом та організації виконання виробничих завдань, контролі за кількістю та якістю виготовленої продукції, контролі за собівартістю продукції [3, с. 171].

Для впровадження філософії логістики на підприємстві необхідно розробляти концептуальні положення. Концепція логістичної діяльності має принципові відмінності від традиційного менеджменту в сфері постачання та збуту і характеризується такими основними рисами: мінімальними (нульовими) запасами; короткими виробничими (логістичними) циклами; невеликими обсягами виробництва готової продукції та поповнення запасів (постачань); відносинами із закупівлі матеріальних ресурсів із невеликою кількістю надійних постачальників та перевізників; ефективною інформаційною підтримкою; високою якістю продукції та логістичного сервісу [4, с. 28].

Суть концепції логістичної діяльності полягає в управлінні (плануванні, організації та контролі) матеріальними, інформаційними й іншими потоками, орієнтованому на ефективне використання потенційних можливостей, засобів і зусиль для вирішення комплексу завдань із фізичного переміщення продукції всередині підприємства та в зовнішньому середовищі з метою задоволення потреб споживачів у транспортно-експедиційних послугах і постачальницько-збутових роботах [5, с. 341].

Виходячи з аналізу й узагальнення різних наукових концепцій, автори даної статті пропонують розглядати логістичну діяльність як вид господарської діяльності, реалізація якої потребує здійснення послідовних процесів логістичної діяльності в єдиному комплексі, що дозволяє мінімізувати витрати та збитки підприємства з урахуванням впливу різних ризиків (політичних, інституційних, ринкових, фінансових, економічних, пов'язаних з процесами матеріально-технічного забезпечення, збутових, інформаційних тощо).

При цьому слід зазначити, що метою логістичної діяльності підприємств є здійснення всього переліку її процесів в єдиному комплексі, що сприятиме мінімізації витрат, поліпшенню рівня сервісу та якості обслуговування споживачів, а також підвищенню рівня рентабельності підприємств.

До основних положень логістичної діяльності підприємств віднесено: системний підхід до організації логістичних процесів на підприємстві; встановлення високого рівня обслуговування споживачів; аналіз логістичного ланцюга; вибір варіантів логістичної системи на основі порівняння їх техніко-економічних показників; розрахунки вартості кожної логістичної операції для техніко-економічного обґрунтування рішень з організації вантажопотоку; облік витрат, що пов'язані із здійсненням логістичних процесів; врахування потреб ринку при розробці процедури організації матеріального потоку; планування обсягів реалізації продукції; проектування ланок логістичного ланцюга; аналіз впливу змін в одній ланці логістичного ланцюга на матеріальний потік і результати логістичного процесу; створення та підтримка партнерських взаємовідносин між учасниками логістичного ланцюга; відповідність рішень з планування та організації матеріальних потоків загальній стратегії підприємства.

Отже, у сучасних умовах господарювання логістична діяльність підприємств має базуватися на таких концептуальних засадах: застосування комплексного підходу до організації логістичних процесів; скорочення витрат на їх здійснення; підвищення рівня сервісу та якості обслуговування споживачів; збільшення рентабельності від реалізації продукції; впровадження інформаційно-комунікаційних технологій і логістичних концепцій.

Література:

1. Гаджинский А.М. Логистика: учеб. / А.М. Гаджинский. – 20-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К⁰, 2012. – 484 с.
2. Тридід О.М. Логістичний менеджмент / О.М. Тридід, К.М. Таньков; Харківський нац. економічний ун-т. – Харків: ІНЖЕК, 2005. – 224 с.
3. Карп І.М. Роль інтегрованої логістики в управлінні підприємством / І.М. Карп // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 2 (32). – С. 166-171.
4. Економіка логістики / Є.В. Крикавський, О.А. Похильченко, Н.В. Чернописька, О.С. Костюк, Н.Б. Савіна, С.М. Нікшич, Л.Я. Якимішин; за заг. ред. Є.В. Крикавського, О.А. Похильченко. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 640 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади / За ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 379 с.

Ілляшенко С.М.

*Д.е.н., проф., зав. каф. маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету
м. Суми, Україна;*

*Д-р хабілітований, професор Вищої економіко-гуманітарної школи
м. Бельсько-Бяла, Польща*

Меркун І.В.

*Зав. відділу маркетингу ТОВ «Керамейя»
м. Суми, Україна*

АНАЛІЗ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КЕРАМЕЙЯ»)

Світовий досвід свідчить, що успішні компанії регулярно аналізують рівень задоволеності своїх споживачів і за його результатами вносять відповідні корективи у технології виробництва продукції, систему управління якістю, маркетингову і логістичну діяльність тощо. Це дозволяє їм розробляти обґрунтовані стратегії управління відносинами зі споживачами, формувати цільові аудиторії лояльних споживачів. В цих умовах для вітчизняних товаровиробників, які прагнуть посилити свої ринкові позиції, актуалізується проблема оцінки задоволеності споживачів їх продукції і інтерпретації її результатів. Моніторинг задоволеності споживачів повинен формувати інформаційну базу їх ринково-орієнтованої діяльності взагалі, а також удосконалення інструментів і методів комплексу маркетингу [1] зокрема.

Враховуючи викладене, було проведено аналіз системи управління відносинами зі споживачами ТОВ «Керамейя» (м. Суми) та запропоновано рекомендації щодо її удосконалення. Підприємство спеціалізується на виготовленні високоякісних будівельних матеріалів: клінкерної цегли, бруківки і поризованих керамічних блоків. Результати проведеного аналізу показали, що оцінку задоволеності споживачів на підприємстві проводять за кількістю рекламаций (у розрізі конкретних видів продукції), а також шляхом безпосереднього опитування дистриб'юторів, які просувають продукцію ТОВ

«Керамейя» на вітчизняних і зарубіжних ринках [2]. На підприємстві розроблено і впроваджено дієву систему реагування на рекламації, яка дозволяє вирішувати конфлікти зі споживачами і зберігати їх лояльність, що пов'язано з певними витратами.

Опитування дистриб'юторів дозволяє кількісно оцінити рівень їх задоволеності співробітництвом з ТОВ «Керамейя» за такими критеріями:

- якість продукції;
- асортимент продукції;
- дотримання термінів постачання;
- реагування на зауваження;
- стан документообігу;
- технічне консультування споживачів;
- психологічний комфорт співробітництва;
- рівень маркетингового супроводу;
- якість виконання заявок.

За його результатами вносять відповідні корективи, які дозволяють забезпечити більшу привабливість співробітництва саме з ТОВ «Керамейя».

В той же час практично не аналізується зв'язок між рівнем задоволеності споживачів і економічними результатами діяльності ТОВ «Керамейя», що не дозволяє обґрунтовано управляти відносинами зі споживачами з метою посилення позицій підприємства на цільових ринках. Виходячи з цього запропоновано провести кількісний аналіз рівня задоволеності дистриб'юторів за зазначеними критеріями у динаміці за останні 3-5 років. Оцінки рівня задоволеності (окремо по кожній товарній лінії) необхідно порівняти з результативністю виробництва і збуту конкретних продуктів.

Результати такого аналізу можуть бути використані для побудови рівнянь регресії, які характеризують вплив показників задоволеності (за зазначеними критеріями) на економічні результати діяльності, пов'язаної з виготовлення і реалізацією конкретних видів продукції. Отримані залежності можуть бути покладено в основу системи цілеспрямованого управління заходами з

підвищення рівня задоволеності споживачів співробітництвом з ТОВ «Керамейя», що, в свою чергу, дозволить обґрунтовано за формалізованими процедурами формувати цільові аудиторії лояльних споживачів і посилювати за рахунок цього позиції підприємства на вітчизняних і зарубіжних ринках.

Запропонований підхід було апробовано у діяльності ТОВ «Керамейя», що дозволило розробити і обґрунтувати систему заходів з управління задоволеністю і лояльністю споживачів у розрізі конкретних видів продукції.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення і наукове обґрунтування послідовності і змісту формалізованих процедур цілеспрямованого управління формуванням і підтриманням лояльності споживачів продукції промислових підприємств.

Література:

1. Ілляшенко С.М. Маркетингові інновації в інноваційній діяльності підприємств України / С.М. Ілляшенко, М.П. Рудь // Ефективна економіка. – 2017. - № 6. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/2017_2_13/
2. Ілляшенко С.М. Аналіз задоволеності замовників продукції ТОВ «Керамейя» / С.М. Ілляшенко, І.В. Меркун // Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації: Збірник тез I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, (Кременчук, 16-18 листопада 2016 року). – Кременчук: КрНУ, 2016. – 164-166.

Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Механізм управління знаннями в системі інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів» (№ ДР 0117U002255).

МОДЕЛЬ SCOR В УПРАВЛІННІ МЕРЕЖАМИ ПОСТАВОК ТРАНСПОРТНИХ ФІРМ

Управління мережею поставок полягає в управлінні відносинами між діловими партнерами в рамках цієї мережі. Мережа поставок управляється партнерами і управляє усіма зв'язками між партнерами за допомогою ключових процесів. Для охарактеризування взаємозв'язку між логістикою та мережею поставок варто ідентифікувати бізнес-процеси, що пов'язують їх. Для проведення цієї характеристики допоміжними може бути модель SCOR.

Модель (SCOR) була розроблена Радою ланцюга поставок, яка є некомерційною асоціацією, що обслуговує всі види організацій, зацікавлених у вдосконаленні процесів в ланцюгу поставок. SCOR пропонує стандартний набір процесів та методів для моделювання ділової активності ланцюга поставок, а отже і мережі поставок, показників результативності та кращих практик для вирішення проблем, виявлених на етапах моделювання та вимірювання.

SCOR також полегшує процес інтеграції партнерів ланцюга поставок через забезпечення спільних процесів, впровадження стандартних показників вимірювання ефективності процесів, забезпечення найкращої ділової практики, що можуть бути застосовані для великих масштабів промисловості, а також для прискореного вдосконалення бізнес-процесів. Зразкова модель процесів SCOR пов'язує між собою реінжиніринг, бенчмаркінг та аналіз кращих практик (рис. 1). Це допомагає нам збудувати таку модель, що буде відповідати саме нашій мережі поставок, з виділенням транспортної структури [1].

Застосування моделі SCOR вимагає детального аналізу кожної зі складових цієї моделі. Типові складові є у кожному процесі моделі і використовуються найчастіше у промисловості. В даному дослідженні ця модель застосована для мережі поставок транспортного перевезення.

Планування передбачає дві важливі функції в рамках моделі SCOR: процес планування забезпечує механізм збалансування попиту та наявних ресурсів через організацію необхідних, з точки зору обсягу, транспортних засобів; планування процесів транспортування через забезпечення інтеграції між іншими елементами процесу та постачальниками та/або замовниками. Планування включає такі елементи, як: визначення пріоритетів вимог до попиту та пристосування до них транспорту; інвентаризація, розподіл, та визначення потенціалу транспортної фірми для перевезення всіх матеріалів та готової продукції, при потребі використання послуг іншої транспортної компанії, що має необхідний вид транспорту; конфігурація транспортних ланок у ланцюгу поставок, послуги визначення ролі транспортної фірми у короткостроковому чи довгостроковому виробництві та, відповідно, планування перевезення ресурсів, бізнес-планування, транспортування у фазах введення та виведення продукту, збільшення перевезень при збільшенні виробництва, управління перевезенням у кінцевій фазі продукту; управління транспортною інфраструктурою при плануванні ланцюга поставок [3].

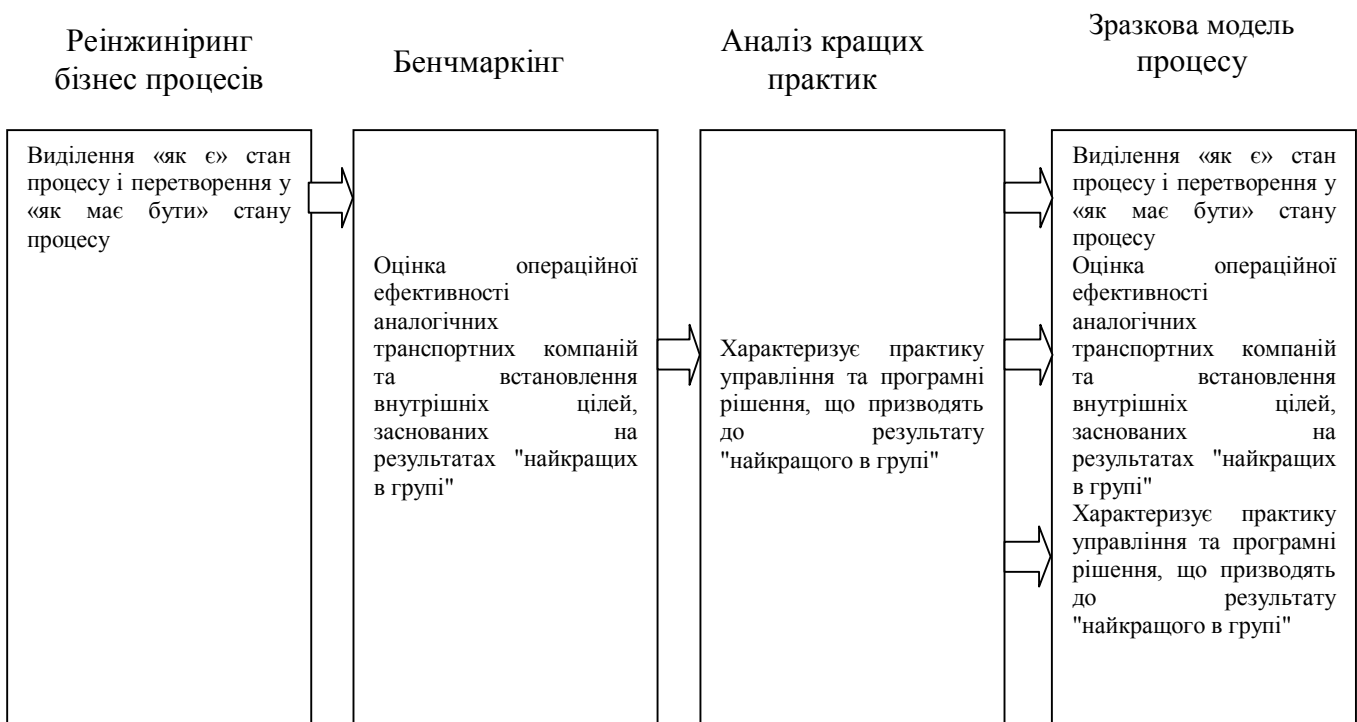


Рисунок 1. Зразкова модель процесів управління ланцюгом поставок транспортних підприємств

Під час процесів, пов'язаних з джерелом замовлення, отримання товарів документуються дії, які зв'язують транспортне підприємство з замовниками та постачальниками. Ці процеси включають такі дії: перевезення придбаних матеріалів (отримання, перевірка, утримання та випуск матеріалів); оформлення відповідної документації для перевезення вантажу та його зберігання; управління інформацією щодо переміщення запасів, управління маршрутом перевезення, управління вхідним вантажем.

На етапі виробництва транспортні фірми беруть участь у доставці матеріалів із джерела до виробника, зміні місця розташування матеріалів у внутрішньому просторі фірми-виробника (при потребі), перевезення готової продукції. Процес поставки включає в себе такі заходи, як: управління замовленням перевезення (замовлення до кінцевого чи проміжного споживача); управління складом готових товарів (завантаження продукції на склад та пересування по площині складу при потребі).

Під час процесу повернення виконується діяльність, пов'язана з обробкою повернень, тобто повернення товару постачальнику або отримання поверненого продукту від клієнта; діяльність, пов'язана з поверненням матеріалу постачальнику; діяльність, пов'язана з транспортуванням до одержувача поверненого матеріалу від клієнта [2].

Уможливлення, підтримує процеси для виконання операцій в ланцюгу поставок і включає: встановлення та управління правилами перевезення; управління інформацією при транспортуванні; керування транспортом; управління активами капіталу для транспортування; управління конфігурацією ланцюга поставок; управління відповідністю перевезень чинному законодавству; управління елементами процесу особового складу транспортування. Нижче наведено схему участі транспортних фірм у зразковій моделі процесів ланцюга поставок SCOR.

Модель SCORE легше реалізувати в бізнес-функціях моделювання, що стосуються джерел, виробничих та логістичних управлінських заходів. Також,

ця модель поєднуються зі стандартною методологією для проведення операцій порівняльного аналізу.

Література:

1. Petryk I. Strategic supply chain management models. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». (Логістика)*. Львів: НУ «Львівська політехніка». 2016. № 848, С. 145 – 150.
2. RightChain. URL: <http://www.rightchain.com/>. (дата звернення: 12.03.2018).
3. Stanger A.J. Distribution resource planning from Logistics Handbook: monography / eds. Roberson N., Carcino P., Howe S. New York: Free Press, 2014. 86 p.

Яшкіна О.І.,
д-р екон. наук, доцент, професор кафедри маркетингу,
Денисенко Н.В.,
студентка
Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса, Україна

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ РЕКЛАМИ НА ВІДВІДУВАЧІВ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

Цифровий маркетинг — це вид маркетингової діяльності, який передбачає використання різних форм цифрових каналів для взаємодії зі споживачами та іншими контрагентами на ринку [1]. На прикладі компанії «Bro Technology», було проведене дослідження відношення підприємців до впровадження цифрового маркетингу в закладах громадського харчування. Отримані результати були невтішні. Більшість із підприємців не влаштувала ціна послуги, деякі не зрозуміли всіх переваг, дехто неготовий до інновацій, але 30% власників бізнесу остерігались, що сервіс Wifi-маркетингу залишить негативний слід про заклад [2].

Наступним етапом дослідження було дізнатися про відношення кінцеві споживачі до користування WiFi з сервісом «Bro Technology?». Метод дослідження: опитування в мережі Інтернет за допомогою анкети створеної в

Google формі. В анкетуванні взяли участь 50 респондентів, 70% із них були жінки і 30% чоловіки віком від 18 до 35 років. Аналіз відповідей показав такі результати: 40% споживачів відвідують заклади громадського харчування раз на тиждень, 32% - раз на місяць. 72% респондентів надають перевагу кафе, 18% - ресторанам. 50% респондентів активно користуються Wifi-єм закладу, 40% – часто, а всього лиш 6% – не користується взагалі. 60% чоловік іноді заходять в заклад лише з метою підключення до Інтернету, 36% – ніколи. 48% респондентів до авторизації відносяться нейтрально, а в цілому, навіть, більш позитивно. 36% чоловік інформація надана за допомогою сервісу не корисна та не цікава.

В ході роботи були запропоновані наступні гіпотези:

1. Чи впливає віковий фактор на відношення до даного сервісу;
2. Чи впливає рівень доходу на відношення до даного сервісу;
3. Як відносяться кінцеві споживачі до авторизації та інформації, яка надходить за допомогою сервісу.

За допомогою програми SPSS Statistics в одно факторному дисперсійному аналізі були перевірені дані залежності і отримані наступні результати:

- вік кінцевих споживачів впливає на відношення до процесу авторизації в мережі;
- рівень доходу також впливає на відношення до процесу авторизації в мережі;
- відношення споживачів до процесу авторизації в мережі впливає на відношення споживачів до наданої їм інформації за допомогою сервісу.

Користуючись методом Варда (кластерний аналіз), було розділено на класи кінцевих споживачів, щоб краще розуміти їх вподобання та відношення до сервісу (табл.1).

На основі кластерного аналізу можна розробити пропозиції на основі концепції маркетингу 4P, наприклад:

- для кластеру «Байдужі» – в товарній політиці (гейміфікацію підключення до Інтернету та/ або проведення лотереї для стимулювання повернення в заклад), всі інші складові концепції маркетингу 4P є задовільні;

– для кластеру «Бізнесмени» – в товарній політиці (30% знижки при підключенні до Інтернету на місяць), в комунікативній політиці (розсилка сертифікатів по компаніям), всі інші складові концепції маркетингу 4P є задовільними;

– для кластеру «Лояльні» – в товарній політиці (розробка спеціального меню для цього сегменту), всі інші складові концепції маркетингу 4P є задовільними.

Таблиця 1 – Обробка результатів кластерного аналізу

Кластер	Кількість респондентів та частка	Характеристика
«Байдужі»	(28 респондентів - 56%)	- відвідують заклади, але рідко; - мають хороше відношення до авторизації; - негативно відносяться до запропонованої закладом інформації за допомогою сервісу; - віком від 18 – 26 років; - дохід низький.
«Бізнесмени»	(16 респондентів - 32%)	- дуже часто відвідують заклади громадського харчування; - мають негативне відношення до авторизації; - інформацію, запропоновану закладом, сприймають дуже негативно; - віком від 26 – 35 років; - з високим доходом.
«Лояльні»	(6 респондентів - 12%)	- часто відвідують заклади громадського харчування; - дуже позитивно ставляться до реклами; - з радістю переглядають всю інформацію запропоновану закладом; - віком від 18 – 25 років; - дохід низький.

Відповідаючи на пошукове питання дослідження, можна відмітити, що кінцеві споживачі, в більшості випадків, нейтрально або негативно відносяться до сервісу.

Список літератури:

1. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя / М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.] / за ред. М.А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.;

2. Яшкіна О.І., Денисенко Н.В. Маркетингові дослідження відношення споживачів до послуг Wifi-маркетингу//Науковий вісник Міжнародний гуманітарний університет. – 2017 (28) – с. – 83-86.

Борисова Т.М.

*Д.е.н., завідувач каф. підприємництва, торгівлі та маркетингу
Тернопільського національного економічного університету
м. Тернопіль, Україна*

ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ПОСЛУГ МІСЬКОГО ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

В умовах клієнторієнтованого та соціоцентричного державного управління, метою якого є отримання соціального ефекту, застосування маркетингових механізмів набуває особливої актуальності, оскільки сприяє переорієнтації органів місцевого самоврядування на потреби суспільства та громадян. З цих позицій актуальним є дослідження маркетингового потенціалу органів самоврядування України у напрямку розвитку міського громадського транспорту.

У січні-березні 2018 року автором було проведено дослідження, метою якого було виявити сучасний стан маркетингової орієнтації міських рад та комунальних підприємств міст України обласного значення у сфері громадського транспорту. Серед атрибутів маркетингової орієнтації визначено рівень оснащення «розумними» зупинками, рівень якості надання транспортних послуг, екологічність транспорту та ін., які можна розглядати інструментами маркетингової діяльності органів місцевого самоврядування. З цією метою були сформовані та надіслані запити про публічну інформацію відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 № 2939-VI до всіх міських рад областей України окрім тимчасово окупованих територій.

Аналіз отриманих відповідей від міських рад обласних центрів, котрі представляють всі регіони України [1-18] (окрім міст Київ, Дніпро, Житомир і Миколаїв, оскільки відповіді на час формування звіту дослідження не

надійшли, та тимчасово окупованих територій України) дозволив зробити наступні висновки.

По-перше, автопарк всіх видів транспорту є зношений. Так, середній вік автобусів у обласних центрах України – 8,5 років, тролейбусів – 21 рік, трамваїв - 35 років. Частка транспортних засобів, котрі потребують капітального ремонту або заміни, коливаються в межах 50%-86% (автобуси в режимі маршрутних таксі), 9,1%-94% (трамваї), 30%-93% (тролейбуси).

По-друге, екологічність транспорту міст обласного значення України викликає занепокоєння. Так, серед вимог до перевізників (учасників конкурсу на формування мережі автобусних маршрутів) домінують Євро-2 (зазначили 23% міських рад), 59% опитаних не дали відповіді на це питання. Значна кількість транспортних засобів є малої пасажиромісткості.

По-третє, рівень оснащення «розумними» зупинками є низький. Так, «розумні зупинки» у містах Кропивницький, Вінниця, Чернівці, Херсон, Запоріжжя відсутні. У м. Суми діє одна «розумна» зупинка, яка показує прогноз прибуття комунального транспорту. У м. Хмельницький заплановано протягом 2018 року встановлення 5 павільйонів зупинок громадського транспорту з інформаційним табло прогнозування часу прибуття громадського транспорту. У м. Рівне встановлено дві «розумні» зупинки, де можна отримати інформацію про маршрути, рух автобусів яких спрямовано через дану зупинку, а також прогнозований час прибуття. У м. Полтава на трьох зупинках громадського транспорту встановлено електронне табло, де відображається розрахунковий час прибуття автобусів і тролейбусів, обладнаних системами GPS-навігації (95 автобусів та 17 тролейбусів). У Чернігові дві зупинки громадського транспорту обладнані інформаційним табло, що містять інформацію про номер маршруту та час фактичного прибуття на зупинку транспорту. У м. Черкаси «розумні» зупинки відсутні, хоча GPS-трекери встановлені у тестовому режимі на тролейбусах та частині автобусів. У м. Тернопіль встановлено 6 «розумних» зупинок. У м. Луцьк є 2 «розумні» зупинки, на табло яких розміщена інформація про маршрут, прогнозований час

очікування і прибуття згідно розкладу, годинник, дві біжучі стрічки. У Львові на трамвайних зупинках розміщено 21 інформаційне табло з інформацією про номер маршруту та час прибуття; усі автобуси, трамваї та тролейбуси обладнані GPS-приймачами.

Емпіричні дані, отримані в ході дослідження, підтвердили доцільність інтенсифікації розвитку нашого суспільства у напрямку маркетинга та екології, що забезпечить зростання цінності транспортних послуг для споживачів.

Література:

1. Електронний лист Хмельницької міської ради від 20.03.2018 р.
2. Лист Вінницької міської ради № 01–00–019–13316 від 26.03.2018 р.
3. Лист Запорізького комунального підприємства міського електротранспорту «Запоріжелектротранс» № 19/4-775 від 28.03.2018 р.
4. Лист Івано-Франківської міської ради № 20/01-20/1072 від 26.03.2018 р.
5. Лист Луцької міської ради № 0-26/198 від 23.03.2018 р.
6. Лист Львівської міської ради № 2503-877 від 07.03.2018 р.
7. Лист міської ради м. Кропивницького № 145/07 від 01.03.2018 р.
8. Лист Департаменту екології та розвитку рекреаційних зон Одеської міської ради № 226/01-14/55 від 02.03.18 р.
9. Лист Полтавської міської ради № 13-24/зі-5 від 01.03.2018 р.
10. Лист Рівненської міської ради № 13-16 від 05.03.2018 р.
11. Лист Сумської міської ради № 98/03.02.03-02 від 22.03.2018 р.
12. Лист Тернопільської міської ради № 955/01-10 від 27.03. 2018 р.
13. Лист Ужгородської міської ради № 115/03-23 від 14.03.2018 р.
14. Лист Харківської міської ради № 55/0/188-18 від 27.03.2018 р.
15. Лист Херсонської міської ради № 8-2291-18/23 від 28.03.2018 р.
16. Лист Черкаської міської ради № 19531-01-9 від 02.03.2018 р.
17. Лист Чернівецької міської ради № 03/01-11/1121 від 22.03.2018 р.
18. Лист Чернігівської міської ради № 1-24/1-57/76 від 19.03.2018 р.

Авраменко А.І.
*студентка магістр групи БМР
ДВНЗ «Український державний хіміко-
технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

Кучкова О.В.
*старший викладач кафедри маркетингу
ДВНЗ «Український державний хіміко-
технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ МЕДІА-МОДЕЛЕЙ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Освіта – невід’ємна складова більшості економічних та соціальних процесів, які відбуваються у сучасному суспільстві. Вона є важливим чинником створення, формування й вдосконалення людського капіталу та економічного розвитку держави, який, в свою чергу, передбачає збільшення потреби у висококваліфікованих фахівцях. Реклама освітньої галузі може знайти своє використання як один із найефективніших інструментів впливу, що покликаний привести ринок освітніх послуг у відповідність до вимог часу. Види маркетингової діяльності закладу вищої освіти (рис. 1) [1]:

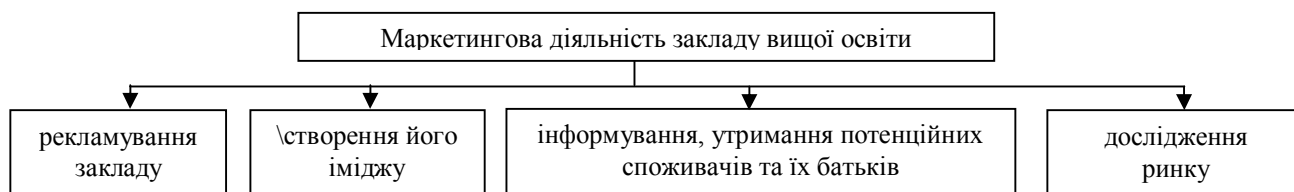


Рис. 1. Види маркетингової діяльності закладу вищої освіти

Кожна комунікаційна технологія, будь то реклама або зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг або ярмаркова і виставкова діяльність, має свої особливості впливу на споживачів. Об'єднання різних комунікаційних технологій у систему інтегрованих маркетингових комунікацій дозволяє посилити ефективність кожної з них та загальну результативність [2].

Унікальність нових медіа полягає в тому, що вони дають можливість взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, без нав'язливого впливу традиційних маркетингових технологій. Поняття нових медіа не обмежується тільки наявністю сторінки в соціальних мережах, це набагато ширший спектр інструментів і засобів комунікації. Розглянемо основні з них (рис. 2) [3].

Блоги	→	це сайти, на яких записи зроблені у вигляді журнальних статей, поміток або просто цікавих посилань
Мікроблоги	→	короткі оновлення статусу, що передбачають обмеження обсягу тексту
Фото- та відеосервіси	→	подібні сайти дають можливість користувачам ділитися власними фотографіями та відеофайлами. Крім того, на відміну від звичайних файлових сховищ такі сервіси функціонують спільно із соціальними мережами.
Соціальні закладки	→	це модернізовані звичайні закладки в браузері, які слугують для збереження необхідних сторінок
Соціальні новини	→	сайти соціальних новин збирають посилання на події, статті, зображення, опубліковані в мережі Інтернет. Усі новини оцінюються користувачами і найпопулярніші відображаються на головній сторінці ресурсу
Подкасти	→	з технічного погляду podcast - цифровий медіафайл або низка таких файлів, які розповсюджуються Інтернетом для відтворення на портативних медіапрогравачах чи персональних комп'ютерах. За змістом вони можуть нагадувати радіошоу, звукову виставу, містити інтерв'ю, лекції тощо.
Інтернет-форуми	→	це спосіб організації спілкування відвідувачів інтернет-сайту, завдяки якому можна обговорювати певне питання, читати та відповідати на повідомлення інших учасників форуму
Геосоціальні мережі	→	соціальні медіа, що пропонують користувачам можливість за допомогою мобільних телефонів, смартфонів чи комунікаторів позначати місця, які вони відвідують

Рис. 2. Шляхи підвищення іміджу ВНЗ за допомогою медіа-моделей

В останні роки актуальним і особливо ефективним напрямком в маркетингових стратегіях освітніх організацій є просування освітнього сайту в соціальних мережах. Соціальні мережі мають величезний потенціал охоплення населення з таргетуванням за віковою, географічною, освітньою, статевою та іншими ознаками, а реклама показується для потенційно цільової аудиторії [4].

Для освітніх організацій привабливим може бути просування сайту прес-релізами, офіційними повідомленнями, новинними блоками для ЗМІ про події, що відбуваються як усередині освітньої організації, так і про заходи, в яких вона брала участь, а так само про події, що впливають на сам освітній процес, нормативно-правової документації, фахових коментарів та ін. До того ж існує

багато освітніх, довідково-інформаційних, рекламних ресурсів з високим рейтингом, які не тільки привертають додатковий трафік відвідувачів на сайт, але і впливають на рейтинг в цілому.

Для аналізу і відстеження трафіку відвідувачів на сайти, в тому числі і на освітні ресурси використовуються лічильники статистики, що дозволяють здійснити моніторинг відвідування сайту цільовою аудиторією. Саме статистичні сервіси показують, звідки приходить основний відвідувач, і який вид комунікації працює найбільш ефективно. Величезну роль в збереженні і зміцненні позицій вишу на ринку грає маркетингова діяльність. В останні роки актуальним і особливо ефективним напрямком в маркетингових стратегіях освітніх організацій є просування навчального закладу в мережах Інтернет, ключової ланки нових медіа-моделей. Унікальність нових медіа-моделей полягає в тому, що вони дають можливість взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, уникаючи використання традиційних маркетингових технологій.

Здійснення ефективної комунікації через нові медіа-моделей є важливим фактором успішного просування ВНЗ, його бренда та товару (знань) для зростання кількості абітурієнтів, розширення цільової аудиторії та підтримання, а в разі необхідності - покращення його репутації. Зважаючи на вищезазначене, концепція маркетингових Інтернет комунікацій у стратегічній перспективі повинна стати основою діяльності вищих навчальних закладів, що значною мірою позначається на іміджі вітчизняної освіти.

Література:

1. *Маштакова І.О.* Маркетинг освітніх послуг: сутність та методи оцінки ефективності // Економічні інновації. – 2015. – Вип. № 60. Кн. I. – С. 293-301
2. *Баталова О. С.* Специфика маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг // Экономическая наука и практика : материалы междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2012 г.). – Чита : Издательство Молодой ученый, 2012. – С. 110–114.
3. *Киричок А.* Використання нових медіа у формуванні іміджу ВНЗ // Вісник Книжкової палати. - 2015. - № 2. – С.42-44
4. *Заболоцький А.* Інтернет-маркетинг дистанційної форми навчання у ВНЗ України (на прикладі університету економіки та права “КРОК”) // Молодь і ринок. – 2016. - №3 (134). – С. 164-167.

Доценко Г.Є.,
старший викладач кафедри маркетингу
Державного вищого навчального закладу
«Український державний хіміко-технологічний університет»,
м. Дніпро, Україна

ОПТИМАЛЬНИЙ ПІДБІР ФАКТОРІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ МОДЕЛІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасному світі конкурентоспроможність підприємства є основною умовою його існування на ринку, успіху, прибутковості і розвитку. Категорія «конкурентоспроможність» залежить від комплексу факторів, які всебічно характеризують діяльність підприємства. До подібних факторів відносяться: застосування технологій, система виробництва, якість виробленого товару, система збуту, система управління організацією і т.д. Саме вони визначають конкурентні переваги, завдяки яким підприємство задовольняє запити споживачів і підвищує рівень ефективності фінансово-економічної діяльності.

Відомо, що конкурентоспроможність включає три основні складові [1, 3]. Перша жорстко зв'язана з виробом як таким і значною мірою зводиться до якості, а друга пов'язана як з економікою створення, збуту і сервісу товару, так і з економічними можливостями і обмеженнями покупця. Нарешті, третя відображає все те, що може бути приємно чи неприємно споживачу як покупцю, як члену тієї чи іншої соціальної групи і т.д. [3, 4, 5].

Моделювання конкурентоспроможності підприємства дозволяє об'єднати розрізнені процеси управління і заходів по забезпеченню конкурентоспроможності підприємства в єдину систему цілеспрямованих і безперервно реалізуються управлінських впливів в короткостроковій і довгостроковій перспективі [1,4].

При порівнянні різних математичних моделей систем, що забезпечують розрахунок однакових за змістом показників управління, виникає задача кількісного виміру абсолютного або хоча б відносного значення адекватності

моделей реального процесу (повноти моделі). Таке завдання призводить до необхідності ретельного вибору основних факторів, що впливають на достовірність одержуваних результатів, і показника адекватності математичної моделі реальному процесу [2,6]. При цьому одним з основних вимог до математичної моделі є вимога кількісного відображення ступеня обліку основних чинників в моделі, визначає цілі моделювання [2, 6]. Для цього вводиться безрозмірний показник ступеня адекватності моделі реальному процесу [2].

Узагальнено систему оцінки конкурентоспроможності підприємства можна представити у вигляді двох взаємопов'язаних блоків: оцінки конкурентоспроможності товару і оцінки конкурентного потенціалу підприємства [1], тобто в основі оцінки конкурентоспроможності підприємства лежить розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності, що складається з двох взаємозалежних оцінок: конкурентоспроможності товару і конкурентного потенціалу підприємства.

З'ясовано, що при рівній кількості необхідних для побудови моделі факторів, адекватність розробленої моделі при використанні в ній різних способів узагальнення додаткових факторів може відрізнятись на 10-25%. Тому дана обставина неодмінно має бути враховано при розробці моделі оцінки конкурентоспроможності підприємства заданого типу і призначення за рахунок більш суворого визначення і повного обліку ваг значущих чинників.

1. При побудові моделі оцінки конкурентоспроможності підприємства необхідний ретельний відбір, визначення та облік значущих чинників для відповідності адекватності моделі реальному процесу роботи підприємства на споживчому ринку.

2. Методика оцінки повноти обліку чинників в математичних моделях апробована при вирішенні досить великого числа практичних завдань і показала можливість отримувати коректні і достатні для практики результати оцінки адекватності моделей реальним процесам.

Література:

1. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия?/
Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова.// Маркетинг в России и за рубежом. – 2003.– №4. – 53-68 с.
2. Данько Н. И. Методика выбора факторов для построения модели оценки конкурентоспособности предприятия / Е. И. Бобыр, Н. И. Данько, И. Е. Лещенко // Financial and credit activity: problems of theory and practice, №11, том 2. – [Текст] - Режим доступа:
<https://scholar.google.com.ua/scholar?oi=bibs&hl=ru&cluster=608095184594189061>
3. Жариков В.В. Математическое моделирование эффективного производства в условиях конкуренции/ В. В. Жариков / Тамбовский. государственній технический ун-т. - Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2004. - 98 с.
4. Попков В.П., Маркитанов И.Б. Методы и модели создания конкурентоспособности продукции. - СПб.: Изд-во `Нестор`, 2004. - 127 с.
5. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость /Пер. с англ. Е. Калинина. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 714 с.

КЕРУЮЧА КОМПАНІЯ НА РИНКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Закон України від 14.05.2015 № 417-VIII «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку» суттєво змінив норми закону «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку». Всього за 2 роки, 2016 та 2017, в Україні фактично виникла та сформувалась нова сфера маркетингової діяльності – маркетинг у житлово-комунальному господарстві.

Основним поштовхом для формування ринку стала норма закону, що встановлює, що у разі, якщо співвласники багатоквартирного будинку, в якому не створено об'єднання співвласників, не прийняли рішення про форму управління багатоквартирним будинком, управління таким будинком здійснюється управителем, який призначається на конкурсних засадах виконавчим органом місцевої ради, на території якої розташований багатоквартирний будинок [1].

До прийняття цього закону в Україні існували наступні способи управління житлом та житловим фондом:

1. Комунальні житлово-експлуатаційні підприємства муніципальної власності (ЖЕК).

2. Управління будинком приватною управляючою компанією-забудовником, яка проводить управління у будинках власної побудови.

3. Самоуправління ОСББ, співвласники здійснюють управління будинком самостійно, ухвалюючи відповідні рішення на зборах, обираючи Правління та Голову Правління.

Перші проводили експлуатацію та управління житлом, побудованим за до 1994 року, то другі – новим житлом, побудованим після 1998 року.

З прийняттям Закону та поступовим формуванням ринку з управління житлом та його експлуатацією виникла третя форма управляючих компаній: приватні управляючі компанії, які здійснюють управління як застарілим, так і новим житловим фондом. З початку це були ОСББ, які управлялись самостійно, але поступово деякі їх функції виокремились та трансформувались в управляючу компанію.

Управляюча (керуюча) компанія – юридична особа, яка створена з метою управління, експлуатації, санітарного та технічного утримання багатоквартирних будинків на підставі договору з співвласниками багатоквартирних будинків. Управляюча компанія є посередником між багатьма співвласниками багатоквартирного будинку та особами-підрядниками (юридичними та фізичними), які надають комунальні послуги та послуги по його утриманню та обслуговуванню.

Управляюча компанія проводить акумулювання грошових коштів співвласників багатоквартирного будинку, які спрямовуються на розрахунки за комунальні послуги, розрахунки з підрядниками, утримання та ремонт будинку. Веде облік зносу, амортизації будинку, зберігає та постійно актуалізує технічну інформацію про будинок, виконує функції забудовника та технічного нагляду в процесі поточного та капітального ремонту, проводить аварійно-відновлювальні роботи та підтримує технічний стан об'єкту на рівні, передбаченому будівельним проектом.

Основними функціями управляючої компанії, які обумовлені складністю укладання та виконання договорів між усіма співвласниками та усіма підрядниками, є:

1. Формування єдиного консолідованого споживача – представника усіх співвласників багатоквартирного будинку.

2. Формування єдиного консолідованого виконавця – представника усіх підрядників, які надають комунальні послуги та послуги по його утриманню та обслуговуванню.

Саме ці властивості управляючої компанії впливають на рівень тарифів на експлуатацію та санітарно-технічне утримання багатоквартирного будинку.

Окремо слід також відмітити такий важливий аспект діяльності управляючої компанії, як відповідальність. Відповідальність управляючої компанії за наслідки управління будинком перед співвласниками багатоквартирного будинку або третіми особами значно вища, ніж відповідальність управителя-фізичної особи, членів Правління ОСББ або муніципальної управляючої компанії (ЖЕК).

Під впливом ринкових механізмів поступово змінюється і розподіл ринку житлово-комунальних послуг. Якщо раніше рівень тарифів муніципальних керуючих компаній (ЖЕКів) та приватних сервісних та керуючих компаній відрізнявся у рази: 1,50-2 грн. за 1 кв.м у ЖЕКів проти 5-10 грн. у приватних керуючих та сервісних компаній, то зараз під впливом ринкових механізмів їх рівень зрівнявся, а перелік послуг, які надаються за ті самі гроші відрізняється суттєво.

Якщо станом на 01.01.2015 частка ЖЕКів та їх різновидів складала понад 50%, площа, яку обслуговували ОСББ в Україні - 16%, та приватні управляючі компанії -16% [2], то станом на 01.01.18 ситуація змінилась майже дзеркально.

Література:

1. Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку: Закон України від 14.05.2015 № 417-VIII //Відомості Верховної Ради - 2015, № 29, ст.262

2. Інформаційно-аналітична довідка про стан виконання Загальнодержавної програми реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009-2014 роки. Верховна Рада України, Комітет з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства // Верховна Рада України, офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// kombud.rada.gov.ua/kombud/doccatalog/document;jsessionid=D8D9DCAE CFCBF1E91431658F03ECDD76?id=48940](http://kombud.rada.gov.ua/kombud/doccatalog/document;jsessionid=D8D9DCAE CFCBF1E91431658F03ECDD76?id=48940)

Чуприна Н.М.
к.е.н., доцент
декан економічного факультету
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

Ковальова М.О.
асистент кафедри маркетингу
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА: КОНСТРУЮВАННЯ ПОНЯТТЯ

Одним з складних завдань, яке потребує негайного вирішення є оптимальні партнерські відносини між промисловими підприємства. Механізм взаємодії підприємств промисловості як між собою, так і з державою є досить складним. При цьому необхідно зазначити, що система економічних інтересів промислових підприємств має в собі досить важливу для держави складову, яка характеризує екологічну безпеку як регіону, так і країни в цілому. В сучасній економічній літературі, як вітчизняні, так і іноземні науковці досить суперечливо розглядають основні економічні питання, серед яких можна виділити таке як «Розвиток підприємства». Аналіз цього поняття будемо проводити за методикою, яка була запропонована професором, д.е.н. Старостіною А.О. [1]. На першому етапі даної методики конструювання поняття «Розвиток підприємства» складається перелік визначень. На другому етапі будуємо таблицю 1, в якій надана структура даного поняття в підходах різних авторів та розкладаємо наявні визначення на три компоненти: суть явища, зміст явища та результати явища.

Третім етапом конструювання поняття «Розвиток підприємства» є аналіз точок зору авторів, які наведені. Зазначимо, що суть даного явища це: процес; зміна; система; закономірність; удосконалення; склад потенціалу; циклічність. В визначенні більшості авторів суть явища – це зміни, на другому місті – процес. Всі визначення мають в собі наявність результату, який характеризується якісно новим станом, темпами приросту, підвищення

життєдіяльності підприємства, досягнення пріоритетів, переходу різноманітних підсистем на якісно новий рівень, формування нових властивостей системи.

Таблиця 1. Класифікація існуючих підходів до визначення поняття «Розвиток підприємства»

№	Автор, рік	Суть явища						Наявність змісту	Наявність результату
		процес	зміни	система	закономірність	удосконалення	складок потенціалу		
1	Нагорна Ю.А. 2015	+						+	+
2	Черних А.В. 2006	+						+	+
3	Пашенко О.П. 2011		+	+			+	+	+
4	Шинкаренко В.Г., Бурмака Н.М. 2013				+			+	+
5	Цопа Н.В. 2009		+					+	+
6	Дунда С.П. 2011		+					+	+
7	Прийма Л.Р. Кулиняк І.Я. 2012	+	+					+	+
8	Кифяк В. 2011			+				+	+
9	Погорелов Ю.С. 2006	+	+					+	+
10	Жилінська Л.О., Розумчук О.О. 2014	+						+	+
11	Кушнер М.А., Карлина Е.П. 2011		+					+	+
12	Кузьменко О.К. 2011					+		+	+
13	Андрійчук В. Г 2013		+					+	+
14	Надтока Т.Б., Какуніна Г.А. 2011	+						+	+
15	Плугіна Ю.А. 2011		+					+	+
16	Побережний Р.О. 2012		+					+	+
17	Афанасєв Н.В., Рогожин В.Д., Рудик В.І. 2003		+					+	+
18	Коротков Е.М. 1997		+					+	+
19	Раєвнева О.В. 2006	+						+	+
20	Кузьмін О.Є. 2003						+	+	+
21	Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф 1994				+			+	+
22	Яковенко Є.Г. 1991	+	+					+	+

Розвиток підприємства, як системи, яка має в своєму складі різноманітні підсистеми, відбувається завдяки постійному вдосконаленню роботи всіх елементів системи та її підсистем. Це має призвести до досягнення тактичних та стратегічних цілей, які стоять перед системою. В разі досягнення поставленої мети, функціонування підприємства переходить на новий етап свого розвитку, про що свідчить зміна кількісних та якісних показників його діяльності. Темпи зміни цих показників повинні бути вище темпу приросту економіки. Також, необхідно зазначити, що на розвиток підприємства впливають фактори зовнішнього та внутрішнього середовища. Їх вплив може бути як позитивним,

так і негативним. Саме через це, при своєму розвитку підприємство повинно адаптуватися до змін та мінімізувати негативний вплив. Це може бути зроблено завдяки задіяння внутрішнього та зовнішнього потенціалу підприємства та його ефективному використанні.

1 7 сходинок підготовки успішної дисертації. Монографія / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Ногачевська Т.В. та ін. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2017. – 276 с.

Кучкова О.В.

*Старший викладач кафедри маркетингу
Державний вищий навчальний заклад Український державний хіміко-
технологічний університет,
м. Дніпро, Україна*

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТРАНСПОРТНО- ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Європейський вектор інтеграції України зумовлює необхідність формування транспортно-логістичної системи, яка надає можливість об'єднати або забезпечити взаємодію всіх учасників на різних рівнях реалізації товару чи послуг. Формування транспортно-логістичної системи потребує визначення закономірностей та особливостей розвитку в умовах євроінтеграції, що визначає актуальність теми та її цінність[1]

Транспортування можна визначити як ключову комплексну активність, пов'язану з переміщенням матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва або готової продукції певним транспортним засобом у логістичному ланцюзі, і яка складається, у свою чергу, з комплексних та елементарних активностей, включаючи експедирування, вантажопереробку, упакування, передачу прав власності на вантаж, страхування [2].

Виходячи із вище визначеного, транспортну логістику можна розглядати як чітко виражену сферу діяльності, що покриває три основні області:

- процес планування, організації і виконання ефективного й раціонального перевезення вантажів (товарів) від місць їх виробництва в кінцевий пункт;

- чіткий контроль за всіма транспортними і іншими виконуваними операціями, що виникають під час перевезення вантажів з використанням найсучасніших засобів зв'язку, інформування і інших інформаційних технологій;

- надання всіх документів і інформації власникові вантажу [3]

Інтенсивний розвиток ринку логістичних послуг в країні створює об'єктивні організаційно-економічні передумови для формування в Україні регіональної транспортно-логістичної системи (РТЛС) як найбільш ефективної інноваційно-орієнтованої форми інтеграції учасників ринку транспортно-логістичних послуг, що забезпечує на основі інновацій і узгодження економічних інтересів усіх контрагентів ланцюга постачань максимальний синергетичний ефект.

РТЛС представляє інноваційну форму організації виробничих сил, яка покликана з максимальною ефективністю реалізувати транспортно-логістичний потенціал регіонів з метою підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається і розширення ринків її збуту, забезпечення економічного зростання депресивних територій, ліквідації місцевої безробіття та ін. Масштаб розвитку і кордони РТЛС визначаються зоною тяжіння підприємств, які зорієнтовані на послуги базового ланки. Базові ланки виконують функцію «товарного скидання» і одночасно здійснюють доопрацювання продукції, виробленої первинними товаровиробниками, до вимог ринку. Головна перевага базової ланки полягає в тому, що у численних дрібних і середніх товаровиробників, що утворюють ядра економічного зростання, відпадає необхідність в додаткових витратах на фінішну доопрацювання продукції, що може послужити причиною для зростання обсягів виробництва і її реалізації.

Основною метою стратегії створення РТЛС є посилення конкурентоспроможності не тільки регіону, а й національної економіки на ринку транспортних послуг, що передбачають інтеграційне перетворення української економіки у напрямі мережевої співпраці суб'єктів у формі єдиних

регіональних транспортно-логістичних інформаційних систем. При цьому вирішуються завдання не тільки оптимізації вантажних і транспортних потоків, зниження логістичних витрат, розвантаження транспортної мережі, але й надається поштовх для розвитку економіки регіону, що активізує створення нових конкурентних переваг.

Регіональна мікрологічна система дозволить вибудувати єдиний логістичний каркас для регіону в цілому. Формування пропонованої системи дозволить поліпшити проходження основних вантажопотоків по РТЛС і скоординувати регіональне рух матеріальних і супутніх інформаційних і сервісних потоків. Ефективна координація і управління вантажопотоками всередині кожного регіону неможлива без урахування особливостей функціонування кожного конкретного регіону. Так як національна логістична система не може враховувати особливості кожного регіону, то необхідно шукати способи поліпшення логістичного управління всередині окремо взятого регіону. Формування подібного роду системи дозволить в найбільшій мірі задовольнити потреби місцевих споживачів в транспортно-логістичному сервісі і вивести його розвиток на європейський рівень за рахунок особливостей економіки кожного регіону.

Таким чином, РТЛС являє собою сукупність логістичних функціональних і забезпечують підсистем регіональної товаропровідної мережі, що складається з ланок, інтегрованих матеріальний і супутніми потоками для отримання максимального синергетичного ефекту на основі встановлення партнерських відносин між учасниками транспортно-логістичного процесу [4]

Література:

1. Роль инновационной логистики в становлении региональных кластеров многосторонних партнерств // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2013. – № 1 (17). – С. 143-148
2. Ларіна Р.Р. Логістика : навчальний посібник / Р.Р. Ларіна. – Д. : ВІК, 2005. – 335 с.
3. Палант Д.О. Необхідність застосування системи глобального позиціонування транспортної логістики в Україні / Д.О. Палант // Вісник НТУ «ХП». -2012. –№ 68 (974). – С. 155-160
4. Корпоративна логістика. 300 відповідей на питання професіоналів / За заг. і наук. Редакцією проф. В, І. Сергеева. - М. : ИНФРА-М, 2004. - 976с

Кучкова О.В.
Старший викладач кафедри маркетингу
Тонишева В.О, магістр
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

ЗМІСТОВНІСТЬ ПОНЯТТЯ «МАРКЕТИНГОВА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА» ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ РОЗРОБКИ

У сучасних умовах господарювання кожне підприємство забезпечує ефективне управління своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому необхідно знати, як дослідити ринкові можливості, як провести відбір цільових ринків, як розробити ефективний комплекс маркетингу й успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль. Підприємства застосовують стратегічний маркетинг з метою пошуку рішень, спрямованих на задоволення потреб і отримання у споживачів переваг порівняно з конкурентами.

Обґрунтоване маркетингове рішення допоможе підприємству функціонувати в несприятливому зовнішньому середовищі.

Успіх діяльності підприємства на ринку є результатом організації маркетингу як елемента загальної системи управління, яка в цілому спирається на спеціально розроблену програму маркетингу.

Поняття програми маркетингу формується як розроблений, на основі комплексних маркетингових досліджень, стратегічний план-рекомендація виробничо-збутової і науково-технічної діяльності фірми, покликаний забезпечити вибір оптимального варіанту її майбутнього розвитку згідно висунутій меті і стратегії в довгостроковій перспективі [1, 2].

Маркетингова програма є підсумком науково-практичного дослідження із таких основних напрямів:

- аналізу маркетингового середовища;
- комплексного вивчення потреб і запитів споживачів, мотивів їх поведінки;
- вивчення показників кон'юнктури ринку;

- вивчення системи ціноутворення, динаміки і структури цін;
- вивчення конкурентів, контрагентів і нейтралів;
- вивчення форм і методів збуту;
- оцінки виробничих і збутових можливостей аналізованого підприємства і визначення рівня його конкурентоспроможності на різних ринках та їх сегментах та ін.

Оскільки маркетингова програма - це намічений для планомірного здійснення, об'єднаний єдиною метою та залежний від певних строків комплекс взаємопов'язаних завдань і адресних заходів соціального, економічного, науково-технічного, виробничого, організаційного характеру з визначенням ресурсів, що використовуються, а також джерел одержання цих ресурсів. Основними вигодами від її створення є більша рентабельність (ніж у компанії, що не планують свою діяльність) та покращена продуктивність. Програму маркетингу складають на основі комплексних маркетингових досліджень і результатів оцінки власних можливостей фірми.

Впровадження маркетингових програм дає змогу підприємству швидко й ефективно реагувати на зміни економічної ситуації в країні, що є досить актуальним для нашої країни.

Література:

1. Шереметинська О. В., Андрушко В. В. Розробка програми маркетингу для розвитку експортної діяльності на підприємстві суб'єктів ЗЕД у фруктовово-овочевій галузі //Інвестиції: практика та досвід. – 2016. - № 2. – С. 38-41
2. Крижанівський Р.А., Продиус І.П. Основи маркетингу: навч. посібник. - К.: УМК ВО, 2002. – 428с.
3. Бондаренко И.В., Дубницкий В.И. Современный маркетинг: учебное пособие/ И.В. Бондаренко, В.И. Дубницкий. - Донецк: ООО "Юго_Восток, Лтд", 2001. – 312с.
4. Козаков В.Г. Стратегії промислового маркетингу на ринку дитячих товарів. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vodt_2014_1_28

BENCHMARKING ROLE IN THE COURSE OF CONTROLLING THE CAPITAL IN THE ENTERPRISE

Modern crisis processes in economy and in a financial system of our state demand increase in management efficiency and ensuring stable development of the enterprises. Competition strengthening, rapid information technology development promotes complication of management of financial structures. The specified factors turn into difficult systems, effective management of which demands the constant analysis of data, fast decision-making, control and timely correcting of deviations of the indicators characterizing the movement of resources and effectiveness of their use, demands use of modern administrative technologies among which the important place belongs controlling. Starting point of the strategic analysis is the correct definition of the current positions of the enterprise in the market, indicators of his financial and economic activity.

But in order that to make it, it is necessary to define correctly base and criteria of comparison, the strategic position of the enterprise in the market environment is his position concerning competitors. The method of objective comparison though one results of such comparison aren't enough to work in the best way can be the best tool for this purpose. In recent years in many countries is successfully used the method of the competitive benchmarking analysis.

The benchmarking is an instrument of management, uses comparisons of data own and the enterprises competing with him taking the advanced positions in a certain segment of economy and allocation and introduction of the best practice for development of own enterprise.

Process of a benchmarking of the capital of the enterprise includes the following stages:

- the choice of processes and objects for comparison;
- determination of the main evaluation criteria;
- the choice of the enterprises for comparison;
- the calculation and the analysis of indicators of functioning of the capital in a section of physical, financial and intellectual components both own enterprise, and enterprises chosen for comparison;
- definition of the directions of improvement of functioning of the capital of the enterprise and their introduction.

The benchmarking of functioning of the capital is not one-time action; it has to be formally established at the enterprise as function. Despite popularity and his need for world practice the enterprises of the leading countries of the world and powerful advantages of benchmarking researches, in Ukraine they weren't widely used yet. At the present stage the overwhelming number of the enterprises doesn't possess methods of a benchmarking and the balanced systems of collecting, the analysis, assessment and conducting successful process of controlling of the capital of the enterprises. Businessmen don't understand the reasons and essence of this progress have no benchmarking techniques as fundamentals of all marketing policy. As for problems of realization of controlling of the capital of the enterprise, they are in many respects connected with insufficient development of partnership, low level of information exchange between the organizations. Specified defines for need of application for realization of these purposes of tools of a benchmarking. The central problem of modern economy in Ukraine, as we know, is achievement of global competitiveness and ensuring stable growth rates of key industries of the industry on an innovative basis. It demands, irrespective of the size and a field of activity of the Ukrainian enterprises of continuous studying and use of the best international experience in all spheres of business activity on the basis of a benchmarking method.

The benchmarking is the useful instrument of controlling of the capital of the enterprise, especially in a situation when it is necessary to revise internal efficiency of activity of the enterprise and to define new priorities.

However for increase in efficiency of process of controlling the capital of the enterprise comparison indicators of his functioning with indicators of other enterprises is insufficient. Also creation of monitoring system, which will be provided establishment of deviations of the planned functioning indicators of the capital actual and assessment of their importance, is necessary.

References

1. Dydenko Yu. Yu. Yssledovanye kontseptsyy benchmarkynha zatrat kak chasty metodolohyy vseobshcheho menedzhmenta kachestva / Yu. Yu. Dydenko, T. P. Soboleva // Biznes Inform. – 2011.– № 1. – S. 107–109.
2. Zakharchenko V. I. Innovatsiinyi menedzhment: teoriia i praktyka v umovakh transformatsii ekonomiky : navchalnyi posibnyk / V. I. Zakharchenko, N. M. Korsikova, M. M. Merkulov. –K.: Tsentr navchalnoi literatury, 2012. – 448 s.
3. Shchehelska O. Reinzhynirynh biznes-protsesiv – neob-khidnist v umovakh dynamichnoho rynku / O. Shchehelska //Uprav-lenye kompanyei. – 1999. – № 1-2. – S. 13–19
4. Shchehelska O. Reinzhynirynh biznes-protsesiv – neob-khidnist v umovakh dynamichnoho rynku / O. Shchehelska //Uprav-lenye kompanyei. – 1999. – № 1-2. – S. 13–19
5. Darrell K. Rigby Managment tools/ Rigby K. Darrell. – Boston.: Bain & Company, Inc. – 2013. – p. 14 – 15.

Маметьева А.В.
*соискатель, преподаватель кафедры маркетинга
ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический
университет», г. Днепр, Украина*

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ СБЫТА ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

В современных условиях становления экономического развития Украины возникает множество вопросов относительно стратегии сбыта продукции отечественными предприятиями. Поэтому актуальными для отечественных предприятий являются вопросы по поводу верно сформированной и четкой стратегии сбыта продукции на рынки других стран для расширения своих возможностей и конкурентоспособности.

В настоящее время, когда в Украине кризис и не стабильное экономическое положение очень сложно спрогнозировать долгосрочный или стратегический план работы для промышленных предприятий, так как стратегические планы составляются не менее чем на пять или десять лет. И план должен быть обоснован, потому что видя то, какая существует в настоящее время конъюнктура рынка, специалисты по маркетингу на предприятиях должны в совершенстве прогнозировать и анализировать потребности потребителей на отдельных сегментах рынка и их пожелания относительно качества продукции будет выводить предприятия на новые рынки и подталкивать отечественные предприятия к производству эффективной и качественной продукции, соответствующей стандартам качества других стран. Стратегия - это такая система мышления и действий, при которой возможно спрогнозировать на несколько лет вперед работу промышленных предприятий, перед этим проанализировав спрос на продукцию к указанным требованиям предложения.

Говоря о продукции, она должна отвечать требованиям и потребностям конкретных групп потребителей, согласно географических показателей и отдельным сегментам рынка, хорошо проанализированным и изученными

специалистами по маркетингу и менеджменту. Продукция должна быть полностью сертифицированной и должна пользоваться свойствами, которые будут отличать продукцию отечественного производства от продукции конкурентов.

Как мы знаем «стратегия» - это план, который охватывает длительный период времени, и способ достижения какой-то определенной цели. [3]. Основной задачей стратегического планирования является достижение таких показателей производства и сбыта продукции, которое запланировало предприятие. Одной из основных стратегий является анализ потребностей потребителей. Пересматриваются все качества продукции, к которой склоняется потребитель и совершенствуются предприятиями. Потребителя обязательно нужно мотивировать к покупке продукции, производимой отечественными предприятиями. Это должны быть нововведения, высокое качество и гарантия качества продукции. Но нужно понимать, что в Европе есть некоторые факторы, которые отличают потребителей европейских от Украинских и это:

- другая культура;
- другое географическое положение;
- другие нужды;
- другие стандарты;
- другие требования.

Поэтому, учитывая все эти факторы возможно сформировать для отечественных промышленных предприятий стратегию сбыта продукции на рынки Европы. Предприятия должны приспосабливаться к другим рынкам и внешней среде, а также к нестабильной экономической ситуации, которая возникла в нашей стране. Во – первых для того, чтобы выстроить международную систему сбыта есть так называемые стратегические параметры предприятия. Мы можем выделить три главных параметра. Первым параметром является анализ внешнего окружения предприятия. Данный анализ позволяет просмотреть макроэкономические показатели, к которым относятся такие факторы как политические, экономические, технологические,

социокультурные. Анализируя качественно и точно внешнюю среду, предприятия обязательно должны проанализировать состояние мирового рынка, дабы не упустить изменения и появления новых тенденций, появления конкурентов или новых рынков. Во – вторую очередь стоит проанализировать все стороны предприятия, как слабые, так и сильные. Такой анализ нужен для выявления возможной угрозы. Предприятие должно понимать своё преимущество в конкурентной борьбе на рынках либо на определённых его сегментах и знать рынки, которые ими обслуживаются, а так же предлагаемую продукцию. Ну и в – третьих, предприятиям просто необходимо учитывать и выполнять ожидания и потребности потребителей и лиц, которые заинтересованы для достижения своих целей и запланированных и ожидаемых результатов. Одной из верных стратегий является планирование каналов сбыта и верное прогнозирование географически выгодных рынков сбыта. [1]. Эффективная формальная стратегия должна содержать в себе три важнейшие составляющие: 1) основные цели (или задачи) деятельности; 2) наиболее существенные элементы политики, направляющие или ограничивающие поле деятельности; и 3) последовательность основных действий, направленных на достижение поставленных целей и не выходящих за пределы избранной политики [2]. Таким образом после проведения данных мероприятий и внедрения их в работу, предприятия смогут сформировать стратегические планы, которые будут продуктивно действовать, а также это даст возможность преодолеть некоторые барьеры и выйти на новый уровень выпуска новой, более усовершенствованной и качественной продукции.

Список литературы:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономка, 1989
2. Джеймс Брайан Куинн Стратегия перемен. В книге: Минцберг Г., Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс / Пер. с англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб.: Питер, 2001. - 688 с.
3. С.В. Харченко. Стратегія підприємства. Базовий курс лекцій та практикум, Черкаси, -2010 р. -212 с.

Сейдахметов М.К.
к.э.н., доцент ЮКГУ им.М.Ауезова
Исамбаева А.Ж.
докторант ЕНУ им. Л.Гумилева, Астана
Садырмекова Н.Б.,
Дурру Огуз.,
докторанты ЮКГУ им М.Ауезова, г.Шымкент

ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИКИ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА

Системный анализ показывает, что роль и значение логистики в современном мире всё более продолжают возрастать. Существует устойчивое мнение, что 21 век станет веком логистики (кроме всего прочего). Каждая уважающая себя компания нуждается в отделе логистики. Не является исключением и отрасль текстильной промышленности, которая стремительно развивается в последнее время. В первую очередь для предприятий легкой промышленности логистическая система должна обеспечивать своевременное получение информации о материалах, размещении их на складах, изготовлении изделий, реализации, производства изделий, ценах, конкурентах, о документообороте [1]. Главный минус, существенно затормаживающий распространение и развитие текстильной промышленности — это нелегальный импорт товарных продуктов по противозаконным схемам, а также неофициальное, подпольное, теневое производство. В результате чего появляется большое количество товара с низким, сомнительным качеством и соответственно с низкой ценой на них, что и привлекает потребителей [2]. Соответственно товарные продукты, содержащие только правильные компоненты не пользуются спросом.

Текстильная промышленность является одной из основных отраслей, формирующих бюджет во многих странах мира. Ее доля значительна в структуре ВВП, экспортном обороте и в общей занятости населения. В Германии, Франции и США она составляет 4%, в Италии – 12%. Это позволяет

им формировать до 20% бюджета и обеспечивать наполнение внутреннего рынка на 75-85% продукцией собственного производства. В Турции и Китае доля текстиля в ВВП составляет более 20%. В Казахстане удельный вес текстильной и швейной промышленности в общем объеме ВВП составляет всего 0,2%. И она обеспечивает лишь десятую часть потребности внутреннего рынка. Нужно отметить, что на протяжении последних лет проблемы текстильной отрасли остаются неизменными. Одной из главных является обильное присутствие на рынке импортной продукции из Китая, Пакистана, Турции и других стран «третьего мира». Вследствие низкой цены труда на рынках развивающихся стран, производимая там продукция получается гораздо ниже по себестоимости и, как следствие, более конкурентоспособной.

В настоящее время ситуация осложняется тем, что страны Азии, по прогнозам международных экспертов, восстановятся после кризиса гораздо быстрее, чем страны Европейского союза. Двигателем ускоренного подъема станет рост внутреннего потребления в этих странах и близости сырьевых ресурсов. В довершение всего эксперты ожидают развития швейной и текстильной промышленности в России, Узбекистане и в Киргизии. Дело в том, что в этих странах в последние годы проводят политику создания собственного производства.

На сегодняшний день к наиболее крупным предприятиям текстильной промышленности относятся такие корпорации как «Textiles.kz» (АО «Ютекс»/АО «Меланж»), ТОО «South Textiline.kz» (ЮКО), ТОО «Бал-текстиль», которые перерабатывают 18,8 тыс.т хлопкового волокна в год.

Необходимо отметить, что текстильная отрасль наиболее развитая в структуре легкой промышленности РК. Она базируется на производстве продукции из холопка-волокна, это хлопчатобумажные нити, ткани, готовая продукция. Для увеличения объемов их производства увеличиваются площади посевных под хлопчатник.

Так как традиционно выращивание хлопка осуществляется в ЮКО, предприятия по переработке хлопка сконцентрированы именно здесь. В Южно-

Казахстанской области в 2005 году был создан хлопково-текстильный кластер. Хлопково-текстильный кластер функционирует на территории СЭЗ.

Во-первых, привязка к собственному сырью способствует снижению конкуренции и увеличивает себестоимость конечной продукции в случае, если присутствуют внешние более дешевые источники.

Во-вторых, при нестабильном и непредсказуемом спросе привязка к одной технологии производства также отрицательно влияет на конкурентоспособность конечной продукции. Как известно, легкая промышленность в большей степени зависит от модных тенденций, которые и формируют спрос. Поэтому данный фактор является актуальным в этой сфере производства.

В-третьих, хотя интеграция может снизить затраты на управление, она не может их устранить полностью, и это представляет собой реальное ограничение расширения пределов вертикальной интеграции, исходя из рентабельности компании.

Оказалось, так же, что отечественный хлопок не подходит по качеству для производства конкурентоспособной продукции. Серьезной проблемой в развитии кластера является нехватка инвестиций.

Таким образом, проведенные исследования показали, что в условиях высокой конкуренции повышение эффективности развития отечественной текстильной промышленности очень сложная задача. Создание в Южно-Казахстанской области РК хлопково-текстильного кластера пока также не приводит к ощутимым результатам.

Зарубежный опыт показывает, что если первоначально кластеры образовывались исключительно благодаря «невидимой руке рынка», прежде всего при модернизации ТНК, то в последнее время правительства многих стран стали «выращивать» их по собственной инициативе в рамках государственно-частного партнерства, оказывая этому процессу ощутимое материальное и моральное содействие.

В этой связи, определяя стратегические перспективы экспортоориентирования хлопково-текстильной продукции зарубежными странами, можно выявить позитивные моменты по решению проблем, которые могут быть адаптированы к условиям Республики Казахстан:

– государственная поддержка в виде прямой финансовой помощи, включая предоставление льготных кредитов;

– государственное поощрение инноваций (внедрение новых технологий, опытного и серийного выпуска новой продукции), в том числе путем предоставления предприятиям прав на дополнительную отмену налогов;

– экспортная ориентация и поощрение развития внешнеэкономической деятельности, которая включает страхование, организация и участие в международных выставках, предоставление информации о рынке, поиск зарубежных партнеров.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности продукции текстильной промышленности должны быть решены общие задачи логистики и технологического обновления отрасли, пополнения оборотных средств предприятий, организационного реформирования предприятий, повышения уровня менеджмента и эффективности научно-технического обеспечения производства. Также в повышении уровня конкурентоспособности важное место должно быть отведено активизации функционирования маркетинговой службы.

Литература:

1. Мясникова Л.А. Логистика экономики среднего звена. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2017. - 72 с.

2. Регионы Казахстана в 2016 году/ Стат.сборник/ Под редакцией Айдапкелова Н.С. Астана - 2017

3. Курочкин, Д. В. Логистика: курс лекций / Д. В. Курочкин. –Минск: ФУАинформ, 2012. –268 с.

4. Николайчук, В. Е. Логистический менеджмент: учебник / В. Е. Николайчук. –Москва: Дашков и К°, 2012. –978 с.

Колесников Є.В.

*Аспірант кафедри менеджменту та
фінансів ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

До ефективності використання маркетингу підприємства слід підходити, як до будь якої економічної системи и визначати як співвідношення результату виробництва до витрати ресурсів. Ефективність залежить від кількості продукції (послуг), відповідності її асортименту існуючому попиту, якості, своєчасності випуску продукції і поставлення її споживачеві, гнучкості виробничої системи при задоволенні вимог різних контингентів споживачів [1]. Ефективність виробництва – категорія багатопланова, окремі сторони результату (ефект) виробництва порівнюється з окремими його факторами: продуктивність праці, трудомісткість продукту, фондівіддача, фондомісткість продукту, матеріаловіддача, матеріаломісткість продукту та іншими. Економічна ефективність характеризує зв'язок між кількістю одиниць ресурсів, що застосовуються у процесі виробництва, і отриманою в результаті кількості якогось потрібного продукту. Більша кількість продукту, отримана від даного обсягу витрат, означає зростання ефективності, менший обсяг продукту за тих же витрат вказує на зниження ефективності.

Серед чинників, що підвищують рівень економічної ефективності, слід виділити такі: підвищення технічного рівня виробництва, впровадження найновіших досягнень науково-технічного прогресу; зростання рівня організації виробництва шляхом поглиблення його спеціалізації, кооперації і концентрації; удосконалення рівня управління виробництвом, організації та оплати праці; поліпшення використання основних фондів і виробничих потужностей (економічного потенціалу суспільства); структурну перебудову економіки; зниження трудо-, фондо-, матеріаломісткості, зростання

продуктивності праці; застосування ефективних економічних механізмів та інших чинників.

Щоб уникнути непорозумінь, що виникають при роботі персоналу, основним критерієм ефективного застосування маркетингу на будь-якому підприємстві пропонується вважати досягнення цілей, поставлених перед маркетингом керівництвом. На практиці фактична ефективність дій персоналу, відповідального за розвиток маркетингу, може бути визначена за такими показниками [2]:

- демонстрація отриманого ефекту від використання маркетингу;
- орієнтація на аналогічні дії конкурентів і порівняння витрат на маркетинг з конкуруючими підприємствами;
- одержання інформації у результаті проведеної роботи;
- рекомендації щодо удосконалення функціонування підприємства;
- надання регулярних докладних звітів про здійснену роботу.

У кількісному вираженні, ефективність роботи персоналу структурних підрозділів маркетингу доцільно визначати (не рідше двох разів на рік) за допомогою показника рентабельності маркетингу, використовуючи загально відому формулу рентабельності

$$P_M = \frac{PP_M}{V_M} * 100\%, \quad (1)$$

P_M – рентабельність маркетингу;

PP_M – прибуток, отриманий від маркетингових заходів, грн.;

V_M – витрати на маркетинг, грн.

На нашу думку, ситуація, коли $P_M > 0\%$, свідчить про успішність вибору форм застосування маркетингу, а у випадку $P_M < 0\%$, використання маркетингу здійснюється нераціонально. Також, ефективність роботи персоналу підприємства нами пропонується визначити за допомогою коефіцієнту відгуку

та кількості скасованих замовлень у вигляді формул (2) та (3), порівнюючи їх з аналогічними середніми показниками по галузі:

$$K_{\text{в}} = \frac{KP}{KK}, \quad (2)$$

де $K_{\text{в}}$ – коефіцієнт відгуку;

KP – кількість результативних контактів (договори, необхідні зустрічі, кількість зв'язків, обсяг продаж або закупівель), шт.;

KK – кількість контактів, шт.

$$K_{\text{сз}} = \frac{BЗ}{ЧЗ}, \quad (3)$$

де $K_{\text{сз}}$ – коефіцієнт скасування замовлень;

$BЗ$ – кількість виконаних замовлень, шт.;

$ЧЗ$ – загальна чисельність замовлень, шт.

Авторські дослідження діяльності промислових підприємств доводять, що у промисловості середніми значеннями є $K_{\text{в}} < 0,1$ та $K_{\text{сз}} < 0,7$ і це викликає необхідність постійної роботи щодо підтримки зв'язку з клієнтами аби попередити можливість зриву виробничої програми.

На етапі досліджень треба розробити рішення про подальший розвиток маркетингу на дослідженому підприємстві: визначити форми його застосування, роль, розмір потрібних ресурсів, призначити відповідальних, документально обумовити їх повноваження та узгодити стратегію розвитку між усіма робітниками підприємства та основними клієнтами. На сьогоднішньому етапі розвитку промисловості України завдання маркетингу на більшості підприємств фактично виражаються в моніторингу ринкових цін, у збільшенні обсягу збуту продукції, в удосконаленні наявних товарів та їх упакування, у розробці нових товарів, а також в удосконаленні процесу обслуговування

клієнтів і методів просування товарів. На наш погляд, головна спрямованість керівництва промислових підприємств повинна складатися в успішному об'єднанні та розмежуванні процесів, цілей, завдань і повноважень структурних підрозділів, а також в ефективному доборі персоналу в структурних підрозділах, що забезпечить можливість виконання завдань покладених на маркетинг.

Література:

1. Козак Ю.Г. Лук'яненко Д.Г., Макогон Ю.В. та ін. Міжнародна економіка: Навчальний посібник. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 672 с.

2. Сардак С.Е. Потенціал маркетингу в удосконаленні механізму господарювання промислових підприємств: Дис. ... к.е.н.: 08.02.03 / ДНУ. – Дніпропетровськ, 2005. – 193 с.

Колесніков В.П.

*К.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

Худомака М.А.

*інженер кафедри маркетингу
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ПРАКТИЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Успіх роботи підприємств багато в чому залежить від спроможності персоналу знайти потрібну та достовірну інформацію. Завдяки знанню навіть дрібних деталей про суб'єктів ринку, можна досягти різного роду переваг перед конкурентами при веденні бізнесу – укласти новий контракт, продовжити співробітництво, заздалегідь уникнути можливих погроз. Персонал промислових підприємств, задіяний у процесі дослідження, щодня

зіштовхується з необхідністю отримати різноманітну інформацію та завдяки неї вирішити долю свого підприємства. Тому треба звернути особливу увагу на методичні основи інформаційного забезпечення працівників промислового підприємства. Розроблено методику пошуку інформації про суб'єктів ринку у який маркетинг розкриває свій потенціал у вигляді інструменту вивчення та забезпечення інформацією керівництва підприємства (табл. 1) [1].

Таблиця 1

Схема методики пошуку інформації про суб'єктів ринку

Вибір умов пошуку інформації	Предмет дослідження
	Характер відомостей
	Достовірність інформації
	Строк отримання інформації
	Метод пошуку інформації
	Носії інформації
Фактичний пошук інформації	Визначення виконавців
	Фінансування
	Пошук інформації

Методика пошуку інформації про суб'єктів ринку складається з двох процесів. У першому процесі робиться вибір умов пошуку інформації. Основною умовою є визначення предмета дослідження. Його чітке визначення є гарантом отримання потрібної інформації. Предметом досліджень може виступати інформація про діяльність контролюючих органів, постачальників сировини та послуг, покупців проєкції підприємства, посередників, партнерів, конкурентів і покупців бізнесу.

Варто враховувати, що характер інформації о підприємстві може складатися із загальних відомостей про суб'єктів ринку, оперативної інформації (використовувана технологія, подробиці щодо проведення тієї або іншої операції, економічні показники діяльності підприємства) та стратегічних планів на певний період. До речі інформація може бути класифікована по способу доказу та ділитися на два види – підтверджена інформація та інтегрована. Підтверджена інформація, тобто заснована на фактах, що прямо відповідають

на поставлене запитання, та інтегрована, що ґрунтується на непрямих фактах, коли відповідь на поставлене запитання виводиться методом логічного міркування. Наприклад, є питання – хто продає аналогічний нашому товар в аналізованому регіоні? У даному випадку підтвердженою інформацією буде перелік конкурентів, що може бути подано з різним ступенем достовірності. Інтегрована інформація – це перелік осіб, які можуть виробляти та продавати аналогічну продукцію в аналізованому регіоні, виходячи з отриманого знання про необхідні умови щодо організації цього виробництва (у кого може бути подібне устаткування, подібні фінанси, навички).

Далі слід визначити достовірність необхідної інформації, виходячи з якої можна попередньо вибрати методи збирання та джерела одержання інформації. При з'ясуванні інформації, використання якої спричиняє великий ризик і відповідальність під час прийняття рішень, варто вивчити якнайбільше різноманітних фактів і довіряти тільки тим даним, що підтверджуються декількома носіями інформації.

Також визначають такі характеристики інформації як фіксована та нефіксована інформації. Під фіксованою інформацією розуміється збережене кодування повідомлення в суттєвому її носії. Тобто це та інформація, яку можна багаторазово витягати з її носіїв: текст на папері, газетні повідомлення, повідомлення на компакт-дисках, флеш-носіях, текст на виробі, запис розмови на диктофоні. Під нефіксованою інформацією розуміється та інформація, що дослідник бачив або чув, але не може навести в авторському варіанті. Нефіксована інформація – чиїсь думки, чутки, перекази, сприйняті пам'яттю дослідника. Наприклад, людина бачила повідомлення в новинах і розповідає про це своїм колегам, при цьому додає частину свого розуміння тексту, але довести ідентичність сорго переказу вона не може, тому що авторський текст у нього відсутній.

Кожний з методів збирання інформації має свої переваги й недоліки при аналізі результатів досліджень. Перевага спостереження в тому, що дослідник може побачити об'єктивну картину поведінки суб'єкта спостереження,

помітити дрібні деталі, ті, на які даний суб'єкт у реальному житті взагалі не звертає уваги, а недоліки полягають у необхідності наявності апаратури та присутності елементів втручання в приватне життя громадян, необхідності високої кваліфікації спостерігачів і тривалості періоду дослідження. Перевага опитування в тому, що при високій кваліфікації модератора можна одержати максимум корисної інформації, а недолік у тому, що при дослідженні маємо сильний вплив суб'єктивних чинників і думка опитуваних не завжди збігається з думкою більшості споживачів. Перевага експерименту в тому, що він дає наочне підтвердження результату проведеного дослідження, а недолік у тому, що складно змоделювати максимум чинників, що зустрічаються в дійсності. Найбільш оптимальний варіант дослідження – це комплексне їх використання, що дає більш можливостей щодо одержання достовірних результатів.

Література:

1. Сардак С.Э. Поиски информации // Практический маркетинг. –2004. – № 6. – С.16-18.

2. Гарнавський В. Сплетни на службі маркетинга // Новый маркетинг. – 2003. - № 10. – С. 78-85.

Секція 6. Менеджмент організацій

Yuriy Drachuk

Doctor of Economics, Professor

Institute of Industrial Economics NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Larysa Savyuk

PhD., Doctoral student

Institute of Industrial Economics NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Monica Jaworski

Rector of the Academy of Social Sciences. Krakow, Poland

DEVELOPMENT OF ENTERPRISE IN SCIENTIFIC AND PRODUCTION SPHERE IN CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF KNOWLEDGE ECONOMICS

In a knowledge-based economy, knowledge itself acts as a strategic capital with value, which dominates the material values of the countries of the world. Countries - leaders with a developed economy are actively introducing modern models of education systems. This is due to fierce competition in the markets of educational services and labor markets. The effectiveness of the model of the Ukrainian educational system can be verified by its phased implementation. To solve this problem a tight interaction of the state, the scientific community and civil society with the use of available intellectual and industrial potential is required. At the current stage of development of the national economy, in the context of increasing globalization and integration processes, the number of innovative potential and its effectiveness determine the potential opportunities and horizons of the growth of the economic system. Foreign researchers are attracted attention to these problems, for example, Polish [1, 2].

Of particular importance is human potential and, above all, education, competence, creative potential of people and the conditions for their realization. The main source of competitive advantage in the 21st century is the very knowledge.

Subjects of innovation policy are always the power structures specializing in social management (their subject of activity), influencing social relations (object of

management), which according to the law belong to the competence of this power structure (represent an arsenal of his rights, powers, responsibility) and they contribute to the achievement of planned cases. The object of innovation policy is not innovations as such, but innovators themselves (creators - scientists, designers, technologists, etc.).

Innovation activities based are on a pre-designed strategy, that is, on the planned system of concrete measures, legislative and organizational measures aimed at achieving the objectives of innovation policy. The ideology of an innovation strategy is to outline, for example, possible ways that reduce the level of direct public participation in innovation and, consequently, the growth of indirect participation. The overall objective of the innovation strategy is to create favorable conditions for the effective regulation and development of the main areas of innovation activity of corporations, firms and enterprises of various forms of ownership in accordance with the goals and objectives of the state innovation policy.

The European Union (EU) has a powerful intellectual and technological potential, but since the end of the twentieth century, EU countries are losing ground in the global competitiveness rating, which is largely due to the backwardness of the community in terms of innovation performance. Today, the European Union continues to move towards a competitive, knowledge-based, dynamic knowledge-based economy, which proclaimed was in 2000 under the Lisbon Strategy, which has played a role as an active catalyst for innovation development in the EU in the long-term. Innovation policy has become complex, systemic and long-term with clearly defined quantitative and qualitative benchmarks, and the single EU policy is a "locomotive" for national governments and private business. A major new impetus for this process was the new long-term strategy for economic development "Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth" (2010), which provides employment and sustainable competitive growth based on knowledge and innovation. To achieve the set goals, a number of priority areas for the implementation of the strategic program, areas of activity for the EU and for the participating states foreseen are. Among these areas are the creation of an innovation union and the introduction

of appropriate mechanisms for innovation cooperation between science and business, new methods and forms of initiation of innovative processes, methods and forms of communication between business entities.

In the socio-economic system, innovation defined is as a way to better and efficiently use resources. Due to the complex expansion of innovation, it forms the new technological and socio-economic subsystem of society, consisting of industries that create innovation; industries that promote new technologies and deepen their economic benefits; industries that arise as a result of the development of a new technological structure [3].

Conclusions. Innovative entrepreneurship involves the organization of production or services (now educational, research and production) with widespread use of innovations. The result of this organization is a new (previously not existing) product (service) with fundamentally new characteristics, properties or even areas of use.

Література:

1. Kozłowski A.R. The End of Globalization and the Challenges Civilization Faces in the Post-Global Approach (Конец глобализации и вызовы, стоящие перед цивилизацией в пост-глобальном подходе). *Global Economics: Past, Present & Future*, eds. I. K. Hejduk, S. Bakalarczyk. Warsaw, 2013. P.11–25.

2. Kozłowski A.R. After liberalism. The Challenges facing the Economic Policy in the Context of the Economic Crisis (После либерализма. Вызовы, стоящие перед экономической политикой в контексте экономического кризиса). *The Key-Factors of Business and Socio-Economic Development During The Global Crisis*, ed. J. Sepp,

3. Zastosuvannia publichno-pryvatnoho partnerstva u sferi innovatsiinoho rozvytku vuhilnoi promyslovosti.- Amosha O.I., Drachuk Yu.Z., Zaloznova Yu.S. ta in. *Kolektyvna monohrafiia.-Instytut ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy.-Kyiv, 2017. – 195 s.*

Андреюк С.Ф.
К.т.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів
Курбатов В.В.
ст. гр. 5-МЕН-13, магістрант
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

ЕЛЕМЕНТИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ УПРАВЛІННЯ МІСТОМ

У сучасному світовому суспільстві існують різні підходи до управління містами та виконавчою владою населених пунктів. Міське самоврядування на рівні міста найбільш динамічна ланка в адміністративно-територіальному поділі України і тому особливу увагу необхідно звертати на якість організаційних форм управління містом. Для української моделі управління характерні змішані форми організації муніципального управління, які характеризуються значною різноманітністю.

Організаційній формі управління «рада – сильний мер» притаманний певний дуалізм в організації влади на місцевому рівні. Міський голова (мер) обирається міською громадою, він має право вето стосовно рішень ради, у його компетенцію входить підготовка рекомендацій з питань нормотворчої діяльності ради. Крім того, мер несе відповідальність за складання та виконання бюджету міста, він одноосібно формує адміністрацію та розподіляє повноваження між муніципальними органами управління. У відносинах з іншими територіальними громадами та центральною владою саме мер наділяється повноваженнями репрезентувати інтереси міської громади.

Сутність організаційної форми управління «рада – менеджер» полягає у наявності інституту головного адміністративного чиновника, який, будучи політично нейтральною фігурою, є професіоналом у сфері муніципального управління [1, с. 173-174]. Цей представник призначається та звільняється радою. Рада, у свою чергу, обирається жителями конкретного міста. У компетенцію призначеного адміністратора входить координація діяльності муніципальних

органів управління, підготовка міського бюджету. Діяльність призначеного менеджера, його відносини з радою визначаються умовами контракту.

Сіті-менеджер - міський керуючий, що займає керівну виконавчу посаду в сфері муніципального управління. В Україні функції сіті-менеджера виконує мер міста, тому цей вид діяльності не здобув такого поширення як у світі. Разом з цим, вважається що розподіл функцій представницької та виконавчої влади є дуже корисним впровадженням і для нашої країни, тому професія сіті-менеджер є перспективним напрямом у підвищенні ефективності розвитку міст та регіонів, її впровадження дозволить розробити заходи щодо стимулювання персоналу до якісного виконання функцій виконавчого органу управління містом.

Сіті-менеджер - це виконавець. До його обов'язків входить організація відповідної роботи міського господарства для забезпечення життєдіяльності міста. Для цього він аналізує та складає пріоритети розвитку міста, визначає які партнери найбільш важливі для міста, виступає сполучною ланкою між інвестором або адміністрацією міста і регіональними представниками. Увага сіті-менеджера в більшій мірі зосереджена на обслуговуванні міста. Він забезпечує розробку проекту бюджету, його формування та виконання, розробку проектів програм та планів з питань соціально-економічного розвитку міста, контролює ситуацію, що склалася в енергетиці, роботу торгових сітей, керує транспортним зв'язком, здійснює дії з управління муніципальною власністю та житлово-комунальним господарством. В процесі виконання робіт сіті-менеджер повинен дотримуватись регламентів і вимог адміністрації міста, правил внутрішнього розпорядку та правил етикету, виконувати всі норми діловодства.

В основі роботи сіті-менеджера лежить грамотно складений контракт, що відображує загальні компетенції сіті-менеджера. У контракті прописані повноваження та відповідальність за рамки яких він не може вийти, що знімає наявність традиційних конфліктів через компетенції та повноваження. Чітко прописані конкурсні вимоги до претендентів гарантують певний рівень професійної придатності. На відміну від прямих виборів мера, проведення конкурсу на посаду сіті менеджера не вимагає серйозних бюджетних витрат, а у

разі недостатньо кваліфікаційної роботи сіті-менеджер буде звільнений і конкурс на цю посаду проведуть знову. У разі якщо нова схема формування роботи міської влади виявиться неефективною, можливо повернутися до колишнього порядку, в цьому випадку відповідні юридичні дії також не зажадають фінансових витрат з міського бюджету. Робота сіті-менеджера передбачає взаємодію з представницьким органом муніципальної влади, якій він підпорядковується і перед якій звітує. Якщо в місті організована схема в якій беруть участь і мер і сіті-менеджер, то перший в даній ситуації - глава міста, політик, який здійснює керівництво містом, розробляє тривалу стратегію розвитку, спілкується з Радою депутатів міста, його функції - представницькі. Сіті-менеджер - це людина яка фахове знається на процесах управління містом чи окремою його галуззю. Вимоги до сіті-менеджера майже такі самі як і до мера міста, але на відміну від мера дії сіті менеджера зв'язані контрактом, який він не може порушувати.

Таким чином, сіті-менеджер не залежить від політики, він не політична фігура, його робота не залежить від політичних розкладів у місті, районі, області він залучений за контрактом професіонал, який має інженерно-економічний хист і практику господарювання, наявність контракту надає йому можливості не перевищувати повноваження. Він бере на себе великий обсяг обов'язків мера, що дозволяє меру більше взаємодіяти з Радою міста та краще виконувати свої представницькі функції. Сіті-менеджер - це співробітник, який несе велику відповідальність не тільки перед вищим керівництвом, яке уклало з ним договір, а й перед усім містом і його мешканцями. Він, як глава муніципальної адміністрації, повинен відповідати конкретним вимогам та займатися вирішенням поточних завдань, церемоніальні функції і зв'язок з вищестоящими органами залишаються за мером. У зв'язку з розвитком країни та ростом її міст назріла необхідність впровадження професії сіті-менеджер як перспективний напрям підвищення ефективності розвитку міст та регіонів.

1. Неліпа Д. В. Менеджер міста / Д. В. Неліпа // Енциклопедія державного управління: у 8 т. / Т. 5 : Територіальне управління. – Харків : Вид-во ХарPI НАДУ „Магістр”, 2011.– 408 с.

Скрипник О. В.
викл. каф. менеджменту та фінансів
Жуков В. С.
*студент 3 курсу, ДВНЗ «Український державний хіміко-
технологічний університет»*
м. Дніпро, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ: ЯПОНСЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Японія - маленька країна. Щільність населення висока. Ресурси обмежені. Природні катаклізми викликають почуття небезпеки. Тому у японців гостре відчуття необхідності національної єдності. Вони повною мірою усвідомлюють, що їх виживання залежить від єдності та соціальної згуртованості.

Японці працюють групою більш ефективно, ніж європейці, особливо коли перед ними поставлено складне завдання. Навіть прийняття рішень здійснюється в Японії шляхом групового консенсусу. Можна сказати, що Японія - країна парадоксів. Тут відкидають особистість як окремого індивідуума, але проявляють повагу до думки кожного.

У своїй книзі «Мистецтво японського управління» А. Атос і Р. Паскаль відзначають: «Японці розглядають кожну людину яка має економічні, соціальні, психологічні і духовні потреби, так само, як це роблять і американські керівники, коли спеціально замислюються над цим. Але японські керівники вважають, що їх завданням є приділяти якомога більше уваги саме людської особистості, не настільки зосереджуючись на інших інститутах (таких, як уряд, сім'я або релігія)». При цьому сім'я для японців - форма існування. При достатньо жорсткої вертикальної ієрархії, немає «обожнювання» керівника – він «досяжний». Японці проявляють повагу не до місця, яке займає та чи інша людина, а до того, що конкретне він зробив у житті, до його досвіду.

Японець дисциплінований, мислить інтересами групи і здатний на екстраординарні зусилля для досягнення загального блага. Японці – цілеспрямовані люди. Вони хочуть удосконалювати себе до безкінечності.

Вони готові наполегливо працювати заради цієї мети. Це прагнення до досконалості дуже допомогло японському менеджменту в інтеграції європейського досвіду управління в традиційну японську культуру.

«Японський менеджмент вивчив і увібрав у себе сучасні принципи й методи з енергією, що межує із жадібністю», - сказав Сусума Такамія, декан факультету економіки Токійського Університету. - «Він успішно узявся за чотири основні проблеми - технологічну інновацію, індустріалізацію, демократизацію й інтернаціоналізацію. Все це не ушкодило таким культурним цінностям, як групова свідомість і повага старших». Покора в Японії приймає форму повного підпорядкування.

Японське суспільство поділено на окремі інститути не горизонтально, а вертикально. Підприємство є одним з таких інститутів. Менеджери і працівники можуть мати розбіжності, але це чисто внутрішні справи фірми. І ті і інші дивляться на конкуруючі фірми як на своїх заклятих ворогів. Кожна фірма прагне бути першою у своїй сфері. Престиж значить більше, ніж прибуток.

У японських організаціях лідер займає найвідповідальніший пост. Він згуртовує команду. Він пригнічує внутрішні конфлікти. Його влада приймається всіма беззастережно. Відсутність його може привести до сумних результатів: група втрачає єдність і тоне у внутрішніх розбратах.

Оволодіння стрижнем японського менеджменту - відмова від вузької спеціалізації, універсальний розвиток працівника і пов'язані з таким розвитком стабільна зайнятість, ротація кадрів усередині фірми, навчання в процесі роботи і т. д.- необхідно кожній фірмі, що бажає не тільки процвітати, але й хоча б існувати.

Яшкіна Н.В.

*К.т.н., доцент кафедри менеджменту
та фінансів ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний університет»*

Латай А.О.

*Магістрант кафедри менеджменту
та фінансів ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Успіх підприємства в умовах сучасної економіки України, це - можливість забезпечити високу ефективність функціонування і конкурентоспроможність на ринку. Він залежить від уміння пристосовуватись до зовнішнього середовища, швидко реагувати на зміни в структурі потреб споживачів а також от можливості підприємства залучати інвесторів . Підприємства повинні мати інвестиційну привабливість.

Оцінка інвестиційної привабливості це перший крок під час прийняття інвестиційного рішення відносно об'єкту інвестування . Ціль підприємства як об'єкту інвестування — підвищення своєї інвестиційної привабливості та залучення максимально можливого обсягу інвестицій. Інвестиційна привабливість підприємства — це сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів. [1,с.30]Наявність у підприємства якостей які приваблюють інвесторів забезпечує йому можливість розвиватися, поступово переходити від теперішнього стану до якісно нового.

Керівники підприємств повинні враховувати, що на інвестиційну привабливість компаній впливають такі групи чинників:

– інвестиційна активність, вплив якої полягає у визначенні обсягу коштів, що вкладаються в підприємство, відсотка освоєння інвестицій, імовірності отримання інвестором прибутку;

– фінансовий чинник, який характеризується часткою прибутку від інвестиційної діяльності підприємства, оцінкою доцільності використання підприємством власних джерел фінансування інвестиційної діяльності та залучення позикових коштів;

– виробничий чинник, який визначає рівень розвитку й очікувану норму рентабельності основної діяльності підприємства;

– темпи зростання капітальних вкладень, що характеризує можливості розширення підприємства;

– інноваційний чинник, який визначається використанням досягнень науково-технічного прогресу у виробничому процесі та характеризує тривалість терміну з моменту розробки до моменту впровадження у виробництво науково-технічних розробок [2, с. 83].

Основна проблема визначення ступеня інвестиційної привабливості підприємств полягає в обґрунтованому виборі найбільш суттєвих оціночних критеріїв, які дозволять прийняти правильне інвестиційне рішення. На сьогоднішній день сформовано велику кількість методик визначення як інвестиційної привабливості окремого підприємства, так і ранжування їх сукупності згідно з вимогами інвестора [1].

Найбільш ґрунтовно проблеми оцінки інвестиційної привабливості підприємств розглянуті у працях вітчизняних і зарубіжних вчених: Бланка І.О., Бакаєва Л.О., Бейлі Д., Бельтюкова Є.А., Бромвіча М., Гойко А.Ф., Жданова С.А., Ковальова В.В., Маркелова А.С., Марголіна А.М., Пересади А.А., Поддєрьогіна А.М., Реверчук С.К., Савчука В.П., Фатхутдінова Р.А., Федоренка В.Г., Хрущ Н.А., Четиркіна Е.М., Шевчука В.Я., Яковлєва А.І. та інших.[3, с.115]

Більша частина вчених виділяє п'ять груп критеріїв, які використовуються для визначення інвестиційної привабливості: майновий стан, ліквідність, фінансова стійкість, ділова активність та рентабельність, кожна з яких має відповідну групу показників [4]. Окрім цих показників сучасного інвестора цікавлять так звані загальноекономічні фактори яким дали

назву інвестиційний клімат країни. Він включає правове забезпечення інвестування, підтримку держави, сприятливий стан справедливої конкуренції, чесне партнерство та інше.

Таким чином формування інвестиційної привабливості підприємств відбувається як у внутрішньому середовищі суб'єкта господарювання так і на мікро та макрорівні економічного, політичного, соціального та технологічного простору країни. У 2017 році індекс інвестиційної привабливості України досяг максимуму за останні шість років – 3,15 бали за 5-бальною шкалою. Таке рішення винесла Європейська Бізнес Асоціація після проведеного опитування серед керівників 142 найбільших міжнародних і українських компаній. Це дає нові можливості і для кожного підприємства підвищити рівень своєї привабливості для закордонних інвесторів.

Література:

1. Гончарук А. Г. Інвестиційна привабливість промислового підприємства як об'єкт управління / А.Г. Гончарук., А.А. Яцик // Науковий журнал "Економіка харчової промисловості". – 2011. – № 4(12). – С. 29–33.

2. Басов М.Г. Стратегічне фінансове управління реальними реформами. – 2013. – № 4 (12). – С. 80–85.

3. Скалюк Р. В. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства / Р. В. Скалюк, О. І. Лоїк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2016. - № 1. - С. 115-122. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_1_21

4. Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2005. - №1. – С. 68-75.

Chernysheva O.M.
*PhD in Economics, Assistant Professor
of the Management and Finance Department
State Higher Educational Institution
«Ukrainian State University of Chemical Technology»
Dnipro, Ukraine*

TRENDS AND FORECASTS OF THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN CHEMICAL INDUSTRY ENTERPRISES

The modern stage of development of the Ukrainian chemical industry enterprises is characterized as uncertain and unstable. In 2017 the level of export coverage of the internal production didn't exceed 36%. This is the lowest indicator since 2009. The raw orientation trend became stronger in the structure of the Ukrainian export of the chemical products. Part of the mineral fertilizers and raw semi-finished products (benzol, carbon black, pigmented titanium dioxide etc.) was about 70%. The product diversification trend has continued in the structure of import of the chemical products and the trend of the import dependence of internal consumption has deepened [2, pp. 23-26].

Despite the negative trends in the quality of the foreign economic activity the average geometric rate of growth of sold chemical products in 2001 – 2016 was 114,6% per year (fig. 1). Last 5 years the highest growth rate was 137,11% in 2015. Analytical model of the dynamics of sold chemical products in time $Y = f(t)$ is $Y = 5305,5t - 3051,4$, $R^2 = 0,938$. So, the Ukrainian chemical industry is able to provide the annual absolute increment of the volumes of sold products in 5303,5 mln. UAH and a negative influence of the external factors is 3051,4 mln. UAH. Part of the chemical products in the industrial production was 3,8-5,0%.

The production of pharmaceutical products and preparations demonstrated a positive dynamics: in 2010 – 2016 the average geometric rate of growth of sold products was 119,71%; in 2013 – 2017 it was 118,28% for the volumes of new orders and the part of the foreign orders fluctuated within 11,8-14,3%.

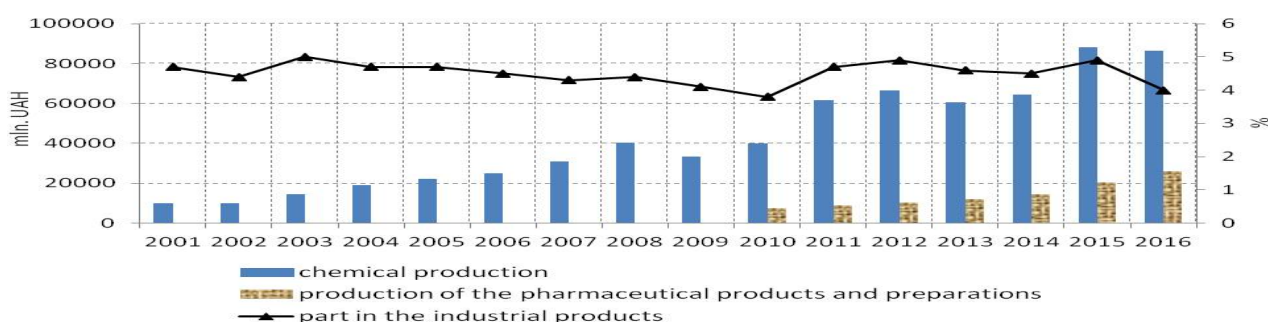


Figure 1 – Volumes of sold products of the Ukrainian chemical industry enterprises in 2001 – 2016 *Constructed by [3]*

In 2016 specific for the chemical industry enterprises microeconomic components of the strategic development were: technological (high part of the main production assets with term of the exploration more than 15 years was 55%), investment (absence of the direct foreign investments), ecological (emissions of the pollutants and CO₂), raw materials (high level of the import dependence in the segments of the final production was 85-90%).

The most important among macroeconomic components of the strategic development of the Ukrainian chemical industry enterprises were: reputation (high level of the expansion of branch was 22%, low level of the chemical products per capita 3,8 kg, in EU 45 kg), market (low part of the national products on the domestic market 25%, export/import ratio 1:5, little part of kind of the products with part in the world product market is more than 1% – 6 titles), regulatory technical (low level of the harmonization of the National regulations with EU Directives and Regulations – 1).

The problem of strategic development is especially relevant in the Ukrainian tire production. In Ukraine tires are produced mainly for passenger cars, light trucks, trucks and heavy trucks, trolleybuses and buses, agricultural machinery. In 2003 – 2017 the proportion of these groups in the tires export was above 71% in weight, quantity and cost equivalents. In 2017 tires held 3% on the internal market, 4% in the export and import of the chemical and petrochemical products in each [4, pp. 24-27].

In work [1, pp. 11–14] the methodical approach to the strategic positioning of new and modernized tire enterprises products has been worked out; the process components of the economic mechanism to increase the tire products competitiveness

have been grounded; the elements of tire enterprise strategy for improving the level of tire products competitiveness have been determined.

Retrospective analysis of time series of the monthly volumes of tire production for 2002 – 2013 allowed to detect the seasonality and to make a short-term forecast for the nearest 2 years using three-parameter model of Holt-Winters, models of seasonal decomposition Census 1, X-11 (Census 2) and Auto Regressive Integrated Moving Average mode. The forecasted level in 2015 is less in 1,57 times compared with 2014.

The analytical models of annual dynamics of tire production in 1996 – 2015 $Q = ae^{bt}$, $a > 0$ and $Q = a + bt + ct^2$ were obtained through moving average method in time series analysis. They quantitatively demonstrate decreasing trends in the production of every group of tires.

Despite an active innovation and investment policy of producers the competitiveness of the Ukrainian tires continues to decline. The introduced programs of development had a perfunctory character and did not help to stop the downtrends in the production of any group of tires.

Thereby, the tire enterprises strategy must be formed for improving the level of production, be individually for every group of tires and include macro- and microeconomic components of the strategic development of the chemical industry enterprises.

References:

1 Chernysheva, O.M. (2016). Otsinka konkurentospromozhnosti produktsii pidpnyemst shynnoho vyrobnytstva [Estimation of the tire enterprises production competitiveness]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kharkiv: NTU «KhPI» [in Ukrainian].

2 Kovenia, T.V. (2017). Khimichna promyslovist Ukrainy v pershomu pivrichchi 2017 roku [Ukrainian chemical industry in the first half-year 2017]. *Khimichna promyslovist Ukrainy – Chemical Industry of Ukraine*, 2, 22-32 [in Ukrainian].

3 Ofitsiynyi sait Derzhavnoi sluzhby stystyky Ukrainy [Official site of State Statistics Service of Ukraine]. ukrstat.gov.ua. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

DERIN BEYIN EGZERSİZLERİ

Hayat her geçen gün daha karmaşık hale geliyor. Bilim gelişiyor. Hayatta ayrıntı daha da önemli hale geliyor. Bu ayrıntıları yakalamak, hizmet alanını genişletmek için acilen tedbirlerin oluşması gerekmektedir. Bunun içinde insanlık neslinin daha donanımlı hale getirilmesi gerekiyor. Daha donanımlı hale getirmenin yolu ise özgür ve özgün düşünme kanallarının açık olmasında yatmaktadır. Durum bu olunca çocukların hayal kurmalarına, kurdukları hayallerde özgür olmalarına, soyut ve somut süreçlerinde prangalardan uzak kendilerini gerçekleştirmeye temel teşkil eder. Oyunlara daha da önem verilmesi gerekiyor.

Derin Beyin egzersizleri görsel algı, bilişsel beceriler ve egzersizlerle beyin kapasitesinin artmasını sağlamaktadır. Egzersizlerde en önemli unsurlar, eğlence boyutunun çok etkin olması, bilimsel temellere dayalı olması, her kesimden ve her yaştan bireyler için uygun olmasıdır. Amacımız, günümüz koşullarında bireylerin refahını ve yaşam kalitesinin arttırarak, yenilikçi bir sistem ile sportif sosyal ve kültürel değişiklikleri göze alıp, özel egzersizler yolu ile beyin gelişimini destekleyip kişisel gelişim ve başarıyı arttırmaktır.

Günümüzde egzersizler, eğitimler ve spor, kişisel ve toplumsal sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikler ile önemli bir hizmet sektörü olarak kabul görmektedir.

Son yıllarda görülen zihinsel antrenman ağırlıklı çalışmalar, duygusal olarak gevşeme ve rahatlamaya sebep olmakta, stres düzeyini aşağı çekilmesini sağlamakta, bireysel performansta artış sağlamaktadır. Tüm bu etkenler bilişsel antrenmanların ve önem kazanmasına neden olmuştur.

Yapılan araştırmalar kısa bir süre içerisinde, bilişsel antrenmanların toplumun her alanında kullanılacağını ve bireylerin sosyal yaşamlarında, kişiliklerinde, kariyerlerinde olmakla beraber, çocukların gelişiminde de önemli bir rol oynayacağını göstermiştir.

SERAP PALAZ
Bandirma onyedi eylul university
Turkey
SURHAN CAM
University of Cardiff
United Kingdom

IS THERE A LINK BETWEEN SHIPYARDS EMPLOYEES' PERCEPTIONS OF HEALTH AND SAFETY AT WORK AND PRODUCTIVITY?

The shipbuilding and repair industry is an emerging sector in Turkey which constantly evolving and contributes to the development of other industrial branches due to the diversity of shipbuilding products used in shipbuilding. The shipyards are workplaces where international competition competes with speed and time to respond to changing demands. According to SGK data, despite recent decline of rate of occupational accidents Turkey is currently known as a country that has the most work-related accidents in Europe (ILO, 2016). Especially the shipyards are workplaces where work accidents occur most frequently (Özcan, 2008). Despite the lack of systematic research to increase of productivity in the shipyards where labour productivity is low this issue has been addressed both in business circles and in anecdotal discourses. Although a number of studies (Lamm, Massey ve Perry, 2007; Muniz, Peon, & Ordas, 2009; Karamık ve Şeker, 2015) found a positive relationship between occupational health and safety, competitive advantage and overall organisational performance in selected sectors. In this study, the impact of employees' perceptions on productivity, in terms of occupational health and safety, and compensation for damage after an accident, will be examined in the shipyard sector using qualitative and quantitative data collection techniques.

Абдиманап Жолдасбеков
Зейнел Альптекин
Южно-Казахстанский государственный университет
им. М. Ауэзова
Казахстан
Талгат Данияров
Yeesevi University
Kazakhstan

ОСОБЕННОСТИ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СУБЪЕКТ-СУБЪЕКТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В данной статье рассматриваются особенности педагогического общения в условиях субъект-субъектных отношений. В условиях модернизации высшего образования, определяемых вариативностью учебно-воспитательных учреждений, диверсификацией содержания, расширением инновационных процессов, возникает необходимость качественного изменения характера, формата и условий взаимоотношений между студентом и преподавателем в вузе.

Актуальность данной статьи определяется современной стратегией высшего образования, ориентированной на развитие и становление профессиональной компетентности специалиста, способного быстро и продуктивно решать профессиональные задачи, которые формируются в процессе педагогического общения на субъект-субъектной основе отношений в системе «преподаватель-студент».

Абдиманап Жолдасбеков
Южно-Казахстанский государственный университет им. М. Ауэзова,
Казахстан
Гульнар Мусабекова
Университет Сырдарья
Казахстан

О ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье речь идет о том, как нужно готовить будущих учителей к использованию инновационных технологий.

OSMANLI HUKUKÇULARINDAN MAHMUD ES'AD SEYDİŞEHİRİ VE KADİM İRAN HUKUKUNA DAİR TESPİTLERİ

Tanzimat'tan sonra Osmanlı devletinde gerçekleşen yenilenme hareketleri birçok alanda kendini göstermiştir. Ama bu yenileşme hareketinin en çok görüldüğü alan ise hukuk olmuştur. Bu yenileşmeye ciddi katkı sunanlardan biri de Mahmud Es'ad Seydişehirî'dir. Özellikle Tanzimat'tan başlayıp Cumhuriyet öncesine kadar uzanan batı etkisi ile meydana gelen uyanış hareketine önemli katkıları olmuştur. Mahmud Es'ad çağının ötesinde bir ilim adamıdır. Hukuk, Din, Tarih, Fıkıh, Hadis ve Beşeri ilimlerde çeşitli eserler vermiştir. İlim dünyasına sunduğu bu katkıların tek bir alanda sınırlı kalmaması onun nasıl bir ilmi derinliğinin olduğunun göstergesidir. Özellikle Hukuk alanında birçok medeniyetin tarihsel süreçte kazandığı temel dayanakları kutsal kitaplara refere ederek aktarmaktadır. Bunun en güzel örneklerinden biri olan Kadim İran Hukuk'u, eski İran hakkında geniş bir bilgi içermektedir. Hukuk'a ait unsurların dayanak noktasını din (Zerdüştlük) ve bu dinlerin sahip olduğu inanç kitaplarına (Avesta) dayandırılmaktadır. Avesta'nın ihtiva ettiği bilgiler yorumlanıp Kadim İran (İslam'dan önce) hukuku için bir dayanak olmuştur. Kadim İran Hukukuna Zerdüştlüğün etkisi ve inanç kitabı olan Avesta'nın varlığı irdelenmektedir.

Yasar YILMAZ
Nuran Asik AKSIT
Cemal OKUYAN
Balikesir Üniversitesi
Turkey

REGULATORY ROLE OF SOCIAL BEHAVIOR RULES IN INDIVIDUAL, SOCIAL, PUBLIC RELATIONSHIP AND COMMUNICATION

Compliance with the rules of etiquette and protocol helps individuals and institutions to develop relationships with each other in the areas of individual, social and public life. Etiquette and courtesy rules ensure that civilian life is maintained in a certain order. These rules are named as official etiquette and courtesy rules on the public arena.

All of Etiquette, courtesy and protocol compliance rules helps people to gain respectability and improve personal image. On the other hand, it is imperative to follow these rules at formal meetings. Hence compliance with etiquette, courtesy and protocol rules; play a pioneering role in contributing to the development of relationships among individuals and organizations in the areas of individual, social and public life. In this study, it is aimed to give the theoretical knowledge about basic manners and protocol rules which should be observed in social and public spaces. In this study, it is aimed to give the theoretical knowledge about basic courtesy and protocol rules which should be observed in social and public spaces.

Ханенко А.В.
К.е.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема підвищення рівня вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю підприємства, яка є дзеркалом, в якому відбиваються підсумки роботи практично всіх його служб і підрозділів.



Рисунок 1.1 – Система факторів конкурентоспроможності підприємства

Аналіз конкурентоспроможності фірми на ринку передбачає з'ясування зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на відношення покупців до фірми та її продукції і як результат - зміна частки ринку фірми [2, с.58-65] (рис. 1.1).

Оцінка конкурентоспроможності фірми на конкретному ринку або його сегменті ґрунтується на ретельному аналізі технологічних, виробничих, фінансових і збутових можливостей фірми. Критерій конкурентоспроможності - рівень продаж і стабільне місце на ринку [1, с.207-215] .

Існує досить велика кількість методів оцінки конкурентного положення підприємства на ринку, найпоширеніші з яких: SWOT-аналіз; PEST-аналіз; матриця БКГ, матриця Мак-Кінсі, конкурентний аналіз. Наведеним методам властиві певні недоліки й переваги, тому найбільш повну інформацію щодо конкурентоспроможності підприємства можна одержати, використовуючи одночасно кілька методів оцінки.

SWOT-аналіз проводиться на стадії управлінського обстеження конкурентної позиції підприємства на ринку. Очевидні переваги SWOT-аналізу - його простота, логічність, зручність сприйняття.

Сутність PEST-аналізу полягає у виявленні й оцінці впливу факторів макросередовища на результати поточної й майбутньої діяльності підприємства. Його метою є моніторинг змін макросередовища за чотирма вузловими напрямками: політико-правові, економічні, соціокультурні, технологічні.

Матричний підхід міцно завоював популярність у західних дослідників менеджменту й вважається одним з найпоширеніших методів оцінки якості діяльності підприємства. Його перевагою є те, що він дозволяє досліджувати розвиток конкуренції в динаміці.

Матриця БКГ дозволяє визначити стратегічну позицію підприємства по кожному напрямку його діяльності і на основі аналізу цієї позиції вибрати правильну стратегію дій підприємства на ринку [3, с.541-557], матриця БКГ досить зручна, але має обмежений спектр вживання в стратегічному управлінні.

Матриця Мак-Кінсі (рис. 1.2.) є продовженням матриці БКГ, дає комплексну оцінку конкурентоспроможності підприємства. Замість темпів зростання ринку тут використовується комплексний показник привабливості ринку, а замість відносної частки ринку – стратегічне положення підприємства [5. с. 284-287].

Конкурентний стан підприємства на ринку

		Добрий	Середній	Поганий
Привабливість ринку	Висока	<i>Інвестувати (зростати)</i>	<i>Зростати із займаним сегментом</i>	<i>Володарювати / відкласти</i>
	Середня	<i>Захищатися / відкласти інвестиції</i>	<i>Заробляти / захищатися</i>	<i>Зняти урожай / захищатися</i>
	Низька	<i>Заробляти / захищатися</i>	<i>Заробляти / відмовлятися</i>	<i>Зняти урожай / відмовлятися</i>

Рисунок 1.2 – Матриця Мак-Кінсі «стратегічне положення – привабливість ринку» [5. с. 284-287].

Підприємства, які впевнено і надійно утримують свої *конкурентні позиції* на ринку, мають у своєму арсеналі чітко продуману стратегію, яка, як правило, складається з запланованих, продуманих цілеспрямованих дій на непередбачений розвиток ситуації і на конкурентну боротьбу, що підсилюється.



Рисунок 1.3 – Загальні стратегії Майкла Портера [4, с.351-353]

Запропоновані Майклом Портером [4, с.351-353] загальні конкурентні стратегії сьогодні претендують на деяку універсальність, оскільки практика довела їхню високу ефективність.

Література:

1. *Академия рынка: маркетинг: Пер. с фр./ А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.; научн. ред. А.Г. Худокормов. - М.: Экономика, 1993.*
2. Должанский І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
3. О'Шонесси. Конкурентный маркетинг: стратегический подход: пер. с англ. – Спб: Питер, 2201. – 864 с.
4. *Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. — К: Основи, 1997. — 451 с.*
5. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. ред. д-ра. екон. наук, професора Іванова Ю. Б., д-ра. екон. наук, професора Тищенко О.М. – Х.: ВД «Інжек», 2006. – 384 с.

Авчинникова В.В.
студентка 5 курсу
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро, Україна

Рябцева О.Є.
К.е.н., доц. каф. менеджменту та фінансів
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро, Україна

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ

Забезпечення стабільного, конкурентоспроможного і сталого розвитку підприємництва України в сучасних умовах прискорення глобалізаційних та інтеграційних процесів можливе лише в тому випадку, коли цей розвиток буде здійснюватися на основі впровадження інноваційної діяльності на підприємствах. На нашу думку, відтворення регулярних та ефективних інноваційних процесів неможливе без державного регулювання та державної підтримки інноваційної діяльності.

Лідерські позиції країн світу у міжнародних рейтингах інноваційного розвитку підтверджують, що ключова роль у забезпеченні та належному спрямуванні активного інноваційного розвитку, формуванні національної інноваційної системи, належить державі, яка виконує наступні завдання: сприяє здійсненню досліджень і розробок; підтримує в галузі впровадження результатів досліджень і науково-технологічних досягнень; стимулює кооперацію суб'єктів господарювання – учасників інноваційного процесу; створює та регулює різноманітні програми технологічної та фінансової підтримки.

За даними міжнародного рейтингу за глобальним інноваційним індексом 2017 року (англ. “Global Innovation Index 2017 Report”), який розрахований за методикою Міжнародної бізнес-школи INSEAD при участі Корнельського університету (Cornell University) та Всесвітньої організації інтелектуальної

власності (World Intellectual Property Organization, WIPO), Україна зайняла 50 позицію із 127 можливих. Відмітимо, що у порівнянні із показником 2016 року (56 місце) та 2015 року (64 місце), ми спостерігаємо позитивну динаміку інноваційного розвитку країни. Найголовнішими проблемними факторами, що перешкоджають розвитку інноваційної діяльності в Україні експерти відзначають наступні: інфляцію, корупцію, політичну нестабільність, неефективну урядову бюрократію і недостатність фінансування [1].

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку і використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва і реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції [2].

Незважаючи на те, що Україна забезпечена потужним науковим та кадровим потенціалом, має досвід створення інноваційного продукту, країна поступово втрачає позиції на світовому ринку інноваційних товарів і послуг. Причиною негативної тенденції є неефективність механізму державного регулювання процесів інноваційного розвитку підприємницької діяльності. Підвищення інноваційної активності сфери підприємницької діяльності є стратегічно важливим завданням державного регулювання [3].

На нашу думку, участь держави у формуванні сприятливого інноваційного клімату можна представити у аспектах, відображених на рисунку 1.

Активізація інноваційної діяльності підприємництва вимагає масштабних економічних, правових і соціальних механізмів державного регулювання; необхідним є внесення змін до чинних законів та підзаконних актів про наукову, науково-технічну, інноваційну та інвестиційну діяльність.



Рисунок 1 – Основні напрями формування сприятливого інноваційного клімату в Україні

Література:

1. Глобальний індекс інновацій 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу - <https://www.globalinnovationindex.org>
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу - <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
3. Кулак Н.В загальні тенденції державного регулювання інноваційного розвитку сфери підприємницької діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу - <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/12.1/32.pdf>

Прокопенко Ю.О.
аспірант
Міжрегіональної академії управління персоналом
м. Київ, Україна

СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ЗА МЕТОДОМ «КОНУСА ПРАВДОПОДІБНОСТІ»

Наразі Україна знаходиться на етапі формування власної політики інноваційного розвитку та за даними Європейського інноваційного табло відноситься до групи країн «інноватор, що формується». Приналежність України до групи країн «інноватор, що формується» стала наслідком впливу цілої низки організаційних, фінансових та правових перешкод, серед яких найвагоміше місце займає криза інвестиційного забезпечення [1, с.133].

Своєчасне виявлення назрілих проблем, причин їх виникнення, а також визначення шляхів подолання значною мірою залежить від розуміння майбутнього, яке не можна інтерпретувати як звичайне продовження минулого, тому що це майбутнє набуватиме принципово інших форм і структур. Адже виклики та загрози, що виникають у сучасному суспільстві, зумовлюють необхідність передбачення за універсальною методологією, відомою як сценарне планування [2, с.11].

Сценарне планування практично являє собою результати досліджень зміни об'єкта дослідження за певних подій, тобто по суті є засобом ідентифікації (раннього попередження) показників, які сигналізують про перехід об'єкта дослідження до певного стану в майбутньому.

Для побудови сценаріїв можливого інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств машинобудівної галузі в середньо- та довгостроковій перспективі вважаємо доцільним скористатись таким методом сценарного планування, як «конус правдоподібності», за яким передбачається визначення ключових драйверів, здійснення коригувань припущень та побудова сценаріїв (рис. 1).



Рисунок 1 – Послідовність сценарного планування інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств машинобудівної галузі за методом «конуса правдоподібності» [2, с.21]

Застосовуючи «метод гілки» нами здійснено коригування сценаріїв інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку (рис. 2):

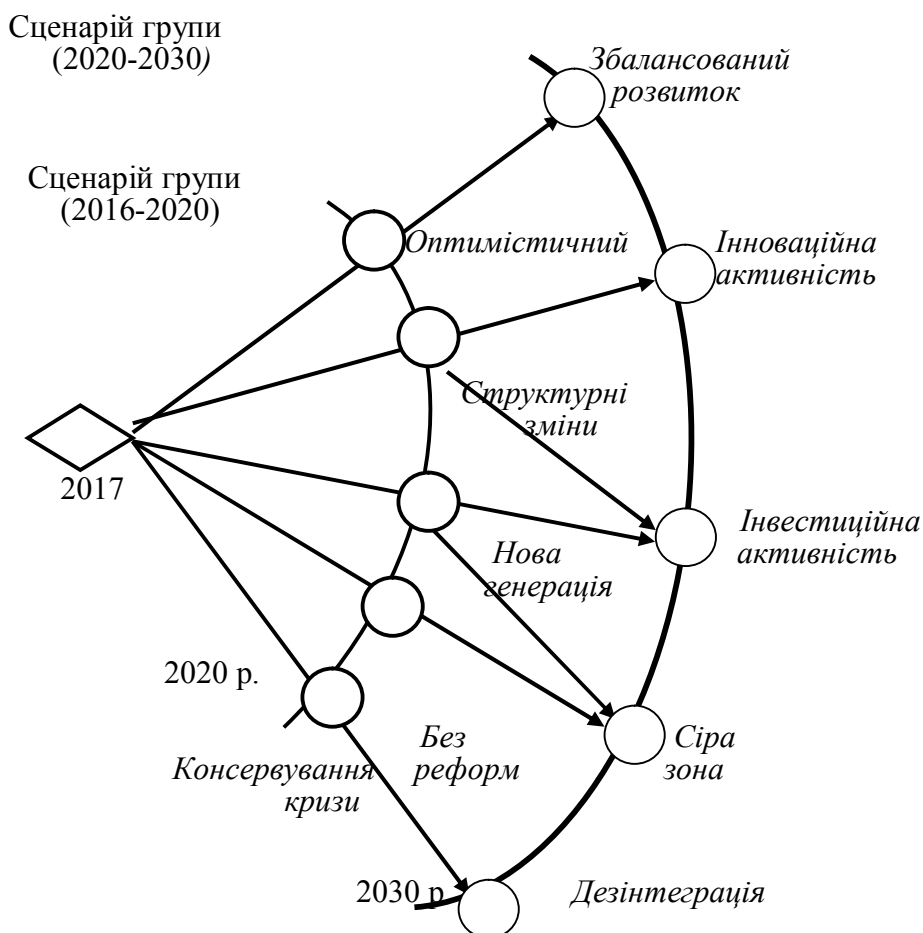


Рисунок 2 - Логіко-структурна схема сценаріїв інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку машинобудівних підприємств України на середньостроковому (до 2020 року) і довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах [3]

Сценарне планування інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку машинобудівних підприємств країни має стати підґрунтям розробки промислової стратегії України на середньостроковому (до 2020 року) і довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах.

Прикладом успішного розроблення промислової стратегії є сучасний досвід Великої Британії, який є результатом висновків із досвіду минулого. В англомовних коментарях до промислової стратегії Великої Британії наголошується на тому, що до її розроблення підійшли по-новому, намагаючись досягти того, щоб уряд і промисловці працювали разом: це сучасна індустріальна стратегія, де уряд не залишає бізнес напризволяще, не вказує йому, як потрібно працювати, а середньо- та довгострокові цілі визначаються в партнерстві і так само виділяються кошти для цілей реалізації промислової стратегії, фінансуються проекти ключових секторів економіки та технологій, у тому числі і шляхом співфінансування з роботодавцями, що допомагає підприємствам запровадити новаторські ідеї в комерційну реалізацію. Тому промислову стратегію Великої Британії вважають одним із найважливіших інструментів збалансування економіки, що сприяє її стійкому зростанню та конкурентоспроможності в довгостроковому відношенні, чого так не вистачає сучасній Україні [1, с.135].

Література:

1. Гейць В.М. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. ; НАН України. – К., 2015. – 336 с.
2. Згуровський М.З. Сценарний аналіз як системна методологія передбачення / М.З. Згуровський // Системні дослідження та інформаційні технології. — 2002. — № 1. — С. 7–38.
3. Згуровський М.З. Форсайт та побудова стратегії соціально-економічного розвитку України на середньостроковому (до 2020 року) і довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах / М. З. Згуровський // Київ : НТУУ «КПІ». - 2016. — 184 с.

Конащук В. Л.
*К.е.н., доц. каф. менеджменту та фінансів
ДВНЗ «Український державний хіміко-
технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ ПРОЕКТНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проектно-орієнтованою діяльністю будемо вважати впорядковану певним чином сукупність дій і заходів, що забезпечує реалізацію якогось проекту. В свою чергу, будь-який проект є цілеспрямованою зміною певної системи [1, с.6]. Тоді можна стверджувати, що проектно-орієнтована діяльність була, є і буде в необмеженій перспективі основною формою економічної та бізнес-діяльності з точки зору можливостей мобілізації потенціалу економічних суб'єктів для забезпечення прогресу в широкому розумінні. Це підтверджується очевидним зростання ролі та значення для сучасної економіки інноваційно-інвестиційної діяльності, що, як правило, здійснюється в формі реалізації відповідних проектів [2, с.110, 3]. Дані обставини актуалізують запит на теоретико-методологічне, методичне й науково-практичне опрацювання різних аспектів проектно-орієнтованої діяльності.

У процесі проектно-орієнтованої діяльності (виробництва) поєднуються два інтегрованих економічних ресурси – підрядний (сукупність матеріальних і людських ресурсів, здатних створювати нову вартість шляхом виконання підрядних робіт відповідного фахового спрямування) і часовий – через розміщення необхідного обсягу підрядного ресурсу в часі у відповідності з прийнятою для реалізації проекту організаційно-технологічною схемою. Результатом проектно-орієнтованого виробництва є створення нової вартості у вигляді об'єкта проекту. Зважаючи на це, можна визначити загальний вигляд двофакторної виробничої функції проекту:

$$S = F(R, T), \quad (1)$$

де S – квантифікований об'єкт проекту (або обсяг підрядних робіт);

R – кількість підрядного ресурсу, залученого до реалізації проекту;

T – можливий термін реалізації проекту (кількісна характеристика часового ресурсу, необхідного для реалізації проекту).

Пріоритетним критерієм вибору терміну реалізації проекту є мінімізація економічної вартості, під якою будемо розуміти сукупність усіх витрат (у тому числі й імпліцитних) власника проекту на його реалізацію. Всі ці витрати пов'язані з виконанням підрядних робіт, оскільки в фізичному вимірі проект – це визначена сукупність взаємопов'язаних робіт, що виконуються в певній послідовності. Звідси випливає, що процес реалізації проекту – це процес виконання підрядниками робіт, обсяг яких незалежно від використовуваної технології та терміну реалізації проекту є заданим. Тоді й загальний обсяг підрядного ресурсу (запас підрядного ресурсу), необхідний для реалізації проекту, є величиною постійною. Проте кількість підрядного ресурсу, залучена в кожний окремий проміжок часу (обсяг потоку підрядного ресурсу), залежить у кінцевому рахунку від терміну (тривалості) реалізації проекту. Тоді в загальному вигляді економічну вартість проекту C (тобто економічну вартість виконаного обсягу підрядних робіт S) можна визначити за наступною формулою:

$$C = \sum_{n=1}^N Q_n \sum_{t=1}^T q_{nt} (1+r)^t + \sum_{n=1}^N \sum_{t=1}^T m_{nt} (1+r)^t, \quad (2)$$

де Q_n – ціна одиниці n -го підрядного ресурсу, що являє собою створювану нею додану вартість (питому додану вартість);

N – кількість залучених до проекту різномісних підрядних ресурсів;

T – термін реалізації проекту;

q_{nt} – кількісна характеристика виконавської (трудової) складової n -го підрядного ресурсу, залученого в t -му періоді;

m_{nt} – вартісна характеристика забезпечуючої (матеріальної) складової n -го підрядного ресурсу, залученого в t -му періоді;

r – ставка проценту.

Підсумовуючи, слід зазначити, що наведена формалізація проекту, як і будь-якої економічної системи, є досить умовною. Проте вона «працює» в сенсі розуміння економічного змісту проектно-орієнтованої діяльності, а також дозволяє зробити деякі важливі висновки.

1. Час набуває властивостей економічного ресурсу в проекті (1). Це, зокрема, проявляється в тому, що раціональний власник проекту враховує цінність часового ресурсу при залученні підрядного ресурсу.

2. Економічну вартість проекту відтворюють два ресурси – підрядний і часовий, тому її величина залежить у першу чергу від ціннісних параметрів цих ресурсів – питомої доданої вартості та ставки проценту (2).

3. Процес оптимізації економічної вартості проекту здійснюється як консенсусне узгодження підходів підрядника й власника проекту до встановлення договірних величин основних параметрів його реалізації, об'єктивна складова яких вимагає подальших досліджень.

Література:

1. Решке Х., Шелле Х. Мир управления проектами. – М.: Аланс, 2004. – 304с.

2. Основы конкурентных преимуществ и инновационного развития /Б. И. Холод, В. А. Ткаченко, Р. Б. Тянь, С. И. Чимшит, А. И. Щукин; Под ред. В. А. Ткаченко. – Дн-ск: Монолит, 2008. – 475с.

3. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред. Л. І. Федулової. – К.: Основа, 2005. – 552с.

Скрипник О. В.
преп. каф. менеджмента и финансов
Агеенко Н.М.
*студентка 3 курсу, ГВУЗ «Украинский государственный химико-
технологический университет»*
г. Днепр, Украина

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА БЕЗ РЕГИСТРАЦИИ

Для начала необходимо понять, что же такое предпринимательство?

Согласно 42 статьи Хозяйственного кодекса Украины:

Предпринимательство – это самостоятельная, инициативная, систематическая, на собственный риск хозяйственная деятельность, осуществляемая субъектами хозяйствования (предпринимателями) с целью достижения экономических и социальных результатов и получения прибыли.

Государство осуществляет поддержку предпринимательства следующим образом: путем создания субъектам предпринимательства условий для эффективной внешнеэкономической деятельности; информационным обеспечением субъектов бизнеса; путем оказания помощи в материальном обеспечении и сбыте продукции предпринимателей; путем подготовки кадров для сферы предпринимательства и др.

Предпринимательство выполняет важную общественную функцию и государство должно содействовать его развитию.

Государство не вмешивается в предпринимательскую деятельность за исключением установления налогов, процентов по государственным кредитам, правил ценообразования, валютных курсов, экономических санкций.

Ответственность за ведение бизнеса без регистрации:

1. Административная ответственность:

Согласно статьи 164 «Нарушение порядка осуществления хозяйственной деятельности» Кодекса об административных правонарушениях за: отсутствие государственной регистрации при занятии хозяйственной деятельности (предпринимательством); отсутствие лицензии или другого разрешительного

документа при осуществлении деятельности, которая по законодательству подлежит лицензированию; нарушение условий лицензирования.

При нарушении предусмотрена следующая административная ответственность:

1) Впервые в течение года: штраф от 1000 до 2000 необлагаемых минимумов доходов граждан с конфискацией изготовленной продукции, орудий производства, сырья и денег, полученных в результате совершения этого административного правонарушения.

2) Повторно в течение года или получение дохода в крупных размерах (получение дохода в крупных размерах имеет место, когда его сумма в тысячу и более раз превышает необлагаемый минимум доходов граждан): штраф от 2000 до 5000 необлагаемых минимумов доходов граждан (далее НМДГ) с конфискацией изготовленной продукции, орудий производства, сырья и денег, полученных в результате совершения этого административного правонарушения.

2. Уголовная ответственность:

В случае уголовной ответственности НМДГ есть налоговая социальная льгота, которая равна 50% от прожиточного минимума для трудоспособных граждан. С 01 января 2018 года размер прожиточного минимума составляет 1762 грн., то есть НМДГ в 2018 году составляет 881 грн (50% от 1762 грн).

Согласно статьи 212 «Уклонение от уплаты налогов, сборов, других обязательных платежей» Уголовного кодекса Украины за:

1) Умышленное уклонение от уплаты налогов, сборов, обязательных платежей, совершенное должностным лицом предприятия, учреждения, организации, независимо от формы собственности или лицом, занимающимся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица или любым другим лицом, которое обязано их платить, если эти деяния привели к фактическому непоступлению в бюджеты или государственные целевые фонды средств в значительных размерах (от 881 000 грн.), – наказывается штрафом от

300 до 500 НМДГ или лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет.

2) Те же деяния, совершенные по предварительному сговору группой лиц, или если они привели к фактическому непоступлению в бюджеты или государственные целевые фонды средств в крупных размерах (от 2 643 000 грн.), – наказываются штрафом от 500 до 2000 НМДГ или исправительными работами на срок до 2 лет, или ограничением свободы на срок до 5 лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет.

3) Деяния, предусмотренные частями 1 или 2 настоящей статьи, совершенные лицом, ранее судимым за уклонение от уплаты налогов, сборов, других обязательных платежей, или если они привели к фактическому непоступлению в бюджеты или государственные целевые фонды средств в особо крупных размерах (4 405 000 грн.), – наказываются лишением свободы на срок до 5 лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет с конфискацией имущества.

4) Лицо, впервые совершившее деяния, предусмотренные частями 1, 2, освобождается от уголовной ответственности, если оно до привлечения к уголовной ответственности уплатило налоги, сборы (обязательные платежи), а также возместило ущерб, причиненный государству их несвоевременной уплатой (финансовые санкции, пеня).

Секція 7. Управління якістю

Гармідер Л. Д.

*Д.е.н., завідувач кафедри економіки промисловості
та організації виробництва
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

Бегма П.О.

*Начальник Управління продажів на ринки СНД
Представництво ТОВ "ИНТЕРПАЙП УКРАЇНА"
м.Київ, Україна*

РУХ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ЯК ІНДИКАТОР ЯКІСНОГО УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з механізмів управління трудовим потенціалом підприємства є регулювання його руху. Рух трудових ресурсів є індикатором якісного управління трудовим потенціалом підприємства. На думку авторів, управління рухом трудових ресурсів є сукупністю управлінських дій, спрямованих, по-перше, на формування задоволеності працівником підприємства в цілому і конкретним робочим місцем, а по-друге, на цільову організацію і раціональне регулювання внутрішньовиробничого руху персоналу.

Явище плинності кадрів активно розробляється вітчизняними дослідниками. Зокрема, питанням теорії та практики аналізу плинності кадрів присвячено роботи Л. Балабанової [1], О. Вагонової [2], Г. П'ятницької [3] В. Свистунова [4] та ін. Разом із тим питання цілісної системи управління плинністю кадрів сьогодні залишається відкритим і потребує більш глибокого вивчення з погляду визначення системи заходів, спрямованих на нормалізацію процесу руху персоналу підприємства.

Враховуючи аналіз науковою літератури, пропонуємо модель реалізації процесу управління рухом трудового потенціалу промислових підприємств, яку наведено на рис. 1. Запропонована модель реалізації процесу управління рухом трудового потенціалу промислових підприємств містить такі базові елементи: стратегія управління трудовим потенціалом, що включає цілі, місію і цінності;

індикатори оцінки трудового потенціалу; фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на формування трудового потенціалу; фактори, які впливають на рух трудового потенціалу підприємства; структури і величини витрат підприємства від руху трудового потенціалу; організаційна інфраструктура, що складається з організаційно-функціональної структури управління організацією, процесів і системи їх регламентації, а також системи ключових показників ефективності; організаційна культура як середовище розвитку трудового потенціалу; діагностика причин руху трудового потенціалу на підприємстві; інструменти нівелювання негативних наслідків руху і попередження його подальшого зростання.

Елементи запропонованої моделі (фактори, причини, витрати та методи управління) перебувають у певній залежності і відповідному взаємозв'язку, що обумовлює їх впорядкованість і закономірність розвитку та дозволяє виявляти тенденції руху трудового потенціалу промислового підприємства для вибору відповідних організаційно-управлінських рішень спрямованих на забезпечення умов для ефективної реалізації творчого, фізичного і трудового потенціалу кадрів.

Література:

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: [підручник] / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Вагонова О.Г. Визначення основних мотивів плинності кадрів на підприємствах в сучасних умовах господарювання / О.Г.Вагонова, К.І. Одинцова, В.С. Досужий // Економічний вісник – 2015— №2 – С. 126-133.
3. П'ятницька Г.Т. Дуальність наслідків плинності кадрів у внутрішній торгівлі / Г.Т. П'ятницька // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – № 4. – С. 114-128.
4. Свистунов В. Современные подходы к оценке текучести персонала / В. Свистунов, М. Тюленева // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2009. – №6 – С. 7-12.

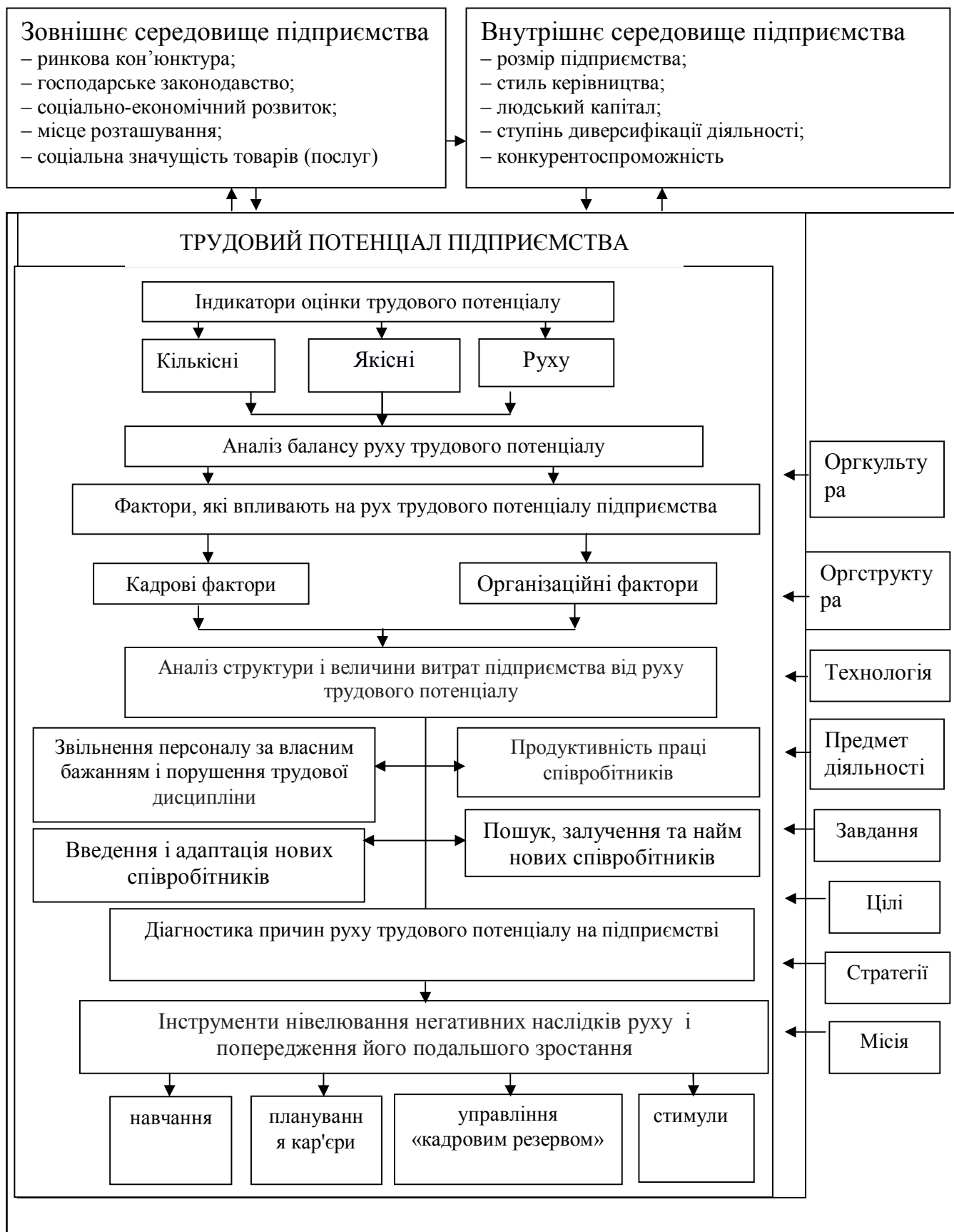


Рис. 1. Модель реалізації процесу управління рухом трудового потенціалу підприємства

Гармідер Л. Д.
*Д.е.н., завідувач кафедри економіки промисловості
та організації виробництва*

Захарова Г.В.
*студентка групи 6 ЕК
ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ефективність діяльності будь-якого підприємства безпосередньо залежить від якості управління ресурсами. Нині одним з найважливіших ресурсів є персонал. Ефективність функціонування комплексної системи управління персоналом підприємства слід розглядати як частину ефективності діяльності підприємства в цілому. В той же час, нині немає єдиного підходу до оцінки такої ефективності. Складність полягає в тому, що процес трудової діяльності персоналу тісно пов'язаний з виробничим процесом і його кінцевими результатами, соціальним розвитком підприємства.

Проблеми оцінки ефективності системи управління персоналом знайшли своє відображення в працях таких вчених: Генкіна Б. М., Диневича В. А., Егоршина А. П., Кібанова А. Я., Крушельницької О. В., Маслова Е. В., Одегова Ю. Г та ін.

Відомі вчені - економісти виділяють три основні підходи до оцінки ефективності управління персоналом:

досягнення певного кінцевого результату діяльності за допомогою спеціально підбраного, навченого і мотивованого колективу підприємства, сформованого в результаті реалізації вибраної кадрової політики;

досягнення цілей, що поставлені перед управлінням мотивацією з мінімальними витратами;

вибір найбільш ефективних методів управління, що забезпечують результативність самого процесу управління [1].

Нині у багатьох українських компаніях, особливо тих, які займаються консалтинговою і маркетинговою діяльністю, доцільно застосовувати оцінки ефективності управління персоналом, які прийняті на заході, особливо в організаціях, які займаються маркетинговою і консалтинговою діяльністю.

Серед них виділяються:

1) експертна оцінка, що полягає в опитуванні керівників підрозділів за допомогою анкетування, на предмет того, що вони думають про менеджерів по персоналу і методи їх роботи. Такий метод ефективний з точки зору, мінімізації витрат на проведення оцінки, але його основним недоліком є наявність суб'єктивності в оцінках, пов'язаної з міжособистісними відносинами в колективі;

2) метод бенчмаркінга, який полягає в тому, що показники діяльності служб управління персоналом (коефіцієнт плинності кадрів, показник абсентеїзму, витрати на навчання нових працівників) порівнюються з аналогічними даними інших компаній, що працюють на ринку і займаються приблизно тими ж видами діяльності;

3) метод підрахунку віддачі інвестицій ("returnofinvestment"). В даному випадку робиться розрахунок показника ROI як відношення різниці між доходами і витратами;

4) методика Д. Філіпса, що включає: оцінка інвестицій в HR- підрозділі, яка визначається як відношення витрат служби персоналу до операційних витрат або як відношення витрат служби персоналу до кількості працівників; показник відсутності на робочому місці, який визначається як відношення числа прогулів до кількості співробітників що звільнилися несподівано; показник задоволеності (якісний показник) - число, працівників, задоволених своєю роботою, вираженою в %; критерій, що визначає єдність і згоду в організації, який визначений методами соціометрії;

5) методика Д. Ульриха, що включає п'ять способів: показник продуктивності на одиницю сировини, одного працівника або одиницю зарплати; показники швидкості бізнес-процесів; витрати і інші результати при проведенні спеціальних програм і ініціатив, що являються, по суті, аналогом ROI; навички працівників, лояльність, моральний клімат в колективі; швидкість бізнес-процесів до нововведень і після [2].

У сучасних умовах, вищеперелічені методики важко застосувати в якості універсального засобу оцінки ефективності управління персоналом на підприємствах різних форм власності і організаційно-правових форм.

Кожен з розглянутих підходів до оцінки економічної ефективності має свої позитивні моменти і труднощі в реалізації. Найбільш прийнятним в практичному відношенні все ж видається оцінка окремих напрямів мотиваційної політики, що дозволяє виділити витрати на їх проведення і з достатньою точністю визначити показники ефективності роботи, що проводиться з управління персоналом. Проте підприємства різних форм власності мають різний ступінь свободи у виборі методів здійснення політики управління персоналом і можливості реалізації альтернативних варіантів.

Література:

1. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестации : учеб. пособ. для студ. вузов / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. – [2-е изд.]. – М. : Экзамен, 2004. – 416 с.

2. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия : учеб. пособ. / Е. В. Маслов. – М. : ИНФРА – М. 1999. – 312 с.

Гармідер Л. Д.
*Д.е.н., завідувач кафедри економіки промисловості
та організації виробництва*

Каплюк В.О.
*студентка групи 6 ЕК
ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙ

Інвестиції відіграють важливу роль в економіці будь-якого підприємства і країни загалом, оскільки вони є основою для систематичного оновлення й розширення виробничого капіталу, прискорення науково-технічного прогресу і поліпшення якості продукції, структурної перебудови суспільного виробництва й збалансованого розвитку всіх галузей економіки в умовах глобальних трансформацій. Теоретичні та практичні аспекти інвестування знайшли висвітлення у наукових працях вітчизняних і зарубіжних економістів, а саме: Зві Боді, Алекса Кейна, Алана Дж. Маркуса, Федоренка В. Г., Макконнелла К. Р., Брю С. Л., Петухової О. М. та інших

Згідно із Законом України «Про інвестиційну діяльність» інвестиції - це всі види матеріальних та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту [1]. Такими цінностями можуть бути: грошові кошти, цінні папери, банківські депозити, паї, рухоме і нерухоме майно, майнові права, патенти, ліцензії та ін.

Класифікація інвестицій для потреб обліку, аналізу і планування наведена на рис. 1.

Під реальними інвестиціями розуміють вкладання коштів у реальні активи як матеріальні, так і нематеріальні (виробництво, реконструкція, будівництво, модернізація діючих потужностей, переоснащення виробництва).

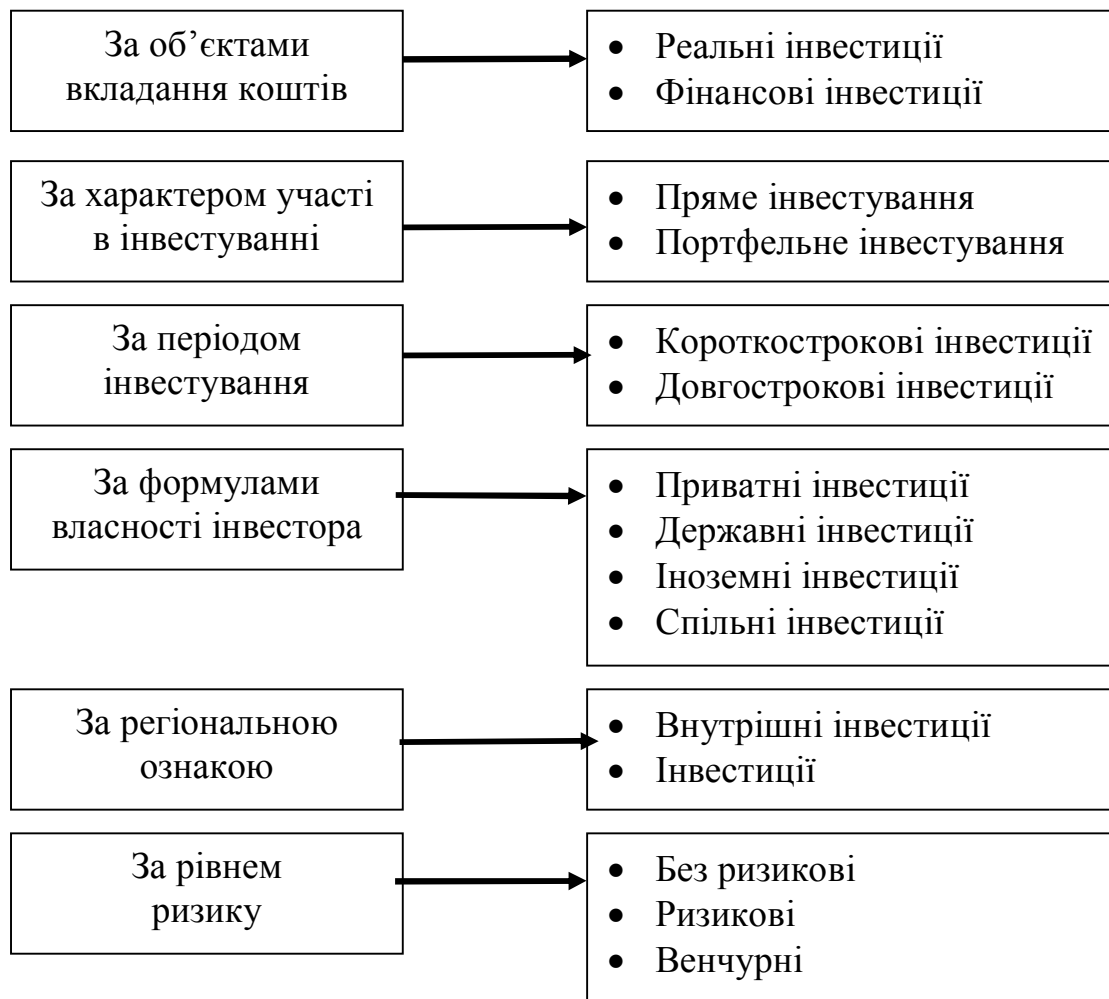


Рис.1 Класифікація інвестицій

Здійснення реальних інвестицій створює умови для збільшення прибутку від основної господарської діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту продукції, підвищення її конкурентоспроможності, розширення ринків збуту продукції, підвищення фондоозброєності праці або опосередковано, шляхом покращення умов праці та покращення іміджу підприємства.

Під фінансовими інвестиціями розуміють вкладання коштів у фінансові інструменти (переважно цінні папери). Під прямим інвестуванням розуміють безпосередню участь інвестора у виборі об'єктів інвестування і вкладання коштів. Пряме інвестування здійснюють переважно стратегічні інвестори метою управління. Під портфельними інвестиціями розуміють процес інвестування, що опосередковуються іншими особам - фінансовими

посередниками. Короткострокові інвестиції здійснюються на період, що не перевищує одного року. До них належать короткострокові депозитні вклади, короткострокові облігації, векселі. Довгострокові інвестиції здійснюються на період понад один рік. До них відносять переважно реальні інвестиції, пов'язані із процесом виробництва. Внутрішні інвестиції передбачають рух інвестиційного капіталу суб'єктів господарської діяльності та фізичних осіб на території певної країни. Іноземні інвестиції - капіталовкладення іноземних юридичних, фізичних осіб, міжнародних урядових та неурядових організацій.

Однією з найважливіших класифікаційних ознак інвестицій є рівень ризику, адже, прийняття практично будь-якого інвестиційного проекту не може ігнорувати його міру, причому у країнах з нестабільною ринковою економікою ризики підприємців-інвесторів особливо великі [2]. У зв'язку з цим виділяють безризикове інвестування за умов якого, витрати нижчі ніж витрати при альтернативі відмови від такого капіталовкладення. Ризикове інвестування передбачає можливість втрати прибутку або всієї суми інвестованого капіталу. Венчурне інвестування пов'язане із кредитуванням і фінансуванням науково-технічних розробок і винаходів і характеризується найвищим ступенем ризику.

Наведена класифікація інвестицій відбиває систематизований їх поділ за найсуттєвішими ознаками з метою оцінки їх значущості в умовах економічних трансформацій.

Література:

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» № 1560-XII від 18.09.1991 (Із змінами і доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – №47, ст.646// Режим доступу:

http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T156000.html

2. Петухова О. М. Інвестування [текст] навч. посіб. / О.М. Петухова. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 336 с.

Гармідер Л. Д.
*Д.е.н., завідувач кафедри економіки промисловості
та організації виробництва*

Шевцова Н.В.
*студентка групи 6 ЕК
ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Сьогодні надійність персоналу – основна проблема будь-якої організації, обов’язкова і дуже важлива складова частина забезпечення ефективної роботи. Вже ні в кого не викликає сумніву той факт, що для успішного розвитку бізнесу потрібні кваліфіковані кадри. Проблемам теорії і практики управління персоналом присвятили велику кількість наукових праць закордонні і вітчизняні економісти: Амоша О.І., Блэк Дж., Браверман А., Дзюба С.Г., Іванцевич Дж.М., Ізюмцева Н.В., Колпаков В.М., Мостенська Т.Л., Одегов Ю. Г., Томпсон А.А., Шекшня С.В., Шеремет А.Д., та ін.

Для створення системи управління персоналом банку, треба чітко визначити концепцію, принципи, політику та стратегію управління персоналом. Концепція управління персоналом – це комплекс теоретико-методологічних поглядів на розуміння суті, змісту, цілей, завдань, принципів, критеріїв та організаційно-практичних методів управління персоналом, а також підходів до формування механізму їх реалізації в конкретних умовах функціонування управлінь, відділень і філій [1]. Існують певні вимоги для розробки і реалізації концепції управління персоналом [2]:

- для практичного використання концепція управління персоналом повинна бути чітко сформульована у вигляді сукупності нормативних положень;
- для узаконення положень концепції вона повинна бути зафіксована у певному організаційно-розпорядчому документі;

- концепція управління персоналом повинна діяти протягом певного періоду, достатнього для її реалізації, а у зв'язку з динамікою зовнішнього і внутрішнього середовища – періодично переглядатися і уточнюватися.

Розробка стратегії управління персоналом – це продуманий, повністю усвідомлений і контрольований розумовий процес, який передбачає, що за визначенням стратегії наступить її реалізація. Мистецтво розробки стратегії управління персоналом полягає в тому, щоб наслідками формулювання загальних підходів до управління персоналом у стратегічному періоді стали конкретні дії, які б дозволили досягти високої ефективності використання трудового потенціалу персоналу. Стратегія управління персоналом є складовою частиною загальної стратегії діяльності комерційного банку, а сама ця стратегія впливає зі стратегії розвитку господарської діяльності – стратегії управління його активами і пасивами, стратегії залучення коштів, стратегії кредитування та інвестицій. У принципі, банк, як і будь-яка інша комерційна організація, може обрати одну з п'яти стратегій: стратегію підприємництва, стратегію динамічного зростання, стратегію прибутку, стратегію ліквідності, стратегію зміни курсу. Вибір тієї чи іншої стратегії впливає на стратегію управління персоналом.

Більшість комерційних банків України обирають стратегію динамічного зростання [3]. Розробка стратегії надійності управління персоналом, яка впливає зі стратегії динамічного зростання, передбачає поетапне визначення мети, критеріїв і показників ефективності, обмежень на функціонування системи управління персоналом (фінансових, матеріальних, соціальних), організаційної структури служб управління персоналом, взаємозв'язків системи банку із зовнішнім середовищем. Стратегія управління персоналом повинна враховувати певні обмеження на функціонування системи управління персоналом. До числа їх належать фінансові, матеріальні, соціальні обмеження. Формування стратегії управління персоналом знаходиться під впливом взаємозв'язків системи банку із зовнішнім середовищем. У зовнішньому середовищі можна виділити три системи: економіку, суспільство, екосистему.

Для аналізу зв'язків між системою банку та її зовнішнім середовищем важливе значення має так звана концепція групових претензій. Ця концепція виходить з того, що різноманітні підприємства, заклади, установи знаходяться в постійній конфронтації з різними групами інтересів, зміст яких впливає на їх майбутнє становище.

Таким чином, людський чинник та кадровий корпоративний капітал – головний ресурс підприємства, якщо ним кваліфіковано управляти, то він майже невичерпний. Успіх організації залежить від якості і надійності людських ресурсів і вміння ними управляти. Щоб створити систему управління персоналом банку треба чітко визначити концепцію, принципи, політику та стратегію управління персоналом.

Література:

1. Мостенська Т.Л. Управління кадровим потенціалом сучасного банку / Т.Л. Мостенська, Я.Ю. Сокольвак // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2012. – № 33. – С. 52–59.
2. Ізюмцева Н. Вплив корпоративної культури на діяльність банківської установи / Н. Ізюмцева, Д. Кац // Вісник НБУ. – 2012. – № 3 (жовтень) – С. 25-29.
3. Одегов Ю. Г. Управление персоналом банка / Ю. Г. Одегов, Т. В. Никонова, Д. А. Безделов // М. : РЭА им. Г.В. Плеханова, 1999. – 306 с.

Гончар Л.А.
*к.е.н., доц. каф. економіки промисловості та організації виробництва
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Головною проблемою національної економіки від якої залежать темпи промислового розвитку і імідж країни є забезпечення виробництва високоякісної продукції. Така продукція характеризується високим рівнем споживчих властивостей, низькими експлуатаційними витратами, безпечністю та екологічною чистотою.

Ситуація сьогодні диктує інші правила щодо якості процесу виробництва і якості продукції зокрема, оскільки в період насичення ринку й жорсткої конкуренції між виробниками саме споживач є головною фігурою ринку. За особистим бажанням споживач купує запропоновану підприємствами роздрібною торгівлю продукцію, а це віддзеркалює попит і визначає що виробляти, в якій кількості, з якими якісними характеристиками та створює конкуренцію між товаровиробниками [1].

Розглядаючи проблему якості слід констатувати, що успіх Японії свідчить про світове лідерство, де управління якістю є обов'язком всіх працівників і всіх підрозділів підприємства, тобто всебічна участь колективу в управлінні якістю. У відповідності з проведеними дослідженнями та з урахуванням як внутрішніх, так і зовнішніх факторів в Японії було створено систему управління якістю випуску високоякісної продукції яка характеризується такими особистостями:

– забезпечення якості сприймається як систематичний процес, що пронизує всю структуру, а не технічну функцію яку виконує будь-який підрозділ підприємства;

– створення нової структури підприємства що кореспондується з новим поняттям якості продукції;

– питання якості розглядається не тільки в рамках виробничого циклу, але й в процесі створення продукції, застосування маркетингових підходів та сервісного обслуговування;

– якість продукції є орієнтованою на споживача й віддзеркалює його вимоги;

– впровадження нових технологій виробництва починаючи з автоматизації проектування, і закінчуючи контролем якості з автоматизованим вимірюванням;

– всеосяжне підвищення якості шляхом зацікавленої участі всіх працівників.

Напрацювання світовими лідерами в області управління якістю є дійсно важливими та значущими, але одержання результату можливе не тільки завдяки застосуванню сучасного обладнання, технологій та підходів а і зацікавленості кожного підрозділу та кожного працівника [2].

Запропонований склад елементів механізму управління якістю продукції складається з трьох основних підсистем. а саме:

- загальні підсистеми;
- спеціальні підсистеми;
- підсистеми, що є забезпечують.

Загальні підсистеми управління якістю на підприємствах закріплені за вищим керівництвом і забезпечують комплексне виконання загальних функцій управління: прогнозування і планування, регулювання, контроль якості, облік і аналіз, стимулювання і відповідальність.

Спеціальні підсистеми відповідають за стандартизацію, випробування, профілактику дефектів або браку, атестацію і сертифікацію продукції.

Серед перелічених елементів загальної та спеціальної підсистем важливим елементом сучасного механізму управління якістю продукції вважають стандартизацію.

До складових підсистем, що забезпечують функціонування механізму управління якістю продукції відносять правове, інформаційне, матеріально-

технічне, метрологічне, кадрове, організаційне, технологічне і фінансове забезпечення.

Світовий досвід з формування систем управління якістю на виробничих підприємствах показує широке розповсюдження і застосування стандартів ISO серії 9000, що забезпечують ефективне функціонування механізму управління якістю продукції та потребують виконання таких завдань:

- покращення економічного положення підприємства;
- розширення та завоювання нових ринків збуту;
- досягнення кращого технічного рівня продукції ніж у конкурентів;
- орієнтація на задоволення вимог споживача;
- освоєння виробів, функціональні можливості яких побудовані на нових принципах;
- покращення важливих показників якості продукції;
- зниження рівня дефектності продукції;
- розвиток сервісного обслуговування.

Таким чином, для забезпечення ефективного функціонування підприємства, перелічені завдання є найбільш оптимальним вирішенням проблем пов'язаних з підвищенням якості продукції українського виробника, та потребує спеціального підвищення кваліфікації кожного працівника, їх мотивації і стимулювання.

Література:

1. Афанасьев, В.А. Техническое регулирование и управление качеством / В.А. Афанасьев, В.А. Лебедев, В.П. Монахова. – М.: КД Либроком, 2013. – 256 с.
2. Конкуренентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

Куцинська М.В.
*к.е.н., доцент кафедри економіки промисловості та організації
виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний
університет»
м. Дніпро, Україна*

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ВИТРАТ НА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

Процес забезпечення якості продукції безпосередньо пов'язаний з відповідними витратами. Якість продукції має забезпечувати задоволення конкретних потреб споживача, якість задоволення таких потреб та економію витрат.

Такі ознаки безпосередньо формуються у процесі діяльності суб'єктів господарювання, кожен з етапів якої створює відповідні вартісні характеристики продукту, починаючи від планування розробок продукту та закінчуючи його реалізацією та після продажним обслуговуванням.

Наявність конкретних етапів виробничо-реалізаційного процесу дозволяє конкретизувати принцип гарантії якості та побачити, на якому етапі діяльності у якому підрозділі хто несе відповідальність за якість продукції та які саме витрати формуються відносно якості продукції.

Узагальнюючи витрати, пов'язані з якістю продукції, доцільно розподілити їх на науково-технічні, управлінські та виробничі.

Очевидним є той факт, що оскільки витрати на створення та підтримку виробництва якісної продукції й, відповідно, іміджу підприємства, яке здійснює її випуск, формуються як на підприємстві, так й за його межами, слушним є проведення детального аналізу таких витрат.

Для здійснення вартісної оцінки коштів та ресурсів, що витрачаються на підтримку якості продукції, використовуються різноманітні дані, які є основою формування інформаційного забезпечення аналізу витрат на якість продукції.

Завданнями формування такого інформаційного забезпечення можуть бути:

- зменшення витрат на одиницю продукції за умов збереження її попередньої якості;

- оптимізація (у напрямку зменшення) витрат на виріб за одночасного покращання його якостей (ознак);

- збільшення питомих витрат, що дозволяє досягти високого рівня якості, котрий надає переваги у порівнянні з конкурентами;

- визначення величини витрат за їхніми видами для оптимізації їхньої структури при збереженні попереднього обсягу витрат на продукцію, що дозволяє підтримати наявний рівень цін у цілях випередження конкурентів за якістю;

- збільшення обсягу виробництва без зниження якості продукції з наявного обсягу ресурсів за рахунок зменшення та ліквідації відходів та браку;

- дослідження виявлених відхилень від встановлених вимог;

- здійснення контролю за якістю продукції;

- визначення ціни на продукцію.

Конкретні масиви даних щодо якості, які стосуються технічних та технологічних особливостей виробу та його виробництва, знаходяться на підприємстві-виробнику, інші масиви даних – на конкуруючому підприємстві або у сфері реалізації тощо.

Незважаючи на різні джерела надходження такої інформації, що характеризує витрати на якість продукції, необхідно на етапі формування даних використовувати наочні форми їхнього представлення у поєднанні з методиками проведення первинного аналізу. Це значним чином прискорює процес аналізу та забезпечує подальше використання в його цілях статистично-математичних методів та методів нечіткої логіки.

У залежності від цілей, задач аналізу витрат на якість та можливостей отримання необхідних для його здійснення даних аналітичні методи суттєво відрізняються між собою.

Так, широкого розповсюдження отримав метод структурування функції якості, використання якого дозволяє встановити відповідність між якістю, що потребує споживач, який бажає мати виріб чи послугу, котрі протягом усього строку їхньої служби відповідають його потребам і очікуваннями щодо ціни, та відповідною цінністю.

На етапах проектування, технологічного планування, підготовки та освоєння виробництва слушно застосовувати інструментарій функціонально-вартісного аналізу.

Суттєвого значення під час здійснення аналізу витрат на якість продукції відіграють методи технічного нормування.

Крім цього, у сучасній вітчизняній практиці аналізу витрат на якість продукції використовують індексний метод (для виявлення змін витрат), метод бальної оцінки та метод питомої ціни (для оцінки якості та конкурентоспроможності виробів) тощо.

Інструментарій нечіткої логіки ж у зазначеній науково-практичній царині можливо використовувати з метою відбору основних факторів-чинників, котрі впливають на значення показників якості продукції, і надання таким факторам-чинникам кількісної значущості з використанням методу аналізу ієрархій. При цьому, використання інструментарію нечіткої логіки дозволить оцінити не тільки кількісну сторону якості продукції.

Отже, доцільно зазначити, що процес формування інформаційного забезпечення аналізу витрат на якість продукції за теперішніх умов функціонування суб'єктів господарювання різних галузей економіки України є багатофункціональною багатопараметричною задачею, котра має враховувати, нарівні з усіма окресленими умовами та особливостями, ще й галузеву приналежність підприємств та особливості їх функціонування, сучасні тенденції та існуючі підходи до створення інформаційної бази під час здійснення механізмів управління якістю продукції конкретного підприємства.

Яворська О.Б.
*Старший викладач каф. економіки промисловості
та організації виробництва
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»
м. Дніпро, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ СТРАХОВОЇ ПОСЛУГИ

Згідно з визначенням Міжнародної Організації по Стандартизації (International Organization for Standardization), якість продуктів і послуг характеризується здатністю задовольнити споживачів, включає не лише закладені в них функції і параметри, але також сприйняття споживачем їх цінності і користі.

Процес формування якості є відрізком часу або періодом, протягом якого створюються необхідні властивості і характеристики продукції або послуг і може піддаватися вивченню і контролю для наступного втілення отриманої інформації в нових або вдосконалених товарах або послугах.

Відповідно до міжнародних стандартів ІСО, замкнутий у вигляді кільця життєвий цикл продукції, називають петлею якості. Основною ідеєю петлі якості є забезпечення цілісності процесів управління якістю на усіх етапах життєвого циклу продукції (послуги). За допомогою петлі якості здійснюється взаємозв'язок виробника продукції (послуги) із споживачем і з усіма об'єктами, що забезпечують вирішення завдань управління якістю продукції (послуг).

Страхова послуга – це вид економічної діяльності, що створює цінність (корисний ефект) для споживача у вигляді страхового захисту та певні переваги (страхове відшкодування, додаткові послуги тощо) в результаті дій страховика (або його посередників) матеріального і нематеріального характеру, спрямованих на повне та якісне задоволення потреб страхувальника [1]. У порівнянні з іншими видами послуг, страхова послуга має ряд особливостей: віддаленість надання послуги у часі, існування лише вірогідності отримання

оплаченої послуги (це пов'язано з ймовірнісним характером настання страхової події), неможливість повно оцінити якість послуги до моменту її отримання, психологічна пов'язаність страхового продукту з поняттям ризику та страху, а також інші особливості, які виокремлюють страхування з ряду інших послуг. Тому питання управління якістю страхової послуги потребує окремої уваги.

Петлею якості страхової послуги є послідовність заходів, що визначають якість страхової послуги на етапах її розробки, надання і контролю за її виконанням (рис.1).

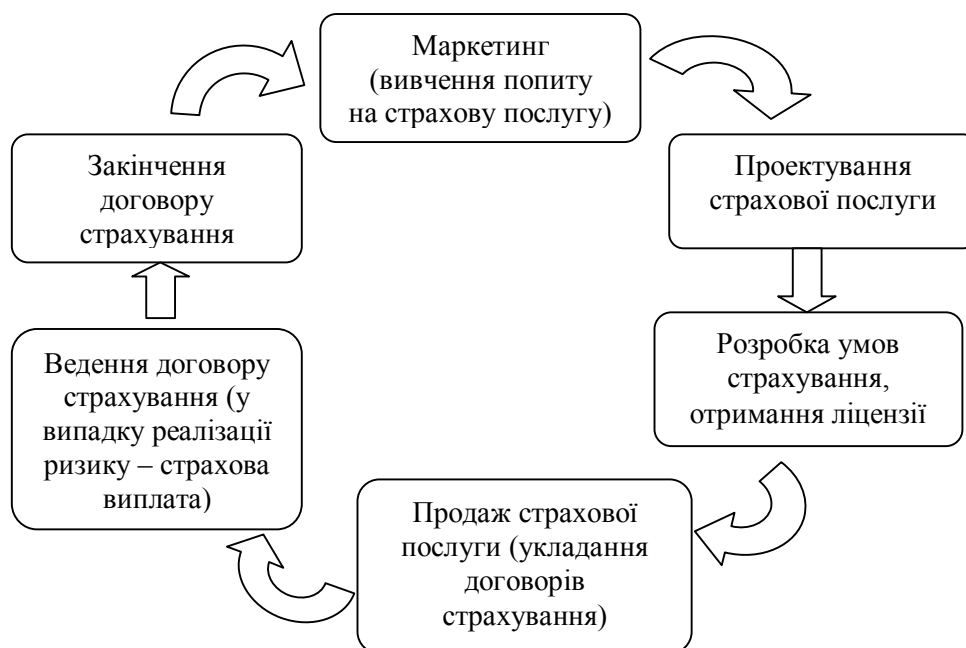


Рисунок 1 – Петля якості страхової послуги*

*Розроблено автором

Якість починається з дослідження потреб. Це найважливіший етап життєвого циклу будь-якого товару (послуги), оскільки саме на ньому вирішується загальний задум, формується образ, визначаються найзагальніші характеристики. На цьому етапі виявляється об'єктивна потреба потенційних страхувальників в захисті від ризику, оцінюються можливості організації такого захисту методом страхування (оскільки не всякий ризик з технічних, економічних, юридичних і етичних причин може бути перенесений з клієнта на страхову компанію).

На етапі проектування страхової послуги оцінюється ризик і його динаміка, розглядаються можливості оптимізації страхового покриття, визначається страховий тариф, розробляються методики доведення страхового продукту до цільового споживача (схеми продажів), оцінюється економічна ефективність страхового продукту для страхової компанії.

Третій етап життєвого циклу страхової послуги – це розробка умов страхування (в деяких випадках - типових), регламентація прав і обов'язків сторін, а також пропозиція додаткових послуг (сервісних, юридичних та ін.), які не лише покращують процес надання страхової послуги, але і є інструментом додаткового залучення клієнтів;

Якщо розробка продукту оцінена керівництвом страхової компанії позитивно, компанія проходить ліцензування і пропонує продукт на ринку.

Організація надання страхових послуг (наступні три етапи життєвого циклу) включає безліч підфункцій, таких як робота із страхувальниками, застрахованими, суміжними організаціями і ін. У системі якості страхування мають бути чітко визначені повноваження, відповідальність і взаємодія усього персоналу страхової компанії, що здійснює реалізацію страхових послуг і моніторинг проведених заходів з позиції визначення їх здатності задовольняти потреби застрахованих.

Можна зробити наступний висновок: якість закладається в послугу на початковому етапі і повинна підтримуватися на всіх стадіях процесу її надання. Необхідно визначити контрольні точки основних етапів процесу надання послуги, які підлягають перевірці і контролю, і методи контролю (перевірки) залежно від конкретного виду послуги. При встановленні відхилень в процесі надання послуги мають бути прийняті заходи, спрямовані на його коригування.

Література:

1. Скибінський С.В. Поняття страхової послуги, її специфіка та характеристики / С.В. Скибінський, Н.Р. Балук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2007. – № 17.8. – С. 156–165.

Силенко О. М.
*відмінник освіти України, головний бухгалтер
Запорізький національний технічний університет*

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ТРАНСФЕРУ ІННОВАЦІЙ В ІТ-БІЗНЕСІ

За результатами 2016 року ринок ІТ-послуг збільшився до 2,9 млрд доларів, що становить 4% ВВП країни. Незважаючи на кризові явища в економіці України, зростання ІТ-сектора минулого року становило 7%. За прогнозами експертів, якщо галузі не заважати розвиватися, до 2020 року вона може зрости вдвічі.

Україна продовжує займати лідируючі позиції за ІТ-фрілансу серед країн Східної Європи, контролюючи 33% ринку. Для порівняння, в 2010 році наша країна перебувала на п'ятому місці серед східноєвропейських країн з експорту послуг у сфері програмного забезпечення. До 2020 року ринок ІТ-послуг має всі шанси подвоїтися за умови, що його розвитку не протидіятимуть на державному рівні. Україні в першу чергу слід запровадити механізм оподаткування ІТ-бізнесу, який стимулюватиме прихід інвесторів в український сектор інформаційних технологій і закони, що убезпечать ІТ-компанії від безпідставного втручання держави в їхню роботу [8].

Нині Податковий кодекс України в частині прямого оподаткування доходів ІТ-бізнесу не передбачає елементів податкового стимулювання.

Що ж до сплати непрямих податків, то слід зазначити, що більшість послуг, які надаються ІТ-компаніями (представництвами нерезидента) материнській компанії, не підлягають оподаткуванню ПДВ, оскільки місце постачання таких послуг розташовано поза межами України.

Окрім того згідно п.26¹ розділу XX «Перехідні положення» ПКУ з 1 січня 2013 року до 1 січня 2023 року від оподаткування ПДВ звільнено операції з постачання програмної продукції, а також операції з програмною продукцією, плата за які не вважається роялті згідно з абзацами другим - сьомим підпункту 14.1.225 пункту 14.1 статті 14 ПКУ [5]. Такими операціями відтепер згідно

Закону України №2245-VIII від 07.12.2017 року «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» (далі – Закон №2245-VIII) [6] вважатимуться також перепродаж (придбання примірників програмного забезпечення як у матеріальній, так і в електронній формі для перепродажу) та розповсюдження програмного забезпечення (отримання права на розповсюдження примірників програмної продукції без права на їх відтворення або якщо їх відтворення обмежено використанням кінцевим споживачем) [7].

Заслуговує на увагу і п. 56 Закону №2245-VIII, яким розширено перелік програмної продукції, «доступної» для застосування ПДВ-пільги поданий у п.26¹ розділу XX «Перехідні положення» ПКУ [6]. З січня 2018 року до програмної продукції відносяться:

результат комп'ютерного програмування у вигляді операційної системи, системної, прикладної, розважальної та/або навчальної комп'ютерної програми (їх компонентів), а також у вигляді інтернет-сайтів та/або онлайн-сервісів та доступу до них;

примірники (копії, екземпляри) комп'ютерних програм, їх частин, компонентів у матеріальній та/або електронній формі, у тому числі у формі коду (кодів) та/або посилань для завантаження комп'ютерної програми та/або їх частин, компонентів у формі коду (кодів) для активації комп'ютерної програми чи в іншій формі;

будь-які зміни, оновлення, додатки, доповнення та/або розширення функціоналу комп'ютерних програм, права на отримання таких оновлень, змін, додатків, доповнень протягом певного періоду часу;

криптографічні засоби захисту інформації [6].

Отже, виходячи з вищевикладеного чинним податковим законодавством передбачено податкове стимулювання розвитку ІТ-сектору лише у вигляді часткового звільнення від оподаткування ПДВ.

Світовий же досвід засвідчує наступні кроки стимулювання розвитку ІТ-сектору через механізм оподаткування доходів ІТ-бізнесу (рис.1):



Рисунок 1 – Податкове стимулювання ІТ-бізнесу у світовій практиці

Джерело: [1]

Україні, як країні, що тривалий час перебуває в економічній кризі, не доцільно цуратись світового досвіду. Тож, з метою оптимізації механізму оподаткування доходів ІТ-бізнесу та забезпечення дієвості інструментарію державного регулювання ІТ-індустрії, вважаємо за потребу (виходячи з досвіду Кіпра, Мальти, Угорщини, Білорусії та ін. країн) внесення змін до ПКУ щодо характеру механізму оподаткування ІТ-бізнесу шляхом надання податкових преференцій окремо для «продуктових» ІТ-компаній та окремо для «сервісних» ІТ-компаній, що дозволить забезпечити європейські стандарти розвитку ІТ-сектору, а отже створити додаткові робочі місця та поліпшити як добробут громадян зокрема, так і добробут країни в цілому.

Література:

1. Савенко С. Попри всі бурі: чому ІТ-сектор претендує на роль флагмана української економіки / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://news.finance.ua> >

Силенко О. М.
відмінник освіти України, головний бухгалтер
Матвієнко Д.О.
здобувач вищої освіти за освітнім ступенем магістр
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя, Україна

ПЕРЕВІРКА ПРАВИЛЬНОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ВАРТОСТІ ПОЛІПШЕННЯ ОРЕНДОВАНИХ ОБ'ЄКТІВ НЕРУХОМОСТІ

Поняття «поліпшення» та «ремонт» на практиці досить часто ототожнюють, що зумовлює формування так званої пастки синонімізації, виникнення якої є недопустимим, оскільки кожному явищу має відповідати лише єдине поняття як завершений, визнаний і вкорінений результат синтезу його багатьох визначень. Юридичні тонкощі розмежування зазначених понять чітко визначені Наказом Державного комітету України з питань ЖКГ «Про затвердження Примірного переліку послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій та послуг з ремонту приміщень, будинків, споруд» від 10 серпня 2004 р. № 150, яким передбачено, що розподіл витрат на поліпшення і ремонт майна залежить від того чи приводять такі ремонти й поліпшення до збільшення майбутніх первісно очікуваних економічних вигід від використання об'єкта, чи лише забезпечують його підтримання у робочому стані.

Поліпшення майна означає проведення в ньому таких змін, завдяки яким значно зростає вартість майна, а також його корисність порівняно зі станом, у якому воно було до передачі його наймачу, без зміни функціонального призначення майна. А ремонт – це комплекс робіт, під час проведення яких змінюються або відновлюються основні частини, деталі або механізми майна (а не окремі його частини) у зв'язку з їх фізичною зношеністю та руйнуванням [1, с. 38]. Отже, приходимо до висновку, що поліпшення відрізняється від ремонту саме проведенням суттєвих змін, в ході якого відновлюються стан та корисні властивості майна.

Здійснення поліпшення орендованого майна, як відомо, супроводжується певними витратами, тож під час контролю правильності облікового

відображення вартості виконаного поліпшення доцільним є в першу чергу встановити джерела їх фінансування. Зазвичай, коли мова йде про контроль облікового відображення вартості поліпшення орендованих об'єктів нерухомості, то традиційно перевага надається контролю правильності відображення в обліку вартості поліпшення виконаних коштами орендодавця, тож контроль за правильністю відображення в обліку операцій з поліпшення орендованих основних засобів, виконаних коштами орендаря, практично залишається поза увагою, що є недопустимим. Тож, зупинимось на більш детальному розгляді його методики [2].

Перевірку правильності відображення в обліку вартості поліпшення орендованих об'єктів нерухомості, виконаного коштами орендаря, слід розпочинати з перевірки етапу формування орендних відносин, а саме з перевірки: експертного висновку оцінки вартості майна, переданого в оренду, розрахунку орендної плати, вивчення договору оренди тощо.

Контроль за обліковим відображенням поліпшення орендованих основних засобів з компенсацією понесених витрат варто здійснювати у розрізі видів поліпшення, а саме:

- здійснення відокремлених поліпшень (добудова, надбудова тощо);
- здійснення невідокремлених поліпшень (модернізація, заміна, відновлення тощо за згодою сторін);
- здійснення поліпшень з метою підтримки орендованого об'єкта нерухомості у робочому стану (у відповідності до умов договору оренди).

При перевірці здійснення відокремлених поліпшень слід пам'ятати, що орендар згідно ч. 2 ст. 778 ЦКУ має право на вилучення поліпшення лише за можливості його відокремлення від об'єкта нерухомості без пошкоджень [3]. Посилання ж орендарів на ч. 4 ст. 778 ЦКУ про набуття права власності на поліпшене майно державної та комунальної власності за умови здійснення відокремлених поліпшень є безпідставним з тієї причини, що:

– по-перше, влаштування орендарем власного бізнесу відповідно до обраного виду діяльності у орендованому приміщенні не дає йому підстав вимагати визнання права власності за об'єктом лише тому, що для організації виробничого процесу він поніс витрати на облаштування приміщення належним обладнанням [1, с. 40];

– по-друге, внутрішнє перепланування, переобладнання приміщення, у тому числі надання об'єкту нового функціонального призначення в межах існуючої капітальної будівлі не може призвести до створення нової речі;

– по-третє, спеціальним законодавством, яке підлягає застосуванню щодо відчуження об'єктів державної та комунальної власності, є приватизаційне законодавство, і в ньому не передбачено іншого шляху переходу права власності на таке майно, окрім його приватизації[2],

Тож, у випадку, якщо орендар за згодою орендодавця зробив поліпшення, які не можна відокремити від об'єкта нерухомості, наймач згідно ч. 3 ст. 778 ЦКУ має право на відшкодування вартості необхідних витрат або на зарахування їх вартості в рахунок плати за користування майном. У протилежному ж випадку – якщо орендар без згоди орендодавця зробив поліпшення, які не можна відокремити, згідно ч. 5 ст. 778 ЦКУ орендар не має права на відшкодування їх вартості [3].

Література:

1. *Легенченко М.О. Особливості створення нової речі у процесі здійснення невід'ємних поліпшень орендованого майна / М.О. Легенченко // Вісник Верховного Суду України. – 2011. – № 8. – С. 38-43.*

2. Левченко Н.М. Контроль правильності облікового відображення поліпшення нерухомого майна бюджетних установ, переданого в операційну оренду / Н. М. Левченко, В. М. Пустовалова // Сталий розвиток економіки. - 2015. - № 2. - С. 190-198.

3. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/435-15>.

Огієнко Є. В.

*магістр гр. УФ 1721, Дніпропетровський національний
університет залізничного транспорту імені
академіка В. Лазаряна, м. Дніпро, Україна*

АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

На сучасному підприємстві різних форм власності провідну роль в забезпеченні конкурентоздатності та стабільності розвитку має ефективна система управління персоналом. Розглянемо деякі аспекти організації фінансово-економічної безпеки при застосуванні на підприємстві інноваційних персонал-технологій.

Кадровий лізинг. Особливу увагу слід звернути на якісні характеристики персоналу, що залучається, чіткі посадові інструкції та межі взаємодії й відповідальності. Ризик втрати контролю, конфлікти між постійним персоналом і тимчасовим. Потрібен час на налагодженні взаємозв'язків.

Аутсорсинг. Контроль за матеріалами, які передаються за межі підприємства, призначення відповідальних осіб за процес роботи з залученою компанією, чіткий календарний план виконання робіт. Критичною є залежність якості отриманого результату від якості вибору виконавця робіт.

Аутстафінг. Подвійний контроль над працівником (як з боку замовника так і з боку кадрового агентства). Це дає хороший результат роботи, знижує ризики, пов'язані з трудовими відносинами, виключає потребу тримати в штаті недбалих працівників. Негативними ризиками є процес вибору працівником підпорядкованості у разі розбіжності наказів та потреб компанії.

Коучинг. Індивідуальний підхід. Коуч не дає порад, а допомагає усвідомлювати власні цілі і розробити самостійно стратегію діяльності. Підвищує ефективність роботи кожного працівника на своєму місці. При недостатності мотивації персоналу може стимулювати відтік досвідчених кадрів.

Тренінг. Складність полягає в перенесенні знань і навичок, отриманих в процесі тренінгу в реальні умови бізнес процесів. Не завжди має індивідуальний підхід.

Професійні консультації – сприяють проясненню питань для персоналу і дозволяють уникнути багатьох проблем внаслідок нерозуміння. Не відбувається підвищення компетентності клієнта щодо вирішення проблеми при взаємодії з консультантом. Слід зважити співвідношення витрат на залучення стороннього консультанта і витрат на спеціаліста у штаті.

Кадровий аутплейсмент – послуга з організації процесу звільнення співробітників «м'яким способом», надання послуг з подальшого працевлаштування. Слід приділити увагу ознайомленню працівників, які проводять звільнення щодо інформування про нерозголошення конфіденційної інформації підприємства.

Кадровий аудит. Має особливе значення. Якісний вибір аудитора дозволяє виявити порушення та недоліки й прийняти заходи щодо їх усунення, щоб запобігти втратам внаслідок накладення штрафів та інших санкцій.

Рекрутинг. Основна задача підбір кваліфікованого спеціаліста або агентства для забезпечення якості підбору персоналу надалі. Розробка анкет і тестів для спрощення первісного відбору при масовому наборі персоналу.

Хедхантинг. Від якості ключового персоналу на підприємстві залежить стабільність його роботи. Потрібно проведення постійних заходів щодо мотивації і збереження такого персоналу та протидії стосовно власного підприємства.

Скринінг резюме. Правильне визначення сегмента робочої сили, встановлення критеріїв відбору, що підходять повністю або більш-менш і особливо ті, які критично не підходять.

Прямий пошук персоналу. Важлива достатня компетенція осіб, які проводять пошук і відбір кандидатів. Звужує можливості для пошуку.

Реінжиніринг. Переформатування бізнес-процесів підприємства потребує уникнення спроб залишити наявні процеси, впроваджуючи лише незначні

зміни, що майже не впливають на результат. Потрібна мотивація на участь у процесі. Має проводитись зверху вниз. Потрібна оцінка наявності достатніх ресурсів.

Ассесмент-центр (центр оцінювання). Максимально ефективний відбір кандидатів вищої ланки. Від якості менеджменту компанії значною мірою залежить стабільність і безпека роботи компанії.

Внутрішній маркетинг. Важливий чинник для мотивації персоналу і контролю за результатами роботи, забезпечення ефективної системи зворотного зв'язку. Можливість ідентифікувати проблеми на ранніх строках. Потребує розробки стандартів виконання роботи.

«Таємний покупець». Має широкі можливості для служби безпеки в отриманні інформації «з перших рук».

АІСУП (автоматизована інформаційна система управління підприємством). Комплексний підхід до вирішення проблем і створення цілісної системи взаємодії всіх ланок. Додатковий контроль і забезпечення безпеки інформації, впровадження розподіленого доступу і авторизації.

Основною цінністю від використання управлінських персонал-технологій є оптимізація та підвищення ефективності управлінського процесу щодо роботи з кадрами, мінімізація витрат на персонал. При використанні цих методів слід враховувати їх особливості, що впливають на фінансово-економічну безпеку. Максимальне використання переваг і своєчасне усування недоліків при застосуванні новітніх технологій роботи з персоналом в умовах ринкової економіки може надати підприємству конкурентні переваги, забезпечити ефективність та сприяти стабільності діяльності.

Література:

1. Третьяк О. П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві / О. П. Третьяк // Науковий вісник НЛТУ України. - 2014. - Вип. 24.4 - С. 359-397.

Сейдахметов М.К.
Дуйсембекова Г.Р.
ЮКГУ им. М.Ауезова, г.Шымкент, Казахстан

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Туризм с сетью его маршрутов играет одну из главных ролей в мировой экономике. По данным Всемирной туристской организации (ВТО) он обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта, свыше 11 процентов международных инвестиций, каждое 9-е рабочее место в мировом производстве.

Вся современная индустрия туризма сосредоточена на путях туристских миграций или маршрутах и является одним из крупнейших высокодоходных и динамично развивающихся сегментов международной торговли услугами. В 2015 году доля международного туризма составила 8 % мировых доходов от экспорта и 37% экспорта сектора услуг. Доходы от туризма устойчиво занимают третье место после доходов от экспорта нефти, нефтепродуктов и автомобилей. Ожидается, что такая позитивная тенденция сохранится и в начале нового тысячелетия. Рост туризма должен произойти преимущественно за счет появления новых посещаемых территорий и развитие на них сети новых маршрутов, поскольку традиционные районы мирового туристского рынка уже практически достигли предела рекреационной емкости. В связи с этим Казахстан, расширяя сеть маршрутов и туров, имеет уникальную возможность занять свою нишу в мировом туристском рынке.

Современный туризм — это отрасль мировой экономики, не знающая спада. По расчетам специалистов, в среднем для получения доходов, эквивалентных тем, которые дает один иностранный турист, надо вывозить на мировой рынок примерно 9 тонн каменного угля, или 15 тонн нефти, или 2 тонны высокосортной пшеницы. При этом продажа сырья истощает энергоносители страны, а туристская индустрия работает на возобновляемых

ресурсах. По подсчетам зарубежных экономистов 100 тысяч туристов, проводя в среднем два часа в городе, расходуют не менее 350 тысяч долларов, или 17,5 доллара на человека каждый час. Таким образом, продажа сырья — это своего рода экономический тупик, а развитие туризма — длительная, экономически выгодная перспектива.

Туризм с его тур. потоками по маршрутам в целом оказывают три положительных эффекта на экономику государства:

1. Обеспечивает приток иностранной валюты и оказывает положительное влияние на такие экономические показатели, как платежный баланс и совокупный экспорт.

2. Помогает увеличить занятость населения. По оценкам ВТО и Всемирного совета туризма и путешествий на каждое рабочее место, создаваемое в индустрии туризма, приходится от 5 до 9 рабочих мест, появляющихся в других отраслях. Туризм прямо или косвенно влияет на развитие 32 отраслей экономики.

3. Способствует развитию инфраструктуры страны. Туризм активно воздействует на экономику целых районов страны.

Создание и функционирование хозяйствующих субъектов в области туризма тесно связано с развитием дорожного транспорта, торгового, коммунально-бытового, культурного, медицинского обслуживания. Таким образом, индустрия туризма обладает более сильным эффектом мультипликатора, чем большинство других экономических секторов. [1].

В современной практике Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC) и Всемирной организацией по туризму (UNWTO) эффективность развития индустрии туризма определяется по индексу конкурентоспособности сектора путешествий и туризма. Он составляется каждые два года и охватывает 141 страну, в 2015 году Казахстан занял только 85 строчку в этом рейтинге.

По данным ЮНВТО за 2016 г. ведущими странами, получившими наибольшие доходы от туризма. Стали США, Италия, Франция (таблица 1)

Таблица 1–Страны, получившие наибольшие доходы от туризма (2006-2016 гг.)

Страны	Доходы	
	Млрд. долл	В процентах к итогу
США	74,2	30,4
Италия	30,4	12,4
Франция	29,7	12,2
Испания	29,6	12,1
Великобритания	21,3	8,7
Германия	16,8	6,9
Китай	12,5	5,1
Австралия	12,2	5,0
Канада	9,1	3,7
Австралия	8,6	3,5
	244,4	100

Как видно из представленных данных, наибольший удельный вес доходов приходится на экономически развитые страны, такие, как США (30,4%), Италия (12,4%), Франция и Испания (по 12%).

В мировой практике высокоразвитые страны с огромным промышленным потенциалом и высоким уровнем жизни являются странами-поставщиками туристов. Наша страна по многим экономическим параметрам уступает таким странам и должен стараться, напротив, привлечь туристов, чтобы обеспечить прилив капитала в свою страну.

Республика Казахстан – страна с богатым историческим и культурным наследием. Расположенный в центре Евразии, Казахстан оказался на перекрестке древнейших цивилизаций мира, на пересечении транспортных артерий, социальных и экономических, культурных и идеологических связей между Западом и Востоком, Югом и Севером. В древности по степям Казахстана проходил Великий Шелковый путь. В различные периоды истории на территории нынешнего Казахстана возникали и развивались государства с самобытной культурной историей.

По количеству и разнообразию памятников Казахстан не уступает таким странам как Индия, Китай, государствам Средиземноморья и Ближнего Востока и является своеобразным музеем под открытым небом. Многие памятники признаны ЮНЕСКО памятниками всемирного значения.

При наличии значительного туристско-рекреационного потенциала развитие индустрии туризма и гостеприимства является весьма актуальной задачей для экономики Казахстана.

На территории республики имеются уникальные рекреационные и природные ресурсы, объекты мирового и национального исторического и культурного наследия. Наличие разнообразных туристских ресурсов дает возможность развития практически всех основных видов туризма: пляжный, культурно-познавательный, деловой, оздоровительный, активный и экологический туризм, однако ни один регион не может похвастаться привлекательностью и доступностью туристских объектов, пользующихся большой популярностью у иностранных туристов.

В последнее время наблюдается увеличение интереса иностранных туристов к туристским достопримечательностям Республики Казахстан. Обусловлено это явление, прежде всего, географическим положением республики, большим потенциалом в области организации туристически привлекательных маршрутов и т.д. Туристическая привлекательность Казахстана объясняется наличием уникальных природных зон и заповедников, историко-культурных достопримечательностей мирового уровня.

Грамотное использование этих ресурсов способствует развитию в республике практически всех видов туризма.

Туризм был признан одним из важнейших экономических кластеров и вошёл в перечень семи приоритетных несырьевых отраслей экономики Казахстана как кластер № 1. Доля туризма в ВВП страны еще невелика. В 2000 г. она составляла 0,02 %, в 2015 г. — 1,8 %. Для сравнения: во Франции — 4 %, в Турции — 5 %.

Пока еще сфера туризма вносит небольшой вклад в решение социальных проблем. На сегодняшний день только 5,8 % из общего числа занятых граждан РК работают в сфере обслуживания туристов.

Главная достопримечательность Казахстана - это степь. По бескрайним казахстанским степям прошли несколько волн массовых переселений людей с

Востока на Запад. Эта земля хранит множество артефактов истории человечества: курганов, погребенных поселений, каменных изваяний. Земля Казахстана богата живописными природными уголками. Пользуются популярностью поездки в Чарынский каньон с «Долиной замков» и доисторической ясеновой рощей. Также интересно побывать на Сакских курганах, в ущелье Карабулак, в природном заповеднике «Боровое», посмотреть наскальные рисунки в Тамгали-Тас.

На территории Казахстана расположено немало и архитектурных памятников. Обязательно нужно посетить Отрар, развалины которого хранят следы завоевания Чингисхана, мавзолей суфийского поэта и мистика Ходжи Ахмеда Яссави, куда ежегодно приезжают паломники-мусульмане со всего мира. Достопримечательности Казахстана также включают самый знаменитый космодром Байконур, откуда Гагарин совершил первый в истории человечества полет в Космос. Здесь для туристов организуются интересные экскурсии по территории космодрома, можно посетить домики, в которых жили советские космонавты, музей, аллею, посмотреть станции и ракеты.

Необъятные просторы и природа Казахстана с каждым годом привлекают все больше путешественников, в основном — автотуристов и автостопщиков, так как до многих интереснейших мест добраться получится только на машине.

Расположенный в 200 км от Алматы Чарынский каньон известен своими «американскими» пейзажами, игрой света и тени на оранжево-красных скалах. По сторонам каньона горы возвышаются на 150–300 метров, самый популярный участок — Долина замков. Маршрут примечателен еще и тем, что на территории Чарынского национального парка можно посетить ясеновую и туранговую рощи.

Каньон Тамшалы у побережья Каспийского моря (ориентир — Канга) не столь известен, и пейзажи на его территории совершенно иные. Выветренные и обточенные скалы словно образуют гигантскую чашу для источника, а зимой стекающая по скалам вода замерзает каскадами.

Уникальная природная достопримечательность Юго-Западного Казахстана — Карагие, одна из глубочайших впадин на суше (132 метра ниже уровня моря). Находится она в 50 км от Актау, в пустынной местности.

Для большинства отдыхающих в Казахстане главными природными достопримечательностями остаются озера с курортной инфраструктурой или возможностью отдыха дикарем. Так, массовым является туризм на Боровых озерах в Северном Казахстане — удобно для тех, кто не хочет проезжать через всю страну и предпочитает отдохнуть поближе к российской границе. Самое крупное озеро Казахстана — Балхаш — многие видят из окна поезда на протяжении нескольких километров пути; летом на нем рыбачат и купаются. В высокогорном Большом Алматинском озере поплавать не получится, вода в нем ледниковая, но как пейзажная достопримечательность оно однозначно интересно, к тому же над озером возвышается пик Турист — чем не знаковое место для настоящих путешественников.

Отдых в молодой столице, Астане, удачно впишется в формат семейного отпуска, если стоит выбор, куда съездить в Казахстане с детьми. В культурную программу можно включить представление в цирке, здание которого похоже на летающую тарелку, экскурсию по новому Национальному музею Казахстана, прогулку по Аллее поющих фонтанов и обзор города с высоты монумента Байтерек. Перед поездкой рекомендуем посмотреть список достопримечательностей Астаны и обязательно отметить для себя на карте маршрута самую крупную мечеть — Хазрет Султан.

Отправиться в Алматы стоит ради одного только Медеу или расположенной ближе к центру города горы Кок-Тобе, подняться на которую можно на канатной дороге. Детям понравится в городском зоопарке, в котором содержится более 5600 животных, а летом отдохнуть от жары всей семьей в аквапарке. Крупнейшие музеи в городе посвящены геологии, природе, истории, железнодорожному транспорту. Самая масштабная экспозиция собрана в Центральном государственном музее Казахстана.

Сезонный фактор — определяющий в путешествиях по Казахстану. И если летом, несмотря на палящую жару, отдыхающие устремляются за многие километры пути на машине к озерам, то посещение каньонов и степных заповедников лучше перенести на середину весны или осени, на климатически комфортное для поездок и походов время.

В любое время года, в том числе зимой, отдельным путешествием может стать поездка в Катон -Карагайский национальный парк — крупнейший природный заповедник страны. Климат на территории парка смягчается благодаря горам, опоясывающим лес.

Отдыхая зимой в Алматы, грех не посетить легендарный еще со времен СССР высокогорный каток Медеу. В самом городе тоже найдется достаточно достопримечательностей для экскурсионного маршрута: согреться и просветиться можно в музеях и театрах.

Из достопримечательностей Казахстана зимой, а точнее — в сезон с конца ноября до середины марта, выделяются горнолыжные курорты Чимбулак, Ак-Булак, Табаган. Совместить любование природой и активный отдых получится весьма бюджетно.

Одним из перспективных направлений развития туристской отрасли в Казахстане становится экологический туризм. Количество туристов, проявляющих интерес к заповедным зонам Казахстана, растет, получают развитие новые формы организованного туризма: велосипедный, конный, водный.

Необходимость развития экологического туризма в РК обусловлена не только экономическими факторами, но и социальным заказом. По данным экспертов ВТО, экологический туризм за последние десять лет становится наиболее популярным и является одним из инструментов устойчивого развития любого государства.

Как показали итоги исследований туристского потенциала, Казахстан имеет большие возможности для развития экологического туризма. Его основу составляют уникальные природные условия и ландшафты в центре Евразии,

многочисленные памятники, культурное и этническое наследие народов, населявших территорию Казахстана в различные исторические периоды.

Туристская отрасль выбрана в Казахстане в качестве одной из приоритетных. Самый главный показатель развития отрасли — количество предприятий, функционирующих на рынке, в данном случае — количество туристских фирм. Наибольшее их число находится в городе Алматы — 832 турфирмы (более 50 % турфирм всего Казахстана). Следующим по численности турфирм идет город Астана, в котором их количество стремительно растет — с 86 турфирм в начале 2013 г. до 187 в конце 2015 г. В целом по Казахстану в период с 2013 по 2015 гг. количество турфирм увеличилось с 1129 до 1567, т.е. на 38 %.

Важным вопросом является анализ динамики числа обслуженных казахстанскими турфирмами туристов.

Таблица 2– Обслужено посетителей по типам туризма, чел

Регионы	Обслужено посетителей по въездному туризму (нерезидентов)			Обслужено посетителей по выездному туризму (резидентов)			Обслужено посетителей по внутреннему туризму		
	Годы								
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Республика Казахстан	24621	39640	36096	193951	261709	375923	122216	157988	135237
Акмолинская	13	-	-	2997	3377	3567	37716	55071	58381
Актюбинская	30	-	-	7684	7759	12122	368	417	326
Алматинская	45	61	100	756	2497	26290	10323	16097	10954
Атырауская	32	134	144	5073	7053	7527	750	964	486
Западно-Казахстанская	-	-	-	31160	5268	5786	21	65	275
Жамбылская	123	158	247	2991	644	1961	1163	959	1000
Карагандинская	-	20	63	8174	10365	12177	5530	4573	5730
Костанайская	63	64	60	5223	6343	10145	2603	1316	891
Кызылординская	-	-	16	96	302	616	371	463	400
Мангистауская	916	800	22	9433	12373	23140	1686	3272	3697
Южно-Казахстанская	7	324	212	4409	4470	6903	936	1309	1292
Павлодарская	-	-	-	6181	8284	10287	3682	5181	4932
Северо-Казахстанская	5	3	2	2932	3768	4108	1777	2512	1675
Восточно-Казахстанская	910	1226	556	3908	4729	6493	17446	16356	15549
г. Астана	221	540	609	15402	18713	28694	12954	18829	12400
г. Алматы	22256	36310	34065	115532	165764	216107	24890	30604	17249

Примечание: Составлено автором на основании источников

В Казахстане наблюдаются значительные диспропорции в развитии различных видов туризма. Преобладает развитие выездного туризма, что приводит к невидимому импорту капитала.

Сегодня мы обязаны построить всю необходимую инфраструктуру современной туристской индустрии. Если мы хотим, чтобы к нам приезжали туристы, мы должны срочно пересмотреть многие подходы в этом направлении: от стоимости и сроков оформления виз до строительства крупных туристских центров отдыха и развлечений. В развитии туризма должны быть заинтересованы многие государственные ведомства и областные исполнительные органы, так как туризм охватывает огромный спектр сферы услуг и производства в различных отраслях. Очень многое зависит от инициативы местных властей, от их понимания того, что туризм может стать источником процветания края. Кроме того, для создания мощных туристских центров необходимы капитальные вложения, как со стороны государства, так и отечественных и зарубежных инвесторов. Поэтому мы должны создать необходимые условия для скорейшего появления развитого туристского комплекса, отвечающего всем мировым стандартам и требованиям

Литература:

1. УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН О Государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2016-2020 годы.
2. «Как организовать свой малый бизнес»: (Документы, рекомендации) / Автор - сост. В.А. Ермаков.
3. Устенкова О.Ж., Кубаева О.В. Туризм: учебное пособие. – Алматы: Экономика, 2011 г
4. Агентство РК по статистике 2016 год. Астана- 2017, стат. сборник .

Наукове видання

Збірник тез доповідей

III Міжнародного євразійського конгресу економіки і соціальних наук

ДВНЗ УДХТУ

26-28 квітня 2018 року

Набір здійснено з готових оригіналів-макетів, які були надані авторами доповідей в електронному вигляді. Відповідальність за зміст окремих публікацій, їх орфографію та якість рисунків несуть автори тез.

Комп'ютерна верстка

В.П. Синицька

Оригінал-макет виготовлений РВВ ДВНЗ УДХТУ

Підписано до друку 24.04.2018. Формат 60x84 1/16. Папір ксерокс.

Умов. друк. арк. 9,95. Тираж 300 прим. Зам. № 46.

Друк різнограф. Гарнітура Times New Roman

Редакційно-видавничий відділ ДВНЗ УДХТУ

пр. Гагаріна, 8, м. Дніпро, 49005

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 5026 від 16.12.2015