

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ  
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

РАДА СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ

# Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології

*Матеріали*

*XVII Всеукраїнської щорічної студентської  
науково-практичної конференції  
за міжнародною участю  
27 квітня 2016 року*

УДК 658  
С 91  
ББК 65.050

**Редакційний колегія збірника матеріалів конференції:**

**Майданюк С. І.** — кандидат економічних наук, головний редактор/  
**Сивак Т. В.** — кандидат наук з державного управління, доцент, редактор/  
**Воловник В. Є.** — кандидат педагогічних наук, доцент, секретар/  
**Гончарова В. О.** — член науково-дослідницької комісії та міжнародних (міжвузівських) зв'язків Ради студентського самоврядування, член редакційного комітету/  
**Кемарська Т. Г.** — ст. викладач, член редакційного комітету/  
**Макарова І. О.** — кандидат технічних наук, доцент, член редакційного комітету/  
**Українець І. В.** — член науково-дослідницької комісії та міжнародних (міжвузівських) зв'язків Ради студентського самоврядування, член редакційного комітету/  
**Яромич С. А.** — кандидат економічних наук, професор, член редакційного комітету/

Рекомендовано до друку Науково-методичною радою  
Одеського регіонального інституту державного управління  
НАДУ при Президентіві України.

*Протокол № 6 від 20 квітня 2016 р.*

**С 91** **Сучасний менеджмент : моделі, стратегії, технології : матеріали**  
XVII Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю.  
27 квітня 2016 року. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2016. – 266 с.

**ББК 65.050**

*Матеріали публікуються в авторській редакції*

© ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України, 2016./

## ЗМІСТ

Привітання

9

### Секція 1

#### Менеджмент інноваційно-інвестиційної діяльності організацій

<b>L. N. Khatiashvili.</b> Fostering innovation through social entrepreneurship by governments	14
<b>Александрочкіна П. О.</b> Перспективи України як асоційованого члена Європейського союзу	16
<b>Демір Д. Д.</b> Особливості організації інформаційного забезпечення в контролінгу	18
<b>Драганова Ж. В.</b> Податок на розкіш	20
<b>Драгой І. О.</b> Особливості маркетингу інноваційного проекту	22
<b>Жіленкова К. О.</b> Особливості інноваційної підприємницької діяльності	24
<b>Іванова О. О.</b> Необхідність інноваційних змін у процесі антикризового управління	26
<b>Карнаушенко А. Ю.</b> Цінність CRM-системи в менеджменті будівельного підприємства	28
<b>Кукуляк В. О.</b> Оптимізація оподаткування на підприємстві	30
<b>Лець Я. Е.</b> Напрями інноваційного розвитку інтегрованих виноградарських організацій	32
<b>Лиса Г. Р.</b> Креативна команда як запорука успіху ефективного функціонування підприємства	34
<b>Лут О. А.</b> Дорогоцінні метали як об'єкт інвестування	36
<b>Маргаріт Т. В.</b> Проблеми формування матеріально-технічної бази агропідприємств України на інноваційній основі	38
<b>Марценковська Н. В.</b> Історія виникнення податків	40
<b>Мельничук А. В.</b> Податок на додану вартість як інструмент економічного розвитку України	42
<b>Мотузко М. В.</b> Управління кадровою підсистемою аграрної організації	44
<b>Петрушенко С. В.</b> Державна підтримка аграрного страхування	46
<b>Поляк А. О.</b> Проектне підприємництво в інноваційному менеджменті	48
<b>Себова І. Г.</b> Організаційно-економічні основи розвитку виробництва органічних овочів в аграрних підприємствах	50
<b>Сідельников Є. Л.</b> Управління інноваційними змінами на підприємствах телекомунікаційної сфери	52
<b>Скалозуб М. І.</b> Інвестиції як складова діяльності підприємства та спосіб його взаємодії з державою	54
<b>Чичкан А. С.</b> Проблемы иностранного инвестирования как рычага развития и стабилизации экономики Украины	56
<b>Яцун В. В.</b> Вдосконалювання енергетичного господарства у системі операційної структури підприємства	58

## Секція 2 Стратегічний менеджмент і маркетинг

<b>Heinrich Ammon.</b> Development of marketing strategies in sports spheres	62
<b>Monika Chojnacka.</b> Consumer behaviour as a factor affecting marketing strategy	64
<b>Бойко М. О.</b> Стратегічне планування розвитку аграрного підприємства	66
<b>Будуров І. М.</b> Тенденції розвитку консалтингового бізнесу в Україні	68
<b>Войтова Т. О.</b> Напрями підвищення конкурентоспроможності СФГ «Непомнющего О. А.» на основі концепції маркетингу	70
<b>Гуцул У. Н.</b> Дресс-код как составляющая организационной культуры	72
<b>Демір В. В.</b> Стратегічне управління як фактор підвищення конкурентоспроможності ОМТП	74
<b>Дехтярьова І. О.</b> Формування ефективної збутової політики у контексті формування експортного потенціалу аграрного сектора	76
<b>Згурська О. С.</b> Головні аспекти сучасного бюджетування в банках	78
<b>Карагяур Ф. Л.</b> Сутність та значення загальної стратегії розвитку підприємства	80
<b>Ковтуняк В. О.</b> Адхократія на підприємстві	82
<b>Ковтуняк Д. О.</b> Управлінські ноу-хау на підприємстві	84
<b>Левкович М. В.</b> Использование контекстной рекламы в интернете для продвижения сайтов	86
<b>Манойлова Ю. В.</b> Troubleshooters — консультанти, які вирішують проблеми	88
<b>Нікова В. А.</b> Система адміністративного управління як інструмент ефективного менеджменту	90
<b>Пилипенко В. В.</b> Стратегічний менеджмент навчального закладу	92
<b>Сирбу А. М.</b> Розробка фірмового стилю аграрного підприємства	94
<b>Сичук О. О.</b> Запровадження модельного підходу в плануванні стратегічного розвитку навчального закладу	96
<b>Сорокатый Б. М.</b> Перспективы инвестирования в развитие Одесской области	98
<b>Тодорова Н. І.</b> Формування конкурентних переваг аграрного підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення	100
<b>Фабіровська В. М.</b> Аналіз фінансової неплатоспроможності ПАТ «Одеський припортовий завод»	102
<b>Чалкова Т. Ю.</b> Конкурентоспособность предприятия как один из показателей его эффективного функционирования	104
<b>Чернієвська М. С.</b> Сутність антикризового управління	106
<b>Шаповалова К. А.</b> Перспективы стратегического маркетингового управления	108
<b>Швиденко В. С.</b> Формування системи управління економічною безпекою аграрних підприємств з метою запобігання земельному рейдерству	110
<b>Яременко А. В.</b> Стан інвестиційного клімату в Україні	112

### Секція 3

#### Світові тенденції розвитку менеджменту

<b>Бабіло О. О.</b> Аналіз досвіду надання адміністративних послуг в місті Одесі	116
<b>Білоусов Д. С.</b> Особливості та специфіка краудсорсінгу та краудфандінгу в Україні	118
<b>Білошицька А. І.</b> Роль екологічної освіти у сучасному суспільстві	120
<b>Бушуляк М. А.</b> Особенности и перспективы государственного регулирования внешнеторговых операций	122
<b>Верещака О. Л.</b> Сучасний менеджмент в Україні: проблеми та перспективи	124
<b>Голодок Д. В.</b> Вплив видатків місцевого бюджету на розвиток району	126
<b>Гончарова В. О.</b> Обізнаність споживачів про бренд	128
<b>Горбатюк В. В.</b> Інформаційна складова економічної безпеки підприємства	130
<b>Гусельников Д. А.</b> Влияние религии на менеджмент и организационную культуру	132
<b>Звягінцева Ю. В.</b> Проблема плагіату в освіті	134
<b>Зінов'єв В. І.</b> Роль толерантності та управлінської компетентності у професійній діяльності суднових офіцерів	136
<b>Кішонус К. Ю.</b> Методологія наукових досліджень	138
<b>Кожухар Л. Г.</b> Роль топ-менеджерів у реалізації стратегії розвитку	140
<b>Комарова Т. С.</b> Безумовний основний дохід, як ідея вирішення економічної кризи в світі	142
<b>Красинська М. О.</b> Управління соціально-трудовими відносинами в аграрній організації	144
<b>Кураков О. Ю.</b> Роль системи «канбан» в оперативному управлінні запасами на українських підприємствах	146
<b>Кущенко В. В.</b> Основні методи наукових досліджень	148
<b>Мадей В. А.</b> Стратегії розвитку організації	150
<b>Масенко Я. О.</b> Трансфертне ціноутворення	152
<b>Мокану Д. М.</b> Навички медіації — необхідна складова управлінської діяльності морських офіцерів	154
<b>Назо Ю. О.</b> Сучасні маркетингові інструменти в світовому круїзному бізнесі	156
<b>Нефьодова Н. А.</b> Soft skills — ключ до успіху сучасного менеджера	158
<b>Павленко К. С.</b> Розробка плану екологічного виробництва винограду на ДПДГ «Таїровське»	160
<b>Різів А. Б.</b> Публічна складова в діяльності сучасного управлінця	162
<b>Селецкая Т. В.</b> Карьерограмма как элемент системы управления развитием персонала	164
<b>Симчинская А. С.</b> Мотивация в менеджменте	166

<b>Стовбчата Є. В.</b> База даних Science Citation Index (SCI) — значення та способи використання	168
<b>Сусліна Д. Ю.</b> Спеціальні методи наукових досліджень в економіці	170
<b>Ткачук Д. С.</b> Критерії оцінки рівня економічної безпеки підприємства	172
<b>Шатайло Н. М.</b> Методи оцінки фінансової безпеки підприємства	174
<b>Шкурупий А. В.</b> Риторика сучасного менеджмента и древних славян	176

#### Секція 4

#### Управління проектами в публічній сфері

<b>Ардинцева М. В.</b> Перспективи розвитку імпортозаміщення в сільському господарстві на прикладі вирощування морозостійкого ківі	180
<b>Борисовська І. Ю.</b> Створення центру впровадження принципів сталого розвитку в місті Одесі	182
<b>Владов С. В.</b> Проект международной социальной работы по психологическому оздоровлению населения	184
<b>Гришукова Т. А.</b> Інклюзивна освіта в Україні та модернізація дошкільної освіти	186
<b>Коломієць Н. А.</b> Перспективи створення аудиторської фірми в місті Первомайськ Миколаївської області	188
<b>Левін К. Б.</b> Нормативно-правове забезпечення експортно-імпортних операцій в Україні	190
<b>Манойленко Д. В.</b> Женский журнал в городе Одессе как источник достоверной информации	192
<b>Онуфрієва І. В.</b> Проект створення соціальної рекламної кампанії щодо протидії торгівлі людьми	194
<b>Песчанська А. Є.</b> Аналіз зарубіжного і вітчизняного досвіду створення і діяльності ферм з вирощування устриць	196
<b>Соболь Ю. В.</b> Зарубіжний досвід вирішення проблеми віртуальної залежності дітей	198
<b>Таранець Т. В.</b> Перспективи розвитку рибного господарства в Одеському регіоні	200
<b>Торган В. В.</b> Проект центру допомоги і догляду за людьми похилого віку в місті Одесі	202
<b>Трунова Д. В.</b> Телевізійний проект, як інструмент можливого впливу на ставлення суспільства до інвалідів	204

**Секція 5**  
**New insights into management**  
**(Новітній погляд на менеджмент)**

<b>Valeriya Albur.</b> Building Stronger Local Self-Government In Ukraine On The Principle Of Subsidiarity	208
<b>Yuliia Bondarenko.</b> Adaptation Of Social Policy Of Ukraine To Standards Of The European Integration	210
<b>Y. Chebotar.</b> The Organization Of Marketing Activities In The Enterprise	212
<b>K. Galiulina.</b> Crowdfunding As Anothr Opportunity For Young Entrepreneurs To Start Their Business	214
<b>Adrian Hokcha.</b> Management Of The Multicultural Crew	216
<b>Heorhii Kazanskyi.</b> New Insights Into Disciplinary Responsibility Of Civil Servants In Ukraine	218
<b>Kirill Kopytov.</b> Strategic Frameworks And Their Impact On The Firms' Performance	220
<b>L. Kotyk.</b> Public Servants Professional Competence Formation	222
<b>Kateryna Marchenko.</b> State Information Policy In Ukraine: The Problems Of Information Legislation In Ukraine	224
<b>V. Mashtieieva.</b> Personnel Outstaffing Like A Method Of Business Preservation In Crisis Conditions	226
<b>Inna Mernenko.</b> The state of development of sex tourism in the modern world	228
<b>Elizaveta Piskun.</b> Personnel management and labour relations: how to achieve management objectives	230
<b>Ludmila Ratko.</b> Foreign Experience In Implementing Administrative And Territorial Reform In Conditions Of Power Decentralization	232
<b>Alona Samoilenko.</b> The Model Of Social Partnership In Foreign Countries	234
<b>Anna Shmyhol.</b> State Regulation Of The Quality Of The Education Market In Terms Of Decentralization In Ukraine	236
<b>Julia Vandysheva.</b> School Activities Of Communicative Deviations Youth Overcoming	238
<b>Mykola Voinovskiy.</b> Managing A Condominium: How To Make Effective Communities	240
<b>A. O. Yarmolovich.</b> Tax Control As A Part Of The Tax Administration	242
<b>Igor Petrenko.</b> Business Planning As A Factor Of Successful Entrepreneurship	244
<b>Tetyana Pyshnyak.</b> Delegation Of Authority	246
<b>Katerina Trachenko.</b> The Problem Of Multiculturalism	248
<b>Inna Ukrainets.</b> Motivational Management In Organizations	250

**Секція 6**  
**Еволюція інформаційних технологій в менеджменті**

<b>Бондарська О. Д.</b> Дослідження українського Інтернет-покупця	254
<b>Кондратюк Т. М.</b> Переваги та недоліки Інтернет-магазинів	256
<b>Скрипкін М. О.</b> Особливості створення українських web-порталів відкритих даних	258
<b>Славінський А. В.</b> Роль SCM-систем у малому та середньому підприємстві	260
<b>Стрелецька О. С.</b> Корисні програми, необхідні для написання наукової статті	262
<b>Таранущенко В. И.</b> Использование динамических баз данных в работе судоводителя	264
<b>Шаган А.А.</b> Технологічні тенденції розвитку інформаційного суспільства	266



# ПРИВІТАННЯ

*Шановні учасники, організатори та гості конференції!*



Щиро вітаю з відкриттям XVII Всеукраїнської щорічної студентської науково-практичної конференції за міжнародною участю «Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології».

Вже сімнадцять років ми із задоволенням запрошуємо до Одеського регіонального інституту державного управління студентів, молодих науковців із різних регіонів нашої країни та зарубіжжя до обговорення сучасних проблем інноваційного і проектного менеджменту.

Україна переживає довготривалу, системну кризу управління, перш за все державного. Нехтування загальновідомими принципами, перевіреними на практиці в успішних державах та вимогами сучасного ефективного кадрового менеджменту, призводить до ганебних результатів, як в економіці, так і в політиці, утворюють підстави для кризових, революційних ситуацій.

Упевнений, що тільки молоді управлінці, що не зацікавлені у політичних іграх та інших аморальних вчинках, зможуть врятувати та зберегти Україну як унітарну європейську державу.

Вірю, що спільні зусилля допоможуть вам розкрити власний потенціал і створити творчі проекти, здатні зацікавити інвесторів, і ви зможете реалізувати їх у найближчому майбутньому. Це надасть вам досвід, який сприятиме не тільки успішному навчанню, а й працевлаштуванню, кар'єрному зростанню і високим професійним досягненням.

Бажаю учасникам конференції плідної роботи, творчої наснаги та нових ідей для розвитку і процвітання нашої країни!

Директор ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України,  
професор, доктор політичних наук,  
Заслужений працівник освіти України

М. М. Іжа

## *Шановні учасники конференції!*



Всеукраїнська щорічна студентська науково-практична конференція за міжнародною участю «Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології» знов зустрічає молодих, перспективних, тих, хто цікавиться та знаходиться у науковому пошуку, а також тих, хто вже успішно реалізує власні знання.

Вітаємо всіх з початком спільної роботи!

З давніх часів весна уособлювала пробудження, початок, оновлення, можливість подивитись на звичні речі «по-новому». Символічним є те, що вже 17 рік поспіль у квітні ОРІДУ НАДУ при Президентові України запрошує гостей та створює майданчик для обміну ідеями та досвідом з актуальних питань і тенденцій у галузі інвестиційного та стратегічного менеджменту, маркетингу та управління проектами, запровадження сучасних інформаційних технологій в управлінні тощо. Поряд із цим закладаються нові традиції. У 2016 році Факультет менеджменту також виступає співорганізатором Odessa Smart Forum – науковим фестивалем у сучасному та цікавому форматі для активної молоді, який об'єднує провідні наукові конференції та заходи міста Одеси.

Ми раді вітати іноземних гостей та представників кращих вищих навчальних закладів України. Впевнені, що завдяки спільним зусиллям та плідній співпраці студентів, науковців та менеджерів-практиків ми досягнемо не тільки особистих успіхів у навчанні, розвитку, кар'єрі. Нехай усе це стане гарним підґрунтям, запорукою успіхів і нових звершень задля розбудови та процвітання України.

Від колективу Факультету менеджменту щиро бажаю всім учасникам конференції плідної співпраці, натхнення, наполегливості та успіхів у досягненні поставленої мети!

Декан  
Факультету менеджменту,  
к.пед.н.

Ю.В. Євстюніна

## *Дорогие участники, гости, друзья!*



Рада приветствовать вас на открытии конференции «Современный менеджмент: модели, стратегии, технологии».

В семнадцатый раз Одесский региональный институт государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины гостеприимно распахивает свои двери молодым, талантливым, неравнодушным исследователям из различных институтов Одессы, Украины и зарубежных вузов. Мы укрепляем и расширяем наше сотрудничество со всеми, кто заинтересован в развитии науки управления во всех сферах

экономической деятельности, по всем теоретическим и прикладным направлениям менеджмента.

Наш институт всегда рад встрече с теми, кому присущи такие высокие профессиональные, человеческие качества, как научная дерзость и оптимизм, амбициозность и смелость идей.

Нет ничего более запоминающегося, чем первый достигнутый вами научный результат: Вам, молодым исследователям, уже никогда не забыть первых минут первого публичного выступления, первой дискуссии, осознания своего первого, пусть, пока, небольшого научного открытия. На конференции вы можете обсудить именно те проблемы менеджмента, которые вас волнуют, которые именно вы считаете важными и перспективными, и которые, возможно, определяют ваше и наше будущее. Ведь сегодня, в период кризиса и поиска путей выхода из него, Украине особенно необходим интеллектуальный и творческий потенциал молодых, талантливых, от которых мы ожидаем самого активного участия в процессе обновления, в формировании эффективной экономики, в укреплении позиций нашей страны.

Для того чтобы ваши победы состоялись, сегодня нужно стремиться ступень за ступенью подниматься к вершинам знаний. Надо быть пытливыми, настойчивыми, увлеченными, смелыми — ведь именно вам предстоит совершить новый вклад в основу будущего интеллектуального роста Украины.

Заведующий кафедрой Менеджмента организаций  
ОРИГУ НАГУ при Президенте Украины,  
доцент, кандидат экономических наук

Н. Э. Красностанова



# **СЕКЦІЯ 1**

## **МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ**

L. N. Khatiashvili  
Student of the German University  
of Administrative Sciences Speyer  
Supervisor: Prof. Dr. Dr. hc Andreas Knorr

## **FOSTERING INNOVATION THROUGH SOCIAL ENTREPRENEURSHIP BY GOVERNMENTS**

We live in the world of constant changes, huge volume of information and limited time frames. In order to survive the pressures of the new global environment, we have to be smart and flexible. Changes in huge economic players, social and cultural structures are prevailing. Economists forecast forthcoming cracks that will hit social sphere being «encumbrances» for budgets, amongst others. As the countries already have experienced crisis of the social state as a welfare state in the late 1970s — early 1980s and economic and financial crisis of 2010, they should be more prepared for the nearest future. Our era is the period of information technology revolution, where classical methods can fail to deal with unknown challenges. Question arises, how to be organised against external shocks and how to cope efficiently with the new challenges? What can the governments do to foster principles of adaptability, resilience and flexibility within the society? The demand (or necessity) for coping with these challenges requires innovative approaches. «Social enterprises emerged as an assistance for coping with the whole range of social problems with the apparent inability of society to deal effectively with these tasks via traditional methods of market economy and governmental support. These businesses originated from the third into a forth sector as a social frontier or innovative approach in the business world. This revolutionary entrepreneur's burn with the desire to change the world to a better place for living for the people in need, through the innovation» [1, pg. 15—21]. «Bricolage ... suggest the creation of something new through involved actors in the process of recombination ... using existing resources for new purposes ... to provide breakthrough solutions in firm creation» [1, pg. 234].

Centered on such principles, social enterprises operate by giving relief to social budgets. The problem states in the lack of awareness in fostering their development from governmental side in developing countries like Georgia. Therefore the examples of UK, as one of the pioneer and leader in this sector and Germany, as the leading social state within EU and beyond possessing one of the strongest economy, are examined. The instrument of «impact investments» [2] are thoroughly thought as one of the basic management mechanisms leading to promoting of innovations. In this regards, UK has long established tax reliefs on impact investments, well-formulated legalized model — social investment tax relief scheme and already real-time experience for evaluating pitfalls and benefits for the model. Although Germany is currently in the sage of adopting similar mechanism. The latter again stresses the fact of the vital need for social entrepreneurs for the well-being of society. In spite of incumbency stage, Georgian government apprehended the need for innovation in tackling with unplanned problem solutions, and myriad of ministries announce calls

for involving social entrepreneurs and directing them towards relevant issues in need for support.

Further principle discussed for social enterprises include «triple helix, working as DNS structure with additional third helix — consists of entrepreneurial university, provider of brains — in our case social enterprise founders, government as a venture capitalist — kind of public entrepreneur and industry as implementer, developer and knowledge sharer of all accumulated technological progresses and business practices. Axis is the challenge or solution around which all three helixes are rotating» [3].

Transition economy demands more attention and structural changes as in economic, as well in social policy, where priorities should be correctly set and the responsibilities should be appropriately divided between multiple economic players. Liberalization of the market brings with it deficiency in financial resources for the government to conduct huge social changes in the transformation process. Thus, lack of sufficient funds causes underfunding in the myriad of social sectors: education, science, culture and etc. The question comes up to collect more financial resources, without putting burden on business, but seek for alternative inflow. Again innovation comes as a help through the social enterprises generating additions to social budget, redirecting sources efficiently and optimizing the best use of it in the national economy.

Practical findings justified with empirical research, as well as experience on the basis of the European experience leads to the development of management techniques with the means of political-economic policy instruments in provisions for social entrepreneurship through creation of the inclusive and innovative society.

Based on thorough country analysis, most effective methods for management of social entrepreneurial infrastructure are provided, therefore generating a creative milieu [Florida, Richard 2000] a place that contains the necessary requirements in terms of hard and soft infrastructure to generate a flow of ideas and inventions. In a nutshell, if we want to achieve a society with high beneficial innovative coefficient, philanthropic mindsets, will for positive changes, top technology index and excessive living standards, we should contribute in building knowledge society, where government plays crucial role in coordinating and giving impulses, easing the ways for flourishing social entrepreneurship.

#### Bibliography:

1. Fayolle, Alain (Belgium) and Gaeey Matlay (UK). Handbook of research of social entrepreneurship, Press Edward Elgar 2010, ISBN 9781848444270.
2. Global Impact Investing Network [Electronic resource]. — Access mode : <https://thegiin.org/impact-investing>. — Title from screen.
3. Triple Helix Principle [Electronic resource]. — Access mode : [http://triplehelix.stanford.edu/3helix\\_concept](http://triplehelix.stanford.edu/3helix_concept). — Title from screen.

Александрочкіна П. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н., доц. Красностанова Н. Е.

## **ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ ЯК АСОЦІЙОВАНОГО ЧЛЕНА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Початок співпраці України з Європейським Союзом починається ще в 1992 році, коли Єврокомісія прийняла директиву про початок переговорів щодо підготовки Угоди про співпрацю з Білорусією, Росією, Казахстаном та Україною. Наступний етап домовленостей закінчився 1994 року підписанням Угоди про партнерство та співробітництво.

Після подій 2013-2014 років Уряд країни бере остаточний курс на євроінтеграцію, і з 21 березня 2014 року починається поетапне підписання Угоди про асоціацію між Європейським Союзом та Україною.

«Угода про поглиблену і всеосяжну зону вільної торгівлі (ЗТВ), як одна із угод між Україною та Європейським Союзом набула чинності 01 січня 2016 року. Раніше документ був підписаний 27 червня 2014 року як частина широкої Угоди про асоціацію, але був відтермінований на рік на прохання Російської Федерації для проведення з нею консультацій» [1], щодо вирішення питань правового регулювання режиму торгівлі між Україною і Росією в рамках СНГ, які у підсумку завершилися безрезультатно.

На думку українських і європейських політиків, дана угода дозволяє європейським виробникам вийти на ринки України, що, в свою чергу, буде сприяти залученню інвестицій в країну.

Приведення нормативно-правової бази України до європейського рівня, стандартизація, сертифікація та ліцензування за європейськими правилами буде гарною платформою Україні для початку співробітництва з багатьма розвиненими країнами світу, які мають міжнародні стандарти.

Існує і протилежна думка, що підписання цієї Угоди призвело до масового закриття українських підприємств, до зниження мита практично на всі товари, до збільшення імпорту товарів з ЄС, що остаточно підриває і так вкрай слабку економіку країни. Більшість товарів українського виробництва на нашому ринку не зможуть конкурувати з європейськими, потік яких збільшиться, після викриття ринків. Про вихід українських товарів на європейський ринок, говорити зарано, адже вони будуть жорстко регламентуватися квотами та європейськими стандартами, наявність яких демонструють поодинокі підприємства в Україні.

Європейський Союз не зацікавлений, щоб Україна стала сильною і незалежною в його складі, скоріше він розглядає її як сировинний придаток і новий великий ринок збуту своїх невисоко якісних товарів.

Колишній перший заступник голови Адміністрації Президента України Юрій Косюк, у своєму інтерв'ю «Голосу Америки» від 18 січня 2016 року заявив: «Никакого открития рынков не произошло ... Европа говорит о Зоне



свободной торговли с Украиной, и одновременно подписаны куча исключений и ограничений для экспорта украинских товаров. Поэтому это такая себе зона свободной торговли только в одну сторону, только в сторону Украины ... Для экспорта продовольственных товаров из Украины установлены катастрофически большие ограничения или квотирования ...» [2].

На сьогоднішній день відкриття ринків не дало відчутного ефекту, як для українських виробників товарів, так і для сировинного експорту в Європу. Це обумовлено занепадом української економіки, нестабільністю в політичній обстановці в країні та розладом в системі управління країною, постійними суперечками між Президентом і Урядом, які не можуть працювати в тандемі.

На загальному тлі економічної рецесії у всіх країнах Європи, можливість підняття української економіки відсутня. Попит на імпорт скорочується, збільшується прагнення європейських виробників збути свій товар на нових ринках.

Що стосується перспектив вступу України до Європейського Союзу, то багато, як українських, так і європейських політиків дотримуються думки, що найближчі 20-25 років Україна не матиме можливості вступити до ЄС. Це обумовлено багатьма причинами, деякі з них:

1. Не відповідність законодавчої бази європейським стандартам. Адаптація українського законодавства до стандартів Європейського Союзу має відбутися у всіх сферах законодавчого регулювання.

2. Велика частка безробітного населення, яка має на меті виїзд на заробітки в країни Європейського Союзу.

3. Велика частка тіньової економіки в країні.

З одного боку підписання цієї Угоди дає надію, що згодом Україна таки стане членом ЄС. Але дивлячись в минуле — надія втрачається. Угода про асоціацію між Туреччиною та ЄС була підписана ще 24 роки тому, але статусу члена Європейського Союзу Туреччина не набула й досі.

Перспективи України як асоційованого члена ЄС на даний час туманні. Реформування більшості систем в Україні все рівно не дасть можливості Україні жити за європейськими стандартами, доки в Україні не стабілізується соціально-політичний стан, не вирішиться проблема з корупцією та не підвищаться загальні економічні показники.

#### Список використаних джерел

1. Зона вільної торгівлі Україна — ЄС почала діяти з 1 січня 2016 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/2016/01/1/574816/>. — Назва з екрану.

2. Косюк назвал обманом ЗСТ с Евросоюзом [Электронный ресурс]. — Режим доступу : [http://economics.lb.ua/business/2016/01/18/325778\\_kosyuk\\_nazval\\_obmanom\\_zst\\_evrosoyuzom.html](http://economics.lb.ua/business/2016/01/18/325778_kosyuk_nazval_obmanom_zst_evrosoyuzom.html). — Заглавие с экрана.

Демір Д. Д.  
студент ОРИДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Томашевська М. В.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОНТРОЛІНГУ**

В сучасній Україні інформаційне забезпечення розвивається повільно і має позитивний вектор розвитку в контролінгу і перспективи для вдосконалення системи контролю на підприємстві.

Актуальністю розгляду цієї проблеми є прагнення ефективно розвивати інформаційні системи в контролінгу. Це питання досліджують багато фахівців: С. Н. Петренко, И. І. Орлов, В. Л. Плескач, А. К. Семенов, Э. Майер. Вони вважають, що для ефективної роботи служби контролінгу повинна відповідати оптимальна інформаційна система. Метою дослідження є визначення особливостей інформаційного забезпечення для успішного функціонування контролінгу, його сучасні форми і перспективи розвитку. Майер вважав, що контролінг є системою регулювання витрат і результатів діяльності, що допомагає в досягненні цілей підприємства, дозволяє уникнути несподіванок і своєчасно включити червоне світло, коли економіці підприємства загрожує небезпека, що вимагає вживання заходів протидії [1, с. 28]. Підвищення плідного менеджменту насамперед залежить від того, наскільки управлінці доцільно використовують можливості контролінгу.

Суб'єкт контролінгу може управляти в усіх часових рамках та створювати комунікаційні зв'язки через інформаційне забезпечення. Завдяки сучасному розвитку наукових технологій, удосконалюється якість інформаційних ресурсів. Ефективний контролінг потребує чітко налагодженої системи інформаційних потоків і технологічного інформаційного забезпечення. Якість управлінських обліків, звітів та висновків для менеджерів прямо пропорційно залежить від основного ресурсу контролінгу — релевантної інформації.

Основними проблемами інформаційного забезпечення є декілька факторів — дані, які надійшли невчасно, великий обсяг зайвої інформації, яка витрачає час контролерів для її обробки і аналізу, нерегулярність інформації, наявність неактуальних даних, за яких, важко сформулювати прогнози. Отже впровадження системного і якісного інформаційного забезпечення допоможе вирішити ряд проблем, які існують на сучасних підприємствах.

Під інформаційним забезпеченням А. К. Семенов та В. Н. Набоков пропонують розуміти сукупність інформаційних ресурсів, засобів, методів та технологій, що сприяє ефективному проведенню всього процесу управління, в тому числі розробці та реалізації управлінських рішень [2, с. 133]. Важливим фактором забезпечення є як звіти і обліки, так і офіційні документи, які регламентують господарські операції у майбутньому і прогнози у вигляді економічних показників про внутрішнє і зовнішнє середовище.

Опираючись на особливості контролінгу виділимо ряд етапів інформаційного процесу:

- визначення потреб контролерів щодо інформації;
- збір та обробка інформації;
- отримання максимального ефекту від неї;
- обмін інформацією між підрозділами та її правильне трактування;
- строкове зберігання інформаційних ресурсів;
- формулювання аналізованої інформації та висновки щодо майбутніх прогнозів для прийняття управлінських рішень.

Основним сучасним інструментом інформаційного забезпечення можна виділити технологічну базу. Існує два підходи до організації інформаційної системи: впровадження функціоналу контролінгу у саму систему управління та використання автоматизованих програм (Process Performance Manager). Умовно такі технології, пов'язані із корпоративною організацією, можна поділити на три основні групи: підтримка ІТ-інфраструктури, підтримка бізнес-додатків у електронному форматі та підтримка користувачів [3, с. 345].

Варто зазначити, що автоматизовані системи, мають багато переваг, які економлять час, формують чіткість інформації, зберігають конфіденційність, блокують витік інформації, дозволяють зберігати і обробляти масштабний обсяг роботи. Завдяки технологіям, контролер може не контролювати людський ресурс, цю задачу перекладено на машину, яка має чітку структуру і одну систему інтерпретації інформації. Потреба в ефективному рішенні бізнес-процесів забезпечується завдяки ІТ-сервісу і технологіям. Для вдосконалення функціонування процесу контролінгу необхідно розробляти ефективне інформаційне забезпечення і розглядати його з двох точок зору: як процес, до якого входять основні його послідовні етапи, і як систему, що забезпечує розвиток, ріст і приріст вартості. Збалансування бізнесу є особливістю контролінгу, яка відрізняє його від інших типових систем забезпечення.

Вирішення управлінських завдань з автоматизованим інформаційним системам, виробляється у будь-який час, чітко без великих похибок та без запізнь, тоді, коли не використовуючи технології, виникає ризик спотворень багатьох даних через людські експертні оцінки.

Запурука менеджменту майбутнього — розвиток наукового і технічного прогресу.

#### Список використаних джерел

1. Майер. Э. Контроллинг как система мышления и управления [Текст] / Э. Майер. — М. : Финансы и статистика, 1993. — 96 с.
2. Терминология менеджмента [Текст] : Словарь / сост. А. К. Семенов, В. И. Набоков. — М. : Маркетинг, 2002. — 224 с.
3. Экономическая информатика. Введение в экономический анализ информационных систем менеджмент [Текст]. — М. : Инфра-М, 2005. — 960 с.

Драганова Ж. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н. Бутенко Т. В.

## ПОДАТОК НА РОСКІШ

«Розкіш — багатство і  
пишність, надмірності  
в комфорті, в задоволеннях»  
(Словник української мови [1])

05.06.2012 року Верховною Радою України було зареєстровано проект Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування багатства та предметів розкоші» № 10558. Оподаткування багатства може стати реальністю для України з 1 січня 2013 року [2].

Однак чи зможе податок на надприбуток виправити економічне становище в країні, як того чекають представники влади? Давайте подивимося на приклади інших країн. Американська влада робили кілька невдалих спроб ввести податок на розкіш. Так, введений в 1991 році податок на товари класу люкс був ліквідований вже через два роки, так як багаті американці просто почали пришвартовувати свої яхти в сусідній Панамі і перестали купувати дорогі товари в США. У той же час податок на дорогі авто проіснував лише до 2005 року. На даний момент, незважаючи на складну економічну ситуацію, це держава не поспішає вводити додаткові податки для мільйонерів.

Франція ледь не стала країною з найбільш драконівськими податками для мільйонерів. Так, у 2012 році новообраний Президент Олланд Франсуа ініціював введення 75-процентного податку на надприбуток в розмірі від 1 млн. Євро. Зовсім недавно Французька конституційна рада скасувала податок. Щоправда, на сьогоднішній день багаті французи все ж змушені платити податок на майно в розмірі від 1,3 млн. Євро. Це є вагомою проблемою для збіднілих дворян, які через податок не в змозі утримувати свої замки і родові маєтки. В цілому майже у всіх європейських країнах існує податок на розкіш, однак, стосується він в основному лише дорогої нерухомості. Так, в Австрії або Швейцарії власники особняків площею 500—600 м<sup>2</sup> повинні сплачувати державі близько 10—15 тис Євро на рік. Британцям і зовсім доводиться платити 40% від розміру прибутку, якщо будинок не є їх основним місцем проживання і здається в оренду.

За підсумками 2013 року Китай знаходиться на першому місці в світі за зростанням обсягів продажів предметів розкоші. Податок на розкіш в Китаї досить тривалий час є джерелом значних доходів для китайського уряду. У 2010 році тільки на податках на розкіш держава заробила 188 млрд. доларів, що становить 78% всіх витрат центрального уряду.

З 2014 року в Росії почав застосовуватися податок на розкіш. При цьому під податком на розкіш мається на увазі не окремий податок, а підвищення

податкових ставок на розкішні авто і елітну нерухомість. Критерій розкішності по відношенню стосуватиметься автомобілів не потужності, а брэнда і вартості від 3 мільйонів рублів. Нерухомість все ж оцінюється на велику суму, передбачені ставки від 0,3 до 1,5 відсотка від кадастрової вартості.

В Україні під додаткове оподаткування потрапляють квартири від 120—60 м<sup>2</sup> і будинки площею від 250—120 м<sup>2</sup>, а податок стягується в прив'язці до мінімальних зарплат — від 1% до 2,7% від розміру мінімальної заробітної плати за один квадратний метр дорогого житла.

Посилаючись на приклади інших країн, зрозуміле лише одне: навіть якщо подібний податок з'явиться в Україні, місцеві мільйонери завжди знайдуть спосіб його обійти.

Сама ідея введення подібного податку непогана. Але є одне «але» — як завжди, заковика в оподатковуваних об'єктах. Введення додаткового податку ляже важким тягарем на плечі середнього класу. А у нас, як відомо, з цим класом проблеми. На сьогоднішній день є лише невеликий прошарок між дуже багатими і дуже бідними, що складається з людей, які чесно заробляють. Наповнити бюджет за рахунок олігархів практично неможливо. По-перше, їх в Україні не так-то багато. По-друге, ті, хто дійсно багатий, чудово знають, як цілком легально уникнути зайвого оподаткування.

Люди ж, які мають у власності непоганий автомобіль, хорошу квартиру, що дозволяють себе насолоджуватися недешевими предметами одягу та аксесуарами, так ось, ці люди потраплять під пильну увагу податківців. Підсумок цілком передбачуваний: частина «багатіїв» просто самоліквідується через фінансову неспроможність, інша частина навчиться грамотно приховувати від держави свої доходи і звичку жити добре, так би мовити, по-людськи. А бідні? А вони будуть жити, як в казці, правда, в тій, де про розбите корито.

#### Список використаних джерел

1. Роскіш [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://hrinchenko.com/slovar/znachenie-slova/52326-roskish.html#show\\_point](http://hrinchenko.com/slovar/znachenie-slova/52326-roskish.html#show_point). — Назва з екрану.

2. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування багатства та предметів розкоші [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?id=&pf3516=10558&skl=7](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=10558&skl=7). — Назва з екрану.

3. Налог на роскошь [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://newzz.in.ua/ob/1148847513-nalog-na-roskosh.html>. — Заглавие с экрана.

Драгой І. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
керівник: ст. викл. Савенкова С. В.

## ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

Для розкриття особливостей маркетингу інноваційного проекту треба спочатку визначити, що таке інноваційна діяльність. Йозеф Шумпетер визначив інноваційну діяльність як: «... роль новатора в залученні в бізнес таких рішень, які дозволять йому отримати надприбуток у порівнянні з конкурентами» [1].

Інноваційний процес не можна уявити без інвестиційної діяльності, яка включає: вкладення коштів, маркетингові дослідження з метою збільшення і збереження капіталу, будівництво, проектування, отримання прибутку, запуск або придбання готового об'єкта. В наш час сучасні інвестиційні проекти швидко проникають в сферу принципово нових виробництв і унікальних новаторських технологій. Основною метою інвестицій є отримання прибутку від вкладених коштів, а метою інновацій — поліпшення об'єкта інвестування. Інвестиційний проект — виділення індивідуального нововведення як одиниці спостереження і аналізу. Якщо після відбору інвестиційного проекту здійснюється тільки одне-єдине рішення, яке слід реалізувати, то інноваційний проект вимагає перегляду і нової переоцінки на наступних стадіях розробки і в численних контрольних точках. Інновацію можна характеризувати невизначеністю, альтернативністю і багатоваріантністю на усіх стадіях. Звідси складність прогнозування таких інновацій. Це пов'язано з майбутньою конкурентоспроможністю, оцінкою інтегрального показника якості та ринковою адаптацією.

Інноваційному проекту, на відміну від звичайного маркетингового, інвестиційного, притаманне безперервне його вдосконалення на всіх етапах діяльності щодо розробки на інтегрування інвестиційного проекту — це є і внесення змін до покращення конструкції виробу, в певну міру накопичення досвіду його виробництва, і внесення деяких змін до конструкцій на стадії дифузії в інші виробництва з метою збільшення успіху в застосування і, нарешті, постійної модернізації першого зразка при вдосконаленні організаційних структурі технологічних процесів.

«Маркетинг — це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів» [2, с. 15].

Якщо вважати, що головною метою маркетингу є «процес створення вдячних споживачів», то інноваційний маркетинг може вирішувати і інше завдання, він заманює вдячних споживачів купувати все нові і нові «вигоди» через послуги, продукти, інформацію — найбільш вдало виконані маркетингові інноваційні стратегії. У міру навчання персоналу в нововведенні виявляються нові якості, а також нові можливості.

Щодо проблем маркетингу інновацій, то до них відноситься: слабкий розвиток маркетингу на інноваційних підприємствах і в науково-технічних проектах. Маркетингова підтримка створення нових продуктів одна з найзначніших і найголовніших проблем інноваційної компанії. Приблизно тридцять відсотків нових товарів не приносять ніяких прибутків і стають збитковими. Висока можливість ризику інноваційних продуктів підтверджена досвідом багатьох проектів. Особливості ринку і специфіка товару роблять великий вплив на його виведення на ринок. Причин невдач у нових продуктів на ринку велика кількість. Головні з них — неповний аналіз ринку, вади продукту, нестача ефективних маркетингових заходів, занадто високі витрати, активність конкурентів, слабка підтримка при виведенні товару на ринок. Новий напрямок маркетингу дозволяє підприємству реалізовувати найбільш важливі стратегічні цілі за допомогою створення нового типу мислення. Інновації можна назвати окремим унікальним ринком сфери ноу-хау. Якщо порівнювати його особливості з ринком звичайних товарів, то неможливо не помітити його багатогранність. Вони зачіпають усі можливі аспекти стосунків, які можуть складатися між продавцем і покупцем, що значно впливають на маркетингову політику компанії.

До особливостей маркетингу інвестицій можна віднести:

1. Сучасні системи володіють достатньою гнучкістю і динамічною управлінською системою, яка допомагає домогтися переваги серед інших конкурентів і раціонально використовувати свої ресурси.

2. Новий напрямок маркетингу дозволяє підприємству реалізовувати найбільш важливі стратегічні цілі за допомогою створення нового типу мислення. Даний інструмент дозволяє досягати максимальних результатів у розвитку ринкових процесів.

3. Інвестиційний маркетинг є одним з найбільш ефективних напрямків у розвитку звичайної концепції маркетингу. У зв'язку з цим для маркетингу інвестицій формуються свої цілі, принципи, завдання та методи функціонування.

4. Робота в сфері інвестиційного маркетингу може розглядатися у двох напрямках — як здійснення діяльності на інвестиційному ринку, так і реалізація спеціальних функцій.

Та все ж, незважаючи на швидкі зміни в сучасному світі, інноваційні технології є одним із найважливіших аспектів розвитку маркетингового середовища підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Теория экономического развития. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ru.ncbase.com/econ/dev.htm>. — Заглавие с экрана.

2. Гаркавенко С. С. Маркетинг [Текст] : підручник / С. С. Гаркавенко. — К. : Лібра, 2002. — 750 с.

Жіленкова К. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.пед.н., доц. Воловник В. Є.

## ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних умовах підвищується значення інноваційної підприємницької діяльності як процесу створення та комерційного використання чогось нового; як механізму господарювання, в основі якого лежить постійний пошук нових можливостей, орієнтація на інновації.

Інноваційна підприємницька діяльність пов'язана з готовністю підприємницької структури (фізичної або юридичної особи) брати на себе весь ризик зі здійснення нового проекту або покращанню існуючого, а також виникаючу при цьому фінансову, моральну і соціальну відповідальність [2].

Необхідність формування інноваційного підприємництва в Україні серед іншого обумовлена й низкою таких чинників: необхідністю суттєвого скорочення термінів створення, освоєння нової техніки, підвищення технічного рівня виробництва; посиленням інтенсивних факторів розвитку виробництва, які сприяють застосуванню науково-технічного прогресу в усіх сферах економічної діяльності; вирішальною роллю науки у підвищенні ефективності розробки і впровадження інновацій; підвищенням витрат та погіршенням економічних показників підприємств, швидким старінням техніки і технології [1, с. 90—91]. Характеристика основних видів інноваційної підприємницької діяльності подана в таблиці 1.

Таблиця 1 — Основні види інноваційного підприємництва

Види	Характеристика
Інновація продукції	Це процес оновлення внутрішнього потенціалу підприємства, що забезпечує виживання фірми, підвищення обсягу прибутку, розширення частки на ринку, утримання клієнтури та ринкового становища, створення нових робочих місць, підвищення престижу.
Інновація технології	Це процес оновлення виробничого потенціалу, спрямований на зростання продуктивності праці, економію енергії, сировини й інших ресурсів, що дає можливість збільшити обсяг прибутку фірми, вдосконалити техніку безпеки, провести заходи із захисту навколишнього середовища, ефективно використовувати інформаційні системи.
Соціальні інновації	Це загальний процес планомірного покращення гуманітарної сфери підприємства. Застосування цих інновацій розширює можливості на ринку робочої сили, мобілізує персонал підприємства для досягнення поставлених цілей, зміцнює довіру до соціальних зобов'язань підприємства перед працівниками та суспільством в цілому.

Вчені виділяють три способи організації інноваційної діяльності: на основі внутрішньої організації, коли інновація створюється і (або) освоюється



всередині фірми її спеціалізованими підрозділами на базі планування і моніторингу їх взаємодії у інноваційному проекті; на основі зовнішньої організації при допомозі контрактів, коли замовлення на створення і (або) освоєння інновації розміщується між сторонніми організаціями; на основі зовнішньої організації за допомогою венчурів, коли фірма для реалізації інноваційного проекту засновує дочірні венчурні фірми, які залучають додаткові сторонні засоби (кошти) [2].

На нашу думку, особливістю інноваційної діяльності в сучасних кризових умовах дефіциту кредитних коштів на розвиток підприємництва є те, що найбільш економічно доцільними щодо перших двох видів інноваційної діяльності мають бути малі інноваційні підприємства, які працюють за другим із зазначених способів на основі коопераційних зв'язків з великими фірмами.

Як відомо, в ринкових умовах господарювання основними формами кооперації великих і малих господарських структур, змістом яких є інтеграція сфер їхньої діяльності, є: субпідряд, франчайзинг, лізинг та венчурне фінансування. І саме венчурне фінансування є формою інноваційних функціональних інтеграційних зв'язків. Досвід діяльності малих інноваційних підприємств свідчить, що саме вони здатні дуже динамічно і гнучко реагувати як на зміни споживчого попиту, так і на нові пропозиції і перспективи, що відкриваються на базі результатів науково-дослідних робіт. При інноваційній діяльності вони, як правило, не вимагають значних інвестицій і залучення істотних матеріальних, трудових та енергетичних ресурсів [2].

Аналіз сильних і слабких сторін малих інноваційних підприємств дозволив дійти висновку, що в умовах співробітництва з великими фірмами на основі коопераційних зв'язків їх сильні сторони (коротка тривалість інноваційного циклу; прямі і персональні контакти з партнерами; швидке прийняття управлінських рішень; висока мотивація праці; низький рівень непрямих витрат; гнучка реакція на науково-технічні досягнення; динамічна орієнтація на попит споживача; відсутність бюрократичних структур в організації; мінімальна ієрархія в менеджменті тощо) сприяють підвищенню ефективності й швидкості виконання робіт, а слабкі сторони (низький професійний рівень менеджменту; незначні можливості зовнішнього фінансування, в тому числі кредитування; обмежені можливості диверсифікації; високий рівень ризику; незначний рівень поділу праці і спеціалізації робочих місць; обмежені можливості задоволення масштабного попиту тощо) практично нівелюються за рахунок переваг великого бізнесу, з яким вони співпрацюють.

#### Список використаних джерел

1. Виноградська А. М. Основи підприємництва [Текст] : навч. посібник / А. М. Виноградська. — К. : Кондор, 2008. — 544 с.
2. Стельмащук А. М. Державне регулювання економіки [Текст] навч. посіб. / А. М. Стельмащук. — Тернопіль : ТАНГ, 2000. — 315 с.

Іванова О. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.пед.н., доц. Воловник В. Є.

## **НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН У ПРОЦЕСІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ**

Активізація інноваційної діяльності є основною метою підприємств передових країн (США, Японія, Німеччина, Великобританія, Франція) у сфері технічного оснащення. На даному етапі економічного розвитку України, підприємствам необхідно подолати інноваційну кризу та почати розвиток, що базується на основі інновацій. На даний момент в Україні через недооцінку інноваційного потенціалу підприємства втрачають свої позиції на ринку, втрачають споживачів, несуть збитки. Через це підприємства стають неплатоспроможними та в результаті чого можуть стати банкрутами. Отже, розвиток інновацій повинен бути в пріоритеті, як для підприємства, так і для держави в цілому, щоб вийти на більш якісний рівень розвитку.

«Антикризова програма підприємства є центральною ланкою антикризового управління, яка пов'язує його мету і систему цілей, способи їх досягнення із завданням виходу з нестабільного положення і забезпечення подальшого динамічного розвитку суб'єкта господарювання. Практичне застосування антикризової програми передбачає систематичне використання таких додаткових інструментів, що забезпечують інноваційним заходам цілеспрямованість, як інвестиційна і маркетингова політика» [1, с. 45].

З урахуванням цього однією з головних задач антикризового менеджменту стає пошук рішень проблем управління інноваційними процесами та проектами. Разом з тим, необхідним стає оцінка можливостей ефективного використання вітчизняними та зарубіжними науковцями досвіду інноваційного антикризового управління. Інноваційний розвиток впливає на конкурентоспроможність підприємства. Ефект зростання конкурентоспроможності від інноваційної діяльності підприємства умовно можна розділити на складові: підвищення конкурентоспроможності товару, приваблення нових клієнтів та підвищення ефективності виробництва.

Якщо керівництво підприємства не має наміру вводити технології, які дозволяють виробляти нові види більш якісної продукції з меншими затратами, підприємство незабаром може стати неконкурентоздатним, тобто почати втрачати клієнтів, положень на ринку збуту, зменшення прибутку. Ці фактори можуть стати причиною банкрутства підприємства.

Неприспосованість інноваційної стратегії підприємства до змін в зовнішньому середовищі дає збій фінансової стійкості та платоспроможності. Наслідком цього стає застарілість продукції та технологій виробництва. Виходячи з цього, необхідність прийняття термінових заходів виникає ще до прояву зовнішніх труднощів. Через недостатню інноваційну активність у кризовому стані можуть опинитись як малі, так і великі підприємства.

На думку вчених, причиною кризової ситуації на підприємстві може бути не тільки спад попиту і затоварювання, а й стрімке зростання підприємства. Вибух росту, коли підприємства прагнуть заповнити нові ніші і сегменти ринку, що з'явилися, несе з собою небезпеку втрат ліквідності та прибутковості в гонитві за часткою ринку, появи дефолтів у результаті неадекватного реагування на кризову ситуацію або вимоги зовнішнього середовища. Як зазначають вчені, «стрімко зростаючі підприємства можуть не впоратися з умовами у зовнішньому і внутрішньому середовищі, що змінюються, перестануть зростати і перетворяться на аутсайдерів» [2, с. 74].

Необхідність інноваційних змін у процесі антикризового управління пов'язана з рішенням низки завдань:

- створення інноваційних антикризових стратегій та програм;
- створення конкурентоспроможної продукції;
- зазначення обмежень на впровадження інновацій за часом та ресурсами;
- зазначення прийомів та інструментарію інноваційного антикризового управління;
- визначення розмірів та джерел інвестицій.

Як відомо, у справах про банкрутство, застосовують такі реабілітаційні процедури: зовнішнє управління, фінансове оздоровлення підприємства, та інші, які також можуть будуватися на зазначених вище інноваціях. Ці інновації поряд з іншими заходами щодо відновлення платоспроможності та фінансової оздоровлення, можуть розглядатися як «заходи, спрямовані на збереження діючого підприємства (бізнесу), відновлення платоспроможності і припинення справи про банкрутство» [3, с. 115].

Виходячи з вищезазначеного, можемо дійти висновку, що вітчизняні підприємства опиняються у кризовому стані через недостатній інноваційний розвиток, що виражається у зниженні результативності інноваційної діяльності підприємств. Саме антикризове управління на основі інновацій є найбільш прийнятним та необхідним для сучасних умов господарювання. Такий підхід до управління, що має на меті подолання кризових явищ, спрямований на підвищення інноваційної активності підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством [Текст] : навч. посіб. / В. О. Василенко. — К. : ЦУЛ, 2003. — 503 с.
2. Кудненко А. В. Використання інноваційної стратегії в системі антикризового управління підприємством [Текст] / А. В. Кудненко, Н. В. Мороз // Науковий вісник ЧДІЕУ. — 2012. — № 3(15). — 245 с.
3. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством [Текст] : Навчальний посібник / Л. О. Лігоненко. — К. : КНТЕУ, 2001. — 580 с.

Карнаушенко А. Ю.

студент ОДАБА

Керівник: к.т.н., доц. Ширяева Н. Ю.

## **ЦІННІСТЬ CRM-СИСТЕМИ В МЕНЕДЖМЕНТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Вступ.** Розроблення управлінських рішень потребують «науково-прикладних методичних підходів та інструментарію щодо управління процесом формування та реалізації стратегії розвитку будівельних організацій» [1, с. 11]. Виходячи з цілей управління якістю маркетингової діяльності, керівництво будівельної організації «формулює сукупність завдань та заходів з якості: чітке визначення потреб споживача — цінності продукту/проекту; попереджувальні та корегуючі заходи з метою незадоволення споживача; оптимізація витрат на забезпечення необхідного рівня наданих послуг з точки зору якості; постійний аналіз вимог до послуг та досягнутого рівня з метою виявлення резервів зростання якості маркетингової діяльності» [2, с. 11]; використовуючи при цьому CRM-системи. Термін «клієнт-орієнтованість» частіше можна зустріти в потоках Інтернет-інформації про ефективні технології продажів. Основний бізнес-ефект від клієнт-орієнтованості полягає в створенні та підтримці умов для отримання гарантованого, прогнозованого прибутку, за рахунок ефективного втримання постійних клієнтів й керованого розвитку відношень з новими клієнтами. Принципи клієнт-орієнтованості: а) уважне відношення до клієнта та його потребам; б) максимальна проява поваги до клієнта; в) постійне вивчання особливостей поведінки клієнта, збір та обробка інформації про клієнта та його бізнес-оточення; г) постійне покращення та вдосконалення якості товарів та послуг; д) відкрите, своєчасне, об'єктивне та справедливе вирішення спорів та конфліктів, які виникли у процесі співпраці; е) надання клієнту об'єктивної, достовірної та повної інформації щодо здійснюваної угоди; ж) своєчасне виконання своїх обов'язків та обіцянок перед клієнтом та ін.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Термін «Customers Relationship Management» — це «управління взаємовідносинами з клієнтом». Цей буквальний переклад цілком відображає сутність, але не відображає очевидної картини. Взагалі, CRM — це специфічний підхід до ведення бізнесу, при якому в центрі уваги діяльності компанії постає клієнт. Тобто, стратегія CRM припускає створення в компанії таких механізмів взаємовідносин з клієнтами, при яких їх потреби стають найбільшим пріоритетом для підприємства. Подібна орієнтованість на клієнта торкається не тільки загальної стратегії компанії, але й корпоративної культури, структури, бізнес-процесів та операцій. Основна ціль введення CRM-стратегії — створення конвеєру з залучення нових клієнтів та розвитку існуючих клієнтів. Для того щоб відношення були добрими, треба виключити можливість отримання негативного опиту клієнтом і як наслідок негативного ставлення до постачальника, що зазвичай спричиняє втрату клієнта. Кожний раз, коли персонал компанії підводить клієнта, потрапляють під сумніви або

спростовуються його очікування, відносно якості послуг компанії, а також, прямо або побічно підтверджується відсутність уваги і поваги до клієнта. Це є передумовою до припинення співпраці і відмови у вчиненні наступної угоди з боку клієнта. З яких причин це відбувається: недопоставки заказаного й оплаченого товару з провини складу або відділу закупок; несвоєчасна доставка з порушенням обумовлених термінів з провини транспортної логістики; похибки в оформленні документів; поставки бракованого товару (товар функціонально непридатний, втрачений товарний вид), що потребує додаткового часу на заміну товару; відсутність товару на складі й неможливість поставки товару у терміни, прийнятні для клієнта (незадоволений попит); клієнт не може зв'язатися з контактними особами компанії (з технічних причин або через недбалість персоналу); неякісне обслуговування клієнта персоналом компанії при особистому контакті (менеджер, водій, консультант); уявлення некоректної інформації; некоректна поведінка; невиконання особистих зобов'язань; інші причини, перелік яких може бути довгим і різноманітним. Відповідно, наявність хоча б однієї з упущень у відносинах з клієнтом, зазначених вище і є передумовою до припинення співпраці з боку клієнта можна вважати ознакою погіршення відносин, що вимагає активної роботи персоналу компанії для усунення можливих наслідків. CRM система допоможе вчасно зафіксувати факт появи таких передумов і запобігти їх появі.

**Висновки.** Необхідно фіксувати і контролювати всі контакти з клієнтами, мати повну інформацію про контактних осіб, телефони, адреси, специфіці споживання з точки зору асортименту та цінових переваг, вивчати, узагальнювати, планувати розвиток відносин і оперативно, своєчасно запобігати передумови формування конфліктів та інших негативних тенденцій у взаєминах — іншими словами управляти відносинами з клієнтами.

#### Список використаних джерел

1. Ширяєва Н. Ю. Управління розвитком виробничо-господарської діяльності будівельної організації [Текст] / Н. Ю. Ширяєва // Наукова періодика слов'янських країн в умовах глобалізації : Зб. наук. пр. — Київ, 2012. — № 4(26). — С. 11—12.

2. Ширяєва Н. Ю. Якість маркетингової діяльності в будівельних проектно-орієнтованих організаціях [Текст] / Н. Ю. Ширяєва // Управління проектами: стан та перспективи : Матер. XX міжн.наук.-практ.конф. — Миколаїв: НУК, 2014 р. — С. 337—340.

3. Ширяєва Н. Ю. Якість проектного маркетингу в CRM-системі будівничої бізнес-організації [Текст] / Н. Ю. Ширяєва, А. Ю. Карнаушенко // Розвиток маркетингової діяльності в умовах економічної глобалізації : Матер. VII міжн. наук.-практ. конф. — Одеса: ОДАБА, 2015. — С. 60—64.

Кукуляк В. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н. Бутенко Т. В.

## ОПТИМІЗАЦІЯ ОПОДАТКУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Як відомо, одним з головних завдань менеджменту на підприємстві є максимізація фінансового результату та мінімізація витрат. Саме тому для виконання цього завдання керівник має право та за умов нестабільного зовнішнього середовища повинен розробляти та впроваджувати організаційні заходи, що дозволятимуть максимально ефективно використовувати фінанси ресурси підприємства. Одним з таких заходів є оптимізація оподаткування на підприємстві. «Оптимізація оподаткування — це організаційні заходи в рамках чинного законодавства, пов'язані з вибором часу, місця і видів діяльності, створенням і супроводом найбільш ефективних схем і договірних взаємин. Оптимізація оподаткування — це процес, який рекомендується проводити як при створенні бізнесу, так і на будь-якому з етапів функціонування підприємства» [1, с. 18]. Тобто, говорячи іншими словами — це вибір оптимальнішого способу управління фінансами підприємства.

Завданням податкової стратегії фактично є мінімізація податкового навантаження на підприємство, шляхом законодавчо узгоджених методів без порушень чинного податкового законодавства.

«Оптимізація оподаткування включає у себе наступні складові: мінімізацію податкових виплат (у довгостроковому і короткостроковому періоді при будь-якому обсязі діяльності) та недопущення штрафних санкцій з боку фіскальних органів» [2]. Ця процедура є можливою за умови правильного нарахування, своєчасної сплати податків, а це вже в першу чергу залежить від «податкового планування на підприємстві».

Податкове планування — це є законний спосіб зниження податкового навантаження. Сутність його полягає в використанні наданих самим податковим законодавством можливостей. Податкове планування можливе лише тоді, коли певна господарська операція знаходиться лише на планувальній стадії. Після її закінчення такої нагоди не виникає.

Податкове планування існує двох видів: внутрішнє та зовнішнє. Найпоширенішими методами зовнішнього планування є:

- заміна суб'єкта оподаткування;
- заміна на новий вид діяльності підприємства;
- змінення податкової юрисдикції.

За першим методом вдається замінити суб'єкт оподаткування, що дає змогу знайти найбільш пригідний режим оподаткування підприємства. На прикладі багатьох підприємств включити його до бізнес-схеми безприбуткових компаній, що матиме пільги та дозволить таким чином мати можливість економити на податках.

Заміна виду діяльності підприємства полягає у переході конкретного підприємства на інші або ж суміжні види діяльності, що з точки зору оподаткування є найбільш доцільними. Прикладом цьому може слугувати, наприклад, ті випадки коли якась достатньо велика торгова організація може перетворюватися на торгового комісiонера, дистриб'ютора або агента.

Третім методом є заміна податкової юрисдикції. Це відбувається коли організація реєструється на території де можливе пільгове оподаткування. Наприклад, розвиток компанії у зовнішніх зонах де існує найменший податковий тягар (так звані офшорні зони).

Методи внутрішнього податкового планування налічують: вибір облікової політики, оптимізація та пільги.

Вибір облікової політики згідно з законодавством розробляється один раз на фінансовий рік. Цей документ в результаті буде підтверджувати законність ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

Найбільш поширеним та ефективним є метод зменшення оподаткування прибутку за рахунок прискорення амортизації.

Оптимізація оподаткування здобувається за рахунок використання в контрактах конкретних формулювань, а не розмитих умов. Також це відбувається за рахунок поєднання декількох договорів для забезпечення однієї угоди. Ці конкретні дії даватимуть змогу зробити процес оподаткування найбільш прозорим, з точки зору графіків надходження та витрачання фінансових ресурсів підприємства.

Отримання пільг є також не останнім інструментом в оптимізації оподаткування. По своїй природі їх застосування в більшій мірі залежить від місцевої податкової політики, тому що найзначнішу їх долю регулює місцеве законодавство.

Окрім усіх перелічених методів, що є загальноприйнятими, існує також величезна кількість спеціальних методів, що використовуються більш поодинокі, а тому вони не так відомі. Головною їх умовою як завжди повинна залишатися їх законність, а в іншому ніяких обмежень не існує.

#### Список використаних джерел

1. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28 грудня 1994 року № 334/94-ВР.

2. Каталог пропозицій про оптимізацію оподаткування і податкове планування [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://taxoptima.com.ua/ru>. — Назва з екрану.

3. Оптимизация и минимизация налогов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.buhuslugi.com.ua/ru/informatsiya/informatsiya-dlya-yuridicheskikh-lits/optimizatsiya-nalogovoj-nagruzki-minimizatsiya-nalogov.html>.

— Заглавие с экрана.

Лець Я. Е.

студент ОДАУ

Керівник: к.е.н., доц. Смирнова Н. В.

## НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ ВИНОГРАДАРСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Подальший розвиток галузі виноградарства потребує якісних інноваційних перетворень, які б забезпечили підвищення конкурентоспроможності виноградарсько-виноробної продукції. Кризовий стан виноградарства зумовлений: непропорційно високими щодо вартості продукції виноградарства цінами на машини, пальне, добрива; збільшенням вартості закладки насаджень; незбалансованістю ринку збуту винограду, внаслідок чого Україна з експортера перетворилася в імпортера цієї продукції; відсутністю зацікавленості вітчизняних і закордонних інвесторів вкладати кошти у виробництво винограду, де витрати починають окупуватися не раніше, ніж через 5—7 років; скороченням розсадницької бази [1, с. 8].

Прикладом інтегрованих виноградарських організацій є ДП ДГ «Таїровське», яке є середнім за розмірами і має виноградарсько-зерновий напрямок спеціалізації. За період 2005—2014 р.р. домінуючим фактором зростання показника валового збору винограду було підвищення урожайності культури. З рис. 1. видно, що 2014 р. був найбільш урожайним для винограду. Завдяки саме останнім двом рокам ми спостерігаємо позитивну лінію тренду. Рівняння регресії має вигляд:  $y = 3,3515x + 26,247$  свідчить про те, що в середньому щороку врожайність винограду зростала на 1,4 ц/га і в середньому за 2005—2014 р.р. Достовірність такого висновку через коливання урожайності середня ( $R^2 = 0,58$ ) середня.

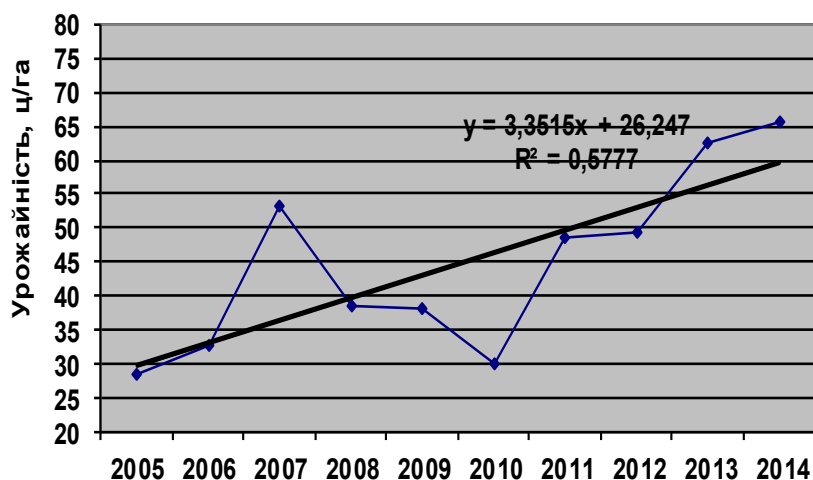


Рис. 1 — Лінія тренду урожайності винограду ДП ДГ «Таїровське»  
(Джерело: власні дослідження)

Виробництво винограду в господарстві є прибутковим видом діяльності. Рівень прибутковості виноградарства в 2014 р. складає близько 50%, що



говорить про вдосконалення технологій його вирощування, збуту і переробки. Тобто, виноград виробництва ДП ДГ «Таїровське» є конкурентним на ринку. Але в 2013 році рентабельність виробництва винограду внаслідок несприятливих погодних умов та високої собівартості була майже нульовою.

ННЦ ІВіВ ім. В. Є. Таїрова може запропонувати інноваційну додаткову послугу в рамках винних турів — енотерапії — лікування окремих захворювань сортами вина в суворо рекомендованих дозах. Проведення рекламно-маркетингових заходів, участь у виставках, ярмарках та інших заходах сприяє формуванню позитивного іміджу Одещини як туристичного регіону [2, с. 37]. Робота з формування позитивного туристичного іміджу ННЦ ІВіВ ім. В. Є. Таїрова повинна вестися за різними напрямками: видання друкованої продукції (буклетів, путівників, туристичних карт, каталогів тощо); створення і просування Інтернет-порталів тематичної спрямованості; активна участь в міжнародних туристичних виставках і ярмарках; реклама в ЗМІ України, та зарубіжжі; проведення семінарів і конференцій, які розкривають курортні можливості Одещини; організація та проведення інфотурів для представників ЗМІ та туристичних організацій.

Оскільки, згідно з проведеним SWOT-аналізом галузі виноградарства ДП ДГ «Таїровське» слабкою стороною господарства є відсутність значних інвестиційних ресурсів для його розвитку, пропонуємо вирощування суниці на винограднику столових сортів. Перевірка вченими на сумісність технологій вирощування винограду і суниці показала реальність спільного вирощування та захисту обох культур одночасно. Звичайно, не без дотримання ряду реальних у виконанні, умов. Так, виноградник повинен складатися з сортів з підвищеною стійкістю до хвороб винограду. Ціни на ягоди суниці залишаються достатньо привабливими, перебуваючи в ціновому діапазоні: 18—20 грн./кг — оптова ціна (роздрібна 25—40 грн./кг), на переробку — від 10 до 12 грн./кг.

Дослідження свідчать, що вкладення коштів в інвестиційний проект ДП ДГ «Таїровське» з виробництва суниці на 2017—2021 рр. є ефективним, його варто прийняти до реалізації. На кожну витрачену на техніку гривню ми будемо отримувати майже 1 грн. 30 коп. чистого прибутку. Проект окупиться приблизно за 2 роки. Два роки підприємство буде окуповувати проект, а весь інший час — працювати собі на прибуток. Ризики проекту незначні. Здійснення даного проекту допоможе залучити інвестиційні ресурси у розвиток виноградарства на перспективу.

#### Список використаних джерел

1. Власов В. Виноградарська галузь потребує перетворень [Текст] / В. Власов, Л. Джабурія, І. Белоус // Пропозиція. — 2014. — Спецвипуск. — С. 6—9.

2. Власов В. В. Винная дорога Одещини [Текст] / В. В. Власов, Л. В. Джабурія, І. В. Белоус, В. В. Левчук // Виноградарство і виноробство : міжв. наук. тем. зб. — Одеса, 2009. — Спецвип. — С. 34—39.

Лиса Г. Р.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н. Бутенко Т. В.

## **КРЕАТИВНА КОМАНДА ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Про те, як команда впливає на діяльність підприємства, ведеться багато дискусій, адже вона є одним з неоднозначних факторів.

В процесі побудови команди можна виділити декілька етапів, а саме: дослідження, пошук, відбір, мотивація і розвиток. На перший погляд всі ці етапи схожі на воронку продажів, тільки в даному випадку, мова йде про побудову «команди мрії». «Візьміть за правило наступну річ: лише 20% потенційних колег вам підходять і лише 5% з загального числа стануть вам ще й друзями. І якщо на вході 100 осіб, то на виході залишається всього 5—7 на вибір для створюваної команди» [1].

Почнемо з основ: сьогодні для створення команди ми пропонуємо використовувати не сучасні прийоми, а методологію, яку використовували древні кельти для організації своїх військових підрозділів. Звичайно всі ці методи пройшли низку модифікацій, але сама суть залишається незмінною. З точки зору характеру, темпераменту, кельти диференціювали людей за сторонами світу. Група «північних» людей були поводитирами, «східні» — були стратегами, «південні» — займалися створенням колективу, а «західні» втілювали всі попередні етапи в житті.

«Відповідно до логіки кельтського колеса можна виділити шість типів людей:

- північ (лідер);
- північний-схід (менеджер по продукту);
- південний-схід (маркетолог);
- південь (піарник);
- південний-захід (риск-менеджер, фінансист);
- північний-захід (менеджер проектів)» [1].

Кожна вищеперерахована категорія володіє певними компетенціями і ефект креативності наступатиме лише тоді, коли кожна з цих градацій буде присутня в команді. Важливим є також і те, що кожен член команди повинен виконувати три рольові функції разом і дані функції повинні бути розміщені на колесі один за одним. «Якщо член команди буде виконувати більше ніж три функції це приведе до роботи в режимі — 24/7, а також до внутрішніх протиріч» [1].

Кожна виділена вище група має свої особливості мотивації. Головною мотивацією для лідера можливість виступу перед великою аудиторією, давати поради, а також право володіти відповідальністю. Менеджера з продукту можливо мотивувати тоді, коли він має можливість експериментувати, а також коли його вклад в роботу команди визнаються керівництвом та іншими

членами. Для маркетолога головною рушійною силою є: статус і здорова конкуренція. Для фінансиста є важливо, щоб керівництво постійно давало йому складно вирішувані задачі, а для піарника головне, щоб для кожного члена колективу він був «своїм». Головною мотивацією для менеджера проектів є те, коли на нього покладають певну відповідальність, але роблять це не публічно, тобто керівництво має давати йому змогу організувати певні зустрічі, які будуть проходити з його проекта і за його планом. На перший погляд це елементарні потреби, але лише за їх наявності кожен сегмент команди буде почувати себе потрібним.

Будь-яка команда, звичайно, повинна мати лідера, який в свою чергу, отримує певний запал від зустрічей з людьми які його слухають. Тобто, в даному випадку, працівники являють собою певний запас енергії з якої черпає силу керівник. Команди розробляють більше інновацій, коли всіх її члени розділяють загальні цілі. Чіткі цілі — мотивація для кожного члена команди. Взаємозв'язок цілей закладаються в тому, що кожний член команди може досягнути власної мети, тільки тоді, коли інші члени команди досягнуть своєї. Взаємозв'язок цілей спонукає членів команди працювати так, щоб діяльність всіх була взаємовигідною. Для того щоб в колективі був цей взаємозв'язок, лідер повинен поставити цілі так, щоб досягнути їх можливо було тільки колективно. Вся команда повинна бути орієнтована на завдання, адже це встановлює високі стандарти роботи та дає змогу чітко представляти результати роботи один одного.

Одне з головних завдань керівника підтримувати членів своєї команди, коли щось не вдається, а також визнавати і винагороджувати за певні нові ідеї і їх впровадження. Все це в сукупності означає, що лідер повинен заохочувати ризики і спокійно відноситися до негараздів, які в будь-якій діяльності є неминучими. Також лідер не повинен скаржитися на некваліфікованих працівників, адже команду формує він сам.

Справжня команда — це така команда, де кожен її член відданий іншим учасникам команди і має непереборне бажання бути частиною цього взаємозалежного механізму. Впродовж довгих років досліджень такого поняття як команда, стало точно зрозуміло, що для того, щоб побудувати креативний колектив потрібно створити таку психологічно комфортну атмосферу, яка дасть змогу членам команди проявляти себе, змагатися з собою і міняти свій статус.

#### Список використаних джерел

1. Креативная команда: найти, собрать, удержать, руководить [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://zillion.net/ru/blog/325/kriativnaia-komanda-naiti-sokrat-udierzhat-rukovodit>. — Заглавие с экрана.

2. 6 принципів построения креативной команды [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://womo.com.ua/6-printsipov-postroeniya-kreativnoy-komandyi/>. — Заглавие с экрана.

Лут О. А.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
керівник: ст. викл. Савенкова С. В.

## ДОРОГОЦІННІ МЕТАЛИ ЯК ОБ'ЄКТ ІНВЕСТУВАННЯ

Дорогоцінні метали як об'єкт інвестування в нашій країні не має великої популярності, проте не варто недооцінювати цей об'єкт як джерело отримання прибутку. Інвестування в дорогоцінні метали по праву можна вважати надійним. Золото — основний дорогоцінний метал, який купують інвестори. Причиною тому є фізико-хімічні властивості, а також його дефіцит. «Частка видобутку благородних металів в загальному обсязі виробленої світової гірничодобувною промисловістю продукції становить всього лише 0,00005%. Очевидно, з огляду на високу вартість дорогоцінних металів на світовому ринку, добувати їх вигідно» [1].

В цьому дослідженні увагу буде зосереджено на найбільш популярному металі — золоті. Мотивація інвесторів обумовлена наступними причинами, через які вони розглядають золото як досить вигідний актив:

- висока капіталомісткість;
- ліквідність;
- диверсифікація інвестицій;
- золото виконує роль надійного засобу обміну.

На сьогоднішній день існують чотири основні способи інвестування в золото: покупка золотих злитків, придбання інвестиційних монет, відкриття золотого банківського депозиту, а також вкладання коштів в компанії які займаються видобутком золота. Придбання золотих злитків є одним з найпростіших способів інвестування тому що купити золотий злиток може кожен, у кого є на це кошти. Придбання інвестиційних монет. Вартість інвестиційних монет відносно невелика, тому починати інвестувати можна з невеликих сум. Також з інвестиційних монет не потрібна оплата ПДВ. Мінусами цього способу є:

- відсутний спред;
- невисока ліквідність.

Відкриття золотого депозиту в банку. «Такий спосіб інвестицій використовується для інвестування в золото на короткий термін. Банк для такого рахунку реально не купує золотий метал, а бере на себе зобов'язання виплатити на умовах договору необхідну суму, прив'язану до курсу золота. Золотий рахунок зручний для його власника, оскільки виключає необхідність платити гроші за обмін валюти і золота» [2].

Купівля акцій золотодобувних компаній. Цей спосіб є альтернативою всім перерахованим вище. Завдяки цьому способу можна отримати високий прибуток, однак інвестування в акції вимагає спеціальних знань від потенційних інвесторів. На рисунку 1 зображено динаміку цін на золото за 1999—2013 роки.



Рисунок 1 — Динаміка цін на золото [3]

Як видно на графіку, золото як і будь-який інший актив схильний до цінових коливань. Тому золото частіше стає привабливим для інвесторів під час світових криз коли ціна на золото зростає.

З давніх часів золото є мірою вартості. Під час економічних криз, війн золото стає найважливішим об'єктом збереження коштів від інфляції, а також девальвації національної валюти. Останнім часом, коли нас потрясають одні кризи за іншими, варто звернути увагу на золото як на об'єкт інвестування.

#### Список використаних джерел

1. Стоит ли вкладывать в драгоценные металлы [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.myrouble.ru/stoit-li-vkladyvat-dengi-v-dragocennye-metally-zoloto/>ю. — Заглавие с экрана.

2. Золото как объект инвестирования [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://money.violet-lady.ru/zoloto-kak-obekt-investirovaniya>. — Заглавие с экрана.

3. Как выглядит пузырь и почему последние изменения цены на золото им не являются [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://goldenfront.ru/articles/view/kak-vyglyadit-puzyr-i-pochemu-poslednie-izmeneniya-ceny-na-zoloto-im-ne-yavlyayutsya>. — Заглавие с экрана.

Маргаріт Т. В.  
студент ОДАУ  
Керівник: к.е.н., доц. Смирнова Н. В.

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ АГРОПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ**

Процес відтворення капіталу в сільському господарстві тісно пов'язаний з системним оновленням спожитих матеріально-технічних ресурсів на якісно новій інноваційній основі. Довготривала кризова ситуація, яка охопила сільськогосподарське виробництво та інші галузі агропромислового комплексу, особливо відчутно вплинула на погіршення стану виробничої бази, на порушення оптимальних термінів виконання технологічних операцій у виробництві рослинницької і тваринницької продукції, на зниження ефективності галузей.

Основними економічними проблемами формування матеріальних активів вітчизняних аграрних підприємств АПК на інноваційній основі є низький рівень технологічного способу виробництва (велика питома вага ручної праці); багатокладність економіки та переважання виробництв третього та четвертого технологічних укладів; високий показник зносу основних засобів (у середньому по сільському господарству становив у 2014 р. — 54,9%); збільшення виробничих витрат внаслідок використання застарілого устаткування та високої ресурсо- та енергоємності виробництва; низький загальний рівень інноваційної діяльності в промисловості (інноваційне оновлення матеріальних необоротних активів у 2014 р. здійснювали лише 10% підприємств).

Ще однією проблемою економічного розвитку України є збільшення в структурі аграрного виробництва питомої ваги підприємств енергоємних та сировинних галузей, і це при скороченні частки наукоємної продукції машинобудування. Така нераціональна структура є свідомством сировинної орієнтації та низького обсягу інвестиційних товарів та виробів тривалого використання, які найбільше впливають на технічний прогрес та відтворювальні можливості економіки. За показником рівня інвестицій в основний капітал, що має останніми роками позитивну тенденцію, Україна ще не досягла навіть рівня 1991 р. Але найбільші проблеми викликає в Україні питання фінансування оновлення матеріальних необоротних активів на інноваційній основі в аграрних підприємствах АПК [1].

Галузь сільського господарства знаходиться на критичній межі забезпеченості аграрних підприємств основними засобами і вимагає невідкладних інвестицій. Через технічні несправності та фізичне спрацювання в Україні щорічно не використовується 25—35% тракторів, комбайнів та інших машин, що призводить до порушень технологій виробництва продукції та втрат майже третини врожаю. Так, парк наявних комбайнів зношений на 82%. У результаті щорічні втрати зерна від несвоєчасного збирання зернових і зернобобових досягають від 2,5 до 3,4 млн. т [2].

Основним стримуєчим чинником формування інноваційних матеріальних необоротних активів є незадовільний фінансовий стан підприємств, які не в змозі без участі держави вирішити проблеми формування матеріальних активів. Також за період з 2008 до 2014 рр. спостерігається чітка тенденція до зменшення питомої ваги власних інвестицій — з 68,6% до 57,4%; значне збільшення частки кредитів банків — з 1,7% до 14,8%; незначна тенденція до збільшення державних асигнувань — з 5,1 до 5,5%.

За видами економічної діяльності найменша частка у регіональному обсязі капітальних інвестицій припадає на операції з нерухомістю — 20%, а набагато менша на сільське господарство — 4% (рис. 1).

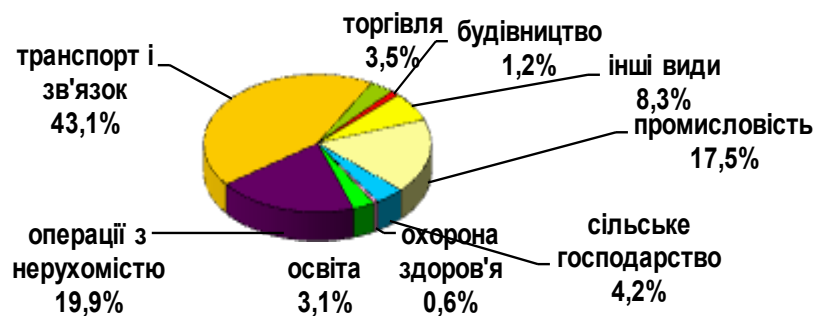


Рисунок 1 — Структура інвестицій в основний капітал за видами економічної діяльності в Одеській області, в середньому за 2012—2014 роки (у відсотках)

Україна, яка має найкращі у світі природні та сприятливі кліматичні умови для сільськогосподарського виробництва, внаслідок технологічної відсталості та нераціональної організації реформованого за неоліберальною моделлю аграрного сектору сьогодні не в змозі забезпечити своє населення доступною за ціною і достатньою за стандартними нормами продукцією.

В таких умовах створити в Україні в найближчій перспективі сучасне інноваційне сільське господарство, здатне забезпечити в повному обсязі потреби населення в продуктах харчування, а тим більше успішно конкурувати з аграріями інших країн, фактично неможливо. Тому держава і суспільство мають здійснити масштабні заходи з метою створення економічних, правових, організаційних, соціальних та інших умов для спрямування реформ на забезпечення інноваційного розвитку цього найважливішого для нормального життя країни і суспільства сектору економіки.

#### Список використаних джерел

1. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери : наукова доповідь [Текст] / П. Т. Саблука. — К. : ННЦ ІАЕ, 2011. — С. 113—114.
2. Підлісецький Г. М. Підвищення рівня фондооснащеності аграрного виробництва як основа зростання його ефективності [Текст] / Г. М. Підлісецький, М. М. Могилова // Економіка АПК. — 2009. — № 12. — С. 21—28.

Марценковська Н. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н. Бутенко Т. В.

## ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ПОДАТКІВ

Система оподаткування з'явилася з виникненням найпростішої державної моделі.

Витоки оподаткування дехто вбачає в стародавніх жертвопринесеннях, що практикувалися як майже добровільна данина вищим силам ще до виникнення християнства, проте, першими джерелами податків були оподатковувані базові цінності: земля, худоба, раби. І самі податки були «прямими», справлялися безпосередньо з громадян, що одержують прибуток від майна.

Прикладом для організованої податкової системи була і податкова система Римської імперії. Такі поняття, як «ценз», «акциз», «фіскал», «відкупник» сформувалися ще в її часи. У мирний час податки не справлялися зовсім, а витрати покривалися шляхом надавання в оренду громадських земель. Більше того, обрані магістрати не тільки виконували державні обов'язки безоплатно, а ще й вносили на громадські потреби власні кошти, вважаючи це почесною справою. А от у воєнний час громадяни Риму обкладалися податками відповідно до їх статку, для чого раз у п'ять років подавали обраним чиновникам-цензорам звіти про свій майновий і родинний стан.

З перетворенням Римської держави на імперію ускладнювалася й податкова система. На завойованих землях запроваджувалися комунальні (місцеві) податки й повинності, а Римські громадяни, які жили поза Римом, сплачували як державні, так і місцеві податки.

У Візантійській імперії справляли вже 21 різновид тільки прямих податків, а також усілякі непрямі й зовсім дивні. Отже, основні принципи оподаткування сформувалися ще за стародавніх часів.

З розвитком поділу праці і розвитком міст податкова система істотно «збагатилася», наближаючись до рубежу середньовіччя, виникли податки на виробництво, на всі види діяльності, крім сільськогосподарської. У торгівлі поширилися митні збори й непрямі податки.

Одним з тих, хто спробував створити першу наукову теорію оподаткування, став видатний шотландський економіст і вчений XVIII ст. Адам Сміт. Він стверджував, «що податки для платника — ознака не рабства, а волі» [2].

Отже, у XVIII ст. Європа вже могла пишатися раціональною системою справляння податків, як прямих, так і непрямих. З останніх особливу роль відігравав акциз. Процедура його сплати була простою й прозорою — зазвичай він стягувався безпосередньо біля міських воріт з усіх товарів, що ввозилися й вивозилися. Іноді податком обкладалося тільки те, що ввозилося в країну, тобто звільнялися від справляння акцизу товари, що йшли на експорт. Розміри акцизу



коливалися зазвичай від 5 до 25%. Якогось наукового обґрунтування розмірів цієї ставки не було, і подібні «перегини на місцях» неабияк стримували розвиток торгівлі.

З прямих податків основна маса припадала на подушне й прибутковий (від них звільнялися дворянство й духівництво). Буржуазія й селянство віддавали державі у вигляді прямих податків 10—15% усіх своїх доходів.

Наступний етап у розвитку податків припав у Європі на ХІХ ст. і був пов'язаний з піднесенням виробництва й економіки. Держава змінила пріоритети: головним об'єктом оподаткування став оборот — перехід цінностей від одного суб'єкта до іншого. Відчутним виявився для громадян також податок на спадщину. Поширилися податки на операції та капітал — в основному на його приріст у вигляді відсотків за цінними паперами або вкладками, дивідендів за акціями, зростання вартості активів.

На наступному етапі ХХ ст. світової історії оподаткування ознаменувався народженням ПДВ. Поширилися й цільові податки, збирання яких має на меті виробництво конкретних суспільних благ, таких як соціальне страхування, державне медичне обслуговування і пенсійне забезпечення, будівництво доріг тощо.

Економістів хвилювали не стільки питання збирання податків, скільки питання виробництва: що громадяни одержували в обмін на податки, яким чином найбільш ефективно організувати виробництво суспільних благ в обмін на податки. Ця теорія так званого суспільного сектора збагатила принципи оподаткування, сформульовані А. Смітом у частині ефективного використання податків при виробництві суспільних благ і неспотворювальній дії на економіку.

Отже, починаючи з моменту формування податкової системи, виникає необхідність внесення змін до правової бази та податкової системи в усіх країнах, з метою приведення її у відповідність тим соціально-економічним умовам, які виникають у державі. Держава не може існувати без податків, тому потрібно шукати оптимальну систему оподаткування, яка б задовольняла і державу, і платника податків.

#### Список використаних джерел

1. Все про податки [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://appu.org.ua/main2/shkola\\_platnyka\\_podatkiv](http://appu.org.ua/main2/shkola_platnyka_podatkiv). — Назва з екрану.

2. Історія податків [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.dpa.cv.ua/konsultacijnij-centr/z-istoriyi-viniknennya-podatktiv.html>. — Назва з екрану.

3. Оподаткування [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Оподаткування>. — Назва з екрану.

Мельничук А. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н. Бутенко Т. В.

## **ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Податок на додану вартість — це частина новоствореної вартості на кожному етапі виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг), що надходить до бюджету після їх реалізації. Інакше кажучи, ПДВ — це непрямий податок, який стягується до бюджету у вигляді надбавки до ціни товару, який сплачується споживачами.

Податок на додану вартість у багатомісячній історії податкового права — порівняно новий вид непрямого податку. Вперше його було введено у Франції в 1954 р. економістом Лоре. Податкова база — вартість, додана на кожній стадії виробництва і реалізації товарів. Додана вартість (приріст вартості) включає заробітну плату з нарахуваннями, амортизацію, відсотки за кредит, прибуток, витрати на електроенергію, рекламу, транспорт та ін. До ціни товару входить загальна сума ПДВ, внесена підприємцем на всіх стадіях просування товарів до споживача. Отже, споживач є єдиним і кінцевим платником ПДВ.

У світовій практиці податок на додану вартість став основним податком непрямой дії і в багатьох країнах замінив податок з обороту.

Запровадження ПДВ викликало багато дискусій, однак у підсумку податкове законодавство понад сорока країн світу (в тому числі 17 європейських) міцно закріпило його як один із основних каналів надходжень до дохідної частини бюджету.

Комісія Європейського Союзу оголосила ПДВ однією із обов'язкових передумов членства в Європейському союзі, що помітно впливає на країни, які прагнуть такого членства, та сприяє підтримці цього податку в інших державах.

Загальною тенденцією для всіх країн, що ввели ПДВ, стало швидке перетворення цього податку на один із основних у податковій системі. У Франції на частку ПДВ припадає 45% усіх податкових надходжень до бюджету, у Великобританії і Німеччині — 50%. Приблизно такою є частка податку на додану вартість до загального обсягу податкових платежів у бюджет держави в інших країнах — членах Європейської Співдружності. В Україні податок на додану вартість становить близько 16% консолідованого бюджету.

Податок на додану вартість — універсальний непрямий податок, який найбільшою мірою відповідає умовам ринкової економіки. Одна із властивих його ознак — економічна нейтральність: податок стягується за однаковою ставкою щодо всієї споживчої бази. Це створює йому перевагу порівняно з податком з обороту. ПДВ достатньо зручний і простий із суто адміністративного погляду (маються на увазі методи його обчислення, порядок збору та сплати, аудит і т. п.). ПДВ є найбільш надійним і постійним джерелом надходжень доходів до державного бюджету.

Незважаючи на те, що податок на додану вартість використовується в Україні вже більше десяти років, він був і залишається «terra incognita» як для платників, так і збирачів. ПДВ був запроваджений як альтернатива податку з обороту та податку з продажу, це був цікавий експеримент, бо за своїм змістом ПДВ найкраще працює в демонополізованій економіці з мінімальним застосуванням «внутрішньо корпоративних» цін та відсутністю так званих «зв'язаних осіб». Натомість, головна мета планової системи є зворотною — підтримання планового ціноутворення, збереження єдиного власника в особі держави.

Перший етап податкової реформи в Україні розпочався в грудні 1991 року прийняттям закону про нову податкову систему держави. Податок з обороту та податок з продажу були замінені ПДВ та акцизним збором.

Стягнення ПДВ на всіх стадіях руху товарів, робіт, послуг має наслідком рівноправний розподіл податкового тягара підприємницької діяльності.

Жоден з податків, що стягуються в Україні, не викликає стільки дискусій, як ПДВ. Пристрасті навколо нього вирують не один рік: з одного боку, не раз порушувалося питання про необхідність його скасування.

У будь-якому випадку на сьогоднішній день дискусії щодо ПДВ не втихають, і податок залишається головним болем української економіки, оскільки з одного боку спрямований по-суті, на запобігання перевиробництву, а з іншого — створює проблеми для держави з його відшкодуванням експортерам.

Декому такий стан речей подобається, декому ні. Але більше тих, кого ПДВ у теперішньому стані не задовольняє.

**Висновки.** Отже, незважаючи на неоднозначність поглядів стосовно необхідності справляння ПДВ, цей податок лишається, в багатьох країнах Європи, ключовим при наповненні бюджету. Податок має високу ефективність із фіскальної точки зору враховуючи широку базу оподаткування, але при стабільному розвитку економіки та низькому темпі інфляції. Відповідно застосування даного непрямого податку вимагає уважного вивчення умов функціонування економіки окремої країни, врахування потреб держави та суб'єктів господарювання.

#### Список використаних джерел

1. Кузьмінський Ю. Податок на додану вартість в Україні та деяких країнах СНД [Текст] / Ю. Кузьмінський // Бухгалтерський облік і аудит. — 2004. — № 6. — С. 43—50.

2. Лайко П. Основні вимоги Європейського союзу щодо справляння ПДВ [Текст] / П. Лайко, І. Долженко, Г. Лайко // Бухгалтерія в сільському господарстві. — 2004. — № 21 (126). — С. 2—6.

3. Чередниченко О. М. Ефективність використання ПДВ в Україні [Текст] / О. М. Чередниченко // Фінанси України. — 2004. — № 7. — С. 27—35.

Мотузко М. В.

студент ОДАУ

Керівник: к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А.

## **УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПІДСИСТЕМОЮ АГРАРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Актуальність науково-прикладного опрацювання проблеми розвитку кадровою підсистемою аграрної організації обумовлена тим, що у сучасних умовах господарювання розвиток кадрової підсистеми є проблемою, вирішення якої визначає результати діяльності підприємства і можливості соціально — економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні важливо розглядати аспекти управління кадровою підсистемою у системі, яка організаційно закріплює певні функції за структурними підрозділами, окремими працівниками, а також регламентує потоки інформації в системі управління. Актуальність проблем дослідження кадрової підсистеми аграрних підприємств та необхідність розширення діапазону наукового дослідження в цій сфері зумовлює об'єктивну необхідність в подальшому розробленні теоретичних та прикладних засад формування кадрових підсистем підприємств [1].

Актуальними сьогодні є питання методичного забезпечення потреб кадрового управління, вдосконалення організації та практики дослідження кадрової підсистеми на підприємстві, розробка рекомендацій з їх удосконалення та практичного використання для прийняття виважених рішень в сучасних умовах господарювання.

Особливості управління аграрними підприємствами на сучасному етапі тісно пов'язані зі зміною стратегічних орієнтирів в їх діяльності. Основними економічними цілями суб'єкта господарювання в ринкових умовах є підвищення ефективності виробництва, максимізація прибутку, завоювання нових ринків та задоволення потреб споживачів. Для вироблення правильної стратегії управління кадровою підсистемою аграрних підприємств необхідно визначити місію підприємства. Так, в товаристві з обмеженою відповідальністю «Роздільнянське» встановлено місію — зайняти лідерську позицію на ринку сільськогосподарської продукції (зерна, саджанців плодових і ягідних культур та декоративних кущів) Для досягнення цієї місії ми пропонуємо нашому підприємству підвищити рівень автоматизації та механізації виробничих процесів на основі впровадження системи John Deere. Завдяки цій системі підприємство зможе економити витрати праці, палива і знизити виробничі витрати під час здійснення технологічних операцій від проходу до проходу і на кожному гектарі.

Розглянемо переваги, що забезпечить впровадження системи John Deere для підприємства:

- збільшить продуктивність культур до 18% при внесенні добрив;
- скоротить перекриття і витрати на обробку ґрунту до 10%;

- заощадить до 5% витрачених ресурсів при обприскуванні, посіві та внесенні добрив;
- збільшить значно точність обприскування і швидкість роботи в полі;
- під час збирання продукції буде використовуватися вся ширина захвату жатки.

З метою мотивації персоналу передбачається збільшити фонд заробітної плати у 2016 році на 20%, преміальний фонд — на 5%, а витрати на соціальні заходи — на 10%. Соціальні заходи слід спрямувати на сприяння особистому та професійному розвитку працівників. Ефект від впровадження запропонованого для підприємства «дерева цілей» полягатиме у підвищенні чистого прибутку на 10%, частка ринку зросте на 30% впродовж 2016 року.

З метою автоматизації виробничих і управлінських процесів пропонується створити інформаційну систему прийняття і підтримки управлінських рішень з використанням Програми «1С: Управління невеликою фірмою 8» (УНФ) — рішення призначене для ведення оперативного обліку, управлінського обліку, контролю, аналізу та планування на підприємстві. Рішення не перевантажено зайвим функціоналом, його можна легко налаштувати під особливості організації управління та обліку в товаристві, що забезпечує можливість швидкого впровадження програми та зручність в роботі.

Програма дозволяє організувати управлінський облік комплексно або частково — в залежності від потреб користувачів, адже одночасно в програмі «1С: Управління невеликою фірмою» може працювати необмежена кількість користувачів.

Отже, після впровадження інноваційних заходів досліджуване підприємство отримає реальний ефект: можливість мати оперативну інформацію для прийняття рішень, контролю та складання графіків виконання робіт, відвантажень і поставок товарів, нарядів і завдань співробітників, забезпечивши оперативний контроль діяльності. Праця керівників стане більш продуктивною; доступ до інформації буде забезпечений з будь-якої точки земної кулі — через веб-браузер; інформаційна система повноцінно зможе функціонувати на базі вільного програмного забезпечення, що дасть можливість значно зменшити витрати на його придбання.

Впровадження механізації та автоматизації виробничих процесів і управління в аграрному підприємстві, створення автоматизованих робочих місць менеджерів полегшить працю персоналу, підвищить продуктивність праці, поліпшить якість робіт, а також обслуговування і контроль виробничих процесів.

#### Список використаних джерел

1. Онищенко Е. К. Кадровий потенціал та його місце в структурі потенціалу підприємства [Текст] / Е. К. Онищенко // Зб. наук. праць СНУ ім. В. Даля. — 2011. — № 23. — С. 43—46.

Петрушенко С. В.  
студент ОДАУ  
Керівник: к.е.н., доц. Смирнова Н. В.

## ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА АГРАРНОГО СТРАХУВАННЯ

Сільське господарство характеризується майже великим набором ризиків, що супроводжують агробізнесову діяльність. І особливо відчутними для даної галузі ризиками є природні. Тому агрострахування є головним інструментом управління ризиками з метою зменшення негативного впливу погоди та природних ризиків. Його перевагами є те, що воно: спрямовує допомогу до сільгосптоваровиробників краще, ніж альтернативні види державної підтримки; не суперечить вимогам міжнародних торгових угод у частині державної підтримки (йдеться, зокрема, про вимоги СОТ); стимулює аграріїв до запровадження більш досконалих виробничих процесів; сприяє довірі кредиторів, а значить — розширенню доступу виробників до кредитних ресурсів, що у свою чергу сприяє запровадженню нових технологій; здатне слугувати платформою для об'єднаних партнерських угод між державними органами та приватним сектором у галузі страхування та перестраховання; спонукає до втілення в життя інших ініціатив з управління ризиками в сільському господарстві [1].

Унікальною особливістю агрострахування є те, що воно є життєздатним у довгостроковій перспективі, як правило, лише за умови, що Уряд забезпечує фінансову підтримку системи. Однак субсидії мають застосовуватися у такий спосіб, щоб система не виявилася спотвореною. Без участі держави приватні страхові та перестрахові компанії не зможуть виділити достатні фінансові кошти, щоб повною мірою відповідати за зобов'язаннями, пов'язаними з системними ризиками в сільському господарстві. Крім того, без підтримки Уряду, коли страхові виплати в окремі роки будуть надзвичайно високими через стихійні лиха, такий стан справ або знеохотить приватні компанії страхувати аграрні ризики, або призведе до такої ескалації тарифів, що страхування стане недоступним для сільгосптоваровиробників [2].

Участь держави у підтримці страхування сільськогосподарських ризиків диктується, з одного боку, унікальністю сільськогосподарських ризиків, а з іншого — необхідністю зробити фінансову допомогу держави сільському господарству адресною і цільовою. Особливості сільського господарства, які зумовлюють доцільність участі держави в страхуванні агроризиків, пов'язані з такими факторами:

- 1) виробництво харчових продуктів через вплив погоди та природних ризиків є об'єктивно ризикованим;
- 2) сільськогосподарські ризики є системними, а це означає, що часто їх дія негативно позначається на багатьох господарствах одночасно;
- 3) агробізнес існує в умовах глобальної конкуренції та характеризується низькою дохідністю, що зумовлює необхідність забезпечити прийнятність для них тарифів агрострахування [1].

9 лютого 2012 року Верховна Рада ухвалила Закон «Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою», яким запроваджується механізм субсидованого страхування, відповідно до якого держава відшкодуватиме частку сплаченої аграрієм страхової премії. На нього покладалися великі надії, адже передбачалося, що він запустить систему агрострахування, проте, очікуваного результату досягти так і не вдалося.

У відповідності до даного Закону, було створено Аграрний страховий пул. Передбачалося, що він об'єднає провідні страхові компанії України, які надають агрострахові послуги, що забезпечить високу якість та культуру агрострахування та підвищить довіру сільгоспвиробників до страховиків. Однак до складу Агрострахового пулу увійшли лише 4 страхові компанії. Переважно вони належали до маловідомих та викликали сумніви в учасників ринку щодо своєї платоспроможності в разі настання страхових ризиків.

В Законі передбачено 7 стандартних страхових продуктів, які перебувають на погодженні у Нацкомфінпослуг та Мінагрополітики. 2 з них уже затверджені та рекомендовані до використання. Проте вони не використовуються, тому що державна підтримка у вигляді програми здешевлення страхових платежів відсутня, а самі послуги є надто дорогими. Однак у 2012 році на субсидування страхових премій було використано мізерну суму бюджетних асигнувань, а у 2013—2014 роках грошей на нього в держбюджеті взагалі не знайшлося. Відсутні вони і в поточному році. Експерти висловлюють сумнів і щодо відповідних перспектив на найближче майбутнє, зважаючи на економічну кризу та бойові дії на сході України [3].

Отже, на даний час, на нашу думку, важливими завданнями державних органів є внесення наступних змін до Закону: позиція прийому нових страхових компаній в члени Пулу; квотний принцип (без зовнішніх втручань); солідарна відповідальність між страховими компаніями — членами Пулу.

#### Список використаних джерел

1. Проект Міжнародної фінансової корпорації (IFC, група Світового банку) «Розвиток агрострахування в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.ufin.com.ua/analit\\_mat/strah\\_rynok/008.htm](http://www.ufin.com.ua/analit_mat/strah_rynok/008.htm). — Назва з екрану.
2. Страхування з під страховкою держави [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.agro-business.com.ua/agrostrakhuvannia/1338-strakhuvannia-z-pidstrakhovkoiu.html>. — Назва з екрану.
3. Фальстарт ринку агрострахування [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.agro-business.com.ua/u-pravovomu-poli/3976-falstart-rynku-agrostrakhuvannia.html>. — Назва з екрану.

Поляк А. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.пед.н., доц. Воловник В. Є.

## **ПРОЕКТНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В ІННОВАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ**

Особливості підприємницької діяльності в інноваційній сфері обумовлюють особливу роль проектного підприємництва. Україна повинна ставити перед собою амбітні ціля, але вони мають бути досяжними в довгостроковому розвитку. «Основним способом досягнення цих цілей є формування економіки лідерства та інновацій, що спирається на людський потенціал» [3].

Ключем до успіху підприємництва, насамперед, виступають регулярні та успішні інновації, які реалізуються на ринку. Звичайно, зниження витрат і реструктуризація підприємств є необхідним і «важливим», але ці заходи мають захисний характер, а успіх у довгостроковому періоді потребує значно більшого — позитивного мислення, котре направлене назовні й уперед, на нові можливості і ринки.

Інновація — це породження і використання нових знань, які потребують систематичного впровадження. Найголовнішою передумовою для цього є вільний вибір та мотивація до творчого мислення та ідей.

Наступною причиною є зведення людей у групу, котрі мають різні здібності, знання, навикки, кваліфікацію, досвід, а також спосіб мислення. Мова йде про, так звані, «м'які» фактори, які важко оцінити. Їх слід застосовувати до людського фактору. Відповідно, ведення кадрової політики повинно бути сучасним, і зрештою, ці фактори мають важливе значення для успіху в конкурентній боротьбі. Вагому роль у цьому відіграє проектний менеджмент, який тісно взаємозв'язаний з інноваційним менеджментом.

Одним із основних факторів у вік інформаційних технологій та інтегрованої в світову систему економіки є здатність навчатися, і швидше на практиці застосовувати вивчене, ніж конкуренти. Це, перш за все, питання про принципове відношення до зміни, що стосується чогось нового, а також питання організації систематичного процесу виробництва і реалізації інновацій.

Важливим інструментом для цього являється проектний менеджмент, який тісно пов'язаний із поняттям менеджменту інновацій.

На сьогоднішній день широко використовується підхід до початкової підготовки інноваційних менеджерів щодо освоєння бізнес-планування, що дає змогу створювати так звані «стартапи», але результати реалізації цих проектів можуть бути кращими. Однією з основних причин низького результату, на нашу думку, є спрямування підготовки підприємця на знання, в той час, коли для успіху інноваційного проекту найвагомішими виявилися навички, вміння, досвід, а також правильна мотивація.



Проектне підприємництво орієнтує фахівця в інноваційному менеджменті на досягнення поставлених цілей і пропонує належні підходи та заходи. Цей напрям сформувався відносно нещодавно. Успіх проекту також залежить від реалізації основних функцій інноваційного менеджменту, як-от: генерація ідей, підприємництво, функціональний менеджмент, інформаційна та експертна підтримка. З поданого випливає, що для підвищення успіху інноваційних підприємницьких ідей необхідна особлива методика і, навіть, технологія навчання майбутніх підприємців як інноваційних менеджерів.

Крім знань, навичок, умінь та здібностей, для того, щоб отримати креативні рішення кожен з членів команди повинен виконувати свою роль, і бути вмотивованим, передусім, на досягнення власних цілей, котрі узгоджені з цілями проекту. На рис. 1 можна наочно побачити складові креативності [1].

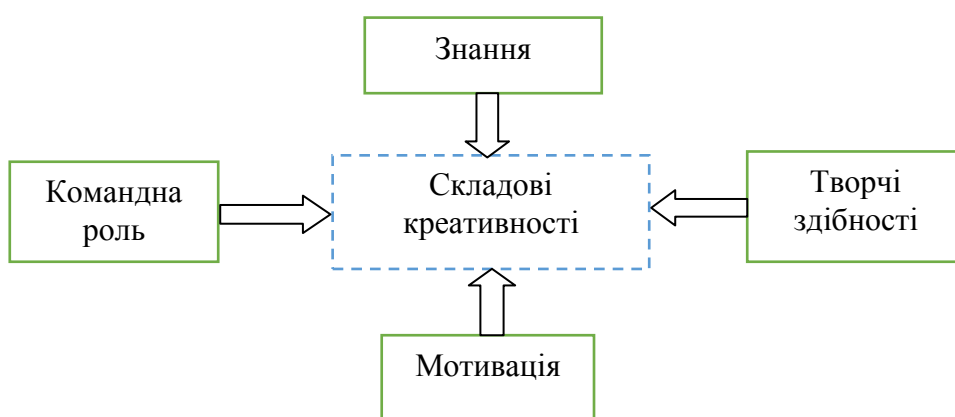


Рис. 1 — Складові креативності

На думку вчених, «комбінована технологія навчання дією при реалізації підвищує віддачу ще на етапі тренування підприємця» [2].

Отже, використання принципів, методів та інструментарію інноваційного менеджменту у проектній підприємницькій діяльності, на нашу думку, є дуже важливим для підприємця, оскільки дозволить підвищити результативність виконання інноваційних проектів.

#### Список використаних джерел

1. Креативная экономика [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.creativeconomy.ru/articles/26605/>. — Заглавие с экрана.
2. Проектный менеджмент в рыночной экономике [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://iteam.ru/publications/project/section\\_40/article\\_2473](http://iteam.ru/publications/project/section_40/article_2473). — Назва з екрану.
3. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку [Текст] : Навчальний посібник / В. В. Зянько. — Вінниця : Універсум, 2008. — 294 с.

Себова І. Г.  
студент ОДАУ  
Керівник: д.е.н., проф. Запша Г. М.

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНИХ ОВОЧІВ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Актуальність науково-прикладного опрацювання проблеми розвитку органічного овочівництва обумовлена, по-перше, необхідністю забезпечення населення України якісною, екологічно безпечною овочевою продукцією, що має високу харчову цінність та лікувальні властивості; по-друге, важливістю збереження родючості ґрунтів та навколишнього природного середовища при одночасній інтенсифікації сільськогосподарського виробництва, що сприятиме формуванню екологічного іміджу вітчизняних продовольчих товарів; по-третє, перспективністю підвищення економічної ефективності аграрних суб'єктів господарювання за рахунок нарощування обсягів збуту, враховуючи зростаючий попит на продукти органічного виробництва на зовнішньому та внутрішньому ринках. Про пріоритетність та стратегічне значення розвитку органічного аграрного виробництва свідчать положення нормативно-правових документів, прийнятих на найвищому державному рівні, серед яких Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» [1].

Мета наукової роботи — обґрунтування та розробка організаційно-економічних механізмів розвитку органічного овочівництва як напряму комплексного вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем в СГ ТОВ «Південьагропереробка» Біляївського району Одеської області.

Сприятливі умови функціонування ринкової та виробничої інфраструктури формують конкурентні переваги та створюють передумови для сталого розвитку виробництва органічних томатів в даному аграрному підприємстві. Зокрема до яких відносяться: зручне місце розташування; наявність тісних виробничо-господарських зв'язків з переробним підприємством «Гурман»; сприятливе конкурентне середовище; наявність потужних оптових та роздрібних продовольчих торговельних мереж, зацікавлених в реалізації продуктів органічного походження.

Розробка виробничої програми розвитку органічних томатів передбачає раціоналізацію структури посівних площ, при плануванні яких враховувалися потреби в конкретних видах овочевої продукції, а також обмеження у сівозмінах, земельних, трудових, фінансових і матеріальних ресурсах. Обов'язковим елементом програми виробництва органічних томатів є прогнозування рівня урожайності, розрахунок якої здійснювався на основі нормативно-ресурсного методу.

Реалізацію вирощеної продукції планується здійснювати за такими каналами — через мережу супермаркетів (55%), власний магазин (15%), а також переробному підприємству (30%) (табл. 1).

Таблиця 1 — Циклограма надходження доходу від реалізації органічних томатів за різними каналами реалізації, тис. грн.

Канали реалізації	Місяці				Всього за рік
	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	
Квартал	VII	VIII	IX	X	
Мережа супермаркетів	555,6	1389,6	1375,2	369,6	3690,0
Власний магазин	187,2	339,6	306,0	174,0	1006,8
Переробне підприємство	267,6	760,8	736,8	248,4	2013,6

Проведені дослідження і розрахунки ефективності виробництва органічної овочевої продукції в СГ ТОВ «Південьагропереробка» засвідчують, що дохід від її реалізації складатиме 6,71 млн. грн., прибуток — понад 4 млн. грн., рівень рентабельності 152,2%, а окупність вкладень — 0,7 року (табл. 2).

Таблиця 2 — Фінансові результати від реалізації проекту з впровадження органічного виробництва томатів в СГ ТОВ «Південьагропереробка», тис. грн.

№ з/п	Показники	2017 р
1.	Дохід від реалізації	6710,0
2.	Витрати проекту	2660,6
3.	Прибуток від реалізації проекту	4049,4
4.	Рівень рентабельності проекту, %	152,2

Впровадження інвестиційного проекту з розвитку овочівництва шляхом вирощування органічних помідор дозволяє суттєво підвищити економічну ефективність функціонування досліджуваного господарства та здійснювати накопичення ресурсного потенціалу. Особливо важливо те, що цей потенціал нарощується як в матеріально-фінансовому, так і в соціальному плані. Адже за рахунок овочівництва збільшується чисельність зайнятих виробництвом та збутом овочевої продукції працівників. При цьому органічне виробництво засновано на використанні ресурсозаощаджуваних технологій, мінімізації механічної обробки ґрунту та виключає використання синтетичних речовин. Пріоритетним напрямом для органічного сільського господарства є використання матеріалів і технологій, які покращують екологічну рівновагу в природних системах та сприяють створенню стійких і збалансованих агроecosystem.

#### Список використаних джерел

1. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» від 03.09.2013 № 425-VII.

Сідельников Є. Л.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.пед.н., доц. Воловник В. Є.

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ**

Перехід від індустріального до інформаційного суспільства, його розвиток у теперішній час обумовлюють не тільки стрімке зростання телекомунікаційної сфери в Україні, але й підвищення конкуренції в цій сфері. Для підприємств це означає нагальну потребу в інноваційних організаційних і структурних змінах, спрямованих на забезпечення і підтримку своїх конкурентних переваг, що ставить перед ними проблему управління означеними змінами. Отже, тема даного дослідження є актуальною у сучасний період становлення інформаційного суспільства.

Аналіз наукових джерел свідчить, що зміни розглядаються вченими як такі, що віддзеркалюють сутність інновацій. Відтак, будь-які зміни на підприємстві за своєю природою повинні бути інноваційними. Разом з тим, і зарубіжним, і вітчизняним джерелам властива багатогранність думок щодо суті інновацій, інноваційних змін, інноваційного менеджменту тощо. Так, на думку відомого американського ученого у сфері інноваційного менеджменту Б. Твіссом, нововведення — це єдиний у своєму роді процес, що об'єднує науку, техніку, економіку й управління. З іншого боку, Ф. Ніксон трактує інновації за об'єктом та предметом дослідження і стверджує, що це сукупність виробничих, технічних і комерційних заходів, які ведуть до появи на ринку нових та вдосконалених промислових процесів і обладнання [1].

На нашу думку, викладене свідчить про першочергову роль інноваційних змін у забезпеченні конкурентних переваг для здійснення успішного бізнесу підприємствами, зокрема телекомунікаційної сфери, на основі детального аналізу переваг і недоліків організації, сучасних напрямів їх розвитку.

Дослідження у сфері телекомунікацій дозволили встановити такі напрями сучасного розвитку телекомунікаційних підприємств, як-от:

а) необхідність створення новації у різних сферах життя на основі високої професійної компетентності спеціалістів цих підприємств;

б) необхідність змін в організаційно-управлінських структурах, зокрема перехід від централізованого управління до модульної організації;

в) розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій як основи і засобу функціонування телекомунікаційного підприємства;

г) необхідність підсилення, навіть до агресивної, маркетингової політики телекомунікаційного підприємства;

д) необхідність об'єднання зусиль телекомунікаційних підприємств для побудови мереж останнього покоління, коли на базі єдиної інфраструктури кожен з них зможе надавати різноманітні мультимедійні послуги.

Крім визначених вище внутрішньодержавних напрямів і тенденцій розвитку, функціонування національних телекомунікаційних ринків підпорядковується загальносвітовим тенденціям становлення інформаційного суспільства, як от: посилення процесу лібералізації і загострення міжнародної конкуренції; поглиблення інтеграційних процесів; науково-технічні та технологічні зміни; розвиток нових методів нецінової конкурентної боротьби та вихід на інноваційний шлях розвитку [2, с. 36].

Як відомо, існують планові та стихійні зміни. Зрозуміло, інноваційні зміни на підприємстві мають бути плановими.

Модель планової зміни включає в себе такі послідовні елементи: постановку проблеми, аналіз впливу зовнішнього середовища, дослідження внутрішнього середовища; усвідомлення необхідності змін; оцінку відповідності організації тенденціям розвитку середовища, визначення необхідних змін у технології, продукті, структурі, культурі, людях; ініціювання змін; сприяння дослідженням, новаторству, впровадженню винаходів, створення венчурних команд; здійснення змін; аналіз факторів, що сприяють і перешкоджають змінам, подолання опору змінам; підкріплення змін супутніми організаційними процесами (зміна мотивації, впровадження елементів організаційної культури тощо); перетворення зміни в необхідний елемент організації на основі позитивних результатів [3].

Виходячи з поданої моделі змін і враховуючи основні тенденції розвитку підприємств телекомунікаційної сфери у теперішній час, можна дійти висновку, що система управління інноваційними змінами на підприємствах цієї галузі повинна містити дві складові: стратегічну і оперативно-тактичну, кожна з яких повинна містити плани дій, алгоритм яких відповідає поданій моделі змін, за такими підсистемами управління: якістю телекомунікаційних послуг, організаційно-технічним, виробничим, маркетинговим, інноваційним, збутовим, кадровим і партнерським потенціалами, знаннями (компетенціями), забезпеченням інформаційної безпеки, правовим і методичним забезпеченням.

#### Список використаних джерел

1. Виханский О. С. Менеджмент [Текст] / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — М. : Гардарика, 2010. — 320 с.
2. Гранатуров В. М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій [Текст] : навч. посіб. / І. В. Литовченко, І. А. Кораблінова ; за заг ред. проф. В. М. Гранатурова. — К. : Кафедра, 2013. — 256 с.
3. Управління змінами і нововведеннями в організації [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://stud.com.ua/22124/menedzhment/upravlinnya\\_zminami\\_novovvedennyami\\_or\\_ganizatsiyi](http://stud.com.ua/22124/menedzhment/upravlinnya_zminami_novovvedennyami_or_ganizatsiyi). — Назва з екрану.

Скалозуб М. І.  
Студент ОНПУ  
Керівник: к.е.н., проф. Бровкова О. Г.

## **ІНВЕСТИЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОСІБ ЙОГО ВЗАЄМОДІЇ З ДЕРЖАВОЮ**

Залучення інвестицій є одним з найефективніших шляхів до забезпечення розвитку окремого підприємства та держави в цілому. Згідно з Законом України «Про інвестиційну діяльність» інвестиціями вважаються всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект.

За даними Державної служби статистики у 2015 році в економіку України іноземними інвесторами вкладено 3763,7 млн.дол. США та вилучено 891,3 млн. дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Обсяг залучених з початку інвестування прямих іноземних інвестицій в економіку України на 31.12.2015 року становив 43371,4 млн.дол. США. У регіональному розрізі основним регіонами-реципієнтами стали м. Київ та Дніпропетровська область. При цьому до м. Києва надійшло більше половини всіх прямих інвестицій (52,1%).

Найбільшу частку капітальних інвестицій (33,5%) освоєно підприємствами промислових видів діяльності, обсяги яких у січні-грудні 2015 р. порівняно з відповідним періодом попереднього року зменшились на 19,9%. Інвестиції підприємств із постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря скоротились на 27,7%, добувної промисловості і розроблення кар'єрів — на 26,1%. Капітальні інвестиції закладів державного управління й оборони, обов'язкового соціального страхування збільшились на 126,2%, підприємств діяльності у сфері інформації та телекомунікації — на 121,8%, закладів освіти — на 52,7%, охорони здоров'я та надання соціальної допомоги — на 45,8%.

Стосовно структури капітальних вкладень, освоєних підприємствами можна сказати, що основним джерелом капітальних інвестицій залишились власні кошти підприємств та організацій, які становили 67,4% від загальної маси інвестицій. Доля іноземних інвестицій склала 3,1% від загальної кількості, а за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів освоєно лише 7,4% інвестицій.

Однією з проблем інвестиційної сфери є недостатність прикладів ефективної співпраці держави та підприємницького сектору. Для того, щоб організувати більш тісні економічні зв'язки в останні роки Уряд намагається популяризувати таку форму інвестиційної діяльності як державно-приватне партнерство. Воно спрямоване на встановлення партнерських відносин між державою та бізнесом.

Така форма співпраці дозволяє залучити додаткові кошти у державний сектор економіки та підвищити виробничо-економічну ефективність його

діяльності. Державно-приватне партнерство насамперед передбачає взаємовигідну тривалу співпрацю та солідарний розподіл ризиків та винагород між учасниками.

Партнерство може використовуватись у галузях машинобудування, охорони праці, виробництва та постачання електроенергії, туризму та рекреації, обробленні відходів, розвідки родовищ корисних копалин та інших, крім видів господарської діяльності, які відповідно до закону дозволяється здійснювати виключно державним підприємствам, установам та організаціям [1].

Пріоритетні напрями використання механізму державно-приватного партнерства (ДПП) в Україні [2, с. 98]:

1. Побудова нових та реконструкція старих автомобільних доріг на умовах концесії.

2. Розвиток та модернізація об'єктів сфери житлового-комунального господарства.

3. Геологічна розвідка родовищ та видобуток корисних копалин. В Україні традиційно актуальною залишається проблема видобутку власного природного газу (зі сланців, або на шельфі Чорного моря), що дозволить суттєво знизити залежність національної економіки від імпорту енергоносіїв. Реалізація подібних інвестиційних проектів потребує залучення потенціалу ДПП.

4. Реалізація спільних проектів у гуманітарній сфері (освіта, наука, екологічний туризм, рекреація, охорона пам'яток культурної та природної спадщини, будівництво зон відпочинку (сквери, паркові зони) та ін.).

Спільна робота бізнесу і влади в реалізації проектів ДПП сприяє розвитку новаторських форм проектного фінансування, стимулює підприємницьке мислення і сприяє впровадженню передових методів управління в органах влади. Все це сприяє розвитку діалогу між бізнесом і владою в різних сферах.

ДПП дозволяє не просто реалізовувати проект, але реалізовувати його якісно, вводити його вчасно, без затримок, це дозволяє підвищити якість державних послуг населенню і значно збільшити ефективність управління інфраструктурою. При цьому механізми ДПП дозволяють успішно використовувати досвід і професіоналізм приватного сектора при збереженні державного контролю над активами [3, с. 26].

#### Список використаних джерел

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01 липня 2010 року № 2404-VI.

2. Баталов О. А. Національний інститут стратегічних досліджень. Відділ регіонального розвитку. Аналітична записка [Текст] / О. А. Баталов, І. В. Валюшко. — К. : [Б/в], 2010. — 125 с.

3. Павлюк С. М. Наукові праці КНТУ [Текст] / С. М. Павлюк, К. В. Павлюк. — Економічні науки. — 2010. — Вип. 17. — С. 25—31.

Чичкан А. С.  
Студент ОНПУ  
Руководитель: к.э.н., проф. Бровкова Е. Г.

## **ПРОБЛЕМЫ ИНОСТРАННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ КАК РЫЧАГА РАЗВИТИЯ И СТАБИЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

На сегодняшний день отсутствуют инвестиции в украинскую экономику. Данная ситуация вызвана рядом причин, среди которых ведущую роль играет политическая нестабильность и недоверие зарубежных инвесторов в возможные перспективы со стороны украинских предприятий. Всё это неблагоприятно сказывается на развитии и становлении экономики.

«Привлечение средств зарубежных инвесторов направлено на активизацию инвестиционных процессов, развитие новых технологий, использование иностранного опыта в предпринимательства, а также ускорит процесс качественного развития малого и среднего бизнеса на территории Украины» [2, с. 346].

Инвестиционная деятельность, направленная на развитие отечественных предприятий, является главным рычагом в достижении стабильного и целенаправленного улучшения национального экономического состояния. Для определения ведущих проблем и значения вложений в развитие национальной экономики дадим общее определение иностранным инвестициям.

В научной литературе под категорией инвестиций принято понимать осуществления определенных экономических проектов в данный момент времени для того, чтобы получить доход в будущем. Такой подход является основополагающим в отечественной экономической литературе, так и в зарубежных информационных источниках [3, с. 4].

Также стоит указать на то, что среди инвестиций по характеру участия в делах предприятия различают прямые иностранные инвестиции и портфельные. К прямому инвестированию относятся операции по внесению средств и имущества в уставный капитал юридического лица в обмен на корпоративные права. Как правило, такие инвестиции формируют от 10 до 25% капитала фирмы и дают право на участие в управлении предприятием. В противовес им действуют портфельные инвестиции, процесс реализации которых заключается в покупке ценных бумаг предприятия на фондовом рынке. Такие операции не предоставляют возможности влиять на управление фирмой и её делами.

По данным статистических исследований на 1 июля 2015 года в экономику Украины было привлечено прямых иностранных инвестиций на сумму \$ 42851,3 млн. Данные вложения производились из 133 стран мира, в том числе 77,4% всех средств из стран Европейского Союза. В лидерах по инвестированию находятся такие страны, как Кипр, Германия, Нидерланды и Австрия.

Так как инвестиции играют ключевую роль в развитии экономических процессов, то стоит указать и то, что они являются, прежде всего, основным



источником получения прибыли. Также они обеспечивают простое и расширенное воспроизводство основных фондов предприятий и дают возможность решать задачи социального и экологического плана.

Дополнительно стоит обратить внимание на то, что крупнейшие зарубежные компании, которые осуществляют инвестирование, главными проблемами в реализации своих проектов считают:

- неэффективное и нестабильное законодательство;
- полное игнорирование условий законодательства со стороны украинских участников проектов;
- высокий уровень коррупции.

Проблемами, с которыми наиболее часто сталкиваются зарубежные инвесторы являются:

- бюрократия и отсутствие прозрачности: это заключается в сложностях с получением разрешений, лицензий и т.д.
- налоговая политика;
- вопросы таможенной политики: борьба с контрабандой и уничтожением конфискованных товаров, пошлина и тарифы на импорт;
- рынок труда: недостаток профессионалов;
- выполнение законов: коррумпированность судебной системы и т. д.

Украина является привлекательной для инвестиционной деятельности благодаря богатым природным ресурсам, значительному человеческому потенциалу, развернутой инфраструктуре, потенциальной емкости внутреннего рынка. Но, к сожалению, на практике низкие инвестиционные вложения свидетельствуют о неполном использовании потенциала страны [1, с. 133].

Иностранные инвестиции играют важную роль в любой экономике, и украинская не является исключением. Важно, что они не только позволяют в полной мере компенсировать дефицит национальных средств, а и являются проводником современных технологий производства и управления, своеобразным «пропуском» на мировые рынки товаров, капиталов и технологий. В связи с этим, стоит сказать о том, что в нынешней ситуации привлечение иностранных инвестиций может сыграть роль «спасательного жилета» для экономики страны [1, с. 129].

#### Список использованных источников

1. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка [Текст] : навч. посіб. / Ю. Г. Козак. — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 118 с.
2. Кудряшов В. П. Курс фінансів [Текст] : навч. посіб. / В. П. Кудряшов. — К. : Знання, 2008. — 431 с.
3. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність [Текст] : навч. посіб. / Т. В. Майорова. — К. : Центр учбової літератури, 2004. — 376 с.

Яцун В. В.  
Студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Томашевська М. В.

## **ВДОСКОНАЛЮВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО ГОСПОДАРСТВА У СИСТЕМІ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА**

Енергетичне господарство відіграє провідну роль в операційній системі підприємства. Ознайомившись з матеріалом по цій темі, можна з впевненістю стверджувати, що багато дослідників у різні часи проводили ретельні дослідження з даного питання, через велику актуальність проблеми ефективного використання різноманітних видів енергії та енергоносіїв у виробництві.

За ХХ століття кількість енергії, що витрачається на одиницю промислової продукції в розвинених країнах світу, зростає в 10—12 разів. У зв'язку з цим підвищується роль енергетичного господарства у забезпеченні безперебійного функціонування виробничого процесу, підвищується його значення з метою зниження витрат на виробництво і підвищення рівня рентабельності промислових підприємств.

Енергетичне господарство — це сукупність енергетичних установок і допоміжних пристроїв, основною метою якого є забезпечення надійного та безперебійного постачання різних видів енергії та енергоносіїв на підприємство при мінімальних витратах [1].

Енергопостачання підприємства має специфічні особливості, що полягають у необхідності негайного використання виробленої енергії та нерівномірної потреби в ній протягом доби й пори року. Тому безперебійне постачання енергією повинне забезпечуватися за рахунок створення резервів потужностей енергетичного встаткування.

Найбільш досконалою і економічною системою енергозабезпечення є централізована, тобто коли підприємство отримує енергоносії зі сторони. Ефективність такої системи забезпечується завдяки надійності і безперебійності джерел енергії, а також зниженням витрат виробництва та капітальних витрат, що пов'язані із отриманням необхідних виробництву видів енергії [2].

Склад та структура енергетичного господарства залежать від обсягів основного виробництва, його енергоємності, географічного розміщення виробництва та інших, не менш важливих факторів.

За характером використання енергія буває: технологічною, руховою (силова), опалювальною, освітлювальною та санітарно-вентиляційною. Для промислових підприємств найбільше значення має споживання енергії на рухові і технологічні цілі. В якості рухової сили технологічного та підйомно-транспортного обладнання використовуються головним чином електроенергія і в невеликій кількості пар і стисле повітря.

Різні види енергії та енергоносіїв застосовуються на всіх стадіях технології виробництва товару. При цьому єдність і взаємозумовленість

технології і енергетики — найбільш характерна риса більшості виробничих процесів промислового підприємства. До числа споживачів електроенергії необхідно віднести і такі ділянки виробництва, як слабкострумові засоби зв'язку — телефони, радіо, диспетчерський зв'язок.

На всіх підприємствах-енергоспоживачах має бути складений енергетичний паспорт, який є нормативно-господарським документом, затвердженим за єдиною державною формою. У такому паспорті відображаються всі основні відомості про енергогосподарство підприємства і виробляється оцінка ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів по об'єктах підприємства.

Планування, організацію та управління енергетичним господарством на великих підприємствах здійснює спеціальна служба головного енергетика. На невеликих виробництвах енергетичне господарство значно спрощене та знаходиться у веденні головного механіка.

Усі спеціалісти системи енергетичного господарства в залежності від напрямків діяльності гуртуються у виробничі підрозділи — цехи, дільниці, лабораторії, групи тощо.

Енергетичне господарство є найважливішим фактором виробництва, який суттєво впливає на собівартість продукції та може як знизити її, так й збільшити. Тому дуже важливо правильно розпланувати використання енергоносіїв при виробництві задля отримання максимальної економічної вигоди [3].

Основні напрямки вдосконалювання енергетичного господарства та підвищення ефективності його функціонування:

- придбання ресурсозберігаючого устаткування;
- використання найбільш економічних видів енергоресурсів;
- удосконалювання схем енергоспоживання;
- удосконалювання технологічних процесів;
- автоматизація виробничих процесів, обліку й контролю використання ресурсів;
- удосконалювання конструкцій енергоустаткування;
- застосування розрахунково-аналітичних методів нормування ресурсів;
- спрощення структури енергетичного господарства підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Курочкін А. С. Операційний менеджмент [Текст] : посіб. / А. С. Курочкін. — К. : МАУП, 2000. — 144 с.
2. Курочкін А. С. Управління підприємством (процесуальний аспект) [Текст] : учбов. посіб. / А. С. Курочкін. — К. : МАУП, 1998. — 140 с.
3. Макаренко М. В. Производственный менеджмент [Текст] : учеб. пособ. для вузов / М. В. Макаренко, О. М. Махалина. — М. : Приор, 1998. — 384 с.



## **СЕКЦІЯ 2**

# **СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ**

Heinrich Ammon  
 Student of Johannes Gutenberg University Mainz  
 Faculty of Translation Studies  
 Linguistics and Cultural Studies Germersheim  
 Prof. Dr. PhD. Birgit Menzel (professor for slavistics)

## **DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGIES IN SPORTS SPHERES**

Speaking about sports marketing, the first thing that comes to a lot of peoples mind is sponsoring or sports advertisement. The concept actually also covers the fields of merchandising, licensing and procurement of TV rights. Today’s marketing strategies in sport spheres went through a long and complicated process. Beginning with advertisements on the shirts of athletes up to today’s professional video clips with special effects used in several different communication mediums and social networks. Two different branches of sports marketing are sponsoring and patronage.

Sponsoring as we know it today became more and more important in the beginning of the 1920s when companies like Coca Cola officially started to sponsor the Olympic Games. Since then the influence of sports marketing has steadily risen. In 2016 the approximate worldwide spending on sports sponsorship will be 60.02 billion USD [1]. The most sponsored sport is football followed by the Olympic Games and tennis.

Patronage means the support of a single person or organization that has the privilege to support a club, player or team without expecting any consideration on return.

Table 1 — Differences between sponsoring and patronage

Patronage	Sponsoring
<ul style="list-style-type: none"> <li>• mostly cultural interests</li> <li>• consideration not expected</li> <li>• discrete form of funding</li> <li>• donations, scholarships, dues</li> <li>• no special communication arrangements</li> <li>• fewer systematic and professional funding</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• interests of the sponsor (company) play an important role</li> <li>• consideration required</li> <li>• events, contests, publications</li> <li>• communication through posters, advertisements, articles</li> <li>• systematic and professional involvement</li> </ul>

Sponsors come from all different industrial sectors and can even be companies that sell products known for being unhealthy and not at all helpful when doing sports. Some examples are soft drinks (Coca Cola Company), fast food (McDonald’s), alcoholic beverages (especially beer companies) and tobacco. However, the most

important sector that sponsors athletes or clubs is still the clothing industry. World's most famous football players, sprinters, swimmers or racing drivers promote sneakers shirts and other articles of clothing.

Patrons (donors) are often super-rich businessmen, sheikhs or oligarchs. Today they are especially active in the football business for example by supporting clubs of the world's top leagues.

A highly important role in today's sports marketing play modern information technologies. Companies advertise their products by the help of the internet, sports games for computers or video game consoles.

The best way to advertise a product to a wide range of people is probably still television. One of the best known sports events in the world is the Super Bowl. It is the annual championship game of the National Football League (American Football) with millions of viewers all around the globe. In the last years mostly food and car companies have been willing to pay up to five million USD for a 30-second advertisement in the games half-time break [2]. The biggest sponsorship deal ever made in the world was the one of Coca Cola and the Olympics 2012 in London. The company spent about 100 million USD to become an official sponsor of the games. The best sponsored athlete of 2015 with an estimate endorsement earning of 58 million USD was Swiss tennis player Roger Federer with official deals with Wilson, Nike, Rolex, Mercedes-Benz and Gillette [3].

The figures of the last years show a continuing increase of investments in sports marketing. The fact that people's interest in sports is still one of the most popular leisure activities makes it possible to prognosticate a further development of the branch towards higher spending. This concerns not only sponsoring but also advertisement, merchandising, licensing and TV rights in the field of sports.

#### Bibliography:

1. Alonso dos Santos, Manuel : Strategies in sports marketing: Technologies and Emerging Trends. — Hershey : Business Science Reference, 2014.
2. Beech, John & Chadwick, Simon : The Marketing of Sport. — Harlow : Pearson Education Limited, 2007.
3. Oberndorfer, Monika : Sportmarketing — Entwicklung Anhand Ausgewählter Probleme, Diplomica Verlag, 2000.

## CONSUMER BEHAVIOUR AS A FACTOR AFFECTING MARKETING STRATEGY

Nowadays the consumer is an element starting the marketing process — people „create» products by communicating needs and wants. The purpose of this article is to indicate internal and external drivers conditioning consumer behaviour and how they affect the marketing strategy. Strategic marketing focus on recognizing competitive advantages of a company in the markets where they are selling their goods, providing services or are willing to do so. Another aim centres upon sustainable use of resources. In the view of that understanding of the concept firms are obliged to search for alternative strategies due to the market segmentation and different characteristics of the consumers. Identification of consumer groups is fundamental to create appropriate marketing strategy (either local or global).

Strategic marketing could be divided into three different strategies recognized by Michael Porter [3, p. 35]:

- overall cost leadership;
- differentiation;
- focus (cost focus and differentiation focus).

Managers of the company should choose one of the mentioned above strategies after determining consumers characteristics. Marketing management as a complicated process consists of particular stages: analysis, planning, 4P of marketing-mix (product, price, place of distribution and promotion). Consumer behaviour identification should proceed as a part of the initial process called analysis and be updated during the whole marketing activity. Behaviour of the consumer could be influenced by two subordinated groups: internal and external components. These factors are shown in the Table 1 [2, p. 274].

Table 1. — External and Internal Factors of the Consumer Behaviour affecting Marketing Strategy

External influence	Internal influence
Culture (values, religion, language)	Learning and memory
Subculture	Motivation
Reference group	Values
Demographics	Involvement
Family model	Personality
Social class	Perception

Starting with the external factors, culture has one of the biggest impact on the consumer behaviour. In the terms of globalization, not only are production and sales moving abroad, but also lifestyles, values. Some countries, due to the development stage or low language knowledge prefer non-verbal communications. Subcultures not



uncommon have their own values, sanctions, which are consumption patterns. Reference groups, idols determine the cultural standards of the society. Demographics stand for structure, size and distribution. Shift from the domestic family, through nuclear to atomistic family creates new trends in shopping. Hence consumers are divided into two groups- individuals and as a part of a whole family. Social affiliation creates a gap which could be covered with appropriate communication process. Legal and ethical actions taking into account are basic studies for the segmentation process.

Internal factors include learning and memory, which could be affected by products in the meaning of retrieving memories. Products influence sensation by marketing stimuli. Colour, smell, sound, sight are crucial sensory stimuli having impact on consumers choices. Nevertheless, combining motivation, values and involvement specifies individual consumer. The recognition of consumer motives is a significant stage in the process of delivering values by a product fulfilling needs and desires of a consumer [1, p. 128]. Social marketing is an important component of management's functions, which role comes down to put together products features and beliefs and attitude of a consumer. Companies should be aware of the fact, that many product choices are made under the concept of a similarity of the product attributes and personality of a consumer.

Purchase of a product is generated by needs, wants, desires and other factors, which impact on a decision-making process (including experience and alternative evaluation). Considering all listed factors, both external and internal, which influence consumers behaviour, top-level managerial decisions of the marketing process should draw on a market segmentation and assign corresponding marketing strategy (one to a whole process or several different strategies due to the outlined groups). Another strategy would be used for students from Eastern Europe, another for businessmen from the United States. Such conclusion results from the implication of diversification rules.

Market domination could be obtained by penetrating a market and distincting particular individuals or groups of consumers. Recognition of different factors affecting consumers has crucial meaning for marketing process. Only then organizations would gain competitive advantage at a strategic level within considered area.

#### List of references:

1. Porter, M. E. Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York [etc.]: Free Press, 2004. — 396 p.
2. Solomon, M. Consumer Behaviour. A European Perspective, G. Bamossy, S. Askegaard, M. K. Hogg. — Harlow [etc.] : Financial Times: Prentice Hall, 2006. — 701 p.
3. Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D., Consumer Behavior. Building Marketing Strategy. — Boston [etc.] : McGraw-Hill/Irwin. McGraw-Hill Higher Education, 2010. — 778 p.

Бойко М. О.  
студент ОДАУ  
Керівник: к.е.н., ас. Найда І. С.

## СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність наукового опрацювання проблеми стратегічного планування розвитку аграрних підприємств спричинено високим рівнем конкуренції та невизначеності, мінливістю зовнішнього і внутрішнього середовища, необхідністю внесення змін у діяльність суб'єктів господарювання. Стратегічне планування дозволяє визначити загрози та можливості для ефективного функціонування аграрних підприємств, зменшити ризик при прийнятті рішень, підвищити результативність у довгостроковій перспективі та зміцнити позиції підприємства як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Дослідженню питання стратегічного планування присвячені праці провідних іноземних та вітчизняних вчених, серед яких суттєвий внесок зробили І. Ансофф, П. Ф. Друкер, М. Е. Портер, Г. Мінцберг, А. А. Томсон, Р. А. Фатхутдінов, І. А. Ігнат'єва, В. Д. Немцов, З. Є. Шершньова та інші. Проте, питанням стратегічного планування розвитку аграрних підприємств приділено недостатньо уваги, що і зумовило актуальність цього дослідження.

Стратегічне планування як новий підхід у менеджменті було сформовано в 70—80 рр. ХХ ст. Питанням визначення сутності «стратегічного планування» займалось багато вчених та економістів. Однак, найбільш змістовним є визначення українських вчених З. Є. Шершньової та С. В. Оборської, які стратегічне планування визначають як «адаптивний процес, за допомогою якого здійснюється регулярна розробка та корекція системи досить формалізованих планів, перегляд змісту заходів щодо їхнього виконання на основі безперервного контролю та оцінки змін, що відбуваються зовні та всередині підприємства» [1, с. 25]. Однак, дане визначення не враховує необхідність врахування цілей при здійсненні та змінненні планів.

Як зазначає І.В. Смолін, стратегічне планування є «системою стратегій підприємства, яка поєднує: корпоративну (загальну), конкурентні, функціональні, операційні та територіальні стратегії» [2, с. 21]. Дійсно, стратегічне планування полягає у розробці системи стратегій, але при цьому ще треба враховувати можливі зміни у середовищі, згідно з якими повинні коректуватись ці стратегії. Таким чином, стратегічне планування — це сукупність дій та рішень, які приймає керівництво, у процесі обґрунтування специфічних стратегій, спрямованих на досягнення підприємством своїх цілей.

Впровадження стратегічного планування в практику діяльності аграрних підприємств потребує розробки спеціальних методичних рекомендацій. На рис. 1 представлено логічну схему процесу стратегічного планування розвитку підприємства. Визначено етапи процесу стратегічного планування, їх послідовність та інструментарій, що дозволяє реалізувати кожен етап [3, с. 6].

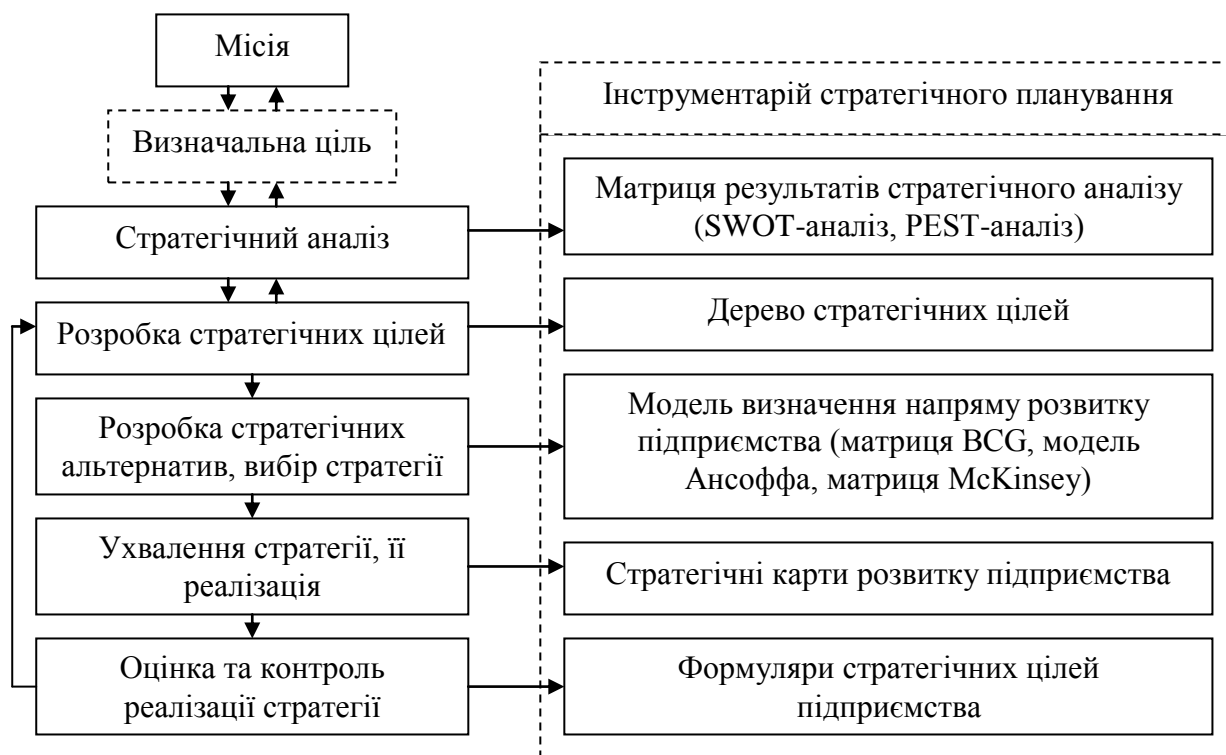


Рис. 1 — Процес стратегічного планування розвитку аграрного підприємства

Для активізації впровадження аграрними підприємствами стратегічного планування доцільно виділити переваги стратегічного планування, які передбачають: наявність перспективного мислення у керівників та працівників підприємства; більш чітке визначенню цілей, завдань підприємства та шляхів їх досягнення; адаптація підприємства до раптових змін ринкового середовища; чітка координація дій підрозділів підприємства (керіваність і контроль), демонстрація обов'язків та відповідальності керівників усіх рівнів; ефективний розподіл ресурсів підприємства; зниження ризиків втрат прибутків в результаті своєчасної оцінки та врахування можливих загроз.

Підсумовуючи вищевикладене, варто зазначити, що сьогодні важливе місце у сучасному менеджменті відводиться стратегічному плануванню, що є необхідною передумовою здійснення успішної виробничо-господарської діяльності підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління [Текст] : підручник / З. Є. Шершньова. — К. : КНЕУ, 2004. — 699 с.
2. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації [Текст] : монографія / І. В. Смолін. — К. : КНТЕУ, 2004. — 344 с.
3. Мірошник М. В. Стратегічне планування : генезис, сучасність, перспективи [Текст] / М. В. Мірошник // Вісник НТУ «ХП». — 2014. — № 34. — С. 3—10.

Будуров І. М.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Савенкова С. В.

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНСАЛТИНГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Український консалтаційний ринок: існує близько 20 років; пропонує широкий спектр послуг, що відповідає світовій практиці; складає близько 0,3% ВВП; має свої характерні особливості та проблеми. Загальна чисельність співробітників, зайнятих в сфері консалтингу в Україні, становить близько 20 тис. осіб.

Український ринок консалтингу є висококонкурентним за рахунок присутності як світових лідерів, так і значної кількості місцевих гравців.

Фактори, що впливають на розвиток ринку:

1. Сильний вплив: загальний стан економіки; інвестиційна привабливість країни в цілому; платоспроможність клієнтів; конкуренція на ринку консалтингових послуг.

2. Середній вплив: політична ситуація в Україні; професійний рівень топ-менеджменту замовників; діяльність професійних об'єднань.

3. Слабкий вплив: рівень зрілості і сформованості ринку консалтаційних послуг; глобалізація бізнесу; конкуренція у галузях, які використовують консалтаційні послуги [1].

Більшість консалтингових компаній (близько 70%) створено після 2000 року. Основна частина ринку консалтаційних послуг в Україні припадає на Північний регіон (в основному на м. Київ) — 70% від загального обсягу ринку.

Для окремих сегментів ринку характерний різний рівень спеціалізації. Найбільш спеціалізованими сегментами є: юридичний консалтинг, консалтинг в сфері стандартизації, сертифікації, енергозбереження, дослідження, консалтинг в сфері ІТ.

Найбільш диверсифікованими консалтинговими компаніями з точки зору послуг, що надаються, є компанії з сегменту управлінського консалтингу.

За кількістю проектів на рік лідирують консультанти з сегменту маркетингових і стратегічних досліджень (більше 30 проектів на рік).

Найбільший сукупний дохід на одного співробітника зафіксований в сегментах юридичного консалтингу, консалтингу в сфері ІТ, фінансового консалтингу і аудиту, найменший — в сегменті тренінгів і семінарів.

В Україні існують професійні громадські організації, які об'єднують гравців ринку, проте участь в них приймає близько половини консалтингових компаній.

Проблеми розвитку ринку консалтаційних послуг:

1. Слабка обізнаність потенційних споживачів про ринок консалтаційних послуг і його потенціал.

2. Складність отримання об'єктивної інформації про консультаційні компанії, їх можливості, обсяги та якість послуг.

3. Недовіра до консалтингу, в цілому, яка обумовлена не завжди достатнім рівнем професіоналізму з боку консультантів.

4. Невисокий рівень інтеграції українських консультаційних компаній в міжнародні консультаційні структури і об'єднання.

5. Низька активність професійних об'єднань на консультаційному ринку.

Шляхи вирішення проблем:

1. Проведення форумів, конференцій та інших публічних заходів, присвячених проблемам і перспективам українського консультаційного ринку.

2. Популяризація консалтингу як сегменту ділової інфраструктури для споживачів, включаючи малі та середні підприємства.

3. Підвищення відкритості і «прозорості» українського консультаційного ринку.

4. Реалізація навчальних програм серед консультантів.

5. Підтримка діяльності професійних об'єднань на консультаційному ринку [2].

Прогнозується збереження високого рівня конкуренції, а також відхід з ринку частини дрібних гравців, подальше поглиблення спеціалізації і пошук методологій і компетенцій, які будуть виділяти консалтингові компанії з числа інших.

Перспективи розвитку консалтингового бізнесу в Україні:

1. У середньостроковій перспективі на ринку України будуть необхідні консультаційні послуги, пов'язані з поліпшенням фінансового стану клієнтів, реструктуризацією, обслуговуванням процесів залучення інвестицій і великих проектів державного значення.

2. У довгостроковій перспективі будуть розвиватися послуги, що забезпечують стратегічну конкурентоспроможність клієнтів консалтингових компаній, які базуються на інноваційних управлінських концепціях і інструментах у всіх сферах і сегментах консалтингового ринку.

3. Окремим сегментом консалтингової діяльності, який буде розвиватися згідно з вимогами європейського та світового ринку, є аутсорсинг бізнес-функцій в області управління персоналом, інформаційних технологій, фінансового консалтингу та аудиту.

#### Список використаних джерел

1. Ринок консультаційних послуг в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://astarta-tanit.com.ua/assets/files/101115%20consulting.pdf>. — Назва з екрану.

2. Презентація огляд ринку консалтингових послуг в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/5099/1/46%20-%2049.pdf>. — Назва з екрану.

Войтова Т. О.  
студент ОДАУ  
Керівник: асист. Левіна-Костюк М. О.

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СФГ «НЕПОМНЮЩЕГО О. А.» НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ

В умовах ринкової економіки важливою характеристикою діяльності аграрних підприємств є конкурентоспроможність. Забезпечення високих конкурентних переваг є запорукою ефективного розвитку сільськогосподарських підприємств не лише на внутрішніх ринках, а й в умовах міжнародної діяльності. Саме тому питання підвищення конкурентоспроможності агропідприємства є актуальним для вивчення.

Метою статті є виявлення основних напрямів підвищення конкурентоспроможності агропідприємства на основі концепції маркетингу.

Досить повно та системно розкривають поняття конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в своєму визначенні М. Малік та О. Нужна [1, с. 60—68].

Досліджуване СФГ «Непомнющого О. А.» Березівського району Одеської області є невеликим за розмірами, провідним в господарстві є вирощування зернових (озимої пшениці). Поряд з тим виробництво цієї продукції є на рівні точки беззбитковості.

Визначальними показниками конкурентоспроможності підприємства є фінансова стійкість та ділова активність, а також ефективність виробничої діяльності. Тому для розрахунку показника конкурентоспроможності ми скористувалися теорією ефективної конкуренції запропонованою М. Маліком та О. Нужною [1].

Таблиця 1 — Розрахунок показника конкурентоспроможності СФГ «Непомнющого О. А.»

Показники	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014р. до 2012р., (+,-)
1. Ефективність виробничої діяльності(ЕВД)	0,617	0,762	0,752	0,135
2. Фінансовий стан (ФС)	0,389	0,640	0,892	0,502
3. Ділова активність (ДА)	7,630	8,963	7,104	-0,526
4. Показник конкурентоспроможності (КП)	3,003	6,541	3,017	0,014

З таблиці 1 можна зробити висновок, що за усіма показниками підприємство мало найвищий індекс конкурентоспроможності в 2013 р. він складав 6,541 пунктів і зріс порівняно з 2012 р. на 3,538 пункти. При цьому ефективність виробничої діяльності покращилася за останні три роки на 1,396 пунктів, а фінансовий стан — поліпшився на 0,044 пункти.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства має тенденцію до покращення за рахунок усіх складових.

Для об'єктивної оцінки СФГ «Непомнючого О. А.» потрібно порівняти його параметри з іншим сільськогосподарським підприємством. Для порівняння візьмемо ТОВ «Іскра-Юг».

Таблиця 2 — Порівняльний аналіз показників ефективності озимої пшениці у 2014 р. в СФГ «Непомнючого О.А.» та ТОВ «Іскра-Юг»

Показники	СФГ «Непомнючого О. А.»	ТОВ «Іскра-Юг»
Урожайність зернових , ц/га	12,2	46,6
Посівна площа, га	65,6	2973,3
Обсяг реалізованої продукції, ц	426,0	51937,0
Товарність,%	1,6	69,1
Повна собівартість одиниці продукції, грн	110,0	119,8
Чистий прибуток, грн	97283,0	1968000,0
Рентабельність,%	0	57,12

Проведений аналіз засвідчив, що урожайність зернових в СФГ «Непомнючого О. А.» на 73,84% менша ніж у ТОВ «Іскра-Юг», посівна площа — на 97,79% менша, обсяг реалізованої продукції — на 99,18%, повна собівартість одиниці продукції — на 8,17% менша, чистий прибуток — на 95,06% менший.

Такі результати виникли тому що, більшість фермерських господарств є дрібними та мають рівень чистого прибутку до 50 тис. грн., у нашому випадку 97 тис грн. Тому у порівнянні з селянським (фермерським) господарством сільськогосподарські товариства мають значно більші розміри [2, с. 16—24].

Після проведеного аналізу можна зробити висновок, що підвищенню конкурентоспроможності СФГ «Непомнючого О. А.» сприятиме:

- розвиток соціальної і ринкової інфраструктури в сільськогосподарській місцевості;
- поліпшення якості виробленої сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів;
- розроблення програми розвитку зерновиробництва, як найперспективнішого виду продукції господарства;
- використання маркетингових стратегічних технологій [3, с. 25].

#### Список використаних джерел

1. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств : методологія і механізми [Текст] / М. Й. Малік, О. А. Нужна. — К. : Інститут аграрної економіки, 2007. — 270 с.
2. Макаренко П. М. Фермерські господарства України — до 20-річного ювілею [Текст] / П. М. Макаренко, Л. Л. Мельник // Економіка АПК. — 2010. — № 7. — С. 16—24.
3. Стратегічні напрями розвитку агропромислового комплексу України [Текст] / П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселка. — К. : ІАЕ, 2002. — 60 с.

Гуцул У. Н.  
студент ОРИГУ НАГУ  
при Президенте Украины  
Руководитель: к.е.н., доц. Красностанова Н. Э.

## **ДРЕСС-КОД КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ**

Дресс-код является важной составляющей организационной культуры и выполняет множество функций, главными являются: дисциплинарная, коммуникативная, идентифицирующая.

Дресс-код — форма одежды, которую используют в случаях посещения определённых мероприятий, заведений, организаций.

Выделяют следующие категории дресс-кода по уровню конкретики:

1. Категория А: обязательный, прописанный в документах формат одежды.

Сферы применения: финансовые, юридические, консалтинговые — сферы, где крайне важно продемонстрировать стабильность и сформировать доверие.

2. Категория В: желательный, рекомендуемый стиль в силу специфики.

Сферы применения: рекламные и event-агентства, фонды, редакции журналов и издательства, образовательные учреждения.

3. Категория С: нет дресс-кода (требования к одежде негласные).

Сферы применения: недвижимость, производственные компании.

4. Категория D: униформа.

Сферы применения: официанты в ресторанном бизнесе, курьеры, медицинские работники.

Для успешной разработки дресс-кода компании стоит учитывать основные психологические принципы, на основе которых создаётся доверительное отношение клиентов и рабочее состояние персонала:

1. Принцип собранности и встроенности: жёсткие ткани, предметы одежды, которые держат форму, собранные волосы.

2. Принцип сдержанности эмоций и инстинктов: закрытость (грудь, плечи, колени, локти); ахроматическая гамма + синий, бежевый; непрозрачные фактуры.

3. Принцип цельности (цельные костюмы, однотонность).

4. Принцип обезличивания (отсутствие узоров, аксессуаров, украшений).

Все вышеперечисленные принципы характерны для делового дресс-кода, который исходит из классического стиля. Изначально использовался для государственных сфер: внешние отношения, закрепление частной собственности и торговых переговоров. В современном мире деловой дресс-код в классическом проявлении теряет свою актуальность.

Дизайнер образов и психолог Анна Шарлай выделяет ситуации, в которых деловой дресс-код уместен: «встречи в деловой среде, переговоры на высоком уровне, встреча с VIP-клиентом» [2].



Так же Анна Шарлай выделяет основные форматы делового стиля: формально-деловой стиль (включает в себя все вышеперечисленные принципы), управленческий деловой стиль (допускает большую расслабленность и индивидуальность), неформальный деловой стиль (требует выполнения 1—2 принципа).

При разработке дресс-кода для персонала стоит учитывать множество факторов, основными являются:

1. Специфика деятельности организации.
2. Уровень и точки контакта персонала с клиентами.
3. Традиции, ценности, символы организации.

Специфику деятельности при формировании дресс-кода разделяют по параметрам:

1. Объект труда.
2. Профессиональные инструменты.
3. Цели.
4. Условия работы.

В зависимости от специфики деятельности стоит пересматривать основные психологические принципы, рекомендуемые для разработки профессионального дресс-кода. В случае, если организация ориентирована на гастрономическую деятельность принцип сдержанности эмоций и инстинктов может ослабевать. В случае, если организация направлена на креативную деятельность принцип обезличивания теряет свою актуальность.

Дресс-код влияет на формирование рабочего состояния персонала и уровня доверия клиентов. Важным фактором является сбалансированное сочетание психологической стабильности, специфики деятельности и иерархии в организации. Совокупность данных факторов и обеспечивает уникальность организации и, соответственно, уникальность дресс-кода.

#### Список использованных источников

1. Carrie McCarthy Style Statement : Live by Your Own Design [Текст] / Carrie McCarthy, Danielle LaPorte. — Little, Brown and Company. — 2008. — 256 p.
2. Курс «Профессиональный образ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://annasharlay.com/shop/workstyle01>. — Название с экрана.
3. Организационная культура [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/organizacionnaya-kultura.html>. — Заглавие с экрана.

Демір В. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н., доц. Красностанова Н. Е.

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОМТП**

Морські торговельні порти України є ланкою в системі міжнародних відносин. Вони є складовою частиною виробничої торговельної інфраструктури нашої держави, що підкреслюється їх розташуванням на напрямку міжнародних транспортних коридорів. Від того на скільки вони ефективно можуть функціонувати, на скільки технічно та технологічно оснащені, на скільки вони відповідають сучасним міжнародним стандартам (вимогам), відповідно від цього залежить їх конкурентоспроможність як на внутрішньому ринку так і на світовому (зовнішньому). Та від ефективності функціонування цієї галузі залежить становлення України як дійсно морської держави.

«Морський порт — належним чином облаштований транспортний комплекс, розташований на відведених в установленому порядку державній адміністрації порту території та акваторії із встановленими межами і призначений для обслуговування суден, пасажирів і вантажів, проведення навантажувально-розвантажувальних робіт, надання транспортно-експедиторських, спеціалізованих та інших послуг, а також забезпечення безпечного судноплавства та стоянки суден» [2].

Стратегічне управління — це є реалізація певної концепції, яка поєднує в собі і інтегральний підхід, і цільовий по відношенню до діяльності певної організації, що надає можливість встановлювати певні цілі розвитку та проводити їх порівняння з можливостями.

Стратегічне управління для торговельного морського порту — це «засіб, який використовується для досягнення перспективної мети чи вибір напрямку розвитку, форму організаційного розвитку (ФОР) і форму менеджменту, які забезпечать досягнення перспективної мети порту» [1, с. 74].

Усі стратегічні засоби в галузі морського транспорту мають в першу чергу забезпечити суттєві перетворення у системі подальшого формування від подальшої портової діяльності доходів та майбутнє їх використання, забезпечити високий рівень конкурентоспроможності морських портів.

Одеський морський торговельний порт (ОМТП) — це великий торговельний порт міжнародного значення, що знаходиться в південно-західній частині Одеського заливу. Саме цей порт має один з найбільших у Європі пасажирських терміналів.

Як і для будь-якого підприємства, організації, розробка концепції подальшого розвитку ОМТП є примхою керівництва, а це є необхідністю, на яку підштовхує час, технічний розвиток, конкуренція та інше.

Розвиток саме цього порту на сьогодні має бути стратегічним не тільки для самої Одеси, а і для всієї держави. Слід зазначити, що портами України, в

тому числі і Одеським морським портом, цікавляться іноземні інвестори, яких найбільш приваблює інфраструктура порту, в яку вони готові вкладати гроші та модернізувати її, таким чином, вони почнуть збільшувати свій прибуток.

Станом на сьогоднішній день план розвитку Одеського морського торговельного порту передбачають лише короткостроковий та середньостроковий періоди.

Доцільність формування стратегії та запровадження стратегічного управління в ОМТП полягає в наступному:

1. Стратегія, відображаючи систему цінностей, погляди вищого керівництва підприємства, його бачення майбутнього, допомагатиме зорієнтувати персонал у потрібному напрямку.

2. Раціональна структура економіки є такою системою виробництва та його обслуговування (інституційного, ресурсного, грошово-фінансового, науково-технічного, інформаційного, цінового (ринкового), інфраструктурного, кадрового тощо), за якої формується (або сформована) на місцевому, регіональному і національному рівнях агрегації необхідна кооперація виробництва кінцевої продукції, яка має ринки збуту і на яку існує адекватний попит, а саме виробництво здатне вдосконалюватися та розвиватися, тобто підприємства є інтегровані (або інтегруються) в місцеву, регіональну та національну господарські системи.

3. Аналіз середовища підприємства, трактуючи вихідну ситуацію, визначатиме обмеження, які ним накладаються і можливу його еволюцію.

4. Сформована стратегія виступатиме інструментом координації, який буде забезпечувати узгодження цілей, а у випадку виникнення протиріч сприятиме досягненню компромісів, допомагатиме здійснювати діагностику діяльності підприємства, визначаючи причини відхилень між результатами та цілями (причини стратегічних розривів).

Наявність сформованої стратегії підвищуватиме адаптивну готовність підприємства до непередбачених змін, демонструючи зв'язок між функціональними підрозділами підприємства, сприятиме обґрунтованому управлінню.

#### Список використаних джерел

1. Ненно І. М. Стратегія управління морськими торговельними портами : горизонт, структура, інструменти [Електронний ресурс] / І. М. Ненно // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. — 2015. — Том 14. — Вип. 2 (30). — С. 68—78. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://rinek.onu.edu.ua/article/download/61629/57370>. — Назва з екрану.

2. Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Стратегія розвитку морських портів України на період до 2015 року» від 16 липня 2008 року № 1051-р.

Дехтярєва І. О.

студент ОДАУ

Керівник: к.е.н., доц. Бахчіванжи Л. А.

## **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРА**

Розвиток ринкових відносин, глобалізація економіки, вступ до Світової організації торгівлі, набуття Україною статусу асоційованого члена ЄС суттєво вплинули на функціонування і розвиток сільськогосподарського виробництва, формування збутової політики для організації збутової діяльності підприємств і гарантування збуту сільськогосподарської продукції.

Ефективність збутової політики базується на адаптації підприємств до мінливих умов макро- та мікросередовища, врахуванні критеріїв кон'юнктури ринку, конкуренції, визначеності ринкового середовища. Важливого значення набуває впровадження нових управлінських підходів, які поширюються на весь спектр діяльності сільськогосподарських підприємств. Для забезпечення збуту своєї продукції сільськогосподарським товаровиробникам слід використовувати сучасні інструменти маркетингу, визначати канали збуту та його учасників, розробляти ефективну комунікаційну політику, здійснювати постійні маркетингові дослідження ринків, об'єктивно оцінювати збутовий потенціал та пристосовувати його до мінливих умов ринку [1, с. 175].

В теперішніх умовах господарювання вже недостатньо тільки виробляти продукцію, адже велика увага приділяється просуванню і збуту продукції. Стимулювання збуту доповнює інші відомі методи просування товару, використовує різноманітні засоби активізованого впливу, здатні прискорити чи посилити відповідну реакцію ринку.

Стимулювання збуту вважається не таким універсальним засобом збільшення об'ємів продажів, як реклама, оскільки його вживання носить епізодичний характер або є кінцевою складовою все тієї ж реклами. Підвищена конкуренція змушує підприємств — виробників йти на великі поступки як споживачам і посередникам в збуті своєї продукції, так і постачальникам сировини для свого підприємства за допомогою стимулювання всього процесу виробництва [2, с. 145]. Крім того, об'єктивним чинником зростання ролі підвищення ефективності стимулювання є те, що ефективність реклами знижується через витрати на неї в засобах масової інформації. Тому все більша кількість підприємств вдається до стимулювання збуту як до засобу, який може ефективно підтримати рекламну кампанію.

У структурі експорту останніми роками переважає продукція рослинництва, яка становить близько 3/4 сільськогосподарського експорту і найбільша частка якої припадає на олію та зерно. Великі експортні можливості аграрний сектор має з молока та молокопродуктів, м'яса та м'ясопродуктів, насіння соняшника. Основними споживачами української

сільськогосподарської продукції є країни СНД, на які припадає третина експорту, та Європейського Союзу, на який припадає чверть експорту.

Водночас експортний потенціал аграрного сектора України використовується ще дуже слабо. Лібералізація зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією ще не підкріплена стимулюванням її експорту. Як наслідок, український аграрний сектор недостатньо інтегрований у світовий продовольчий ринок. Про це свідчить низька частка експорту у валовій продукції галузі, яка становить 12%, тоді як у Польщі та Угорщині цей показник складає 25%, а у Німеччині — понад 50% [ 3, с. 78].

Значною мірою це зумовлено низькою конкурентоспроможністю вітчизняної сільськогосподарської продукції порівняно з продукцією інших країн-експортерів. Реалізація високого експортного потенціалу аграрного сектора стримується також відсутністю міжнародної стандартизації української продукції, хоча за якістю і безпекою вона не поступається продукції з інших країн. Недостатнім є розвиток інфраструктури просування продукції на зовнішні ринки, немає активної реклами. Таким чином, з метою нарощування експортного потенціалу аграрного сектора економіки країни необхідно на державному рівні забезпечити:

1. Державну підтримку експорту конкурентоспроможної на зовнішніх ринках продукції, здешевлення процедури оформлення експорту.

2. Гармонізацію системи стандартизації та сертифікації сільськогосподарської продукції, правил санітарного, ветеринарного та фітосанітарного контролю з міжнародними стандартами та вимогами.

3. Створення об'єднань експортерів, координацію їхньої діяльності на зовнішніх ринках з метою ефективного використання кон'юнктури та дотримання правил конкуренції.

4. Поліпшення рівня оснащення лабораторій з визначення якості та безпеки продукції, їхню акредитацію у міжнародній системі.

5. Удосконалення транспортної та портової інфраструктури, її модернізацію та підвищення пропускну здатності.

6. Розширення участі вітчизняних виробників у міжнародних виставках та ярмарках.

#### Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: підручник [Текст] / В. Г. Андрійчук. — К. : КНЕУ, 2002. — 624 с.

2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник [Текст] / С. С. Гаркавенко. — К. : Лібра, 2010. — 720 с.

3. Пересадько Г. О. Аналіз маркетингової політики просування та збуту продукції підприємства [Текст] / Г. О. Пересадько, О. В. Пересадько, О. В. Радченко, С. І. Науменко // Механізм регулювання економіки. Міжнародний науковий журнал. — 2010. — Т. 3, № 3 (48). — С. 72—80.

Згурська О. С.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: ст. викл. Савенкова С. В.

## ГОЛОВНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО БЮДЖЕТУВАННЯ В БАНКАХ

**Постановка проблеми.** Бюджетування займає головне місце в діяльності банку. Дуже гостро стоїть питання бюджетування в процесі планування діяльності банку, через постійну потребу в залученні грошових ресурсів та їх розподілу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дана проблема досить актуальна, її досліджувала значна кількість фахівців, таких як Ю. Овдій, О. Васюренко, Р. Квасницька, Г. Партин, інші.

**Ціль дослідження.** Дослідити сучасний стан бюджетування в банках з метою визначення та класифікації банківського бюджетування, а також визначення проблем, недоліків та переваг бюджетування в банках.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Спочатку розглянемо що таке бюджет. Бюджет — це план у кількісному виразі, що відображає доходи та витрати за певний період часу і капітал, що дозволяє досягати поставленої мети. Бюджетування відображає певний стан фінансових ресурсів підприємства на заданий період часу. Традиційне поняття бюджету не дозволяє потенційно розвиватися банкові через те, що концентрується увага менеджерів лише на короткострокових фінансових результатах банку. Для того щоб бюджетування було ефективним потрібно щоб воно було неперервним технологічним процесом.

Велику увагу в діяльності банку слід зосередити на формуванні бюджету комунікацій в сфері маркетингу. Даний бюджет для будь-якого комерційного банку не може бути створено ізольовано від інших бюджетів. Розробка бюджету формується в рамках загальних технологій бюджетування.

Існують проблеми, з якими стикається керівництво комерційного банку. Однією із цих проблем є проблема вибору технології бюджетування, тобто ставиться питання: «Яку ж саме технологію планування бюджету потрібно обрати?»

«Технології планування бюджету:

- варіативність планів, коли для прийняття рішення готується і аналізується кілька варіантів плану бюджету;
- ітераційне планування, що полягає в багаторазовому узгодженні бюджету на різних рівнях відповідальності;
- технологія «Rolling Budget» має на увазі оперативне корегування планів» [2, с. 403].

Розглядаючи першу технологію можна сказати, що вона доречна для великих банків в яких в процесі планування бере участь обмежена кількість висококваліфікованих в цій сфері фахівців та дуже високий ступінь

централізації управління. Другу технологію можна рекомендувати банкові, в якому в процесі бюджетування приймає участь велика кількість фахівців, тобто починаючи з керівників і закінчуючи кінцевими виконавцями. Друга технологія найкраще підійде комерційному банку де присутня меш жорстка централізація управління. Розглядаючи третю технологію можна сказати, що вона більш всього підходить для венчурних напрямків. Ця технологія ефективна при постійній зміні зовнішньої та внутрішньої ситуації, тобто коли вона має особливість різко змінюватися.

Існує ще така проблема, а саме: «Який саме метод формування бюджету являється найкращим?».

«Існують наступні методи формування бюджету:

- метод від наявних коштів (скільки залишилося);
- метод відсотка;
- метод частки ринку (не менш, ніж у інших);
- метод конкурентного паритету;
- метод виходячи з цілей і завдань;
- метод точки беззбитковості» [2, с. 403].

Кожен з вищенаведених методів формування бюджету має свої як позитивні, так і негативні сторони. Наприклад, позитивні характеризуються ступенем точності розрахованих витрат. А також до позитивних можна віднести можливість поєднання витрат та результатів з просування продукту на ринку. У кожного методу є свої негативні сторони.

Існують ще такі методи формування бюджету, як:

- метод «від досягнутого»;
- метод «на нульовій основі».

Метод формування бюджету «від досягнутого» ефективний та реалізується за різних умов. Одна із умов — це стійкий та добре прогнозований бізнес. Інша умова — при неможливості збору інформації про перспективу бізнесу та якісної її обробки. Метод «на нульовій основі» криє в собі змогу більш точно прорахувати потребу в ресурсах.

**Висновки.** Отже, найкращим способом складання бюджету комерційного банку являється залучення різних прийомів та способів урахування стану зовнішнього та внутрішнього середовища. Але все ж таки для комерційного банку при вирішенні проблеми бюджетування, поєднання різних методів та технологій буде замало. Так як в житті рішення проблем впровадження бюджетування мають на 80% організаційний характер, а на 20% мають методичний. Тож головну роль відіграє мотивація.

#### Список використаних джерел

1. Хруцкий В. Е. Внутрифирменное бюджетирование [Текст] : настол. кн. по поставке финансового планирования / В. Е. Хруцкий, В. В. Гамаюнов. — М. : Финансы и статистика, 2007. — 461 с.

Карагяур Ф. Л.  
студент ОДАУ  
Керівник: к.е.н., доц. Мельничук О. І.

## СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЗАГАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна ринкова економіка є досить нестабільною, постійні кризи охоплюють ту чи іншу країну по черзі. Розвиватися підприємству у таких умовах дуже складно. Для посилення своїх ринкових позицій організації розробляють різноманітні стратегії.

Вперше поняття «стратегії» почали використовувати у військовій сфері, але потім «стратегія» перейшла і до інших галузей економіки. Категорія «стратегія» трактується науковцями по-різному: стратегія — конкретний план дій на довгострокову перспективу; стратегія — сукупність заходів направлених на досягнення цілей організації; стратегія — правила поведінки підприємства на ринку задля досягнення його мети. Узагальнивши зазначені визначення, пропонуємо категорію «стратегія» розглядати як план поведінки організації задля досягнення довгострокових цілей.

Стратегія може бути загальна або за окремими напрямками діяльності підприємства, в залежності від того, де підприємство втрачає позиції, або набирає оберти. Поняття загальної стратегії підприємства — розроблення плану дій на довгострокову перспективу підприємства, при цьому використовуючи функціональні, ресурсні, збутові та інші стратегії, з метою досягнення стратегічних цілей [3, с. 135].

Важливим є правильна постановка задачі загальної стратегії, адже неправильне розуміння ситуації веде до непотрібних заходів, а потім може призвести до банкрутства компанії. Загальна стратегія повинна охоплювати не просто декілька напрямків діяльності підприємства, а охоплювати його з усіх його напрямків діяльності враховуючи абсолютно всі фактори внутрішнього і зовнішнього середовища.

Загальна стратегія характеризується тим, що вони є відносно невизначеною, адже базується на певних законах розвитку економіки, ринку, конкуренції та інтуїтивних якостях людей, що її складають. Ефективність і раціональність стратегії не означає її здатність задати підприємству потрібного напрямку розвитку в умовах, що склалися. Вона повинна, крім вищезазначених показників, бути доречною та виправданою.

Загальна стратегія повинна бути ефективною, раціональною, доречною, оригінальною, щоб вивести підприємство на новий рівень функціонування. Розроблення відмінної загальної стратегії розвитку підприємства ще не означає успіх. За розробленням іде реалізацій запланованих дій.

Високий професіоналізм, компетентність, ризикованість, вміння тверезо оцінювати ситуацію та ін.; створення необхідного клімату у підприємстві серед робітників, їх сприйняття змін — є необхідними умовами успішної реалізації загальної стратегії підприємства. Підбір правильного персоналу потрібний, бо



стратегія завжди є суб'єктивною — кожна людина здатна бачити шляхи вирішення завдань по-різному, тому потрібні працівники, які бачать те саме ті потрібні шляхи досягнення поставлених цілей. При розробці стратегії також важливо мати здатність аналізу ситуації на даний період часу та вміти передбачати зміни та майбутній розвиток подій як ззовні так і в середині підприємства.

Високий темп розвитку та змін зовнішнього середовища потребують виконання головної особливості стратегії — бути гнучкою, та здатність реагувати на зміни при цьому не завдаючи істотних змін у результативності — тобто наявність альтернатив у стратегії.

Як відомо, не маючи цілей — нема і існування. Підприємство при створенні має чітко виражену причину існування мету завдання і цілі. Загальна стратегія діяльності підприємства є дуже важливою і потрібною, адже саме вона визначає способи досягнення мети, завдання підприємства [1, с. 2].

Загальна стратегія допомагає уникнути наслідків неконтрольованих змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства, з мінімізуванням збитків. Нажаль цілеспрямованою розробкою стратегії займаються лише великі компанії та компанії, які мають наміри розширюватися, розвиватися та позиціювати себе твердо на ринку.

На сьогодні не всі розуміють правильно підприємництво, як майстерність управлінням організації так, щоб отримати бажаний прибуток. А для досягнення цього потрібні якраз цілі на довгострокову перспективу, розробляти шляхи їх досягнення чим якраз і займається загальна стратегія підприємства. Загальна стратегія дає впевненість у виконуваних діях, їх наслідків. Зменшує ризикованість підприємництва та тим самим дає бажані результати — досягнення поставлених цілей. Розроблена якісна загальна стратегія в поєднанні з потрібним персоналом дає організації не тільки отримання бажаного прибутку, позиціювання себе на ринку та ряд інших бажаних цілей, але і підвищує корпоративний дух, задовольняє як матеріальні, моральні та соціальні потреби працівників [2, с. 95].

Отже, розроблення загальної стратегії підприємства незважаючи на те, що це трудомісткий довгий процес, є необхідним для ефективного розвитку підприємства. Не маючи плану дій, неможливо досягати бажаних результатів та успіху у веденні підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Афанасьєв М. В. Стратегія підприємства [Текст] : навч.-метод. посіб. / М. В. Афанасьєв, Г. О. Селезньова. — Харків: ІНЖЕК, 2007. — 272 с.
2. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку [Текст] / А. П. Наливайко. — К. : КНЕУ, 2001. — 228 с.
3. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства [Текст] : підручник / М. Г. Саєнко. — Тернопіль: Економічна думка. — 2006. — 390 с.

Ковтуняк В. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н., проф. Яроміч С. А.

## АДХОКРАТІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Термін «адхократія» був запропонований в 1960-і рр. експертом з проблем лідерства Уорреном Беннісом, а потім популяризував футурологом Елвіном Тоффлером. Творцем теорії організаційного дизайну і, звичайно, адхократії у подальшому став канадець Генрі Мінцберг — професор університету Макгілла в Монреалі. У найбільш повному та доступному вигляді теорія організаційного дизайну була викладена ним у книзі «Структура в кулаці: створення ефективної організації», яка була видана в 1983 році.

За своєю суттю адхократія є протилежністю бюрократії. Адхократія ігнорує класичні принципи менеджменту, згідно з якими у кожного є певна, постійна роль, і являє собою гнучку організацію, де індивідууми можуть за необхідності вільно використовувати свої таланти. Адхократія — це надзвичайно органічна організаційна структура, що представляє собою відкрите, вільне, гнучке, творче, спонтанне підприємство, яке є антитезою традиційному великому бізнесу. Вона володіє характеристиками горизонтальної або ієрархічної організації, де в основному діють команди працівників, що володіють знаннями, наділені повноваженнями і самоврядні.

Адхократія — організаційні форми, підрозділи, що займаються новими для фірми питаннями і є, як правило, тимчасовими; носять різні назви: робочі, експертні, цільові групи, робочі центри, штаби, команди і т. п. Ці підрозділи зазвичай не вказуються у схемі організаційної структури компанії.

Слово «адхократія» походить від латинського виразу *ad hoc* (з нагоди) і визначає якусь тимчасову, спеціалізовану, динамічну організаційну одиницю.

Термін, що означає «протилежність бюрократії» введено в 1968 р. американським психологом Уорреном Беннісом, що приділяв особливу увагу впливу, який чинить на співробітників керівник і його очікування.

Адхократія — організація, що відкидає класичні принципи менеджменту, що вимагають, щоб кожен працівник виконував на виробництві строго певну постійну роль.

Більшість людей виконують свої обов'язки у складі адхократичної цільової бригади чи комітету, які розпускаються, як тільки виконано поставлене завдання. Адхократія те саме що тимчасова структура. Їх характеризують як „шатри, а не палаци», тобто структури, які можна швидко реконфігурувати, ледь виникнуть нові обставини. Головна мета адхократії — прискорювати адаптивність, забезпечувати гнучкість і творчий підхід до справи в ситуаціях, для яких є типовою невизначеність, двозначність та/або перевантаження інформацією.

Адхократія зазвичай ненав'язлива по відношенню до тих, хто в ній працює, хаотична, мінлива, широко використовує для вирішення виникаючих

завдань методи командної роботи, не визнає авторитетів, окрім тих, що ґрунтуються на знаннях і досвіді.

Адхократія — прекрасне середовище існування для високоосвічених і енергійних, незалежно мислячих та працівників, які вміють діяти в умовах невизначеності. Найбільшою мірою адхократія підходить для компаній, що оперують в умовах непередбачуваного і швидко мінливого попиту, і тим фірмам, робота в яких вимагає від співробітників творчого підходу. Наприклад, більшість автомобільних і металургійних заводів не можна віднести до адхократії, але її прихильниками є рекламні агентства, видавництва.

Адхократичну організація часто існує у таких напрямках бізнесу, як:

- рекламні агентства;
- видавництва;
- аерокосмічна індустрія;
- розробка програмного забезпечення;
- високопрофесійні консультаційні послуги;
- кіновиробництво;
- вибори і т. д.

Як приклад можна привести проект фірми Мак Кінзі з удосконалення діяльності Великого театру у м. Москва.

Найважливішим викликом, перед яким виявляються подібні організації, є необхідність виробництва новаторської продукції і послуг, так само як і швидка адаптація до нових можливостей. На відміну від ринку або ієрархії адхократія не використовує централізовану владу і авторитарні взаємини.

#### Список використаних джерел

1. Борисова Л. Г. Организационный дизайн : современные концепции управления [Текст] / Л. Г. Борисова. — М. : Академия народного хозяйства при Правительстве РФ, Дело, 2003. — 512 с.

2. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации [Текст] / Г. Минцберг. — СПб. : Питер, 2004. — 278 с.

3. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь [Текст] / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. — М. : ИНФРА-М, 2007. — 495 с.

4. Тоффлер Э. Шок будущего [Текст] / Э. Тоффлер. — М. : Аст, 2002. — 267 с.

Ковтуняк Д. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н., проф. Яроміч С. А.

## УПРАВЛІНСЬКІ НОУ-ХАУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Термін «ноу-хау» (know how) вперше був використаний в договірній практиці між компаніями Великобританії і США. Спочатку під ноу-хау розуміли інформацію, спеціально опущену заявником в описі винаходу, і надавали сенс — «знати, як застосовувати патент». Згодом термін ноу-хау втратив своє початкове значення і став розумітися буквально — «знати, як зробити» [1].

Ноу-хау чи інакше — секрети виробництва визначають як інформацію, що виходить за рамки загальних, відкритих відомостей про об'єкт. Найчастіше саме ноу-хау визначає найбільш ефективний спосіб функціонування об'єкта.

Окремим видом ноу-хау є управлінські ноу-хау, що складаються в охоронюваній комерційній інформації.

Зміст управлінського ноу-хау зазвичай полягає в структурі і методах управління, що дозволяють налагодити ефективну взаємодію різних виробничих і управлінських структур фірми, у вирішенні кадрових питань.

Під управлінськими ноу-хау найчастіше розуміється опис найбільш ефективних методів управління, способів функціональної взаємодії структурних підрозділів, методів взаємодії кооперуються компаній. Управлінські ноу-хау представляють схеми управління виробництвом, картотеки штатних співробітників, відомості про наявність вільних місць, заробітної плати, співвідношення штатних співробітників і сумісників і т. п.

Управлінські ноу-хау можуть передаватися в рамках договору франчайзингу як ефективні прийоми завоювання ринку. Під охороною комерційна інформація являє собою сукупність маркетингових підходів до просування товарів або послуг на ринок.

Управлінські ноу-хау тісно пов'язані з поняттям «гудвіл», що означає «добре ім'я фірми» і являє собою сукупність напрацьованих в результаті тривалого використання маркетингових прийомів. Знання та навички співробітників, списки клієнтів, послідовність дій на кожному робочому місці, оптимальне розташування робочих місць в приміщеннях — все це складає управлінське ноу-хау.

Ноу-хау не можна зареєструвати так само як винахід, корисну модель, товарний знак або інші подібні об'єкти інтелектуальної власності. Так як такого роду реєстрація в будь-якому патентному відомстві припускає розголошення суті поданого на реєстрацію технічного рішення як об'єкта інтелектуальної власності, що відразу виводить його за рамки поняття «секрет виробництва», тобто ноу-хау.

Організаційні заходи щодо захисту Ноу-хау зводяться до наступних дій, які повинен виконувати власник секретів виробництва:

- повинен здійснюватися суворий контроль за доступом співробітників підприємства до секретів виробництва. Відомості про них повідомляються обмеженій кількості осіб під розпис із зобов'язанням про нерозголошення зазначених відомостей;

- під час прийому на роботу бажано в трудовій угоді зафіксувати режим доступу і володіння секретами виробництва, а також зобов'язати працівника підписати зобов'язання про нерозголошення. Інакше, після відходу з роботи і при переході на іншу роботу, працівник може «забрати» з собою секрети виробництва;

- один із способів фіксування ноу-хау — проставлення на кожному листі технічної документації, призначеної для внутрішнього користування, штампа з фразою «Об'єкт інтелектуальної власності»;

- документи, що описують технічний секрет, укладають в пакет, роблять наклейку на конверт: «Розкрити тільки за рішенням суду», що одночасно з підписанням зобов'язання про нерозголошення цього секрету дозволяє створити ефективний організаційно-юридичний механізм охорони секретів виробництва;

- висновок опціонних угод, тобто попередніх угод, надається час для ухвалення рішення про покупку технології.

Таким чином, можна констатувати, що при правильно обраній технічній політиці підприємства існують досить ефективні способи правової охорони ноу-хау.

#### Список використаних джерел

1. Буч Ю. И. Охрана ноу-хау (справочно-методические материалы) [Текст] / Ю. И. Буч. — СПб: СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2004. — 60 с.
2. Золотых Н. Регулирование охраны и трансфера ноу-хау в РФ [Текст] / Н. Золотых // Интеллектуальная собственность. — 2000. — № 10. — С. 33—39.
3. Кэмерон-Бэндлер Л. Ноу-хау. Руководство по самосовершенствованию во имя лучшего будущего [Текст] / Л. Кэмерон-Бэндлер, Д. Гордон, М. Лебо. — М. : МОДЭК, 2001. — 288 с.
4. Штумпф. Г. Договор о передаче ноу-хау [Текст] / Г. Штумпф. — М. : Прогресс, 2006. — 138 с.

Левкович М. В.  
студент ОРИГУ НАГУ  
при Президенте Украины  
Руководитель: ст. преп. Савенкова С. В.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ**

Следует отметить, что, прежде всего, реклама оказывает существенное влияние на позицию фирмы среди конкурентов на рынке, на развитие отношений на рынке, то есть на конкурентоспособность предприятия. И организация, которая плохо использует рекламную деятельность, резко уменьшает шансы на победу в конкурентной борьбе. Кроме того, следует понимать, что чем выше роль рекламы на фирме, тем больше она требует научного подхода, совершенствование и внедрение новых тенденций. Существуют разные способы продвижения рекламы в интернете, каждый способ может быть, как эффективным, так и неэффективным. Одним из таких способов продвинуть свой ресурс и заявить о нем в интернет-сети — является контекстная реклама.

«Контекстная реклама — это рекламное объявление, которое показывается при поиске в Google или Яндекс и соответствуют набранному запросу пользователя. Контекстная реклама — это эффективный способ рассказать о товаре или услуге вашим потенциальным клиентам, которые ищут это в данный момент» [2]. Продвижение сайта — это тяжелый и трудоемкий процесс, который обычно состоит из двух составных частей: оптимизация содержимого сайта; работа с внешними факторами, по отношению к продвигаемому сайту.

В наше время продвижение сайтов тяжело представить без правильной контекстной рекламы. Контекстная реклама в интернете становится эффективным элементом работы сео-специалистов, которые могут дать гарантию, что после использования такой рекламы, намного возрастет рост популярности страниц и их восприятие поисковыми системами. По своей сути контекстная реклама, является текстовой платной рекламой, которая показывается при введении в поиск определенных запросов. Такая реклама является эффективной, так как она не навязывает покупателю что-либо, а появляется тогда, когда пользователь ищет что-то конкретное.

Для оценки эффективности контекстной рекламы, достаточно воспользоваться инструментами для измерения таких показателей, как CTR (показатель кликабельности), средняя стоимость клика, количество кликов и другие.

Среди преимуществ контекстной рекламы можно выделить следующие:

- лояльное отношение пользователей к контекстной рекламе, является одним из ее главных преимуществ, так как такая реклама соответствует его интересам, а подбор целевой аудитории осуществляется автоматически. Так происходит потому, что пользователи вводят схожие по тематике запросы.

Например, если пользователь введет запрос «Как доехать до вокзала», то в объявления контекстной рекламы сможете увидеть телефоны такси;

- в тот момент, когда пользователь ищет какую-либо информацию, контекстная реклама актуальна для него и он не воспринимает ее как спам. Это является большим преимуществом контекстной рекламы, так как во многих случаях, пользователи интернета зачастую не обращают внимания на всплывающую рекламу в различных местах веб-страницы, такую рекламу считают ненужной и слишком навязчивой;

- еще одним преимуществом контекстной рекламы является охват огромной аудитории. Контекстную рекламу демонстрируют не только в поисковых системах, но и в социальных сетях, таких как Вконтакте, Одноклассники и др., которые очень популярны среди многомиллионных пользователей интернета.

«Одним из действенных способов повышения эффективности контекстных блоков, т. е. увеличения кликов пользователей по ним, является правильное и продуманное размещение контекстных блоков на страницах выбранного ресурса. Согласно наблюдениям, контекстная реклама становится более эффективной, если ее размещать в самом тексте, т. е. окружать объявления текстовым содержимым страницы» [1]. Так же у контекстной рекламы есть не большие недостатки. Контекстная реклама не поможет создать имидж компании, для этого лучше будет воспользоваться СМИ. Но несмотря на слабые стороны рекламной деятельности предприятия, все мероприятия должны быть направлены на обеспечение целесообразности пользования продукцией именно этого предприятия и таким образом свести негативные стороны рекламы к минимуму.

Таким образом, оптимизируя сайт, при помощи контекстной рекламы, мы приводим его в тот вид, который будет приемлем пользователям, в соответствии с требованиями поисковых систем, при соблюдении которых, рекламируемый сайт будет показываться на первой странице в поисковиках.

#### Список использованной литературы:

1. Как повысить эффективность контекстной рекламы в Интернете [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://blogto4ka.ru/different/kak-povysit-effektivnost-kontekstnoj-reklamy-v-internete.html>. — Заглавие с экрана.

2. Что такое контекстная реклама? Основы для начинающих [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://zaremsky22.com/chto-takoe-kontekstnaya-reklama/>. — Заглавие с экрана.

3. Эффективность контекстной рекламы [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://videoforme.ru/wiki/chto-takoe-kontekstnaja-reklama>. — Заглавие с экрана.

Манойлова Ю. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Савенкова С. В.

## **TROUBLESHOOTERS — КОНСУЛЬТАНТИ, ЯКІ ВИРІШУЮТЬ ПРОБЛЕМИ**

Навіть найкращі компанії і найуспішніші підприємці іноді стикаються з проблемами всього свого життя. У такій ситуації вихід тільки один — витратити шалені гроші, влаштувати щоденні «мозкові штурми» собі і своїм колегам, але все це може в підсумку виявитися абсолютно безрезультатно. І тоді на допомогу зневіреним бізнесменам і просто людям, які опинилися у важкій ситуації, приходять вони — люди, здатні вирішити будь-яку проблему і при цьому непогано заробити собі на життя.

Їх називають траблшутерами. Власники великого бізнесу на Заході платять їм від ста тисяч доларів на годину за те, що вони знаходять ефективні вирішення проблем. За деякими даними, в світі не більше ста успішних траблшутерів, які працюють зі світовими брендами. Їх прізвища добре відомі в професійному бізнес-середовищі.

Troubleshooter — експерт у сфері вирішення проблем будь-якої складності, який застосовує в своїй роботі неординарний підхід і забезпечує стовідсотковий бажаний результат [1].

Вперше цей термін з'явився у 1905 році. Рішення траблшутерів відрізняються простотою і елегантністю, в дусі хрестоматійною історії про те, як компанія «Nike» стала виробляти на одному заводі лівий кросівок, а на іншому заводі — правий, щоб звести до нуля крадіжки на виробництві.

На практиці troubleshooter ставить собі за мету вирішувати такі проблеми компаній, над якими безрезультатно вже працювали як внутрішні топ-менеджери, так і зовнішні консультанти. Це проблеми, усунення яких виведе компанію на новий рівень роботи, дозволить заробити замовникам величезні прибутки.

Чим вони відрізняються від кризових менеджерів або бізнес-консультантів? Кризові та бізнес-консультанти в основному використовують відомі, хоч і поглиблені, методи і підходи до вирішення проблем. Відтак шутери не займаються створенням антикризових планів і перенаправленням фінансових потоків, скрупульозним аналізом причин та наслідків кризи, реструктуризацією адміністрації компанії. Вони можуть навіть не мати відповідної освіти у фінансовій або управлінській сфері.

Рішення, які пропонують траблшутери дуже прості, максимально ефективні і абсолютно безпомилкові. Такі рішення коштують надзвичайних грошей, тому скористатися послугами цих фахівців може собі дозволити не кожна велика компанія, не кажучи вже про приватних осіб. Важливо, що troubleshooter може працювати з компанією будь-якого профілю в будь-якій країні.



Основні відмінності в роботі траблшутерів такі:

- вміння дивитися на речі під зовсім іншим кутом;
- знаходження єдиного оптимального рішення;
- відповідальність за результат, адже на кону гонорар і репутація;
- мінімум часу і коштів на реалізацію рішення [2].

Дійсно рейтингових траблшутерів знайти дуже складно, їх імен не знайти ні в довідниках, ні в Інтернеті. Як правило, їх приховують від конкурентів і знаходять за рекомендацією.

Професія ця вельми рідкісна, тому мало, хто може однозначно охарактеризувати її представників. Але абсолютно впевнено можна сказати, що це люди з неординарним мисленням, що володіють умінням дивитися на речі зовсім під іншим кутом, ніж всі інші. Траблшутінг — це вищий ступінь консалтингу та кризового менеджменту.

На основі інформації, яка була нами опрацьована можна сформулювати наступні принципи для починаючих траблшутерів:

1. Концентрація на рішенні, а не на самій проблемі. Таким чином вдасться зберегти спокій і переключитися на пошук рішення, ігноруючи власні переживання.

2. Об'єктивність. Розглядаються різноманітні ідеї, навіть якщо вони здаються безглуздими. Дуже часто саме найсмішніші і незвичайні думки лягають в основу серйозних і ефективних змін.

3. Абстрагування. Включається абстрактне мислення і речі розкриваються по-новому. Навіть якщо це здається безглуздом, новий і оригінальний підхід, як правило, стимулює прийняття оригінального рішення.

4. Спрощення. Існує схильність все ускладнювати. Спрощується проблема, узагальнюється, і завдяки цьому знаходиться по-справжньому просте, очевидне рішення. Не варто забувати, що прості ідеї часто бувають найпродуктивнішими.

На сьогоднішній день такі спеціалісти в Україні є, але не кожний з них готовий себе так позиціонувати. Вони дуже рідкий товар з обмеженим часовим ресурсом.

#### Список використаних джерел

1. Професія — troubleshooter [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://capital.kh.ua/persona/interviews/Professiya-trouble-shooter.html>. — Назва з екрану.

2. Як навчитися мислити нестандартно і вирішувати будь-які проблеми [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://blog.rabota.ua/kak-nauchitsya-myislit-nestandardno-i-reshat-lyubyie-problemyi/>. — Назва з екрану.

Нікова В. А.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
керівник: к.е.н., проф. Яроміч С. А.

## **СИСТЕМА АДМІНІСТРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

У сучасних ринкових умовах тривале та успішне функціонування організації багато в чому залежить від ефективного апарату управління. Велика кількість провідних компаній світу, таких як Honda, Volkswagen, Coca-Cola, Sony, Samsung, McDonalds, у своїй діяльності застосовують саме систему адміністративного управління.

Що ж собою представляє система адміністративного управління? Система адміністративного управління — базисна система управління організацією; вона «значно спрощує процес управління й істотно підвищує ефективність будь-яких підприємств, дозволяючи їм прогресивно розвиватися. Система адміністративного управління дозволяє істотно підвищити ефективність будь-якого підприємства, його прибутковість і конкурентоспроможність» [2, с. 18].

За допомогою цієї системи можна також вирішити питання підвищення продуктивності праці на підприємстві, бо вона дозволяє вирішити проблему управління персоналом організації, його мотивацію. Це у свою чергу «сприяє підвищенню виконавської дисципліни і продуктивності праці на кожному робочому місці, ліквідації втрат і браку, суттєвому зниженню собівартості, ритмічній роботі всього підприємства» [2, с. 18].

Початково ця система мала перед собою завдання вирішити дві основні задачі управління:

- по-перше, це раціонально організувати роботу для кожного працівника та на кожному робочому місці;
- по-друге, мотивувати кожного працівника продуктивно та якісно працювати.

Виходячи із завдань, які стоять перед системою адміністративного управління, її можна розділити на дві взаємозалежні підсистеми. Розглянемо кожну з них.

Перша підсистема — Система адміністративного управління підприємством, або Організаційна система управління, яка відповідає на такі питання: «хто, що, як і коли повинен робити в організації для ефективного виконання цілей і завдань. Дана система включає в себе ретельно відпрацьовану структуру управління, положення про підрозділи та посадові інструкції, налагоджений документообіг, систему бюджетування та планування» [1].

Організаційна система повинна мати у собі прозору систему складання бюджетів усієї організації та планування, ретельно та детально розроблену структуру управління організацією, посадові інструкції, положення про

підрозділи, штатний розклад та інше. Виробничі відносини на підприємстві регулюються за допомогою таких принципів:

- «горизонтальний і вертикальний поділ праці;
- єдність дирекції;
- централізація управління» [2, с. 19].

Друга підсистема — Система адміністративного управління персоналом «Раціональна модель трудових відносин».

Ця підсистема (або модель) дає змогу отримати відповіді на такі питання: яким чином кожному працівнику слід працювати, як їм слід будувати відносини з іншими працівниками та керівництвом та як буде оплачуватися їхня праця. Основна задача цієї підсистеми у тому, аби забезпечити високу продуктивність праці та її якість, виконавчу та трудову дисципліни на кожному місці роботи. Це досягається завдяки регулюванню трудових відносин.

Складовими частинами цієї підсистеми є уніфікована тарифна та результуюча системи, а також система участі працівників у формуванні прибутку.

Трудові відносини регулюються за допомогою таких принципів:

- «єдиноначальність (у кожного працівника тільки один начальник — безпосередній керівник);
- неухильне підпорядкування кожного працівника своєму безпосередньому керівнику;
- сувора дисципліна і порядок;
- єдині правила співробітництва для всього персоналу;
- відповідність грошової винагороди витратам праці;
- персональний підхід до заробітної плати кожного працівника» [2, с. 19].

У західних та азійських країнах першою була запроваджена та введена саме система адміністративного управління, після цього відбулось налагодження ощадливого виробництва, потім за допомогою ERP-систем система адміністративного управління була автоматизована, і тільки після цього була введена сертифікація систем управління якістю (стандарти ISO).

Отже, система адміністративного управління є базисною, первинною. Спочатку започатковується та налагоджується саме ця система, а потім відбуваються зміни та вдосконалення управління організацією.

#### Список використаних джерел

1. Сівашенко Т. В. Базисна система управління організацією [Електронний ресурс] / Т. В. Сівашенко, А. С. Сівашенко // VI Международная научно-практическая конференция «Спецпроект : анализ научных исследований» (30—31 мая 2011 г.). — Режим доступа : [http://www.confcontact.com/20110531/ek4\\_sivash.htm](http://www.confcontact.com/20110531/ek4_sivash.htm). — Назва з екрану.

2. Фоломкіна І. С. Адміністративний менеджмент [Текст] : конспект лекцій [Текст] / І. С. Фоломкіна. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2014. — 101 с.

Пилипенко В. В.  
студент ПУНПУ ім. К. Д. Ушинського  
Керівник: к.пед.н., доц. Черненко Н. М.

## **СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Існування та розвиток навчального закладу в сучасних умовах зумовлює необхідність використання основних положень стратегічного менеджменту і формулювання чіткої стратегії розвитку. Вибір визначальної стратегічної моделі розвитку навчального закладу має відбуватися з врахуванням стадії його життєвого циклу. Питання стратегічного управління, планування та розвитку організації, зокрема у галузі освіти порушують у своїх працях такі вчені: О. Васильченко, Л. Довгань, В. Колпаков, Н. Куденко, Н. Любанова, О. Мармаза, Т. Мінцберг, А. Наливайко, Г. Немцов, С. Оборська, Ю. Ратушний, Т. Ткаченко, М. Торган, Р. Фатхутдінов, Н. Черненко, Н. Шеховцева, З. Шершньова.

Аналіз довідкової, науково-методичної та енциклопедичної літератури засвідчив, що стратегія розвитку навчального закладу може бути визначена як довгостроковий план, який містить комплекс рішень щодо вибору напрямку розвитку навчального закладу, визначення його основних цілей, а також моделі дій щодо формування та ефективного використання його потенціалу і дає можливість створення сприятливих внутрішніх та зовнішніх умов для успішного подолання основних стадій розвитку. Розвиток навчального закладу є незворотнім процесом, і необхідність змін рано чи пізно виникає незалежно від того, якої ідеології розвитку дотримується навчальний заклад, яка парадигма управління визначає пріоритетні напрямки його функціонування.

У сучасній літературі науковці (О. Мармаза, С. Хаджирадева, Н. Черненко, М. Торган та ін. виділяють три рівні стратегій: перший рівень — базові стратегії, другий — конкурентні стратегії, третій — функціональні стратегії. Єдиної стратегії для всіх загальноосвітніх навчальних закладів не існує. Кожний навчальний заклад, навіть одного профілю — унікальний, тому й визначення його стратегії також оригінально, тому що залежить від попиту, його потенціалу, динаміки розвитку, поведження конкурентів, особливостей надаваних послуг, стану, соціальної сфери й багатьох інших факторів функціонування навчального закладу. У стратегії планування традиційно науковці виділяють три типи планування: тактичне, оперативне, перспективне. Саме стратегічне планування є фундаментом, на якому будується вся система управлінських функцій навчальних закладів, або основою функціональної структури системи управління [1, 2].

Результати проведеного пілотного дослідження засвідчили головні недоліки традиційних стратегічних планів навчальних закладів, а саме: у 36% — цілі формулюються нечітко; у 57% — не визначаються бажані результати діяльності (орієнтація на процес, а не на результат); у 62% — добірка заходів здебільшого випадкова; заходи не пов'язані між собою (вилучення будь-якого

не впливає на зміст інших заходів); у 78% — терміни проведення заходів розмиті, необґрунтовані; у 79% — перевантаження планів і відсутність реалістичного виконання усієї сукупності заходів.

Програма розвитку — це робочий документ для організації перспективної та поточної діяльності закладу, який містить відомості про вихідний стан навчального закладу в цілому та її окремих підсистем; гіпотетичну модель закладу, бажану в майбутньому; моделювання змісту діяльності та послідовності дій, що призведуть до передбачуваного.

Аналіз науково-методичної літератури дає можливість констатувати, що програма розвитку навчального закладу відрізняється від традиційного стратегічного (перспективного) плану тим, що спрямована на прогнозування змін, оновлення діяльності закладу освіти та вироблення стратегії розвитку; має яскраву інноваційну спрямованість, забезпечує системність процесів впровадження нововведень; працює на місію школи, створює імідж закладу. Зауважимо, що план реалізації стратегії повинен відображати втілення нових рішень та поступовість процесу впровадження стратегічних ідей; повинен містити конкретні завдання, які висуваються перед різними стратегічними елементами організації та категоріями працівників; спиратися на наявні ресурси та джерела нових; визначати комунікації та взаємодію під час дослідження стратегії; передбачати моніторинг та чіткі процедури відповідальності та звітності щодо втілення розвитку стратегії організації.

Отже, сучасний навчальний заклад не може розвиватися без чітко визначеної стратегії, програми розвитку. Керівникам навчальних закладів при розробці стратегічного плану розвитку навчального закладу рекомендуємо: охарактеризувати ділове середовище навчального закладу; зробити характеристику внутрішнього середовища організації (місія, цілі і стратегія, структура організації, плани і завдання, технологія) персоналу; провести SWOT-аналіз за допомогою виділення чотирьох полів (на підставі виділення внутрішніх сильних і слабких сторін та можливостей і загроз ринку); зробити процес планування простим та керованим; не делегувати процес планування заступникам; не адаптувати стратегії без вдумливого розгляду шляхів їх реалізації; стратегічні цілі ставити чітко, вони повинні вказувати напрям розвитку, бути реалістичними, орієнтованими на результати; стратегічне планування саме по собі не є результатом, це засіб допомогти навчальному закладу виконати свою місію.

#### Список використаних джерел

1. Мармаза О. І. Менеджмент в освіті : дорожня карта керівника [Текст] / О. І. Мармаза. — Харків : Основа, 2007. — 448 с.
2. Хаджирадева С. К. Теорія і практика управління закладами освіти [Текст] : Навчальний посібник / С. К. Хаджирадева, Н. М. Черненко. — К. : Освіта, 2013. — 184 с.

Сирбу А. М.  
студент ОДАУ  
Керівник: к.е.н., доц. Мельничук О. І.

## РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Виділяють такі основні елементи фірмового стилю підприємства, що використовуються у рекламному колажі: товарний знак; фірмовий штриховий надпис (логотип); фірмовий блок; фірмове гасло (слоган); фірмовий колір; корпоративний герой; обличчя фірми; інші константи [1, с. 331].

Вдалий логотип стає відправною точкою для розробки хорошого фірмового стилю. Фірмовий шрифтовий напис (логотип) СФГ «Дакія» — це оригінально сконструйований напис із повним або скороченим найменуванням фірми Dacia (Дакія) від римського слова, що означає держава даків, що жили в пониззі Дунаю (рис. 1).



Рисунок 1 — Логотип СФГ «Дакія»

Товарний знак являє собою деякий символ, використовуваний для позначення товарів і дозволяють відрізнити товари підприємства від аналогічних товарів конкурентів. Товарний знак СФГ «Дакія» є сонце — знак справжньої якості (рис. 2).



Рисунок 2 — Товарний знак СФГ «Дакія»

Товарний знак СФГ «Дакія» виконує функції: гарантії якості; рекламна, індивідуальності, охоронної, відіграють істотне значення під час використання переважають у всіх сучасних видах реклами: оголошення пресі — районні газети «Наше время» та «Дунайська зоря», випуску спеціальних видань, плакатах. створюють відмінності між товарами; полегшують ідентифікацію товару; виступають гарантом якості товару.

Фірмовий блок — є традиційно, часто вживане поєднання кількох елементів фірмового стилю найчастіше це образотворчий товарний знак (товарна емблема) і логотип, а саме (рис. 3):



Рисунок 3 — Фірмовий блок СФГ «Дакія»

Наступним елементом є фірмовий слоган, за допомогою якого можна значно покращити пізнаваність фірми та забезпечити стійкий інтерес до її бренду. Саме тому рекламні слогани повинні легко запам'ятовуватися та створювати певний настрій. Слоган СФГ «Дакія»: Все найкраще — людям ☺.

Фірмовий колір також є найважливішим елементом фірмового стилю. Зернові та технічні культури СФГ «Дакія» позначені жовтим колір доброзичливий і веселий, напівжартома кажуть, що це найщасливіший колір, що веде до успіху. Виноград — зеленим, або освіжаючий, послуги — сірим, це колір престижу. Фірмовий стиль в сучасному спецодязі має вказувати не тільки на належність працівника до фірми, але і відповідати параметрам професії. Фірмовий стиль одягу характерний для трактористів, комбайнерів, машиністів.

СФГ «Дакія» кожен тиждень випускає гаряче оголошення у районній газеті «Наше время». Гаряче оголошення має вищий пріоритет і розміщується на головних сторінках розділів, а також на верхніх позиціях в списку оголошень відповідної рубрики в ротатії по всіх сторінках лістингу. Складається із заголовка, тексту, переліку послуг, фото й посилання (рис. 4).



**СФГ «ДАКІЯ»** пропонує високоякісне зерно пшениці, кукурудзи, соняшнику, сої. **Надаємо послуги:** риперування, оранка, дискування, розкидання мінеральних добрив, всі види культивування, боронування, мульчування, коткування, обприскування; посів цукрових буряків, ярих та озимих зернових, соняшнику, кукурудзи, сої; збирання врожаю ранніх зернових, кукурудзи, сої.

[www.sfg.dakia.com](http://www.sfg.dakia.com). Контактна інформація: (067)-322-48-45

Рисунок 4 — Рекламне оголошення СФГ «Дакія» для публікації в районній газеті «Наше время»

Вартість публікації оголошення в кожному номері газети протягом року складе 780 грн. Доцільно також друкувати привітання до дня народження співробітників та привітання зі святами.

#### Список використаних джерел

1. Маркетинг для магістрів [Текст] : навч. посібник / За ред. М. М. Єрмошенка, С. А. Єрохіна. — Том 2. — К. : НАУ, 2007. — 554 с.

Сичук О. О.  
студент ПУНПУ ім. К. Д. Ушинського  
Керівник: к.пед.н., доц. Ручкіна М. М.

## **ЗАПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛЬНОГО ПІДХОДУ В ПЛАНУВАННІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Українське суспільство, як і все людство, перебуває під впливом потужних глобалізаційних процесів, швидких змін умов життя, посилення конкурентних засад та утвердження дослідницько-інноваційного типу розвитку, переосмислення ціннісних орієнтирів і стратегій людського буття. На новому етапі розвитку цивілізації, коли розбудовується інформаційне суспільство, українська освіта має повніше, швидше і точніше реагувати на виклики часу, розвивати людину, здатну жити і ефективно діяти у глобалізаційному середовищі. Саме тому навчальні заклади мають швидко реагувати на зміни і спрямовувати свої зусилля на розвиток.

Так, стратегія розвитку навчального закладу визначається як довгостроковий план, який містить комплекс рішень щодо вибору напрямку розвитку навчального закладу, визначення його основних цілей, а також моделі дій щодо формування та ефективного використання його потенціалу і дає можливість створення сприятливих внутрішніх та зовнішніх умов для успішного подолання основних стадій розвитку. Розвиток навчального закладу є незворотнім процесом, і необхідність змін рано чи пізно виникає незалежно від того, якої ідеології розвитку дотримується навчальний заклад, яка парадигма управління визначає пріоритетні напрямки її функціонування. Однак, від того, як будуть здійснюватися зміни, залежить ефективність функціонування навчального закладу та її існування в цілому.

Дослідження в сфері стратегічного планування виконані в роботах таких учених: М. Алексєєвої, Р. Антоні, Л. Артеменко В. Бабича, Л. Балабанової, О. Богомолової, Д. Божка, Л. Владимирової, Г. Висоцького, В. Герасимчука, Л. Довгань, Т. Лемберта, І. Лукінова, В. Пономаренко, В. Смоліна, О. Тридіда, А. Яковлева, О. Ястремської та ін.

Як відомо, ефективна розробка проекту розвитку розпочинається з визначення того, що організація повинна, а чого не повинна робити, і бачення напрямків розвитку організації.

Як зазначають учені, у навчальних закладах окрім стратегічних планів мають бути і програми розвитку, оскільки це робочий документ для організації перспективної та поточної діяльності закладу, який містить відомості про вихідний стан в цілому та її окремих підсистем; гіпотетичну модель закладу, бажану в майбутньому; змалювання змісту діяльності та послідовності дій, що призведуть до передбачуваного [1].

Програма розвитку навчального закладу відрізняється від традиційного стратегічного (перспективного) плану тим, що: програми розвитку спрямовані на прогнозування змін, оновлення діяльності закладу освіти та вироблення



стратегії розвитку; мають яскраву інноваційну спрямованість, забезпечують системність процесів впровадження нововведень; працюють на місію школи, створюють імідж закладу.

Так, кожний навчальний заклад під час планування стратегічного розвитку має враховувати наступне: аналіз стану зовнішнього й внутрішнього середовища та прогноз змін; визначення проблем і необхідності в стратегічних діях (під проблемою розуміється ситуація, коли поставлені цілі не виконані); формування цілей; формування критеріїв і методів оцінки впливу стратегічних дій на ситуацію; формування альтернатив досягнення цілей-стратегій; вибір найкращої стратегічної альтернативи, що відповідає цільовим настановам; проведення оперативних заходів щодо реалізації обраної стратегії й контроль за їх виконанням; інтерпретація отриманих результатів.

Для виявлення недоліків, які виникають у стратегічному плануванні нами проведено пілотне дослідження серед менеджерів освіти. За результатами дослідження виявленні такі:

- цілі формулюються нечітко;
- не визначаються бажані результати діяльності (орієнтація на процес, а не на результат);
- добірка заходів здебільшого випадкова;
- заходи не пов'язані між собою (вилучення будь-якого не впливає на зміст інших заходів);
- терміни проведення заходів розмиті, необґрунтовані;
- перевантаження планів і відсутність реалістичного виконання усієї сукупності заходів.

Отже, враховуючи вищезазначені недоліки, рекомендуємо під час стратегічного планування враховувати особливості наступних моделей стратегічного планування навчального закладу, а саме: модель на основі «стратегічної прогалини»; модель, що базується на врахуванні ринкових переваг; модель, орієнтована на створення та підтримку конкурентоспроможності навчального закладу; модель, орієнтована на створення позитивного іміджу; модель, яка враховує розміри навчального закладу та модель «7С».

#### Список використаних джерел

1. Вебер Ю. Организация стратегического и оперативного планирования на предприятии [Текст] / Ю. Вебер, Х. Гельдель, У. Шеффер // Проблемы теории и практики управления. — 1998. — №2. — С. 105—110.

Сорокатый Б. М.  
студент ОРИГУ НАГУ  
при Президенте Украины  
Руководитель: ст. преп. Савенкова С. В.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В РАЗВИТИЕ ОДЕССКОЙ ОБЛАСТИ**

Вопрос инвестиций в развитие регионов Украины, да и инвестиций вообще, на данный момент интересует всё население нашей страны, ведь инвестиции могут значительно повысить уровень жизни населения, научный потенциал и другие сферы общественной жизни, которые в результате кризиса застыли на месте, а многие прекратили свое существование вообще. Данная работа посвящена вопросу инвестирования в развитие Одесской области.

Для начала определим, что же такое понятие инвестирование. «Инвестирование — рискованное вложение капитала с целью получения дохода» [2]. Многие ошибочно полагают, что инвестирование — это своего рода казино, азартные игры, но они не правы, если инвестор считает, что он играет в игру и надеется на результат «получится — не получится», то вероятность потери его вложений будет настолько велика, что после такого «инвестирования» он вряд ли будет повторять такие ошибки.

Прежде всего инвестирование — это тщательно поведенный анализ, с целью определить способен ли наш вложенный капитал, приносить нам прибыль. И теперь возникает вопрос, почему в Украину и её регионы не видно прилива инвестиций? Конечно во многом влияет экономический и политический кризис, но неужели всё на столько плохо, что инвесторы на отрез отказываются вкладывать деньги в развитие наших регионов?

Как известно, по данным одного из Украинских изданий «Лига», Одесская область входит в тройку наиболее инвестиционно привлекательных областей Украины, уступая Львовской и Ивано-Франковской областям, а сам рейтинг рассчитывается по следующим показателям: «природные и трудовые ресурсы, инновационный потенциал, географическое месторасположение, доходы населения, развитость инфраструктуры и т. д.» [2]. И чем же так привлекательна именно Одесская область, что она входит в тройку наиболее привлекательных? Сюда относится туризм, наличие портов, судоремонтных заводов и хорошая почва для ведения сельскохозяйственного производства.

В Одессе и Одесской области очень привлекательной отраслью является именно туризм, на пляжи Черного моря в Одессу ежегодно приезжают миллионы туристов со всего СНГ и стран Европы, но не только море интересно иностранным инвесторам. «Румынские инвесторы высказали намеренье вложить средства в развитие туризма по Дунаю в южные города Одесской области. Об этом сообщил Генеральный консул Румынии в Одессе Эмиль Рапча» [3]. Это говорит о том, что туризм в Одесской области настолько привлекателен, что инвесторы готовы вкладывать в его развитие довольно

крупные суммы, тем самым обеспечивать новые рабочие места и поднимать уровень жизни в целом.

Но только на туризме всё не заканчивается. Один из крупных банков Европы — ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития), намерен инвестировать в развитие портовой инфраструктуры. Цитируя слова директора ЕБРР в Украине Шевки Аджунери: «Если говорить в целом о частном и государственном секторах, то у нас уже есть ряд важных проектов по Одесской области, по городу Одесса, в том числе проектов, касающихся развития портовой инфраструктуры — это как проекты с нуля, так и расширение уже существующих возможностей, в частности, с целью увеличения пропускной способности экспорта сельскохозяйственной продукции. Это очень важно для страны» [1], можно понять, что намерения этого банка серьезные, что дает надежду на улучшение уровня развития региона в целом и является действительно очень важным этапом для страны в целом.

Далее можно рассказать о развитии зерновых терминалов, ведь наличие портов делает эти терминалы довольно прибыльными, так как всё зерно которые производит Украина, едет для отправки именно в Одесскую область, и для того что бы хранить всё это зерно, нужно иметь достаточно большое количество этих терминалов, поэтому инвестирование именно в эту отрасль является довольно привлекательным и имеет высокую рентабельность.

По большому счету, можно довольно долго говорить, куда в Одесской области выгодно вкладывать деньги, что выгодно развивать и в каком направлении двигаться, но для того что бы обеспечить действительно высокий уровень инвестирования, государство должно дать инвесторам гарантии их капиталовложений, так как сфер для развития много. Инвесторы попросту боятся вкладывать свои деньги из-за нестабильной экономической и политической ситуации. Поэтому прежде чем звать инвесторов, нужно подготовить для этого почву, что бы они могли спокойно инвестировать в развитие, и при этом не бояться за потерю своего капитала.

#### Список использованных источников

1. ЕБРР будет инвестировать в портовую инфраструктуру Одесской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rbc.ua/rus/news/ebrr-budet-investirovat-portovuyu-infrastrukturu-1433511251.html>. — Заглавие с экрана.

2. Инфографика : Где в Украине бизнесу хорошо. Рейтинг инвестиционной привлекательности [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://www.liga.net/infografica/183906\\_gde-v-ukraine-biznesu-khorosho-reyting-investitsionnoy-privlekatelnosti-.htm](http://www.liga.net/infografica/183906_gde-v-ukraine-biznesu-khorosho-reyting-investitsionnoy-privlekatelnosti-.htm). — Заглавие с экрана.

3. Румыны хотят инвестировать в развитие туризма по Дунаю в южные города Одесской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://qps.ru/NhuDF>. — Заглавие с экрана.

Тодорова Н. І.  
студент ОДАУ  
Керівник: к.е.н., ассис. Найда І. С.

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЇХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

На сучасному етапі формування ринкового середовища нагального вирішення потребує проблема адаптації підприємств до функціонування в умовах жорсткої конкуренції. Саме наявність конкурентних переваг є однією з найважливіших умов отримання підприємством прибутку та досягнення сталої конкурентної ринкової позиції як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

Питання формування та оцінювання конкурентних переваг підприємств досліджували у своїх роботах науковці, зокрема: Г. Л. Азоєв, І. Ансофф, Л. Л. Антонюк, Л. В. Балабанова, В. Л. Дикань, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, М. Портер, Р. А. Фатхутдінов, О. В. Царенко, В. Г. Шинкаренко, А. І. Яковлев та інші.

Ткачова Н. П. зазначає, що конкурентні переваги є перевагами підприємства над конкурентами під час створення, виробництва, збуту або споживання продукції підприємства, які дозволяють йому реалізувати свої реальні або потенційні економічні інтереси з більшим ступенем ефективності, ніж його конкуренти [2, с. 22]. Слід зазначити, що дане визначення має два принципових моменти:

- враховує не тільки існуючі, але і потенціальні можливості підприємства, які можуть бути реалізовані при наявності певних передумов;
- врахування сильних конкурентних можливостей підприємства не тільки в ринковому середовищі, але і в інтелектуально-інноваційній, соціально-екологічній та інших сферах.

Конкурентні переваги суб'єктів господарювання можуть бути спадковими, конструктивними, технологічними, інформаційними, кваліфікаційними, управлінськими, природно-кліматичними та інші [1, с. 125].

Портер М. поділяє конкурентні переваги на п'ять видів:

- нові технології;
- нові запити покупців чи ті запити, що змінилися;
- поява нового сегмента галузі завдяки освоєнню нової продукції;
- зміна вартості чи наявності компонентів виробництва;
- зміна державного регулювання в таких сферах, як стандарти, охорона навколишнього середовища тощо [2, с. 118].

Запропонований Портером М. підхід щодо класифікації стратегій формування конкурентних переваг передбачається виділення п'яти базових стратегій конкурентних переваг:

- стратегію зниження собівартості (орієнтована на масовий випуск стандартної продукції, що є ефективнішим і потребує менших питомих витрат, ніж виготовлення невеликих партій різнорідної продукції);

- стратегію фокусування (спрямована на забезпечення переваг порівняно з конкурентами у відокремленому, часто єдиному, сегменті ринку, який виділяється за географічним, психографічним, поведінковим, демографічним або іншим принципом сегментації);

- стратегію розширення ринку (має на меті максимально швидке задоволення потреб, що виникають у різних сферах бізнесу);

- стратегію диференціації (базується на спеціалізації у виготовленні особливої, іноді незвичайної, продукції, яка є модифікацією стандартного виробу);

- стратегію розроблення нової продукції (головна мета випередити конкурентів та одноособово зайняти ринкову нішу, де конкуренція відсутня або дуже мала).

В основу моделі конкурентних переваг підприємства М. Портера покладено наступні положення:

- стимул до інновацій — головна перевага в конкурентній боротьбі;

- економічна політика має ґрунтуватися на конкурентній стратегії;

- стійкіші переваги гарантує орієнтація на вітчизняних постачальників;

- міжнародна стратегія є неодмінною умовою успіху в конкурентній боротьбі;

- рівень економічного розвитку держави визначає її частка у світовому господарстві, конкурентні переваги і здатність до їх розвитку, а також адаптивність до змінних умов зовнішнього середовища [2, с. 127].

Слід відзначити, що конкурентні переваги нерозривно пов'язані з конкуренцією. Чим більш широкий характер набуває конкуренція на ринку сільськогосподарської продукції України, тим більш значимими для комерційного успіху є конкурентні переваги суб'єктів ринку. Розробка та реалізація власної стратегії розвитку підприємства забезпечить формування стійкої конкурентної позиції на ринку.

#### Список використаних джерел

1. Іванов Ю. Б. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби [Текст] / Ю. Б. Іванов, О. Ю. Іванова // Проблеми економіки. — 2012. — № 4. — С. 121—128.

2. Перерва Н. П. (Ткачова Н. П.) Моніторинг та класифікація конкурентних переваг інноваційного підприємства [Текст] / І. В. Гладенко, Н. П. Перерва // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Технічний прогрес і ефективність виробництва. — Харків: НТУ «ХПІ», 2007. — № 16. — С. 20—29.

3. Портер М. Конкуренція [Текст] / М. Портер. — М. : Вільямс, 2005. — 608 с.

Фабіровська В. М.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл., Савенкова С. В.

## АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ «ОДЕСЬКИЙ ПРИПОРТОВИЙ ЗАВОД»

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що українські підприємств не можуть підтримувати свою діяльність через дію зовнішніх чинників (скорочення попиту на продукцію, нестабільність правового поля і т. д.) та внутрішніх (дефіцит оборотного капіталу, низький рівень використання виробничих ресурсів і т. п.). Лише за 2014 рік за даними Міністерства Юстицій було подано 13 198 тисяч об'яв щодо банкрутства підприємств [2].

Метою даної роботи є аналіз фінансової звітності ПАТ «Одеський Припортовий завод» на основі двох моделей (Альтмана, Терещенка) задля виявлення рівня фінансової платоспроможності підприємства.

Взагалі існує багато підходів щодо прогнозування фінансової неплатоспроможності. Для цілей нашого дослідження було обрано п'ятифакторну модель Альтмана та модель Терещенка.

Модель Альтмана була розроблена ще в 1968 році і відома за ще однією назвою, такою як «розрахунок Z-показника». Цей показник є інтегральним і визначається за формулою (1) [1]:

$$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + 0,999X_5 \quad (1)$$

- де  $X_1$  — (Поточні активи — Поточні пасиви)/Обсяг активу;  
 $X_2$  — Нерозподілений прибуток/Обсяг активу;  
 $X_3$  — Прибуток до виплати відсотків/Обсяг активу;  
 $X_4$  — Ринкова вартість власного капіталу/Позикові засоби;  
 $X_5$  — Виторг від реалізації/Обсяг активу;  
При  $Z < 1,8$  імовірність банкрутства дуже висока.  
 $1,8 < Z < 2,7$  — імовірність банкрутства середня.  
 $2,7 < Z < 2,99$  — імовірність банкрутства невелика.  
 $Z > 2,99$  — імовірність банкрутства невелика.

Дана модель користується популярністю за кордоном і часто використовується на практиці.

Модель Терещенко більш поширена в Україні. Вона була створена на базі аналітичних даних національного господарства і враховує такі фактори, як галузева приналежність і структура підприємства (формула (2)) [1]:

$$Z_{\text{ТЕР}} = 1,5X_1 + 0,08X_2 + 10X_3 + 5X_4 + 0,3X_5 + 0,1X_6 \quad (2)$$

- де  $X_1$  — відношення грошових надходжень до зобов'язань;  
 $X_2$  — відношення валюти балансу до зобов'язань;

$X_3$  — відношення чистого прибутку до середньорічної суми активів;

$X_4$  — відношення прибутку до виручки;

$X_5$  — відношення виробничих запасів до виручки;

$X_6$  — виручки до основного капіталу.

При  $ZTEP < 0$  підприємство вважається напівбанкрутом.

$0 < ZTEP < 1$  — загрожує банкрутство, якщо не здійснити санацію.

$1 < ZTEP < 2$  — фінансова стійкість порушилась, але якщо підприємство перейде до антикризового менеджменту то банкрутство йому не загрожує.

$ZTEP > 2$  — підприємство є фінансово стійким і банкрутство йому не загрожує.

На основі фінансової звітності ПАТ «Одеський Припортовий завод» за 2012—2014 роки нами було проведено розрахунки, результати яких зображено на рисунку 1.

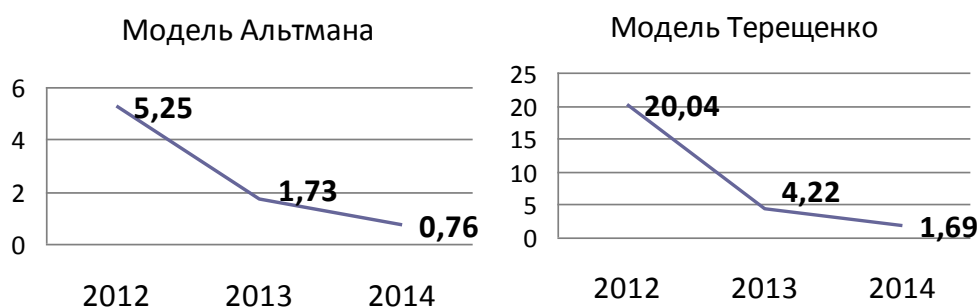


Рисунок 1 — Рівень банкрутства ПАТ «Одеський Припортовий завод» за моделями Альтмана та Терещенко

З рисунку 1 видно, що за моделлю Альтмана у 2012 році банкрутство не загрозувало підприємству, проте у 2013 та 2014 роках фінансова платоспроможність стрімко зменшилася і ПАТ «Одеський Припортовий завод» опинився у зоні ризику, оскільки імовірність банкрутства дуже висока.

За моделлю Терещенко у 2014 році фінансова стійкість підприємства порушилась, яка погрожує банкрутством, якщо підприємство не перейде до антикризового менеджменту. На наш погляд підприємству слід використати стратегію зменшення витрат або ж залишити дану галузь.

#### Список використаних джерел

1. Аналіз фінансових передумов неплатоспроможності та банкрутства підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://bibl.com.ua/geografiya/6243/index.html?page=3/>. — Назва з екрану.

2. Оприлюднення відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://ddr.minjust.gov.ua/uk/72c080fa7b2aeed8dd5446aeae430be3/oprylyudnennya\\_vidomostey\\_z\\_edynogo\\_derzhavnogo\\_reestru\\_yurydychnyh\\_osib\\_ta\\_fizychnyh\\_osib\\_pidpnyemciv](http://ddr.minjust.gov.ua/uk/72c080fa7b2aeed8dd5446aeae430be3/oprylyudnennya_vidomostey_z_edynogo_derzhavnogo_reestru_yurydychnyh_osib_ta_fizychnyh_osib_pidpnyemciv). — Назва з екрану.

Чалкова Т. Ю.  
студент ДонГУУ  
Руководитель: ассис. Беззубко Б. И.

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОДИН ИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЕГО ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

В рыночных условиях добиться успеха в бизнесе можно только путем эффективного планирования производства, накопления информации о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности. Конкурентоспособность предприятия — это его свойство, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. В экономической литературе можно встретить весьма разнородные определения конкурентоспособности предприятия. Следует отметить, что аналитический обзор различных определений данного понятия был осуществлен Вороновым Д. С., который выделил разные подходы к конкурентоспособности, в основе которых лежат:

1. Конкурентоспособность продукции.
2. Способность конкурировать с другими предприятиями.
3. Конкурентоспособность как мера эффективности деятельности предприятия [2].

Предприятие считается конкурентоспособным, если потребители удовлетворены и готовы повторно приобрести продукцию данного предприятия, а также отсутствуют претензии к предприятию со стороны общества, партнёров, акционеров.

Для того чтобы быть конкурентоспособным, предприятие должно обладать определенным рядом конкурентных преимуществ: конкурентоспособность продукта, имидж предприятия, рентабельность продаж, устойчивая финансовая система, эффективность менеджмента. Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда внешних факторов: конкурентоспособность отрасли; конкурентные позиции предприятий уже работают на данном рынке; конъюнктура и рынка; однородность рынка; количество ежегодных продаж; возможность технических новшеств.

Показатель конкурентоспособности продукции является основным показателем конкурентоспособности предприятия, так как реализация продукции обеспечивает наличие денежного потока. На конкурентоспособность предприятия значительное воздействие оказывают научно-технический уровень и степень совершенства технологии производства, использование новейших изобретений и открытий, внедрение современных средств автоматизации производства. Существенное влияние на уровень конкурентоспособности предприятия оказывает эффективный менеджмент, система управления финансовыми потоками, инновационной и инвестиционной



составляющими его деятельности. Немаловажная роль принадлежит маркетингу. Маркетинг позволяет выявить и изучить потребности клиентов, учитывать изменение потребительских предпочтений, разработать и воплотить действенные стратегии конкурентоспособности предприятия. Для обеспечения конкурентоспособности предприятия его руководители и специалисты должны обеспечивать освоение все более совершенных технологий не только производства, но и управления.

Для современных украинских предприятий очень важно иметь разработанную стратегию и программы повышения конкурентоспособности своих товаров. При этом очень важно правильно определить факторы, повышения конкурентоспособности предприятия. К наиболее важным факторам повышения конкурентоспособности следует отнести следующие:

1. Факторы, связанные с изменением технологии производства и осуществлением процесса производством.

2. Факторы, связанные с маркетинговыми исследованиями и продажами.

3. Факторы, связанные с повышением квалификации работников предприятия, управленческого персонала.

4. Факторы, связанные с возможностями организации (информационные системы; способность быстро реагировать на изменяющиеся рыночные условия; компетентность в управлении и наличие управляющих «ноу-хау»).

5. Факторы, связанные с повышением имиджа и репутацией предприятия [1].

Таким образом, конкурентоспособность является одной из важнейших интегральных характеристик эффективной деятельности предприятия. Предприятие должно иметь устойчивую конкурентную позицию, обладать более значительными, в сравнении с конкурентами, конкурентными преимуществами и статусом — быть лидером.

#### Список использованных источников

1. Иванова И. В. Основные направления повышения конкурентоспособности предприятия [Текст] / И. В. Иванова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.). — М. : РИОР, 2011. — С. 97—100.

2. Конкурентоспособность предприятия: поиск определения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vds1234.ru/>. — Заглавие с экрана.

3. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации [Текст] : учеб. пособие / Р. А. Фатхутдинов. — М. : Эксмо, 2004. — 270 с.

Чернієвська М. С.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н., доц. Красностанова Н. Е.

## СУТНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

На сьогоднішній день в нашій країні досить висока імовірність кризового розвитку будь-якого підприємства, що й зумовлює необхідність проведення спеціалізованого антикризового управління.

Загальновизнано, що антикризове управління слід розглядати як функціональний напрямок управління підприємством, як процес планування, організації, мотивації та контролю, що необхідний для формулювання і досягнення цілей, які стоять перед організацією. Можливість існувати якомога довше, тобто виживати і є найважливішим завданням організацій, тому антикризове управління є складовою менеджменту підприємства в цілому. Дану точку зору можна підтвердити у визначенні антикризового управління Е. Уткіна — «складова загального менеджменту на підприємстві використовує його кращі прийоми, засоби та інструменти, орієнтується на запобігання можливим ускладненням у діяльності підприємства, забезпечення його стабільного успішного господарювання» [3, с. 21].

Можливість якомога довше існувати, і є важливим завданням організацій, згідно цьому, антикризове управління, в цілому, є складовою менеджменту того чи іншого підприємства. Головні відмінності, які відносяться до антикризового управління, полягають у специфічності мети здійснення, а саме в збереженні підприємства господарюючого суб'єкта і відновлення його життєздатності.

Відповідно до праці Е. Короткова антикризове управління — це управління, в якому поставлено певним чином передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів, заходів для зниження негативних наслідків кризи і використання її факторів для наступного стійкого розвитку організації [2, с. 128].

Як практичним, так і теоретичним аспектам управління діяльністю підприємств в періоди кризи створені праці відомих авторів, а саме: В. Бівера, Е. Альтмана, Ю. Брігхема, І. Бланка, О. Ковальова, Г. Юна, Р. Хіта та інших.

За останні роки зросла кількість досліджень відносно антикризового управління. Це можна пояснити глибинною кризою, яка охопила не малу кількість підприємств різних галузей. Значної уваги приділено темі ефективного антикризового управління, а також виникненню кризових явищ на підприємстві та їх попередженню.

Сама сутність антикризового управління полягає у виявленні об'єктивних причин кризи, також виду і стадії, можливого розвитку, також інструментів по виходу з неї.

Деякі вчені вважають, що сутність антикризового управління підприємством полягає в здатності керівництва до аналізу і регулювання

механізму планування і розподілу прибутку. Основним проблемним питанням в кризовому стані підприємства є фінансування [1, с. 93].

На основі приведених джерел можна стверджувати, що процес антикризового управління повинен передбачати своєчасність, цілеспрямованість, послідовність прийняття рішень й адаптованість в процесі життєдіяльності підприємства. Антикризове управління має охоплювати усі підсистеми управління підприємством: технічну, операційну, стратегічну, фінансову, кадрову, маркетингову. Головна мета антикризового управління полягає в координації та узгодженості дій між цими системами. Антикризове управління має враховувати сучасний етап розвитку як теорії, так і практики менеджменту, і механізми упередження й подолання кризових явищ.

Таким чином, процес антикризового управління складається з наступних етапів:

I етап — відбір групи робітників, розроблення плану графіка, формування інформаційної бази, що необхідна для можливості розробки антикризової програми.

II етап — прогнозування й діагностика кризових явищ, також оцінка параметрів кризи.

III етап — розгляд й опрацювання гіпотез і версій стосовно шляхів подолання кризового стану.

IV етап — уточнення антикризової моделі управління, а саме проектування та створення більш ефективнішої системи управління.

V етап — проведення моніторингу внутрішніх й зовнішніх чинників, які безпосередньо ґрунтується на розумінні того, що зовнішні загрози з боку держави, конкурентів і злочинних угруповань — найнебезпечніші, й мають можливість визначити повне руйнування антикризових заходів.

Підводячи підсумки, можна сказати, що антикризове управління є певною системою управління, яке має комплексний характер й спрямований на попередження і запобігання кризових явищ. Перспективи стосовно подальших досліджень полягають у формуванні методологічних і теоретичних засад стосовно проведення самого процесу антикризового управління, і звичайно ж, розробленню механізмів щодо його проведення.

#### Список використаних джерел

1. Антикризисное управление [Текст] / под ред. С. С. Ильина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. — 512 с.
2. Коротков Э. М. Антикризисное управление [Текст] : учебник / Э. М. Коротков, А. А. Беляев, Д. В. Валовой и др. / под ред. Э. М. Короткова. — М. : Инфра-М, 2000. — 432 с.
3. Уткин Э. А. Антикризисное управление [Текст] / Э. А. Уткин. — М. : Эксмо, 1997. — 400 с.

Шаповалова К. А.  
студент МАУП  
Руководитель: ст. преп. Мороз Д. Г.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Развитие рыночной экономики в Украине и тенденции развития мирового бизнеса говорят о необходимости использования инструментов стратегического управления. Для повышения конкурентоспособности, увеличения темпов развития и роста компаний, украинские менеджеры должны внедрять в систему управления современные подходы в управлении, основанные на принципах стратегического менеджмента.

По мнению аналитиков, сегодня в практике Украины механизм стратегического управления находится в процессе становления и имеет шаткое положение. Можно считать, что украинский рынок вступил в стадию, когда отсутствие стратегического менеджмента тормозит развитие. По данным консалтинговой фирмы «БДО Баланс-Консалтинг», всего 10% украинских предприятий реализуют свою стратегию, при этом только 5% сотрудников понимают стратегию и 25% менеджеров замотивированы на реализацию стратегического управления, в 85% предприятий разработка стратегии является формальностью, в 60% отсутствует связь между ресурсами и стратегией [2].

Существует ряд причин, которые указывают на необходимость использования стратегического маркетингового управления в условиях украинских реалий. К ним относятся несоответствие рыночного поведения и системы управления изменившимся условиям внешней среды; отсутствие долгосрочной ориентации и механизма достижения стратегических целей; поверхностный анализ показателей рынка.

Говоря о стратегическом маркетинге, важно отметить, что он определяет механизмы разработки стратегий и стратегического планирования, в котором неотъемлемой частью является маркетинг, позволяющий чувствовать колебания спроса, определять предпочтения потребителей, опираясь на долгосрочные планы компании. Процесс включения инноваций в маркетинговую деятельность — это определенный механизм перевоплощения предприятиями идей, в совершенно новые, необходимые для перспективного развития. Соответственно, стратегический маркетинг есть, не что иное, как эффективный инструмент реализации целей, планов, концепции компании. Определив, что приоритетным направлением в деятельности современных компаний, является поиск, анализ и борьба за потребителя, можно выделить инструменты стратегического маркетинга, благодаря которым менеджеры могут существенно изменить или влиять на положение компании на рынке.

За последние года произошли большие изменения в области развития бизнеса, учитывая нестабильную ситуацию на рынке, которая, в свою очередь, является результатом роста конкуренции и переизбытка однотипных товаров. Именно поэтому, маркетинговая деятельность не исключает использование

инновационных технологий, которые могут позволить предприятиям повысить уровень рентабельности и занять новые и выгодные сегменты.

Важно отметить, что использование эффективных методов развития бизнеса в Украине благодаря стратегическому менеджменту препятствуют ряд факторов: непонимание руководителями сущности и значения стратегического управления; недостатки в системе управления кадрами, что негативно отражается на реализации стратегических планов; недостатки в других подсистемах управления (маркетинг, финансы, логистика, информационное обеспечение и т.д.); ограниченный доступ украинских предприятий к информационным ресурсам; отсутствие чётких правил оценки выполнения стратегических целей на всех уровнях организационной структуры; часто разрабатываются заведомо нереалистичные стратегии развития предприятия; отсутствие соответствующей законодательной базы и кодексов корпоративного управления; низкий профессиональный уровень высшего менеджмента и недостаточная ответственность за качество управления.

С целью успешного решения проблем украинские предприятия могут воспользоваться концепцией Р. Каплана и Д. Нортон, которая предусматривает создание офиса стратегического управления, который может заниматься направлениями стратегического управления. Создание отдела стратегического управления позволит оперативно и эффективно решать проблемы, повысить уровень конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности предприятий [1].

Руководствуясь принципиально новым подходом к бизнесу, современные менеджеры, адаптируют стратегические инновационные инструменты, в том числе и маркетинговые, в процесс поиска оптимальных решений и выгодных предложений, тем самым укрепляя свои позиции на рынке. Поэтому украинские предприятия должны переоценить устаревшие стратегические приоритеты, разработать и реализовать на практике прогрессивные подходы для динамичного перехода к новой, мощной экономической системе, которая даст интенсивный толчок для развития и конкурентоспособности украинских компаний [2].

#### Список использованной литературы:

1. Инновационный менеджмент для студентов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://arhclub.info/>. — Заглавие с экрана.
2. ООО «БДО» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://bdo.com.ua/>. — Заглавие с экрана.
3. Ревуцкая Н. Перспективные инструменты стратегического управления украинскими предприятиями [Электронный ресурс] / Наталия Ревуцкая. — Режим доступа : [www.cfin.ru/management/practice/alt2003-2/20.shtml](http://www.cfin.ru/management/practice/alt2003-2/20.shtml). — Заглавие с экрана.

Швиденко В. С.

студент ОДАУ

Керівник: к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А.

## **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ З МЕТОЮ ЗАПОБІГАННЯ ЗЕМЕЛЬНОМУ РЕЙДЕРСТВУ**

Наявність ризиків та загроз у сільськогосподарському виробництві зумовлює актуальність дослідження проблеми забезпечення економічної безпеки в аграрному секторі. Головною особливістю сільськогосподарського виробництва є те, що в сільському господарстві головним, незамінним і невідтворювальним засобом виробництва є земля.

Основні цілі економічної безпеки сільськогосподарських підприємств повинні включати: забезпечення високої фінансової ефективності роботи та фінансової стійкості; забезпечення високого рівня конкурентоспроможності технічного потенціалу; досягнення оптимальної організаційної структури управління; досягнення високого рівня кваліфікації персоналу; забезпечення організації безпеки персоналу кооперативу, його капіталу і майна; забезпечення захисту інформаційно-аналітичної бази; мінімізацію негативного впливу результатів виробничої діяльності на стан довкілля; забезпечення якісної правової захищеності діяльності. Ситуація Української економічної дійсності спонукає до необхідності створення систем управління економічною безпекою підприємств, які забезпечуватимуть стан захищеності їхніх життєво важливих інтересів від недобросовісної конкуренції й інших зовнішніх і внутрішніх загроз.

Є ще одна специфічна загроза — це замах на пайове майно та умови його використання. Не всі аграрні підприємства провели приватизацію пайового майна і, відповідно, на цьому можуть зіграти рейдери, переділивши його.

Доволі поширені замах на чинність договорів оренди, які або не підписуються, або підписуються з певними порушеннями. Це в руках досвідчених людей може впливати на ефективність і чинність таких договорів.

Сільське господарство на сьогодні — прибутковий бізнес, відповідно він привертає увагу рейдерів. Якщо характеризувати загальні види рейдерських захоплень, то тут можна говорити про замах на право власності, на корпоративні права, на ключові активи, на повноваження менеджменту, ліквідність, фінансовий стан. Найчастіше у цьому процесі фігурують договори оренди. Зокрема, атака спрямовується на визнання договорів оренди землі недійсними через відсутність однієї чи більше істотних умов або на скасування державної реєстрації права оренди. Буває і так, що підприємство дізнається про втрату орендованої землі, лише коли на його поле виходить техніка й починається обробка землі.

Саме таким чином відбулося рейдерське захоплення землі в аграрному приватному підприємстві ПСП «Україна» Комінтернівського району Одеської області. В підприємстві навесні 2013 року на поля вийшла техніка і приступила

до обробки ріллі, в ході справи з'ясувалося що фірма австрійського походження мала доступ до договорів оренди землі і шахрайськими діями частина договорів виявилася недійсною і земля вже орендована іншими юридичними особами. У ході розслідування виявилось, що так звані «нерозподілені паї» та «померлі паї» не були переданні у спадщину родичам, а за документами всупереч закону були присвоєні іншим особам, нібито ще до смерті власника. Таким чином підприємство втратило 203 га, враховуючи, що на той період підприємство стрімко розвивало тваринництво і частина відібраної землі була розподілена для утримання худоби, близько 220 голів великої рогатої худоби довелося пустити на забій. У подальшому підприємство зазнало збитків і довелося скоротити штат працівників з 40 до 18.

Практика показує, що найефективнішим від захоплення підприємства рейдерами є захист превентивного характеру [1]. Його стратегічна мета — максимальне підвищення вартості захоплення підприємства для того, щоб зробити атаку рейдерів нерентабельною, а отже — недоцільною. Відповідно власникові необхідно здійснити заходи, щоб перевести інтерес потенційного рейдера із площини корпоративного захоплення на цивілізований механізм об'єднання та поглинання. Для цього слід провести системну реструктуризацію бізнесу, що дасть змогу створити таку систему володіння і управління найбільш привабливих активів, яка зробить захоплення рейдерами підприємства нерентабельним бізнесом [2].

З метою покращення фінансової стійкості, а отже і рівня фінансової безпеки, підприємству потрібно збільшувати частку власного капіталу шляхом здійснення наступних заходів: збільшення розміру статутного капіталу; підвищення прибутковості (збільшення обсягів виробництва та реалізації рентабельної продукції; зменшення собівартості та розміру витрат на виробництво).

Ефективність управління формуванням системи економічної безпеки має визначатися з урахуванням двох критеріїв:

- потенційним складом і структурою загроз;
- фінансовими можливостями підприємства.

Постійне посилення дії факторів, що загрожують економічній безпеці підприємства, потребує створення системи моніторингу стану і динаміки розвитку підприємства з метою завчасного попередження небезпек та загроз і вживання необхідних заходів щодо захисту та протидії рейдерству.

#### Список використаних джерел

1. Коваль А. Способы жестких поглощений [Текст] / А. Коваль. // Юридическая практика. — 2004. — № 29 (343). — С. 1—7.
2. Смітюх А. В. Рейдерство, поглинання та загарбання: співвідношення понять та класифікації [Текст] / А. В. Смітюх // Вісник господарського судочинства. — 2008. — № 3. — С. 93—101.

Яременко А. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Савенкова С. В.

## СТАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ

В час ринкових відносин провідну роль в економіці України відіграють іноземні інвестиції, як один із варіантів поповнення фінансових ресурсів.

У нинішніх умовах інвестиції виступають одним з найважливіших джерел виходу з економічної кризи. Якщо охарактеризувати стан українського інвестиційного клімату, то можна сміливо стверджувати, що наша країна не здобула серйозних досягнень у належному забезпеченні інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності.

У рейтингу глобальної конкурентоспроможності Global Competitiveness Report 2015—2016 рр., підготовленому Всесвітнім економічним форумом, Україна посіла 79-у сходинку. Нашими сусідами по рейтингу виявилися Гватемала (78-е місце) і Таджикистан (80-е місце). Згідно з рейтингом швейцарського Інституту менеджменту та розвитку, Україна в 2015 році виявилася на передостанньому місці (60-я позиція з 61), опустившись на 11 сходинок [2].

Зниження в рейтингу України перш за все пов'язано з дуже низькою продуктивністю в економіці. Але в той же час, експерти ООН заявляють, що Україна входить до 20-ки найпривабливіших країн з прямими іноземними інвестиціями. Цю привабливість експерти пояснюють з вкладанням інвестицій у дочірній регіон Росії. Після «Помаранчевої» революції ситуація в Україні змінилася і великі вкладення прямих інвестицій ускладнилися відсутністю у стабільності країни.

До причин ризикового інвестування в Україну відносять:

- дуже часте змінювання у законодавстві;
- корумпованість;
- не вирішене земельне питання;
- рейдерство;
- війна;
- недосконала система оподаткування.

Але навіть за таких умов деякі галузі все ж залишаються привабливими (страхування, зв'язок). Велику привабливість має сектор з електронної промисловості. В світі існує нестача кваліфікованих кадрів орієнтованих на знання ІТ. В Україні вже функціонують заводи «Flextronics International» (Сінгапур) і «Jabil Circuit» (США) — компаній, що виробляють продукцію для відомих брендів «SONY», «Nokia», «Philips».

За результатами оцінки Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА) Україна у 2015 році посіла 89-е місце у рейтингу інвестиційної привабливості [1]. Данні відображено на рис. 1.





Рис. 1 — Поквартальна динаміка індексу інвестиційної привабливості України за 2008—2015 роки [2]

Члени ЄБА вважають, що бізнес-клімат країни став гіршим ніж у 2014 році. Серед гострих причин погіршення ситуації у даній сфері бізнесу є неймовірні темпи інфляції, крихкість банківської системи, недоступність кредитних ресурсів, валютні обмеження та непослідовну політику НБУ, податковий тиск, введення додаткових імпортних мит, невирішена ситуація на Сході країни, а також незрозумілу стратегію Уряду щодо впровадження реформ у цілому.

Одним із позитивних кроків у бізнес-кліматі члени ЄБА вважають, процедури спрощення ведення бізнесу. Мова йде про аграрний сектор, про скасування необхідності отримання карантинного сертифікату, скорочення строків надання фітосанітарного сертифікату.

Отже, можемо стверджувати, що залучення інвестицій є для України одним із пріоритетних напрямків розвитку економіки країни. В даний час інвестиційний клімат України не є сприятливим для заохочення іноземних інвесторів. Для того щоб покращити, інвестиційну привабливості України слід розробити та здійснити відповідні заходи щодо покращення системи оподаткування, боротьби з корупцією на всіх рівнях влади, стабілізації фінансового сектору.

#### Список використаних джерел

1. Index of economic freedom 2015 [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.heritage.org/index/explore.aspx?view=byregion-country-year>. — Title from screen.

2. Коваленко С. О. Інвестиційний клімат в Україні та напрями його покращення [Текст] / С. О. Коваленко // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2012. — № 38. — С. 366—368.

3. Оцінка інвестиційної привабливості України Європейської Бізнес Асоціації 2015 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.eba.com.ua/static/indices/iai/index26\\_results\\_ukr.pdf](http://www.eba.com.ua/static/indices/iai/index26_results_ukr.pdf). — Назва з екрану.



## **СЕКЦІЯ 3**

# **СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ**

Бабіло О. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н. Майданюк С. І.

## **АНАЛІЗ ДОСВІДУ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ В МІСТІ ОДЕСІ**

**Постановка проблеми.** Сьогодні в Україні існує проблема щодо прозорості, якості та швидкості надання адміністративних послуг громадянам, що призводить до недотримання законів, хабарництва. Такі проблеми трапляються і в місті Одесі, де нещодавно було відкрито Центр обслуговування громадян. А тому необхідно дослідити якість надання таких послуг аби виявити всі переваги та недоліки в роботі центру.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проведене нами опрацювання джерел вказує на те, що над цією проблемою працюють багато українських політиків, експертів та науковців, а саме: О. Ф. Андрійко, Г. В. Булгакова, О. Ю. Вілкул, О. М. Москаленко, О. С. Саєнко, В. П. Тимошук.

**Ціль дослідження.** Метою проведеного дослідження є аналіз перших результатів та виявлення всіх переваг і недоліків надання адміністративних послуг в місті Одесі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В місті Одесі було створено Центр обслуговування громадян, де кожна людина може розраховувати на консультацію, допомогу та в подальшому якісне надання будь-яких адміністративних послуг, а саме: видача паспортів, оформлення та реєстрація бізнесу, довідок, купівлі-продажу майна та ін. Перевага та особливість такого Центру полягає в тому, що майже 1 000 клієнтів в день можуть отримувати будь-які адміністративні послуги, що здійснюються протягом кількох годин безпосередньо в Центрі або в онлайн режимі без попереднього збору документів в інших органах державної влади, що дозволяє в ряді випадків запобігти корупційним діям. «Перелік послуг та концепція діяльності Центру обслуговування громадян були сформовані в тісній співпраці громади, держаних, адміністративних та дозвільних структур» [2].

Приклад відповідальності, прозорості, ефективності, якості та швидкості надання адміністративних послуг Україна запозичила в Грузії. Створені там Будинки юстиції, які надають більш ніж 300 адміністративних послуг, стали натхненням для відкриття такого Центру в Одесі та інших областях України за для збереження часу та покращення життя всіх громадян.

«Спрощення реєстраційного обслуговування за принципом «одного вікна» надає громадянам можливість здійснювати запит нової виписки із реєстру або інших документів в електронній формі (без підпису та печаті) через Інтернет не виходячи із дому або офісу, Веб-оплату реєстраційних послуг з використанням платіжних карток, надання авторизованим споживачам своїх реєстраційних документів у електронному виді, отримання у електронному виді документації із міст, що включені в єдину централізовану мережу, без

необхідності особистої присутності у тих містах, де розміщено бізнес-структура» [2].

Слід зазначити, що в процесі дослідження роботи Центру обслуговування громадян в Одесі було виявлено ряд недоліків. Дослідники зробили висновок, що найбільшою проблемою в роботі є недостатня кваліфікованість працівників цього центру та проблеми, пов'язані з технічним облаштуванням. Також було виявлено, що:

1. Існує ліміт часу прийому відвідувачів що викликає незручності в попередній реєстрації на прийом.

2. Недоопрацьована, в хаотичному порядку представлена інформація на інформаційних стендах.

3. Недостатня кваліфікація співробітників відділів, які в ряді випадків не в змозі надати першокласну консультацію.

4. Повільна робота програмного забезпечення, яка пов'язана з обміном інформації між органами Державної статистики, Податкової служби, Пенсійним фондом та ін.

«Враховуючи зауваження громадян, які брали участь в опитуванні, експерти Асоціації спільно із органами юстиції та місцевого самоврядування підготували рекомендації щодо поліпшення якості, скорочення термінів та спрощення процедур надання послуг, серед яких зміна графіку роботи, створення належних умов для осіб з інвалідністю, покращення матеріально-технічного та інформаційного забезпечення, запровадження «електронної черги» тощо» [1].

Всі вищеперераховані недоліки, перш за все, пов'язані с малим досвідом роботи, адже тільки після певного часу та ретельного дослідження роботи Центру можна виявити, допрацювати та вдосконалити роботу підрозділів Центру обслуговування громадян.

**Висновок.** Створення Центру адміністративних послуг допоможе зберегти час та поліпшити життя всіх громадян, які звертаються за наданням будь-яких послуг. Але першочерговим завданням є вдосконалення всіх недоліків в роботі структури, звернення уваги на скарги та пропозиції клієнтів тощо. Також слід розвивати досягнення роботи центру, знаходження нових та більш ефективних технологій роботи, що призведе до створення таких центрів у всіх регіонах України.

#### Список використаних джерел

1. В Одесі оприлюднено оцінку задоволеності якістю адміністративних послуг управлінь юстиції [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://pravo.org.ua/ua/news/20871297-v-odesi-oprilyudneno-otsinku-zadovolenosti-yakistyu-administrativnih-poslug-upravlin-yustitsiyi>. — Назва з екрану.

2. Про центр [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://cog.odessa.ua/about/>. — Назва з екрану.

Білоусов Д. С.

студент МГУ

Керівник: к.т.н., доц. Лебедева Н. А.

## ОСОБЛИВОСТІ ТА СПЕЦИФІКА КРАУДСОРСІНГУ ТА КРАУДФАНДІНГУ В УКРАЇНІ

З моменту, коли вперше був введений в обіг термін «краудсорсінг», пройшло менше десяти років. За цей час на «колективний розум» виявилось покладено безліч завдань. Сотні проектів по всьому світу, які раніше здавалися футуристичної фантазією, зараз працюють завдяки краудсорсінгу. Крауд-технології проникають у всі сфери; їх беруть на озброєння економісти, теоретики управління, дослідники політичних наук і, звичайно, фахівці з інформаційних технологій. З огляду різноманітних теорій, краудсорсінгові технології мають переваги. Найбільш явні з них — це, по-перше, дешевизна (несумірна з високою результативністю застосування), по-друге, досягнення найвищого рівня лояльності аудиторії. Незважаючи на те, що крауд-технології набули поширення переважно в соціальній сфері в Україні, в існуючому соціально-політичному контексті вони можуть бути успішно застосовані в діловому співтоваристві, що дасть новим гравцям, що пропонують інноваційні підходи, додаткові переваги, а в результаті — забезпечить налагоджену взаємодію із соціумом.

Якщо говорити про специфіку краудсорсінгу, то можна виділити наступні обов'язкові елементи: гетерогенність мас, відкритість доступу і спрямованість на дію. Ключовий прийом, який гарантує ефективний краудсорсінг — розподіл навантаження і розбивання роботи на невеликі частини. Комунікативний процес краудсорсінгу і краудфандінгу включає трьох основних акторів: ініціатор, посередник і виконавець («натовп»). Мотивація учасників процесу будується на складних системах. Ключовими аспектами для «натовпу» є бажання самореалізації і відчуття причетності, проте додатковим мотиватором часто стає грошова винагорода для переможця. Проте застава краудсорсінгу — двостороння-симетрична взаємодія між ініціатором і виконавцем («натовпом»). Всі ці характеристики повинні враховуватися при побудові PR-кампанії з крауд-активностями. Ключовою концепцією для технологій PR в рамках крауд-практик є стратегія довіри. Інструментами комунікації, що працюють у сфері краудсорсінгу, стають *socialmediarelations*, *mediarelations*, внутрішньокорпоративний PR, брендинг. Для краудфандінгу — це: *mediarelations*, *Investorrelations* та продаж. PR-механізми, що використовуються в краудсорсінгу і краудфандінгу: переконання (через більшість, лідерів громадської думки, емоційну зарядженість), захоплення і повторення. Краудсорсінг можна розділити на такі види: за типом вирішуваних завдань, за типом орієнтації на види комунікації, по додатковому репутаційному посилю, за типом взаємодії з користувачем.

В Україні діють успішні самостійні крауд-проекти. Існують наступні практики застосування краудсорсінгу: залучення агенції, створення самостійної

технологічної бази (Інтернет-магазин або ПЗ). Краудсорсінг, як самостійний проект організації характерний для B2C (Business-to-consumer, укр. бізнес для споживача) — термін, що позначає комерційні взаємини між організацією (Business) і приватним, так званим «кінцевим» споживачем (consumer) ринку. У всіх випадках використовувалася змішана мотивація учасників, що включає як обмежену матеріальну підтримку, так і нематеріальну.

Крауд-кампанія організації — інформаційний привід для ЗМІ. Три з чотирьох досліджуваних кампаній отримали широке висвітлення в цільових виданнях. При цьому емоційна забарвленість згадок була позитивною. Великі можливості відкриваються і перед SMM-інструментарієм у поєднанні з краудсорсінгом. Краудсорсінг стає «точкою зборки» для збільшення якісних (лояльність, залученість) і кількісних (кількість нових передплатників) характеристик власних спільнот. Темпи зростання ринку краудфандінгу вражають. За 2012 рік було зібрано \$ 2,7 млрд., що на 81% перевищило показники 2011 року. На думку експертів, прогноз на 2013 рік — зростання майже в 2 рази, до рівня \$ 5 100 000 000, а 2014 рік приніс індустрії \$ 10 млрд., і за прогнозами на 2015 рік цей обсяг збільшиться вдвічі. Виявлено дві ключові відмінності для української модифікації краудсорсінгу:

1. Схильність до уніфікації. Всі види проектів і комунікації на одному майданчику. Тоді як на західному ринку переважає протилежний процес — диверсифікація, де існує десятки порталів з самою різною спеціалізацією.

2. Менша мобілізована аудиторія. Український сегмент крауд-практик охоплює значно меншу аудиторію. Хоча серед вже залученої аудиторії рівень активності порівнянний і навіть, у випадку з краудфандінгом, більше, ніж на Заході. Можливо, це пов'язано із загальною специфікою проникнення Інтернету. Для порівняння, в Україні місячна Інтернет-аудиторія не перевищує 59%, а в США аналогічний показник 89%.

Краудфандінг в усьому світі вже перетворився з невеликого експерименту в хороший робочий інструмент і зараз має найбільш позитивні перспективи. Ця нова, не до кінця освоєна модель фінансування, znana масовою доступністю і простотою, в майбутньому продовжить розвиватися, набирати популярність та залучати все нових і нових інвесторів.

#### Список використаних джерел

1. Agrawal A, Catalini C, Goldgard A The Geography of Crowdfunding [Text] NET Institute Working Paper No. 10-08, University of Toronto, viewed 17th April 2013.

2. Ahora, R. (2012) '7 ReasonstoAvoidCrowdfunding', Fox Business, Small Business Center, 23 October.

3. Belleflamme, P, Lambert, T, and Schwienbacher, A 2012, 'Crowdfunding : Tapping the RightCrowd', CORE DiscussionPaperNo. 2011/32, viewed 12th April 2013.

Білошицька А. І.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н. Величко Т. Г

## **РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Протягом всього розвитку людської цивілізації суспільство рідко замислювалось над негативним впливом на навколишнє середовище. Лише на початку ХХ століття швидкий темп розвитку технологій та промислової революції ХVІІІ-ХІХ століття, які перевернули весь устрій життя найбільш розвинутих країн світу, зіткнули людство з проблемою обмеженості та вичерпності основних ресурсів. У зв'язку з виникненням глобальної екологічної кризи в 80-х роках вперше почали говорити про сталий розвиток екосистеми, розвиток без руйнування та необхідність зміни в мисленні населення. Виникають тенденції до вирішення існуючих проблем, створюються міжнародні організації, об'єднання по охороні навколишнього середовища з'являються нові дисципліни та нові поняття.

В Україні в 2015 році Президентом був підписаний Указ «Про стратегію сталого розвитку «Україна — 2020», що складається з наступних напрямків руху:

- стійкий розвиток країни;
- безпека держави, громадян та бізнесу;
- гордість в світі за Україну;
- відповідальність та справедливість.

«Головною передумовою реалізації Стратегії є суспільний договір між владою, бізнесом та громадянським суспільством, де кожна сторона має свою зону відповідальності» [3]. В цілому планується впровадження 62 реформ та досягнення 25 конкретних показників, які дадуть змогу оцінити ефективність реалізації стратегії «Україна — 2020».

«Все экологические, социальные и экономические проблемы современной цивилизации лежат в самом человеке — прежде всего в его сознании, которое определяет его действия во всех областях» [1, с. 316]. Зміна в свідомості сучасної молоді можлива за допомогою реформування в освіті, яке пройшло вже в багатьох країнах. Фундамент екологічної освіти було закладено в Парижі на Міжнародній конференції ЮНЕСКО 1968 року, а вже в 1975 році була створена Міжнародна програма та прийняті Національні стратегії екологічної освіти, в яких відображається реалізація одного із завдань, висвітлених на конференції Рио-92 в доповіді «Порядок денний на ХХІ століття», а саме: забезпечення розуміння сутності екології молоддю України постановою про зародження такої освіти та виховання була прийнята Верховною Радою у 1998 році.

Метою екологічної освіти є ліквідація системи поглядів на навколишнє середовище, що базується на споживчих інтересах, та зародження нового



екологічного мислення, світобачення, що включає в себе знання і розуміння законів природи, єдність живої і неживої природи, виховання звичок екологічно правильної поведінки, прагнення та пропаганду здорового способу життя. Але здобутті екологічні знання ще не являються гарантією екологічної вихованості людини. Головною функцією екологічного виховання є зародження активної природоохоронної позиції, що формується на основі придбаного досвіду взаємодії з соціальним та природним середовищем на інтелектуальному та емоційно-чуттєвому рівнях. Екологічні знання в комплексі з ціннісними орієнтаціями складають базис екологічної культури.

Система екологічної освіти розгалужується на неформальну (організації культури, СМІ, рекреаційні зони, туризм, ботанічні сади та сім'я) та формальну (загальноосвітні школи, вищі начальні заклади), де формується науково обґрунтований процес зародження та формування екологічної культури. Суттєвим моментом є наявність у випускників шкіл, вузів на початку своєї трудової діяльності сталого бережного відношення до природи як під час виробничих відносин, так і повсякденному житті. Невисокий ступінь розвитку екологічної освіти у вузах на сьогодні можна пояснити тим, що це освіта, яка лише зароджується, наука, в областях якої залишається більше проблем ніж рішень. Ці дві підсистеми формують адекватне уявлення особистості про доцільну екологічну поведінку у системі відносин між людиною, природою та суспільством.

Сталий розвиток неможливий без «сталого суспільства», такого, яке буде мати достатню базу знань, мудрості, щоб не ушкоджувати ті системи, які підтримують його, а саме фізичну, соціальну та екологічну. В такому суспільстві повинні існувати правила, згідно з якими буде здійснюватися використання енергії, природних запасів, організація промислово-виробничої діяльності, та які будуть базуватися на головному «законі»: темпи споживання поновлюваних ресурсів не перевищують швидкість їх відновлення, та швидкість викидів небезпечних речовин не перевищують норму, яку навколишнє середовище може поглинути.

#### Список використаних джерел

1. Данилов В. И. Экологический вызов и устойчивое развитие [Текст] : учеб. пособ. / В. И. Данилов, К. С. Лосев. — М. : Прогресс-традиция, 2000. — 540 с.
2. Указ Президента України «Про стратегію сталого розвитку «Україна-2020» від 12.01.2015 № 5/2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://medsprava.com.ua/regulations/8450/466655/>. — Назва з екрану.
3. Экологическая культура и экологическое образование. Экологическое мышление [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://mydocx.ru/10-48385.html>. — Заглавие с экрана.

Бушулян М. А.

студент МГУ

Руководитель: к.т.н., доц. Лебедева Н. А.

## **ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ**

В современных условиях внешнеэкономическая деятельность является важной составляющей, формирующей структуру, динамику, устойчивость национальной экономики. Сегодня ни одно государство в мире не может успешно развиваться без эффективной системы внешнеэкономических отношений. В этих условиях особое значение приобретает государственное регулирование внешнеторговых операций как совокупности мер, способствующих осуществлению внешнеэкономической политики страны в отношении взаимосвязей с зарубежными партнерами [2, с. 33].

Государственное регулирование экономики имеет долгую историю — даже в период раннего капитализма в Европе существовал централизованный контроль над ценами, качеством товаров и услуг, процентными ставками и внешней торговлей. В современных условиях любое государство осуществляет регулирование национальной экономики, с различной степенью государственного вмешательства в экономику. По вопросам, в каких пропорциях должно сочетаться государственное и рыночное регулирование, каковы границы и направления государственного вмешательства, существует широкий спектр мнений и подходов — от полного государственного монополизма до крайнего экономического либерализма. Государственное регулирование внешнеторговых операций важно для экономического и социального развития страны. При этом, осуществляя регулирование внешнеторговых операций, государство использует широкий набор средств и методов воздействия на экономику, таких как бюджет, налоги, кредитно-денежная политика, экономическое законодательство и т. д. В любой экономической системе, в том числе и рыночной экономике, государство выступает в известном смысле как экономический агент, обладающий правом и возможностью принуждения, например, в сфере налоговой политики, государственного законодательства.

Через внешнеэкономические связи осуществляется международное разделение труда, имеющее целью экономию общественного труда в процессе производства и обмен его результатами между различными странами. Международный обмен товарами экономически целесообразен для страны, если она затрачивает на производство экспортных товаров меньше общественного труда, чем должна затрачивать на производство товаров, взамен импортируемых, на средства, вырученные от экспорта.

Государственное регулирование используется в интересах всего общества. Оно затрагивает интересы всей хозяйственной и социальной сферы, всех регионов страны, оказывает на них огромное влияние.

В основе государственного регулирования — использование рычагов и методов, прямых и косвенных регуляторов экономических процессов. Различные аспекты экономической деятельности государство регулирует через бюджетную, банковскую систему, государственные заказы, таможенную службу. Широко используются планирование, экономическое прогнозирование, контроль и другие функции управления.

Тема государственного регулирования внешнеторговых операций в Украине, безусловно, очень актуальна в настоящее время.

Наша страна идет путем рыночной экономики, поэтому очевидно, что прежние методы регулирования внешнеторговых операций неэффективно применять в современных условиях. Выработка новых способов регулирования, наиболее эффективных для нашей экономики, до сих пор не завершена. Регулирование внешнеторговых операций по-прежнему не является оптимальным в Украине. А тем временем Украина с каждым годом всё более интегрируется в международную экономику. Внешнеторговая деятельность является ключевой для экономики Украины, так как очень большую долю своих потребностей она удовлетворяет за счёт импорта товаров, средства на которые она получает от экспорта других товаров, в наибольшей степени сырьевых ресурсов.

Особенности и перспективы осуществления государственного регулирования внешнеторговых операций реализуются по средствам обзора законодательства по внешнеэкономической деятельности, анализа внешнеторговых и валютных операций, с использованием методов экономического анализа и обзора проблем, которые препятствуют осуществлению внешнеэкономической деятельности в Украине.

Таким образом, у Украины, как у торгующей державы, есть все шансы для успешного развития внешнеторговых операций, однако, для этого развитие экспорта и импорта необходимо рассматривать как задачу общенационального значения, что подразумевает включение в эту работу органов государственной и местной власти, предпринимательских союзов и общественных организаций, непосредственно экспортеров. Общими усилиями Украина сумеет занять достойное место в международном разделении труда, способствуя тем самым прогрессу всего мирового хозяйства.

#### Список использованной литературы

1. Бариленко В. И. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности [Текст] / В. И. Бариленко. — М. : Инфра-М, 2010. — 458 с.
2. Иванова И. Н. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Текст] : учеб. / И. Н. Иванова. — М. : Инфа-М, 2008. — 297 с.
3. Курдов В. М. Мировая экономика [Текст] / В. М. Курдов. — М. : Экономика, 2009. — 377 с.

Верещака О. Л.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.політ.н., доц. Титаренко Л. М.

## **СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

За останнє десятиріччя в усьому світі і в Україні, зокрема, підвищилась зацікавленість проблемами організації менеджменту, наявних моделей, технологій, стратегічних напрямків. Менеджмент — це, перш за все, елемент сучасної людської культури, який включає в себе традиції, концепції, інститути, практику, що склалися і спрямовані на управління людською діяльністю.

Існує дві точки зору на час його появи. Згідно з першою, появу менеджменту пов'язують з початком ХХ століття, з такими іменами, як А. Файоль, Ф. Тейлор [3, с. 135]. Як галузь академічних досліджень і професійної підготовки керівників, менеджмент по суті являється продуктом двадцятого століття. Один із основоположників американського менеджменту П. Друкер зазначив, що у світі немає слаборозвинутих країн, а є країни погано керовані [1, с. 7].

Становлення та розвиток сучасного менеджменту в Україні є актуальною проблемою. Що ж представляє собою вітчизняний менеджмент?

Сьогоднішня потреба країни виходу із кризи, підвищення ефективності суспільно-економічного розвитку на місцях, багато де в чому залежить від рівня розвитку технологій, рентабельності виробництва, створення гнучких умов ринків праці та заохочення технологічних інновацій у сфері управління [4, с. 165]. Як свідчить наукова думка, ринок — це ефективний механізм відносин, функціонування якого стимулює ріст ділової, підприємницької, організаторської активності людей [1, с. 13].

Вивчення тенденцій кадрового менеджменту в різноманітних сферах актуалізує необхідність реформування суспільної системи в цілому. Сьогодні організаціям та установам потрібні кваліфіковані менеджери-управлінці, які можуть успішно працювати як у сфері проектування і впровадження нових форм і методів управління їх діяльністю, так і в різних галузях економічної та управлінської діяльності з професійним використанням комп'ютерних технологій.

Вважаємо, що основними цілями оцінки кадрового менеджменту є:

- адміністративна, яка полягає в прийнятті кадрових рішень на об'єктивній і регулярній основі (розміщення кадрів, їх переміщення та оплата праці);

- інформативна — забезпечення керівників необхідними даними про кількісний та якісний склад персоналу;

- мотиваційна — орієнтація працівників на покращення трудової діяльності і результативності поставлених цілей.

Це потребує внесення суттєвих змін до стилю діяльності менеджерів. Йдеться про свого роду «маркетингізацію» взаємовідносин між громадянином та органами влади. Громадянин з «прохача» перетворюється на «клієнта» в умовах ринкових засад [2, с. 253].

Вітчизняні вчені звертають увагу на те, що управління суспільно-економічними процесами, це, перш за все, — комплектування виробництва кваліфікованими спеціалістами. Це важкий, багаторічний процес. Він включає послідовне здійснення науково-дослідних, організаційно-управлінських та законодавчих заходів. Треба погодитись з ученими, що крім професійних здібностей, модель поведінки фахівців управління повинна ґрунтуватися на врахуванні морально-психологічних, естетичних та етичних здібностей. На нашу думку, будь-які заходи суто економічного чи соціального характеру стають успішними лише за умов мобілізації потенціалу управлінського персоналу до прийняття рішень в ринкових умовах зростаючої свободи дій.

Очевидним є те, що просування України до європейської спільноти, передусім до європейських соціальних стандартів потребує підвищення особистої відповідальності менеджера. Саме життя, практика ринкової економіки, підприємництва підтверджує, що керівник сьогодення і майбутнього — це менеджер, конструктор, стратег, «ragexcellence» (без кордонів), лідер і провідник змін, який забезпечує стратегічний розвиток організації [2, с. 67]. Він повинен бути гнучким, добре освіченим, володіти професійними знаннями, уміти мислити системно й аналітично, управляти ресурсами, орієнтуватися на результати, бути готовим до безперервної освіти і саморозвитку, володіти комунікативними навичками.

Менеджмент управління повинен спрямовуватись на досягнення найвищих результатів, що ефективно позначиться на соціально-економічному розвитку та інтегруванні країни в світовий економічний процес.

#### Список використаних джерел

1. Мігус І. П. Характеристика тенденцій розвитку вітчизняного фінансового ринку як середовища функціонування фінансових установ та джерела зовнішніх загроз їх економічній безпеці [Електронний ресурс] / І. П. Мігус, Н. В. Зачосова // Ефективна економіка. — Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4771&p=1>. — Назва з екрану.

2. Мурашко М. Менеджмент персоналу [Текст] : навч.-прак. посіб. / Микола Мурашко. — К. : Знання, 2006. — 311 с.

3. Одегов Ю. Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах [Текст] : учеб. / Ю. Г. Одегов. — М. : Академический проект, 2005. — 188 с.

4. Титаренко Л. М. Менеджмент організації регіональної влади: соціально-психологічні та політичні орієнтири [Текст] // Актуальні проблеми державного управління: Збірник наук. пр. — Одеса.: НАДУ ОРІДУ при Президентіві України, 2010. — Вип 2(34). — С. 163—170.

Голодок Д. В.  
студент МГУ  
Керівник: викл. Нестерова К. С.

## **ВПЛИВ ВИДАТКІВ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ НА РОЗВИТОК РАЙОНУ**

На сучасному етапі розвитку бюджетних відносин в Україні головна увага приділяється посиленню ролі бюджетних видатків у процесі регулювання соціального та економічного розвитку держави та її регіонів.

Раціональне використання бюджетних ресурсів є однією з найвагоміших питань планування та виконання бюджету в умовах нестачі бюджетних коштів. На теперішній час у цьому напрямку здійснюються роботи щодо посилення обґрунтованості планування видаткової частини бюджету в частині її впливу на зростання економіки та соціального розвитку.

Пріоритетними завданнями у межах удосконалення системи управління бюджетними видатками мають стати: обґрунтоване визначення ключових питань при розподілі бюджетних коштів, застосування перспектив прогнозування бюджету та його планування; оптимізація бюджетних програм з урахуванням загальних державних першочергових завдань та удосконалення методів оцінки їх результативності; систематизація контролю та моніторингу за цільовим та ефективним використанням бюджетних ресурсів, обґрунтованої системи оцінки результативності бюджетних програм та повноваженнями розпорядників бюджетних коштів.

Видатки державного бюджету характеризуються рівнем забезпеченості потреб її діяльності. Державна фінансова підтримка пріоритетних галузей економіки є виправданою та доцільною. Також необхідним є фінансове забезпечення депресивних регіонів з метою досягнення збалансованого розвитку національної економіки.

Місцеві бюджети є фінансовою базою для органів місцевого самоврядування та відіграють головну роль у фінансовому забезпеченні регіонального розвитку. У зв'язку з недостатністю бюджетних коштів, актуальним є пошук можливостей спільного фінансування розвитку окремих видів господарської діяльності спільно з суб'єктами бізнесу.

Формування бюджету Роздільнянського району досліджено за період 2015—2016 рр. Витрати бюджету здійснювалися з урахуванням основних показників соціально-економічного розвитку району та з дотриманням норм чинного бюджетного законодавства. За прогнозними розрахунками соціально-економічного розвитку району в 2016 р. очікуються позитивні тенденції економічного розвитку [1].

Спільні зусилля місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування протягом 2015 р. були спрямовані на досягнення високого рівня добробуту та соціального захисту мешканців району, а також вирішення проблем, що стримують розвиток економіки району. Так, видатки району на соціально-економічний розвиток у 2015 р. становили 7022,3 тис. грн., з яких

було направлено на ремонт медичного обладнання 944,8 тис. грн., на придбання, ремонт газового обладнання для загальноосвітніх закладів — 1703,8 тис. грн., придбання водонапірних башт — 210,0 тис. грн., капітальний ремонт водогонів — 1285,0 тис. грн., оновлення матеріальної бази ДНЗ 502,0 тис. грн., капітальний ремонт крівлі ДНЗ 296,4 тис. грн., забезпечення житлом дітей-сиріт та дітей позбавлених батьківського піклування — 195,0 тис. грн., інноваційні енергоефективні заходи на фінансування програми «Зелений туризм, як каталізатор економічного розвитку сільської території» 245,0 тис. грн. На розвиток освіти надійшла субвенція з державного бюджету у сумі 1640,3 тис. грн. Видатки на житлово-комунальне господарство району склали 4661,02 і виконано на 92,0% від планових призначень. Видатки на транспорт, дорожнє господарство, зв'язок, телекомунікації та інформатику склали 526,265 тис. грн., що складає 89%.

Збільшення видатків на розвиток інфраструктури району веде до позитивної динаміки зростання реальних доходів та рівня життя населення, зростання реальної заробітної плати і пенсій. Покращення соціально-економічного розвитку району — є основною метою бюджетної політики наступного року.

Видатки місцевого бюджету — це важливий інструмент реалізації регіональної політики та вирішення питань щодо структурної перебудови економіки, вирівнювання фінансового забезпечення економіки, розвитку регіонів та ефективного територіального поділу праці, розвитку промисловості, господарства, будівництво житлового фонду, благоустрою міст, проведення природоохоронних заходів та багато іншого.

Таким чином, одним із першочергових заходів забезпечення збалансованості бюджетної системи в Україні має стати надання місцевим бюджетам дієвого інструменту соціально-економічного розвитку регіонів. Слід зауважити, що від ефективності регіональної політики прямо пропорційно залежить обсяг фінансування пріоритетних регіональних потреб, що покращить життєвий рівень населення регіону. Реформування соціально-економічного розвитку регіонів характеризується позитивними змінами у бюджетній системі, спрямованими на підвищення ролі місцевого самоврядування.

#### Список використаних джерел

1. Роздільнянська районна рада [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://rozdilna-rada.odessa.gov.ua>. — Назва з екрану.

## ОБІЗНАНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ ПРО БРЕНД

Актуальністю розгляду цієї теми є прагнення маркетологів зрозуміти, як ефективно розвивати свій бренд (маркетингову діяльність компанії), щоб покупці були освідомленні про їх товар (бренд). В Україні на даний момент недостатньо досліджено стан маркетингу компаній та чинники, що впливають на його розвиток. Одним з таких недостатньо досліджених чинників є освідомлення бренду покупцями.

«Брендинг — один из самых увлекательных аспектов маркетинга, поскольку он зависит от восприятия потребителей» [1, с. 112]. Всі ми здійснюємо покупки та обираємо товар, який повинен бути якісним та доступним за ціною та ще й щоб ми знали виробника та бренд.

Щоб розробити ефективну рекламну кампанію, маркетологу необхідно зробити пропозицію споживачеві таким чином, щоб той з радістю його прийняв. Іншими словами, можна в основу даної розробки взяти довірчий маркетинг. Суть довірчого маркетингу полягає в тому, щоб покупець сам усвідомлено, не витрачаючи свій час, стимулював себе прочитати, побачити або почути рекламу необхідного товару. Таким чином, можна утворити відносини з потенційними покупцями і постійно бути у вигазі. Довірчий маркетинг використовують підприємства як спосіб зробити рекламну кампанію неповторних, індивідуальних і актуальною в даний час. На рис. 1 ми можемо побачити, як покупець сприймає інформацію краще.



Рис. 1 — Оптимізація компанії з підвищення обізнаності на основі обізнаності про бренд і впізнаваності бренда в точках контакту



Наприклад, візьмемо бутильовану воду або мінеральну, яка не має певних особливостей і близько 70% поверхні Землі покриті водою. Всі ми знаємо, що вода — без смаку та запаху, яка одержується внаслідок з'єднання двох молекул водню та атома кисню. Але тим не менш вода — є достатньо поширений асортиментом продукту і кількість брендів росте.

Чому ми тратимо гроші на відомий бренд води, а не на аналогічну воду під другим брендом? Адже, нам показують в рекламах, як юнак стоїть біля джерел і розливає воду в пляшки, так хотілось би вірити в це. Але така вода, як «Боржомі» відрізняється від інших продуктів, а ще є «Ессентукі» — ці води розливаються в дорогі скляні зелені пляшки, які вже завоювали свій авторитет у споживача.

«Эффективные компании тратят больше денег на брендинг, развитие — клиентской базы и технологий маркетинга, основанного на данных, и значительно меньше — на стимулирование продаж» [1, с. 48].

Також можливостями компанії є — зусилля, за допомогою яких можна досягти конкурентної переваги. На ринку — ми не одні, треба щоб наш товар був якісним та доступним, для цього потрібно чимало зусиль. Потрібно, щоб покупці були обізнані про бренд та якість нашого товару. «В своем наиболее популярном образе управляющий по маркетингу предстает как специалист, изыскивающий столько клиентов, сколько нужно для реализации всего объема продукции, производимой фирмой в данный момент» [2, с. 56].

Отже, усвідомленість бренду має великий вплив на подальший розвиток компанії. Більшість організацій не розробляють процес управління маркетингом і не використовують маркетингові показники в своїй щоденній діяльності. Щоб сьогодні домогтися успіхів, компанія має орієнтуватися на конкурентів. Їй необхідно шукати слабкі місця в їх позиціях і влаштовувати маркетингові атаки, націлені саме туди. Адже в добре розробленій рекламній кампанії завжди є місце для аналізу конкурентів.

Таким чином, проаналізувавши сутність маркетингу та визначивши ключові його складові, можна зробити висновок, що запорука ефективної рекламної кампанії підприємства при виході на ринок — це завоювання уваги споживачів і повагу до конкурентів.

#### Список використаних джерел

1. Джеффри М. Маркетинг, основанный на данных (15 показателей, которые должен знать каждый) [Текст] / М. Джеффри. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 384 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер. — М. : Прогресс, 1991. — 704 с.

Горбатюк В. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.військ.н., доц. Паламарчук В. І.

## **ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні умови діяльності підприємств є складними та небезпечними через наявність численних загроз. Джерела загроз дислокуються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі. Головною причиною виникнення загроз є незабезпечення економічних інтересів учасників ринкових і поза ринкових відносин. За таких умов головною метою діяльності підприємства має бути забезпечення його економічної безпеки.

Потреба в безпеці притаманна будь-якій системі, у тому числі й підприємству. Безпека є однією з найважливіших умов функціонування підприємства. Серед численних досліджень безпеки найпоширенішим сьогодні є дослідження економічної безпеки підприємства [2, с. 93].

Для прийняття ефективних управлінських рішень на рівні підприємств необхідна адекватна система інформаційного забезпечення фінансового управління. Інформаційне забезпечення фінансової діяльності має об'єктивно відображати інформацію про стан суб'єкта господарювання на будь-який момент часу і з будь-яким ступенем деталізації, а також враховувати показники зовнішнього середовища підприємства.

Метою економічної безпеки є збереження інформаційної системи підприємства в цілісності, захист і гарантування повноти і точності інформації, яку вона видає, мінімізація руйнувань і модифікація інформації, якщо такі трапляються. Досягнення цієї мети потрібно для вирішення наступних завдань: віднесення інформації до категорії обмеженого доступу (службової таємниці), прогнозування і своєчасне виявлення загроз безпеці інформаційних ресурсів, причин та умов, що сприяють нанесенню фінансового, матеріального і морального збитку, створення умов функціонування з найменшою вірогідністю реалізації загроз безпеці інформаційних ресурсів, створення механізму і умов оперативного реагування на загрози інформаційній безпеці з використанням правових, організаційних і технічних засобів забезпечення безпеки.

Під час взаємодії економічних агентів виникає безліч інформаційних зв'язків, що породжують багато інформаційних потоків. В більшості випадків інформація є різноманітною, рухається в різних напрямках, з різною інтенсивністю, часовою впорядкованістю, що не дозволяє адекватно оцінити стан ринку та його учасників та точно спрогнозувати ймовірні параметри ефективності діяльності як окремого підприємства так і всієї економіки. Це є причиною появи інформаційних екстерналій, які можна визначити як некомпенсований вплив інформаційних потоків та систем на економічний суб'єкт, що безпосередньо не бере участі у їх створенні та функціонуванні. Аналітична діяльність будь-якого суб'єкта господарювання ґрунтується на

основі інформаційних потоків, ефективне економічне зростання вже не може забезпечуватися без використання інформації. Інформація одночасно є і ресурсом для прийняття управлінського рішення і його продуктом. Економічна інформація є найважливішою складовою в організації управління підприємством, її можна використовувати в процесі планування, обліку, контролю, аналізу на всіх рівнях управління його виробничо-господарською та фінансовою діяльністю. Особливе значення має здатність інформації перетворюватись на нові знання, які можуть бути використані для прийняття управлінських рішень і поповнень знань управлінського персоналу [2, с. 93].

Створення інформаційної економіки на базі широкого впровадження інформаційних технологій, цифрових методів обробки інформації в різних галузях економіки призводить до появи як позитивних так і негативних екстерналій, що мають різний вплив на економічну безпеку суб'єктів господарювання — посилюють її (підвищення швидкості реакції економічних агентів на зовнішні і внутрішні зміни, оперативності прийняття управлінських рішень та ін.), або послабляють (брак, асиметричність інформації, недосконалість інформаційного захисту підприємств тощо). Це зумовлює необхідність управління інформатизацією суспільства, надання цьому процесу необхідних форм, напрямків з метою підвищення економічної ефективності та позитивної соціальної віддачі від використання інформаційних ресурсів.

Актуальність створення системи забезпечення необхідного рівня інформаційної складової економічної безпеки підтверджує той факт, що з одного боку використання надійної інформації впливає на правильність схвалюваних управлінських рішень, а це зводить до мінімуму ризик фінансових, виробничих та будь-яких витрат, що в свою чергу підвищує рівень інших складових економічної безпеки підприємства [1, с. 9].

З іншого боку інформація, пов'язана з діяльністю підприємства виступає об'єктом захисту, оскільки володіння певною частиною про діяльність підприємства для конкурентів створює сприятливі умови для її використання.

Таким чином, інформаційне забезпечення діяльності підприємства є важливим елементом управління економічною безпекою підприємства, яка має формуватися не тільки на основі стандартних показників, але й бути розширеною за рахунок нетрадиційних інформаційних ресурсів. Якість та повнота інформаційної бази сприяє виявленню слабких сторін у діяльності підприємства та виробленню правильних управлінських рішень щодо його належного функціонування [1, с. 16].

#### Список використаних джерел

1. Безбожний В. Л. Організаційні засади забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства [Текст] / В. Л. Безбожний // Вчені записки Університету «КРОК». Зб. наук. праць. — Вип. 18. — Т. 4. — 2008. — С. 9—17.
2. Проблеми економічної безпеки. Аналітична доповідь [Текст]. — К. : Український центр економічних і політичних досліджень, 2004. — 542 с.

Гусельников Д. А.  
студент ДонНУ  
Руководитель: к.э.н., доц. Таранич О. В.

## **ВЛИЯНИЕ РЕЛИГИИ НА МЕНЕДЖМЕНТ И ОРГАНИЗАЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ**

К концу второго тысячелетия современной цивилизации все пять миллиардов живущих на земле людей верят. Одни верят в Бога, другие — в то, что Его нет; люди верят в прогресс, справедливость, разум. Вера является важнейшей частью мировоззрения человека, его жизненной позицией, убеждением, этическим и нравственным правилом, нормой и обычаем, по которым — точнее, внутри которых — он живёт: действует, мыслит и чувствует, это и обусловило актуальность выбранной темы.

В разные времена к исследованиям этой области обращались разные ученые, такие как: М. Вебер, Л. Харрисон, Д. В. Касьянов, И. С. Иванов, А. Тулембаева, Р. В. Гордеев, А. П. Прохоров, Д. В. Рудаков.

Главной целью данной работы является определение степени влияния религии на менеджмент в разных странах мира, в рамках исследования были выделены следующие задачи: рассмотрение особенностей менеджмента в странах, в которых преобладают такие конфессии, как протестантизм, католицизм, православие, иудаизм и ислам.

Существует множество религий, все они влияют на жизнь и деятельности человека. Историки, политологи, экономисты трактуют религию как один из факторов, определяющих успех или крах различных обществ, и изучают влияние религии на экономическое поведение человека. В управлении, каждое решение отражает индивидуальность его инициатора, его культуру, религию. Для стран, с наиболее перспективными и развитыми системами управления и менеджмента, присущи следующие религиозные конфессии:

- Католицизм. Менеджер, работающий с людьми, воспитанными в католической культурной среде, широко использует естественное для них жесткое требование соблюдения установленных правил. Главными качествами, присущими такому менеджеру, должны являться высокая личная организованность (во всех сферах ее проявления), компетентность, а также выраженные волевые начала.

- Православие. Менеджер, работающий с людьми, воспитанными в православной культурной среде, в принципе может жестко требовать соблюдения установленных правил, однако лояльность к руководству почти всегда корректируется собственными представлениями подчиненного о справедливости.

- Протестантизм. Протестанты, в отличие от католиков и от православных, максимально «приземлили» вероучение, ликвидировали иерархию, минимизировали священные ритуалы, внутри религиозной общины выстроили отношения на основе прагматизма. Для протестантов внутренняя духовная свобода является одной из высших ценностей.

- Ислам. Ислам имеет ярко выраженные особенности в построении хозяйственной жизни. Главными качествами, присущими менеджеру, который работает в исламской культурной среде, должны быть глубокое знание исламских традиций, коммуникабельность, гибкость.

Как правило, не бывает стран, в которых все население является приверженцами одной единственной религии, однако всегда можно выделить одну или две доминирующие. Так, например, в Центральной Европе преобладают православие и католицизм, в Западной — католицизм и протестантизм, подобная ситуация наблюдается в США и Южной Африке.

Директор Института культурных преобразований Школы права и дипломатии при Университете Тафтса, профессор Лоуренс Харрисон, привёл результаты анализа 117 стран, в которых более 1 млн. человек исповедуют одну из мировых религий (табл.1) [1].

Таблица 1 — Анализ показателей стран, согласно исповедуемой религии

Религия	Население, млн.чел	Общая свобода	ВВП на душу, \$	Коррупция
Протестантизм	530	2,3	29784	14,9
Католицизм	904	5,5	9358	45,6
Православие	262	8,6	7045	75,7
Ислам	1122	9,7	3142	78,6

По данной таблице видно: чем выше уровень свободы в стране, тем выше уровень жизни и ниже коррупция. Так же наблюдается прямая зависимость уровня свободы от религии, исповедуемой большинством населения.

Таким образом, можно сделать вывод, что личностные качества руководителя, его культура и религия играют основополагающую роль в формировании системы управления и организационной культуры не только на отдельном предприятии, но и на государственном уровне.

#### Список использованной литературы:

1. Каменецкий М. Как экономика зависит от религии [Электронный ресурс] / Моисей Каменецкий. — Режим доступа: <http://dialogs.org.ua/ru/periodic/page26840.html>. — Заглавие с экрана.

2. Пушных В. А. Межкультурный менеджмент [Текст]: учеб. пособ. / В. А. Пушных, М. С. Ерёменко. — Томск : ТПУ, 2011. — 180 с.

3. Ратковская И. А. Влияние религиозных аспектов на формирование модели управления персоналом [Текст] / И. А. Ратковская // Вестник новгородского государственного университета. — 2013. — № 74. — Т. 1. — С. 84—87.

Звягінцева Ю. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н. Майданюк С. І.

## ПРОБЛЕМА ПЛАГІАТУ В ОСВІТІ

З появою сучасних технологій життя суспільства стало набагато комфортним. Вони значно спростували роботу та побут людей. Для того щоб знайти необхідну інформацію, достатньо лише зайти до мережі Інтернет. Але звідки ця інформація з'явилася там? Завдяки нашим попередникам, які потрапили багато часу й сил, щоб дослідити те чи інше явище. Чим і користується сучасне суспільство. Плагіат явище не з нових, ще здавен ним користувались, для того щоб «запозичати» іншомовні слова, для збагачення словарного запасу. Термін «плагіат» походить від лат. *plagiatus* «викрадений». Згодом плагіат поширився у науковій сфері, освіті, техніці, політиці і так далі. Після цього наукові досягнення, статті, дисертації втратили свою унікальність.

Все частіше і частіше студенти вдаються до плагіату, не замислюючись над наслідками. А причини доволі таки прості, студентам не вистачає вмотивованості, вони не мають інтересу до навчання, використовують найлегші шляхи для виконання учбових робіт, на ті відсутності почуття відповідальності. Таким діям студентів сприяє велика кількість інформації в мережі Інтернет. «Человек, крадущий чужие тексты, делает это не потому, что его к этому кто-то подталкивает, а потому, что ему не дается и просто неинтересно самостоятельное исследование» [1], — вважає науковець Сергій Зенкін. На жаль, важко заохочувати сучасних студентів до експериментів, дослідів, до письмового викладення власних думок на ту чи іншу тему. На все це одна відповідь — «мені це не цікаво». Інша справа, якщо тема для написання тобі до вподоби. Цікаво її дослідити, усвідомити сутність проблеми, знайти шляхи її вирішення. Але якщо студента тема зовсім не зацікавила швидше за все він вдасться до плагіату, або ж, як кажуть у народі, буде «підливати водиці». В одному з іноземних університетів провели дослідження на виявлення плагіату і боротьбі з ним. Студенти запропонували такі заходи для зменшення випадків плагіату: штрафи, використовувати комп'ютерні програми для виявлення плагіату, адміністративна та кримінальна відповідальність, і нарешті не викладати матеріали до Інтернету. Бажано прищеплювати певну культуру, а у сфері освіти спеціальну форму навчання, що допоможе розвинути творчі здібності студента. Починати, перш за все, необхідно з вищих навчальних закладів, який розвиток та процвітання принести ті люди, які весь період навчання тільки все купляли, крали і зовсім не розвивали свої здібності.

Молодий науковець Д. Кралечкін розглядає тему плагіату з етичної сторони. Якщо хтось досліджує вже відому ідею, це можна вважати повторенням вивченої теми. Тому неправильне цитування, або ж переказ чужої думки можна вважати підтвердженням тої чи іншої ідеї. Кожний науковець по різному трактує проблему що досліджує, але ж його думки мають

відштовхнутись від ідей такого ж науковця. Він має право брати від чогось початок. Краличкін не заперечує, що плагіат, це злочин, але звертає нашу увагу на те що на його думку: «... с другой [стороны] — обнаруживается именно крайний вариант «вульгарного» плагиата, который лишь подтверждает правило, а не нарушает его» [3].

Обов'язковим під час написання роботи є цитування. Це дослівне передавання чужих слів, за наявності відповідного оформлення (лапки, атрибуція, бібліографічний опис джерела). «Без цитирования нельзя показать развитие научной идеи и связь научных коллективов» [2]. Існує багато правил що до цитування, наприклад, перед початком запозиченого тексту й після обов'язково треба ставити лапки. якщо ні, то ця «цитата» стане плагіатом, текст повинен бути дослівним як в оригіналі, посиланні на автора обов'язково треба вказати прізвище та ініціали, які пишуться перед прізвищем, у кінці роботи обов'язково зазначити джерела інформації. Усі ці правила є обов'язковими під час написання будь-якої наукової роботи.

Можна привести чимало різновидів плагіату, наприклад, коли автор видає чужу роботу за свою, або свої власні думки змішують з іншими, коли крадений текст намагаються якимось чином змінити, або ж бувають випадки коли автор не оформив належним чином запозичення (цитату). Виявити плагіат не доставляє зусилля, якщо це студент, тоді викладач добре знає на що той спроможний, його усні думки повинні збігатись з письмовими. Зовсім недавно був створений інформаційний сервіс «Антиплагіат» — це система швидкого пошуку запозичень. Сервіс швидко набув популярності. Якщо плагіат і надалі буде набувати поширення, чого ми не повинні допустити, наслідки можуть бути сумні — деградація суспільства, застій у розвитку науки й освіти.

#### Список використаних джерел

1. Зенкин С. Наука и плагиат : труженики и паразиты [Электронный ресурс] / Сергей Зенкин. — Режим доступа : <http://gefter.ru/archive/8364>. — Заглавие с экрана.

2. Кичерова М. Н. Плагиат в студенческих работах : анализ сущности проблемы [Электронный ресурс] / Марина Николаевна Кичерова, Дмитрий Николаевич Кыров, Полина Николаевна Смыкова, Светлана Александровна Пилипушко // Наукоеведение. Интернет-журнал. — 2013. — № 4 (17). — Режим доступа : <http://naukovedenie.ru/PDF/83pvn413.pdf>. — Заглавие с экрана.

3. Кралечкин Д. Без лишних ссылок [Электронный ресурс] / Дмитрий Кралечкин. — Режим доступа : <http://gefter.ru/archive/8507>. — Заглавие с экрана.

Зінов'єв В. І.

курсант ХДМА

Керівник: к.і.н., доц. Безлуцька О. П.

## **РОЛЬ ТОЛЕРАНТНОСТІ ТА УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СУДНОВИХ ОФІЦЕРІВ**

Визначальним фактором в професійній діяльності майбутніх фахівців морського та річкового транспорту, в першу чергу, є професійно-значимі компетентності.

У відповідності з новими поправками до Конвенції та Кодексу ПДНВ, прийнятих на дипломатичній конференції в Манілі (Філіппіни), судові спеціалісти операторського рівня повинні бути не лише професійно і технічно компетентними, а й бути ефективними менеджерами: володіти лідерськими якостями, розвиненою комунікативною культурою, системним та чітким сприйняттям виробничої реальності, вмінням інтегрувати вже існуючий виробничий досвід, приймати професійні рішення, тобто вільно оперувати управлінськими компетентностями [2, с. 3].

Власне управління одна з найбільш важливих компетентностей судових офіцерів, яка вимагає від них певних організаторських навичок, особистої дисциплінованості, витримки, готовності приймати рішення в екстремальних ситуаціях, вимогливості і разом з тим справедливості, гнучкості та толерантності.

У своїй професійній діяльності судові офіцери постійно контактують з представниками різних країн, які є носіями ментальних особливостей, певних релігійних норм, національних якостей. Тож толерантність є важливою складовою управлінської компетентності майбутнього фахівця морського транспорту.

Феномену толерантності останнім часом приділяється все більше уваги. До його вивчення зверталися у своїх роботах В. Гараджа, П. Гречко, М. Мацковський, П. Ніколсон, М. Бабишена, Н. Жиртуєва та ін.

Сучасний судовий офіцер, що управляє багатонаціональним та багатоконфесійним екіпажем, повинен розуміти, що успіх рейсу визначається як фаховою підготовленістю членів судової команди так і людськими стосунками. Адже злагоджені дії екіпажу, позитивний морально-психологічний клімат, співчуття, взаємопідтримка, взаємоповага, відсутність конфліктів сприяють нормальному функціонуванню всього екіпажу. З огляду на це можна стверджувати, що толерантність є однією з умов забезпечення безпечної життєдіяльності судна. Адже інтолерантність може призвести до конфронтаційних взаємовідносин за національними, релігійними, політичними та іншими питаннями, що у свою чергу вплине на результативність роботи судового екіпажу.

У сучасній науковій літературі виділяють декілька видів толерантності: міжрасова, расова, міжнаціональна, релігійна, географічна, освітня, вікова, політична, фізіологічна, етнічна, гендерна, міжкласова.



Найбільш характерними для суднових екіпажів є міжнаціональна, релігійна, расова, міжкласова, вікова та гендерна інтолерантність [1, с. 50].

Слід зазначити, що будь-який із видів інтолерантності є небезпечним для судового екіпажу, адже може призвести до послаблення групової єдності й взаєморозуміння та вплинути на результативність та безпеку рейсу.

З огляду на сказане вище, судові офіцери, виконуючи свої управлінські функції, повинні без упередження ставитися до вихідців з інших країн та присікати неприязне чи зневажливе ставлення до них з боку інших членів екіпажу. Необхідно однаково спілкуватися та працювати з підлеглими будь-якої національності, статі, віку, релігійної приналежності, культури і т. д. Потрібно також враховувати особливості різних етнічних груп, що перебувають на борту судна, та встановлювати між ними доброзичливі стосунки, тобто формувати команду, здатну ефективно працювати та злагоджено діяти як у звичайних так і екстремальних ситуаціях [3, с. 126—127].

Щоб досягти поставленої мети судові офіцери повинні застосовувати диференційований підхід в залежності від особливостей кожного члена екіпажу, рейсу і т.п. З метою забезпечення безпеки судна в умовах управління багатонаціональним екіпажем судовим офіцерам необхідно формувати у всіх членів судової команди не лише терпимість, але і толерантне ставлення до інших культур, релігій, національностей. Крім цього, необхідно сприяти проведенню різних соціальних заходів під час яких члени екіпажу зможуть краще познайомитися та налагодити дружні стосунки.

Отже, толерантність та управлінська компетентність займають вагомe місце у професійній діяльності судових офіцерів і потребують подальшого більш детального вивчення.

#### Список використаних джерел

1. Жиртуева Н. С. Этико-религиозная толерантность как условие безопасности жизнедеятельности судна [Текст] / Н. С. Жиртуева // Водний транспорт. — 2012. — Вип. 1. — С. 49—53.

2. Менеджмент морських ресурсів [Текст] : навч. посіб. / уклад. О. П. Безлуцька, А. П. Бень, М. О. Колегаєв та ін. — Херсон : Херсонська державна морська академія, 2012. — 100 с.

3. Торський В. Г. Управление судовыми экипажами [Текст] : учеб.-прак. пособ. / В. Г. Торський, В. П. Топалов. — Одесса : Астропринт, 2011. — 244 с.

Кішонус К. Ю.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н. Майданюк С. І.

## МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Щоб розглядати методологію наукових досліджень, насамперед, слід з'ясувати, що ж собою являє сам метод, методологія та наукове дослідження.

«Метод — система правил і прийомів підходу до вивчення явищ і закономірностей природи, суспільства, мислення; планомірний шлях, спосіб досягнення певних результатів у науковому пізнанні й практичній діяльності; взагалі прийом, спосіб або спосіб дії» [1, с. 20].

Наукові дослідження розділяють на два типи: емпіричний (збір фактів чуттєвим пізнанням) і теоретичний (вчення які з'являються внаслідок абстрактних понять і оперування ними). Дивлячись на ці рівні наукові методи можна поділити на три групи: методи емпіричного дослідження; методи теоретичного дослідження; методи, що вживаються і на емпіричному, і на теоретичному рівні.

Розглянувши методи емпіричного дослідження, можна виявити, що вони включають спостереження, порівняння, вимірювання та експеримент. Методи, які знаходяться на теоретичному і емпіричному рівні: абстрагування, аналіз, синтез, індукція, дедукція.

До методів теоретичного пізнання також можна віднести такі два методи як історичний і логічний метод. Як історичний так і логічний методи є філософськими категоріями. Екстраполяція. Суть екстраполяції полягає в тому, що висновки, отримані під час спостереження, за частиною об'єкта розповсюджуються.

Системний підхід. У систематичному підході потрібно вивчити кожний елемент однієї великої системи (що і є об'єктом дослідження), їх зв'язки між собою, властивості, те, як впливає кожен окремий елемент на систему в цілому, після чого виявити оптимальний режим функціонування системи. Систематизувати можна за класами, видами, типами, родами, тощо «(наприклад, систематика в біології, періодична система елементів у хімії, таблиця елементарних часток у фізиці); інтегральні системи, що синтезують розрізнені об'єкти і поняття в цілісну систему вищого порядку за допомогою інтегруючої ідеї, при цьому відбувається приріст пізнавального смислу системи, не характерного для кожного елемента зокрема (наприклад, абстракції, асоціації абстракцій, наукові гіпотези і теорії, які інтегрують у собі великий масив пізнавального матеріалу)» [3, с. 9].

Найголовнішим в наукових дослідженнях є вміння довести свої думки і обґрунтувати їх. Аргументація, яка будується законами логіки, допомагає досліднику, або людині, яка досліджує це питання, знайти відповіді на нього.

«Аргументація — це суто логічний процес, сутність якого полягає в обґрунтуванні істинності судження (тези доказу) за допомогою інших суджень (аргументів або доводів)» [2, с. 104].

Перше правило. Тезу потрібно висловлювати чітко і ясно. В будь-якому випадку теза не повинна бути двозначною. Ця вимога є досить важливою.

Правило друге. Під час доказу теза не повинна змінюватися. Впродовж формування тези не слід відступати від початкового положення.

Щоб аргументи могли переконати людину чи об'єкт до якого проявляється увага є такі вимоги: аргументами можуть бути положення, правдивість яких доведена і вони не викликають ніякого сумніву; також вони повинні бути доведеними, аргументи не повинні один одному суперечити. Правдивість аргументів створена тим, що вони є фундаментом, на якому базуються докази. Аргументи повинні бути безперечними або ж кимсь раніше доведеними. Часто у наукових дослідженнях доводять хибність, а не правдивість. Від цілей розгляду критики його поділяють на три способи: критику тези, критику аргументів і демонстративну критику. В меті критики тези, довести помилки в тезуванні. Тезове спростування може буди пряме або непряме. Пряме складається у формі міркувань. Аргументація тут ведеться в такий спосіб. Спочатку умовно припускають правдивість (тобто правильність), а потім доходять до протилежного висновку. І це пряме спростування руйнує можна сказати саму тезу в аргументуванні. Непряме будується дещо в інший спосіб. Можна зосередити увагу на обґрунтуванні власної тези і не прямо аналізувати тезу протилежної сторони.

Для науковців також важливу роль відіграють правила побудови логічних визначень. Щоб було правильне визначення у будь-чому варто дотримуватись правил домірності. Якщо під час застосування одного поняття ми застосовуємо інше, то таке визначення буде містити тавтологію, де поняття, яке визначається, повторює обумовлене.

#### Список використаних джерел

1. Колесников О. В. Основи наукових досліджень [Текст] : навч. посіб. для вузів / О. В. Колесников. — К. : ЦУЛ, 2011. — 144 с.
2. Стеченко Д. М. Методологія наукових досліджень [Текст] : підручник / Д. М. Стеченко, О. С. Чмир. — К. : Знання, 2007. — 317 с.
3. Теоретичні методи наукового дослідження поділяються на аналітичні та синтезуючі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.google.com.ua/url?url=http://studradaspy.ucoz.ua/Mat\\_navch\\_protst/teoretichni\\_metodu.doc&rct=j&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ahUKEwi8zJrXtJPMaHxmFJoKHSnTCPEQFggTMAA&sig2=Pz-I6SfQ9kNAUqnX-gzsfw&usg=AFQjCNFsUsxl6OsQ75RsxxibppykdZ8cQw](http://www.google.com.ua/url?url=http://studradaspy.ucoz.ua/Mat_navch_protst/teoretichni_metodu.doc&rct=j&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ahUKEwi8zJrXtJPMaHxmFJoKHSnTCPEQFggTMAA&sig2=Pz-I6SfQ9kNAUqnX-gzsfw&usg=AFQjCNFsUsxl6OsQ75RsxxibppykdZ8cQw). — Назва з екрану.

Кожухар Л. Г.  
студент ОРІДУНАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н., доц. Красностанова Н. Е.

## **РОЛЬ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ У РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ**

Найчастіше стратегію ототожнюють з позицією на ринках, із заходами, що дають змогу зміцнити конкурентну позицію та збільшити частку на «своїх ринках», вести боротьбу за завоювання нових ринків та ін. За більш широким визначенням стратегія — це конкретизована у певних показниках позиція в середовищі, яку займає підприємство, це — своєрідний погляд на внутрішнє і зовнішнє середовище і спроба знайти шляхи ефективного пристосування до зовнішніх, неконтрольованих фірмою факторів, а також проведення необхідних змін елементів та їхніх комбінацій внутрішнього середовища. «Основне завдання виконання стратегії — створення необхідних умов для успішної реалізації стратегії. Виконання стратегії — проведення стратегічних змін в організації, які будуть приводити її в такий стан, в якому організація буде готова до введення стратегії в життя» [3, с. 172].

Запровадження системи стратегічного управління в Україні є об'єктивно необхідним процесом у сфері організації управління бізнесом, який підвищує готовність підприємницьких організацій адекватно реагувати на непередбачені зміни і сприяє обґрунтованому, узгодженому вирішенню як поточних так і стратегічних проблем (бо стратегічне управління в конкретний момент визначає, як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому, виходячи з того, що оточення змінюватиметься).

У процесі реалізації стратегії кожний рівень керівництва вирішує свої певні задачі та здійснює закріплені за ним функції. Вирішальна роль належить вищому керівництву [1]. Його діяльність на стадії реалізації стратегії може бути наведена у вигляді п'яти послідовних етапів.

Перший етап — поглиблене вивчення стану зовнішнього середовища, цілей та розроблених стратегій.

Другий етап складається з того, що вище керівництво має прийняти рішення щодо ефективного використання ресурсів.

На третьому етапі вище керівництво приймає рішення з приводу організаційної структури. Виявляється відповідність організаційної структури прийнятим до реалізації стратегіям, і, якщо це необхідно, вносяться відповідні зміни до організаційної структури фірми.

Четвертий етап складається з проведення необхідних змін в організації, без яких неможливо приступити до реалізації стратегії. Для того, щоб успішно провести зміни, вище керівництво повинне незалежно від типу, суті та змісту змін:

- скласти сценарій можливого опору змінам;
- провести заходи з метою послаблення опору змінам;

- усунути чи зменшити до мінімуму реальний опір;
- закріпити проведені зміни.

П'ятий етап участі вищого керівництва в реалізації стратегії складається з того, що воно проводить перегляд плану здійснення стратегії в тому випадку, якщо цього вимагають виникаючі обставини. Новий план може бути прийнятим, коли він передбачає набагато більше можливостей отримання вигоди, ніж існуючий план.

Як зазначалося, будь-який власник і керівник будують свою діяльність, сподіваючись на успіх. У свою чергу успіх асоціюється з успіхом підприємства, що потребує додаткових зусиль для вдосконалення всіх підсистем підприємства.

Загальна стратегія має враховувати не лише бажання, а й можливості розвитку, які впливають з характеристик зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Для ефективного становлення і розвитку стратегічного менеджменту в організації можна запропонувати наступні рекомендації:

- створення відділу стратегічного розвитку;
- декларування стратегічних позицій як професійну діяльність у необхідних підрозділах підприємства;
- у діяльність з розробки і розвитку стратегії необхідно залучати достатню кількість фахівців організації, тобто всіх тих, хто реально здатний забезпечити високу якість стратегії;
- організація взаємодії з зовнішніми консультантами за стратегічних проблем;
- підвищення кваліфікації кадрів для росту ефективності їхньої роботи.

В умовах посилення конкуренції гострота потреби в ефективному стратегічному менеджменті об'єктивно буде наростати, а адекватна зміна внутрішньо фірмової системи управління стане життєвою необхідністю не тільки для великих, але і для середніх, а у визначеній мірі і дрібних організацій.

#### Список використаних джерел

1. Балабанова Л. А. Управління персоналом [Текст] : учеб. пособ. / Л. А. Балабанова, А. Р. Сардак. — К. : Професіонал, 2006. — 511 с.
2. Модель управління персоналом підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zavantag.com/docs/581/index-125318.html?page=4>. — Назва з екрану.
3. Одегов Ю. Г. Оценка эффективности работы с персоналом. Методологический подход [Текст] : учеб. пособ. / Ю. Г. Одегов, К. Х. Абдурахманов, Л. Р. Котова. — М. : Альфа-Пресс, 2011. — 752 с.

Комарова Т. С.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к. е. н. Майданюк С. І.

## **БЕЗУМОВНИЙ ОСНОВНИЙ ДОХІД, ЯК ІДЕЯ ВИРІШЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ В СВІТІ**

**Постановка проблеми.** У всіх країнах світу на теперішній час стрімко відбувається розвиток науки та техніки, що призводить до зростання кількості безробітних. Дуже яскраво постає проблема соціальної нерівності та залежності працівників від роботодавців і заробітної платні, якої ледь вистачає на забезпечення прожиткового мінімуму. Для того, щоб знизити рівень бідності та дати можливість людям займатися тим, що їх дійсно цікавить, необхідно ввести безумовний основний дохід.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Це питання викликало інтерес і бажання прокоментувати у багатьох технологів, журналістів, наукових діячів, політичних експертів та економістів, а саме: Поляк Володимир, Пітер Діамандіс, Урс Гайзер, Марк Бальзигер, Андре Гоз, Міхаель Херманн, Дані Хені, Рудольф Штрам, Освальд Зігг, Яир Лапид, Нуриель Рубіні, Джон Ролз, Брюс Аккерман.

**Ціль дослідження.** В цьому дослідженні потрібно виявити, чи зможе безумовний основний дохід вирішити всі соціально-економічні проблеми і, якщо так, то які негативні сторони існують у цього проекту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасні економісти та політичні експерти вже кілька десятиліть розглядають ідею запровадження базового доходу для того, щоб сучасне суспільство відчувало свободу в духовно-культурній сфері, було рівним у соціально-політичній сфері та більш забезпеченим в економічній. За допомогою цієї реформи втрачена довіра людьми до політичних діячів, може бути відновлена.

Володимир Поляк у своїй статті дає таке визначення: «Базовый доход — это социальная концепция, согласно которой каждый человек должен иметь гарантированный законом минимум денежного довольствия, выплачиваемый государством безо всяких условий. Это означает выплату государством определенной суммы средств каждому отдельному гражданину в течение всей жизни, включая детей» [3].

При встановленні базового доходу робітник перестав бути залежним від свого роботодавця і починає робити те, що йому дійсно подобається. Після тривалих досліджень і багаточисельних опитувань, науковці зробили висновок, що майже всі люди будуть продовжувати працювати, але за тією професією, яка їм буде приносити задоволення, а не через потребу грошей.

Американський інженер авіації, підприємець і технолог Пітер Діамандіс також висловив свою думку, щодо базового доходу: «Я был поражён данными полученными в результате экспериментов в Индии, где целой деревне был обеспечен безусловный основной доход, что привело к значительному

улучшению жизненных условий. Это внушает мне огромную надежду. В том числе, я убеждён, что стоимость удовлетворения базовых потребностей для любого мужчины, женщины или ребёнка на этой планете будет значительно уменьшена с развитием технологий в ближайших десятилетиях» [1].

Але, якщо введуть в дію Базовий дохід, то буде ліквідований величезний апарат соціальних служб. Багато схем перерозподілу доходів могли б зникнути: допомога по безробіттю, допомоги по інвалідності і непрацездатності, дитячі посібники, навчальні та наукові стипендії, державні пенсії та багато інших. Проте Марк Бальзигер акцентує свою увагу на тому, що «У Скандинавії та Швейцарії, традиційно дуже великі соціальні пільги та виплати. За деякими оцінками, у Швейцарії набір дотацій, соціальних, податкових та інших пільг і виплат на людину зараз — сукупно більше обіцяних 2250 Євро в місяць. Як і в Фінляндії - більше обіцяних у перспективі 850 Євро в місяць» [1].

В умовах гарантованого базового доходу докорінно зміниться ставлення до найманої праці, до професії взагалі. Істотно зменшиться страх втратити роботу, домовленості про час і умови роботи можна буде укладати на абсолютно інших підставах, покращиться мотивація працівників.

Колишній контролер цін Рудольф Штрам говорить, що «Может, инициатива проста и очевидна, но, к сожалению, слишком хороша, чтобы быть правдой. Идея была, на первый взгляд, великолепной, но начинаешь по другому рассуждать ровно в тот момент, когда представляешь, что государство должно будет поддерживать всех граждан пожизненно, просто как профессиональных пенсионеров» [2].

Зацікавлений цією темою журналіст Дені Хені коментує, «Ідея сама по собі, може, і не така погана, але я не можу собі уявити, як вона може бути реалізована» [2]. І дійсно, така система потребує дуже великих витрат, але є моменти на яких держава може зекономити.

**Висновки.** На основі проведеного дослідження можна дійти висновку, що безумовний основний дохід, дає можливість всім жителям країни отримувати дохід, не залежно від того працюєте ви чи ні, та яку заробітну платню отримує. Це допоможе знизити рівень бідності та безробіття. Дасть можливість людям займатися тією справою, яка їм до вподоби, відкривати свої підприємства, залучаючи нові ідеї та технології.

#### Список використаних джерел

1. Безусловный основной доход [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ru-bod.livejournal.com/>. — Заглавие с экрана.

2. Безусловный основной доход [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Безусловный\\_основной\\_доход](http://ru.wikipedia.org/wiki/Безусловный_основной_доход). — Заглавие с экрана.

3. Поляк В. Базовый доход — как ответ на вызов времени [Электронный ресурс] / Владимир Поляк. — Режим доступа: <http://relevantinfo.co.il/базовый-доход-как-ответ-на-вызов-време/>. — Заглавие с экрана.

Красинська М. О.

студент ОДАУ

Керівник: к.е.н., доц. Колмогорова І. В.

## **УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИМИ ВІДНОСИНАМИ В АГРАРНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ**

В будь-якій економічній системі соціально-трудова відносина є найважливішим елементом усього комплексу суспільних відносин, оскільки саме від їх характеру та досконалості безпосередньо залежать якість трудового життя, соціальна злагода у суспільстві, продуктивність праці і, зрештою, соціально-економічний прогрес. Рівень розвитку соціально-трудова відносин свідчить про міру соціалізації відносин між працею та капіталом, рівень демократизації суспільства і соціальної орієнтованості економічної системи, рівня життя населення країни. Термін «соціально-трудова відносина» ввійшов у науковий обіг і став широко використовуватися відносно недавно [1, с. 69].

Соціально-трудова відносина — це комплекс взаємовідносин між найманими працівниками і роботодавцями (суб'єктами і органами, що їх представляють) за участі держави (органів законодавчої і виконавчої влади), які пов'язані з наймом працівників, використанням та оплатою їхньої праці, відтворенням робочої сили і спрямовані на забезпечення соціальної злагоди, високого рівня та якості життя працівників, високої ефективності роботи підприємств [2].

Соціально-трудова відносина охоплюють широке коло питань — від соціально-економічних аспектів майнових відносин до системи організаційно-економічних і правових інститутів, пов'язаних з колективними та індивідуальними переговорами, укладанням договорів і угод, визначенням умов праці, розмірів її оплати, вирішенням трудових конфліктів, участю працівників в управлінні виробництвом тощо [1, с. 70].

Соціально-трудова відносина в процесі розвитку ринкового середовища в аграрному секторі економіки зазнають суттєвих змін. При цьому актуальними щодо вирішення залишаються соціально-економічні проблеми підвищення ефективності використання трудового потенціалу аграрної сфери за рахунок формування раціональної зайнятості в аграрному виробництві, а також запровадження дієвого мотиваційного механізму ефективної праці.

Розвиток економіки сільського господарства на ринкових засадах змінює роль людини як суб'єкта соціально-трудова відносин. Мотивація праці повинна відігравати позитивну роль у розвитку підприємств лише за умови досягнення мети його діяльності, а цього можливо досягти, коли мотиваційні системи будуть побудовані на індивідуальних моделях оплати праці, гнучких багатофакторних системах заохочення працівників, врахування соціально-психологічних аспектів праці.

На сучасному етапі розвитку підприємств аграрної сфери пред'являються нові вимоги до функціонування та ефективного розвитку соціально-трудова відносин. Формування раціональної зайнятості у сільськогосподарському



виробництві, запровадження дієвого мотиваційного механізму праці в аграрних підприємствах дозволяє вирішувати соціально-економічні проблеми села і підвищити продуктивність зайнятості сільських жителів.

Недосконале економічне та правове середовище унеможлиблює ефективне управління соціально-трудовами відносинами в аграрних підприємствах. Створення плідного середовища дозволить стимулювати впровадження в практику аграрних формувань комплексної стратегії формування зайнятості сільського населення та соціально-трудових відносин і розвитку села, з однієї сторони, та функціонування вискоєфективного аграрного виробництва — з іншої. В ринкових умовах господарювання соціально-трудова відносина аграрного сектору характеризуються впливом різних факторів, серед яких найбільш значимими сьогодні є: форми власності, відношення між суб'єктами соціально-трудових відносин, рівень зайнятості, мотивація праці, соціально-психологічний клімат в колективі, продуктивність праці, рівень її оплати.

Особливість проблеми соціально-трудових відносин у сільському господарстві полягає в тому, що поряд з участю в суспільному виробництві працівники значну частину своєї праці витрачають в особистому підсобному господарстві. Необхідність особистого підсобного господарства, а отже, і трудових вкладень у нього зумовлена тим, що вона як складова агропромислового комплексу є важливим джерелом виробництва продукції рослинництва і тваринництва. Оскільки витрати праці в особистому підсобному господарстві є суспільно необхідним, їх враховують при визначенні сукупної зайнятості сільськогосподарських працівників одночасно з витратами праці в суспільному виробництві [3].

Управління соціально-трудовами відносинами в аграрній організації має бути спрямоване на впровадження таких основних заходів, як: розвиток соціального партнерства та формування соціального пакету, що дозволить покращити соціально-трудова відносина в аграрних формуваннях та створити програму соціального захисту працівників, що дозволить підвищити ефективність функціонування та економічну стійкість самого підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Городецька Л. О. Економіка праці і соціально-трудова відносина [Текст] : навч. посіб. / Л. О. Городецька. — К. : Видавництво НАУ «НАУ-друк», 2009. — 400 с.
2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносина [Текст] : підр. для вузів / О. А. Грішнова. — К. : Знання, 2009. — 390 с.
3. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудова відносина [Текст] : навч. посіб. / Н. І. Єсінова. — К. : Кондор, 2001. — 432 с.

Кураков О. Ю.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Томашевська М. В.

## **РОЛЬ СИСТЕМИ «КАНБАН» В ОПЕРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ЗАПАСАМИ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

На сучасному етапі розвитку економіки на підприємствах України намітилася чітка тенденція зростання витрат на зберігання запасів, що і стало причиною розробки систем «миттєвого» управління запасами в операційному менеджменті [1].

Система оперативного управління запасами «точно в строк» дозволяє регулювати кількість виробленої продукції на кожній стадії виробництва в залежності від наявності матеріальних запасів. Витрати на зберігання завжди виражаються у відсотках від вартості матеріалів, що зберігаються.

В більшості випадків такі витрати знаходяться в межах:

- 15—30% на рік, за даними зарубіжних (американських) джерел;
- 20—45% - вітчизняних джерел.

Якщо система «точно в строк» діє в умовах всього підприємства, то стають непотрібними запаси матеріалів. Вони можуть бути повністю ліквідовані, що в свою чергу призведе також до ліквідації складських запасів і самих приміщень [2].

Система «Канбан» (CANBAN), розроблена корпорацією Toyota Motors, — одна з перших спроб практичного впровадження системи «точно в строк» на виробничих підприємствах.

Як засіб передачі інформації в ній використовуються бирки, картки, тара, електронне повідомлення (по-японськи «канбан»), що переміщується між споживачами і виробниками за принципом супермаркету.

Система управління запасами «Канбан» дозволяє мінімізувати тривалість виробничого циклу, усунути з виробничих підрозділів фірми склади сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, готової продукції і скоротити до мінімально можливих обсяги міжопераційних запасів [3].

Всі традиційні системи оперативного календарного планування являються «виштовхуючими» системами, оскільки виготовлені на попередніх ділянках виробу «виштовхуються» на наступні незалежно від того, є в них потреби чи ні.

Система «Канбан», навпаки, працює за принципом прямого поповнення запасу, але при дуже невеликому обсязі серії запасу.

Правила ефективного застосування системи «Канбан»:

- наступна ділянка «витягує» виробу;
- попередня ділянка випускає виробів стільки, скільки було раніш «витягнутих»;
- бракована продукція не надходить на наступну ділянку;

- кількість карток «Канбан» має бути мінімальною;
- обсяг запасу виробів на складі повинен бути мінімальним;
- коливання попиту компенсуються зміною інтенсивності потоку карток «Канбан»;
- виробничі потужності ділянок повинні бути збалансовані;
- дисципліна поставок не допускає порушень.

Схема організації виробництва за системою «Канбан»

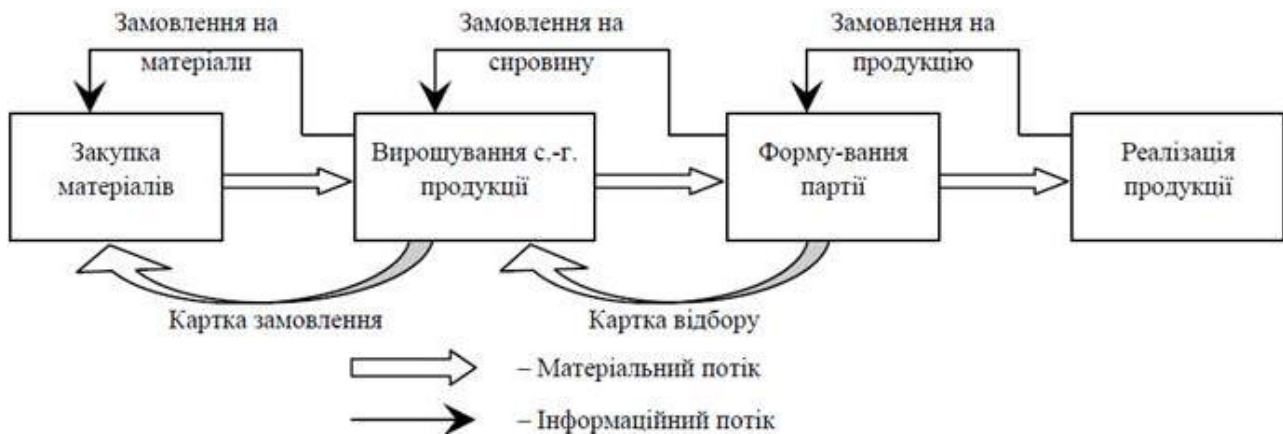


Рис. 1. — Схема організації виробництва за системою «Канбан»

Переваги використання системи «Канбан»:

- значно поліпшується якість продукції, що випускається на підприємстві;
- скорочується логістичний цикл і, як наслідок, істотним чином збільшується оборотність оборотного капіталу підприємства;
- знижується собівартість виробництва продукції;
- практично виключаються страхові запаси і значно зменшується незавершене виробництво.

Однак, жодна система не може гарантувати рівень запасів, при якому будуть враховані всі випадковості. Тому вважається прийнятним визначати рівень сервісу, тобто вірогідність, що необхідний для задоволення попиту запас виявиться в наявності. Саме рівень сервісу, обумовлений, зазвичай, шляхом дискусій і переговорів, є балансом між витратами у зв'язку із відсутністю запасу, що не піддаються точній оцінці, та додатковими витратами на зберігання страхового запасу.

Список використаних джерел

1. Гевко І. Б. Операційний менеджмент [Текст] Навчальний посібник. / І. Б. Гевко. — К. : Кондор, 2005. — 226с.
2. Колесников С. Управление ресурсами предприятия [Текст] / С. Колесников // Логистика. — СПб. : 2011. — 340 с.
3. Курочкін А. С. Операційний менеджмент [Текст]: Учб. Посібник / А. С. Курочкін. — К. : МАУП, 2009. — 144 с.

Кущенко В. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н. Майданюк С. І.

## ОСНОВНІ МЕТОДИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Напевно ні для кого не є секретом, що саме вибір правильного методу дослідження є найголовнішим чинником, що будь-яке дослідження буде виконане продуктивно та швидко. Якщо дослідник сам буде вчитись на своїх помилках, то це не приведе ні до чого гарного, так як нам треба, щоб весь наш час проходив з користю. Тому метод проб та помилок в нашому випадку нам аж ніяк не підходить.

Загальні методи будуть використовуватися завжди, протягом всього процесу дослідження, незалежно від того, яка це галузь чи особливість знань.

Тепер ми можемо розглянути метод.

«Метод — це систематизована сукупність кроків, які потрібно здійснити для виконання певної задачі, досягнення мети. Поняття тотожне алгоритму діяльності чи технологічного процесу» [1].

«Методологія — вчення про метод діяльності як такий, включає принципи, методи діяльності і знання, що відображає їх. Складається з методології пізнання, методології практичної цільності та методології оцінки (аксіометодології)» [2].

Типологія у загальних методах наукового дослідження. В основі типології лежить спочатку розчленування систем об'єктів, а потім їх угруповання за допомогою ідеалізованої моделі. Типологія, зосереджується на знаходженні чогось подібного та відмінного у об'єктів. Ціль цього виявлення полягає в тому, щоб знайти закономірності, які зможуть дати спроможність передбачити існування об'єктів, які ще невідомі для дослідника. Типологію розрізняють на теоретичну та емпіричну.

Аксиоматичний метод. Гіпотеза. Місцем зародження Аксиоматичного методу є Древня Греція. Діти вже в школі починають вчити багато аксіом (на уроках геометрії). Гіпотеза (твердження, яке ще не перевірене) одна з форм осмислення матеріалу, форма переходу від даних фактів до закону. Гіпотеза, у свою чергу, відіграє важливе значення у створенні наукового знання.

Гіпотеза класифікує знання, які раніше ми вже виявили та робить ймовірніші відкриття. Також гіпотеза може підтверджувати або не підтверджуватись з іншими науковими системами. Ціль виведення гіпотези — може не повністю, але хоча б частково стати достовірним знанням. У випадку суперечності з достовірною теорією, не потрібно одразу спростовувати гіпотезу, адже в ній не може бути вірне «зерно».

Ідеалізація, формалізація. Ідеалізацією називають використання у думці об'єктів. Вони не можуть існувати у дійсності. Прикладом цього може площина.

Даний метод наукових досліджень використовується різними вченими, науковцями у найрізноманітніших галузях. Якщо ж говорити про ефективність роботи цього методу, то вона дуже мала. В дуже багатьох випадках він не виправдовує своїх завдань та цілей, які ставляться в першу чергу. Ідеалізація дуже рідко приносить гарні результати. Вона має обмеження, які не дозволяють їй принести досліднику ту задачу, яку він ставить перед собою.

В даному випадку кожен об'єкт може входити в ті чи інші фасетні угруповання.

Формалізацією являється по суті відображення дійсності, яке відбувається за допомогою певних формул, знаків, символів, у знаковій формі, формалізованою мовою.

Емпіричний і теоретичний метод. «Розглянемо методи емпіричного дослідження. Вони включають У емпіричному методі накопичення фактів відбувається в результаті чуттєвого пізнання, а у теоретичному методі знання, які отримують в результаті абстрактного мислення, не підтвердженні певним досвідом та практикою.

Опираючись на ці два визначення «наукові методи можна розділити на:

- методи емпіричного дослідження;
- методи теоретичного дослідження;
- методи, що застосовуються як на емпіричному так і на теоретичному рівні»;
- спостереження, порівняння, вимірювання та експеримент» [3].

Індукція і дедукція. Розглянемо індукцію і дедукцію. Важливо знати, що індукція і дедукція відіграють важливу роль у процесі отримання пізнання.

Повна індукція представляє собою найдостовірніший і найточніший умовивід, тому що вона виявляє загальні властивості класу після розгляду всіх елементів.

Популярна індукція представляє собою розгляд частини класу, виведення спільної ознаки і після цього робиться висновок, що всі об'єкти класу мають цю ознаку. На нашу думку, популярна індукція є менш достовірною ніж повна індукція.

Популярна і наукова індукція, разом утворюють неповну індукцію.

#### Список використаних джерел

1. Метод [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4>. — Назва з екрану.

2. Методологія [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Методологія>. — Назва з екрану.

3. Сидоренко В. К. Основи наукових досліджень [Текст] : навч. посіб. для вищ. пед. закл. освіти / В. К. Сидоренко, П. В. Дмитренко. — К. : Дініт, 2000. — 259 с.

Мадей В. А.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н., доц. Красностанова Н. Е.

## СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Значення стратегії, що давала б можливість підприємству перемагати в конкурентній боротьбі, значно зросло в останні десятиліття. Кожна організація є унікальною, тому однієї стратегії для всіх організацій разом не існує. У дослідженні розглянуті проблеми формування та впровадження збалансованої (сталого) стратегії для розвитку організації. Швидкість змін в навколишньому середовищі, доступність до технологій, швидкий ріст можливостей для бізнесу, зміна ролі людських ресурсів та споживчих позицій, та другі фактори вплинули на необхідність розробки для організації стратегії розвитку.

Існує безліч досліджень, які присвячені сучасним тенденціям розвитку стратегічного менеджменту. Серед них особливий інтерес викликають роботи Д. Нортон і Д. Каплана [1], серед вітчизняних науковців — В. Слинькова [2].

Метою проведеного дослідження є обґрунтування оптимальної стратегії розвитку організації.

У менеджменті стратегія розглядається як довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації, що стосується сфери, засобів і форми її діяльності, системи взаємин усередині організації, а також позиції організації до навколишнього середовища, що приводить організацію до її цілей. Стратегія представляє собою набір правил, якими керується організація під час прийняття управлінських рішень.

В сучасних умовах сильної конкуренції та мінливості організаціям необхідно звертати увагу не тільки на внутрішнє середовище організації, а й розробляти стратегію з довгостроковими перспективами, що давала б змогу не запізнитися зі змінами, які відбуваються зовні. Але в практиці дії організації відсутні, що часто призводить до програшу у боротьбі на ринку. Відбувається це тому, що, по-перше, організації свою діяльність планують не враховуючи можливість якісних змін у середовищі. По-друге, складання плану починається з аналізу ресурсів організації та її внутрішніх можливостей.

Кожного дня управління розвитком стає все більш актуальним по мірі того, як збільшуються темпи зростання соціально-економічного розвитку. В сьогоднішніх мінливих умовах ріст організації є не тільки процесом природної еволюції, але й результатом кропіткої роботи керівників. Коли вибір стоїть між управлінням функціонуванням та управлінням розвитком, все частіше перевагу надають управлінню розвитком. Як практична діяльність, стратегічне управління завжди розвивається, набуваючи форм, що повністю протилежні тому, що раніше вважалося прикладом правильного управління.

Стійке сполучення «стратегія розвитку», яке містить два базових управлінських поняття: стратегія та розвиток — це незворотні, спрямовані,

закономірні зміни, що здійснюються за допомогою загального, недеталізованого плану, який охоплює певний тривалий період [3].

Узагальнення теоретико-методологічних підходів, дозволяє стверджувати, що стратегічне планування збалансованого розвитку організації має дотримуватися системи принципів, найважливішими з яких є науковість, цілеспрямованість, соціальна орієнтація, комплексність, адаптивність тощо.

У процесі стратегічного планування можна виділити дві основні фази — фазу розробки стратегії (власне стратегічне планування) і фазу її реалізації. А сам процес можна розглядати як ряд послідовно виконуваних етапів, об'єднаних в п'ять блоків (у фазі розробки стратегії — аналіз передумов, визначення стратегічних цілей, орієнтирів, пріоритетів розвитку та шляхів їх реалізації, а у фазі реалізації — організація виконання наміченого і контроль за реалізацією стратегії).

Процес розробки стратегії збалансованого розвитку повинен включати наступні основні етапи змістовного характеру.

Етап 1. Аналіз ситуації, виявлення конкурентних переваг і недоліків, проблем та перспектив розвитку організації.

Етап 2. Формування блоків окремих бізнесів і сфер діяльності організації.

Етап 3. Формування локальних цілей і напрямів розвитку.

Етап 4. Узгодження локальних цілей і напрямів розвитку організації з персоналом.

Етап 5. Інтеграція локальних цілей і напрямів розвитку організації. Оцінка інтегрального ефекту і оптимізація системи управління.

Результати дослідження дозволяють зробити висновок, що оптимальною стратегією є збалансована стратегія розвитку організації, яка спрямована на ефективну організацію заходів для підвищення збалансованості, своєчасне, швидке та ефективне реагування на дисбаланс в економічних показниках, тощо. Основною метою збалансованої стратегії розвитку є механізм реалізації, а не її формування, вона розробляється окремо для кожного виду бізнесу, містить взаємопов'язані фінансові і нефінансові показники.

#### Список використаних джерел

1. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию [Текст] / Р. Каплан, Д. Нортон. — М. : Олимп-Бизнес, 2003. — 214 с.

2. Слинков В. Н. Стратегическое планирование на основе сбалансированной системы показателей. Стратегический контроль. Практические рекомендации [Текст] / В. Н. Слинков. — К. : Дакор, КНТ, 2008. — 384 с.

3. Управління сталим регіональним розвитком на засадах демократичного врядування: теорія та практика [Текст] : монографія / за заг. ред. М. М. Іжі. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2012. — 224 с.

Масенко Я. О.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н. Бутенко Т. В.

## ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

«Трансфертна ціна (трансфертна ставка) — внутрішня ставка, що встановлюється з урахуванням ринкових індикаторів та використовується для розподілу доходів і витрат між напрямками управління в усіх структурних підрозділах одного банку. Трансфертна ціна виражається у вигляді річної процентної ставки» [3].

Родоначальником ТЦУ є США. В американському податковому кодексі діє концепція «витагнутої руки», яка дозволяє оцінити угоди взаємозалежних осіб з точки зору того, як би незалежні особи будували взаємовідносини в аналогічних умовах.

Принцип трансфертного ціноутворення засновано на використанні відмінностей у податкових режимах різних країн по взаємній згоді партнерів. Договір виконується таким чином, аби у контрагента з високим рівнем оподаткування декларувались збитки чи мінімальний прибуток, а у контрагента з низькими податковими ставками — максимальний прибуток.

Основним міжнародним правовим актом, що регламентує порядок оподаткування при застосуванні трансфертних цін, є Керівництво ОЕСР з трансфертного ціноутворення для транснаціональних корпорацій і податкових органів 1995 р. «Керівництво ОЕСР 1995 р. передбачає поширення його положень на міжнародні (зовнішньоекономічні) угоди, тобто регламентує податкові аспекти трансфертного ціноутворення в контексті міжнародного податкового права» [1, с. 38]. Національне законодавство багатьох країн так чи інакше дотримується положень цього документа.

«Трансфертне ціноутворення широко застосовують транснаціональні корпорації, оскільки воно дозволяє мінімізувати податки та ризик у країнах, де діють дочірні підприємства. Політика трансфертного ціноутворення визначається умовами країни, у якій знаходиться дочірня компанія» [2, с. 84].

Правило витягнутої руки (англ. *lenth principle*) сформульоване в Керівництві ОЕСР — це принцип оподаткування взаємозалежних компаній. Відповідно до правила витягнутої руки, розрахунок податкових зобов'язань робиться виходячи з ринкових цін по угодах, між взаємозалежними платниками податків, начебто компанії були незалежні (знаходилися «на відстані витягнутої руки»). Цей принцип прийнятий як спосіб захисту держави в отриманні податків.

Л. Рабедо і С. Грей наводять класичний приклад мінімізації податків за допомогою трансфертних цін. Американська транснаціональна компанія виготовляє продукцію на дочірньому підприємстві в Німеччині, а потім продає цю продукцію дочірній компанії в Ірландії. Останнє реалізує цю ж саму продукцію материнській компанії, яка знаходиться у США. Собівартість



продукції, виготовленої у Німеччині, дорівнює 80 дол. за одиницю. За такою ціною вона була реалізована ірландському дочірньому підприємству. Незалежно від ставки оподаткування, податок на прибуток у Німеччині не сплачується.

Ірландське дочірнє підприємство реалізувало цю продукцію до США за ціною 150 дол., що зробило можливим отримання прибутку у розмірі 70 дол. на одиницю. Оскільки ставка податку на прибуток в Ірландії складає 4%, то сума податку склала 2,8 дол. на одиницю. В США ставка на прибуток дорівнює 34%, продукція продається по 150 дол. і, відповідно, не оподатковується.

Український бізнес видимість контролю за ТЦО почав спостерігати з літа 2013 року. А з 1 вересня 2013 року в Податковий кодекс були введені поняття трансфертної ціни, контрольованих операцій, з'явилися критерії визначення і система штрафів. Закон від 4 липня 2013 року №408-VII «Про внесення змін до податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» фактично став індикатором еволюції «звичайної ціни» до «ціною трансфертної». 31 січня 2015 року питання ТЦО законодавчо ще більш зміцнився, узагальнив кращі стандартів світової практики і став максимально близький до керівництва ОЕСР по ТЦО для багатонаціональних корпорацій і податкових служб.

Законодавство щодо державного регулювання трансфертного ціноутворення застосовується в усіх країнах ОЕСР. Багаторічна правозастосовча практика та побудовані на ній рекомендації ОЕСР є цінним досвідом передових держав, який спрямований на запобігання поширенню практики штучного створення фінансових потоків між підприємствами, що входять до складу однієї транснаціональної корпорації або промислово-фінансової групи (пов'язаними особами). В сучасних економічних умовах України застосування такого законодавства сприяє вирішенню проблеми протидії виведенню фінансових ресурсів за межі країни. Однак, державне регулювання трансфертного ціноутворення в Україні, що встановлене положеннями Податкового кодексу, з урахуванням рекомендацій ОЕСР, не в повній мірі сприяє досягненню поставленої мети та потребує вдосконалення.

#### Список використаних джерел

1. Бурцева А. М. Методы трансфертного ценообразования: международный опыт [Текст] / А. М. Бурцева // Российский налоговый курьер. — 2004. — № 1—2. — С. 144.
2. Голов С. Ф. Управлінський облік [Текст] / С. Ф. Голов. — К. : Лібра, 2006. — 701 с.
3. Постанова Правління Національного банку України «Про схвалення Методичних рекомендацій щодо організації процесу формування управлінської звітності в банках України» від 06.09.2007 № 324.

Мокану Д. М.  
курсант ХДМА  
Керівник: практ. психолог Соцька М. В.

## **НАВИЧКИ МЕДІАЦІЇ — НЕОБХІДНА СКЛАДОВА УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МОРСЬКИХ ОФІЦЕРІВ**

Колективи морських екіпажів мають специфічні особливості, що ускладнюють соціальну адаптацію їх членів. Обмеженість соціального оточення моряків призводить до підвищення щільності комунікативних контактів. У людей з'являється синдром «насильницької комунікації» (обов'язкового спілкування, навіть, коли немає такого бажання). Через деякий час може взагалі блокуватися потреба у спілкуванні, з'являтися небажання розмовляти із членами екіпажу.

Нероздільність побутової та виробничої сфер життєдіяльності, що пов'язана із безпосередньою близькістю місць праці і відпочинку та вузьким колом спілкування сприяє звуженню «особистого» простору. Вторгнення у власний «особистий» простір інших членів екіпажу викликає у моряків стан дискомфорту, роздратування. Все це зумовлює загострення міжособистісних стосунків, підсилення конфліктного напруження у колективі, погіршення соціально-психологічного клімату.

Отже, «конфлікти є невід'ємною частиною життя морського екіпажу. Уникнути взаємодії між конфліктуєчими сторонами неможливо, адже людям доводиться працювати разом, принаймні до кінця рейсу» [1, с. 42]. Самостійно вирішувати непорозуміння досить складно через їх емоційну складову і упевненість кожного у власній правоті. В умовах рейсу немає можливості звернутися до професіоналів-конфліктологів, тому важливо, щоб в команді були люди, які вміють надати допомогу своїм товаришам у вирішенні їхніх конфліктів. Це поліпшить психологічний клімат в команді і підвищить продуктивність праці.

Тому майбутнім морякам важливо ще у стінах навчального закладу оволодіти конфліктологічною компетенцією, що включає в себе: знання про закономірності виникнення, розвитку і завершення конфліктів; вміння орієнтуватися в конфліктній ситуації, прогнозувати її динаміку; не допускати деструктивних дій. Вони повинні вміти з мінімальним збитком для учасників завершувати конфлікт, володіти первинними навичками конструктивної поведінки на всіх етапах його розвитку. Вони мають бути професійно обізнаними про діапазон можливих стратегій конфліктуєчих сторін, вміти надати технологічну допомогу в реалізації конструктивної взаємодії в конкретній конфліктній ситуації. Офіцери мають бути здатними в реальному конфлікті здійснювати діяльність, спрямовану на мінімізацію деструктивних наслідків і вирішення проблем.

Найбільш повно цим вимогам відповідає практика вирішення конфліктів і суперечок за допомогою третьої сторони — медіація (eng. Mediation — посередництво).

В основу процедури покладено філософію ненасильницького врегулювання проблем, які виникають між людьми і систему демократичних цінностей. Її здійснює нейтральний неупереджений посередник — медіатор.

З метою формування у майбутніх морських фахівців конфліктологічної компетентності у Херсонській державній морській академії реалізується проект «Медіація ровесників». Представники студентського самоврядування протягом 3-х днів оволодівають навичками посередництва у конфліктах. За результатами тренінгу його учасники отримують сертифікат, який надає їм право застосовувати відновні практики у вирішенні конфліктів. Вони мають можливість допомагати своїм товаришам у їх суперечках і непорозуміннях.

Ровесники мають низку переваг у здійсненні посередництва. Вони краще розуміють своїх однолітків, спілкуються з ними однією мовою. Їх участь у вирішенні конфлікту дає можливість уникнути тиску, який може бути зі сторони старших за віком та званням.

Медіація найбільшою мірою підходить до типових міжособистісних конфліктів, з якими стикається молодь. Тому вона часто використовується молодими людьми для вирішення проблем, до яких вони не можуть залучити старших.

Навчання основам медіації допомагає курсантам глибше пізнати самих себе та оточуючих, а також забезпечує їх навичками з розв'язання конфліктів на все життя. Воно перекладає відповідальність за вирішення міжособистісних конфліктів з плечей викладачів і командирів на самих молодих людей, позбавляє адміністрацію необхідності приділяти багато часу дисципліні.

Впровадження проекту «Медіація ровесників» у Херсонській державній морській академії дало змогу знизити кількість конфліктів, поліпшити взаємостосунки у академічних групах, а також оздоровити психологічний клімат в цілому.

Беручи участь у даному проекті, молоді люди навчилися самостійно брати участь у розв'язанні своїх і чужих суперечок. Це сприяло їх особистісному зростанню, умінню уважно слухати і критично мислити, що є конче необхідним не тільки для їх теперішнього навчання та життя у нашому суперечливому світі, але й для майбутньої професійної діяльності.

#### Список використаних джерел

1. Истомина О. А. Социально-психологические особенности морских экипажей в условиях длительных рейсов [Текст] / О. А. Истомина // Транспорт Российской Федерации. — 2007. — № 12. — С. 41—43.

2. Коваль Р. Шкільна служба розв'язання конфліктів: досвід упровадження [Текст] : посіб. / Коваль Роман, Горова Альона, Нікітчук Анна. — К. : Видавець Захаренко В. О., 2009. — 168 с.

Назо Ю. О.  
студент МГУ  
Керівник: викл. Нестерова К. С.

## СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В СВІТОВОМУ КРУЇЗНОМУ БІСНЕСІ

Розвиток круїзних подорожей набирає значних обертів. Інтенсивність розвитку глобального круїзного ринку, який формується на основі збільшення пасажиромісткості суден нового покоління і підвищення якості послуг, що надаються провідними світовими операторами, змушує фахівців посилити увагу до досліджень розвитку світового круїзного бізнесу.

Основу для реалізації концепції комплексного розвитку круїзного бізнесу і міжнародного туризму становлять інформаційний маркетинг, який акцентує увагу на виявленні потреб туристів. А також маркетинг баз даних, орієнтований на потенційних і реальних споживачів круїзів, їх характеристиках, потребах тощо. Саме тому, ефективне застосування маркетингових інструментів відіграє важливу роль у процесі розвитку круїзного бізнесу. На прикладі найбільших світових круїзних компаній визначено основні маркетингові інструменти.

Компанія «Carnival Cruises», пропонує своїм клієнтам широкий вибір розваг на лайнері. Можливість відвідати спа-салони, салони краси, тренажерні зали і казино. На лайнерах компанії «Carnival» казино оформлені в стилі вогняного Лас-Вегаса. Порадує відмінне харчування на лайнері, крім традиційної кухні, пропонують страви азіатської кухні. Можна обирати час для вечері з чотирьох запропонованих варіантів [1].

Круїзна компанія «Royal Caribbean Cruises» пропонує для своїх гостей: численні спортивні розваги, басейни зі штучною хвилею для серфінгу тощо. Круїзи даної компанії націлені на сімейний відпочинок в американському стилі. Обстановка на лайнерах досить демократична, що може накладати особливий відбиток на сервіс, особливо для вимогливих клієнтів [2].

Лайнери компанії «Costa Cruises» дуже сучасні, а також ідеально безпечні з екологічної точки зору, за що компанія отримала премію «Зелена Зірка». Крім того, компанія Costa Cruises пропонує безкоштовно подорожі для дітей до 18 років і знижки на берегові екскурсії.

На борту «Princess Cruises» організовано діяльність цілодобових ресторанів, що позбавило пасажирів від необхідності стояти в чергах. На борту надається широкий вибір послуг і розваг, включаючи симулятори для гри в гольф, уроки фотографії та кулінарії, волейбольний та баскетбольні майданчики, казино і багато іншого. На суднах також є унікальні відкриті кінотеатри, весільні каплиці.

«Pullmantur Cruises» надає своїм пасажирам можливість комфортабельних перельотів у порти початку круїзів на літаках «Боїнг-747». Також надається безкоштовний трансфер аеропорт-порт-аеропорт і доставка багажу до каюти. Для дітей від 3 до 10 років організовано спеціальну розважальну програму [3].

Таким чином, всі перелічені компанії використовують різноманітні маркетингові інструменти, які постійно вдосконалюються. Для того, щоб виділити конкретний товар і більш вигідно представити його на тлі конкурентів, маркетологи постійно придумують різні способи донесення корисної інформації до цільової аудиторії.

У всьому світі сьогодні простежується тенденція зниження бюджетів, які витрачаються на нецільову рекламу (телевізійна реклама, вуличні щити і т.д.). Грамотний інформаційний маркетинг дозволяє встановити прямий і тривалий контакт компанії, яка просуває свій продукт, з споживачем. Інформаційний маркетинг повинен рекламувати бренд або його продукцію з одночасним наданням споживачеві корисної інформації про продукт або послугу. Як ми побачили на прикладі компаній найбільш дієві, ефективні рішення і / або інструменти такі: унікальність продукту; управління сприйняттям ціна / якість (розпродажі, знижки тощо); у зоні комфорту і задоволення людина значно легше приймає рішення про покупку; довіра і можливі шляхи його формування: особистий досвід, бренд (який часто підміняє особистий досвід).

Останнім часом змінився імідж круїзу як тур продукту. Теплохід перетворився у плавучий готель, де панує атмосфера розваг і свята. Завдяки проведенню інтенсивних рекламних кампаній привабливість круїзів зростає серед усіх верств населення. В останнє десятиліття круїзний ринок характеризують чотири чинники: спеціалізація пропозиції; плавання на невеликих комфортабельних теплоходах; відповідність розміру судна набору послуг на ньому; автоматизація.

У сучасних умовах розвитку круїзного бізнесу торговельні порти стають активною частиною конкурентного середовища, що обумовлює в необхідність розвитку нових економічних відносин між портами і круїзними компаніями.

Отже, круїзний бізнес починає відігравати важливу роль як фактор економічного розвитку морських держав. Україна має необхідні ресурси для розвитку круїзного бізнесу. Використання вітчизняними суб'єктами круїзного бізнесу сучасних ефективних маркетингових інструментів сприятиме розвитку круїзного бізнесу в Україні, посиленню її позицій на світовому ринку туристичних послуг.

#### Список використаних джерел

1. Carnival Cruise Line [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.carnival.com>. — Title from screen.
2. Royal Caribbean and the Environment [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.royalcaribbean.com/ourCompany/environment/rcAndEnvironment.do>. — Title from screen.
3. Круизные компании — Стандарт [Electronic resource]. — Access mode : <http://tartustour.com.ua/standart/>. — Title from screen.

Нефьодова Н. А.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.пед.н. Євстюніна Ю. В.

## **SOFT SKILLS** **— КЛЮЧ ДО УСПІХУ СУЧНОГО МЕНЕДЖЕРА**

Чи багато хто замислювався над тим, якими якостями необхідно володіти керівнику та членам його команди для того, щоб компанія могла успішно існувати і розвиватися на ринку? Тобто які знання, вміння і навички потрібно розвивати сьогодні, щоб завтра компанія стала лідером? Менеджери різних ланок вказують на *soft skills*, тобто важливість комунікативних навичок для успішного ведення бізнесу.

Американські вчені класифікують професійні навички на дві великі групи: *hard skills* «тверді навички» і *soft skills* «м'які навички».

«До *hard skills* відносять професійні, технічні навички, які легко піддаються спостереженню, вимірюванню та наочній демонстрації» [2]. Поняття «*hard skills*» відповідає технічним або адміністративним процедурам, які присутні в діяльності компанії. До них можна віднести роботу з обладнанням, управління процесами, програмування та інші.

В свою чергу, *soft skills* — це навички, прояв яких складно відстежити, і наочно продемонструвати. До даної групи належать комунікативні та управлінські навички, наприклад: встановлення відносин в колективі, робота в команді, прийняття рішень, слухання і розуміння співрозмовника, ораторське мистецтво, проведення переговорів, навички переконання, ведення дискусій, лідерство, мотивування, вирішення конфліктних ситуацій тощо. Однак «м'які навички» не слід плутати з «м'яким характером». Наприклад, вміння вести переговори конструктивно та досягати успіху через взаємне задоволення інтересів партнерів потребує психічної стійкості, а вміння добиватися поставлених цілей і впроваджувати свої ідеї вимагає твердості характеру.

З метою з'ясування ролі *soft skills* для досягнення успіху як окремих працівників, так і колективу в цілому, ми звернулися до наукових досліджень, проведених в Гарвардському Університеті та Стенфордському Дослідницькому Інституті. Вони стверджують, що внесок *hard skills* в професійну успішність працівника становить 15%, тоді як *soft skills* визначають 85% професійної успішності. Керівництво більшості компаній прагне того, щоб наймати, утримувати і просувати працівників з високим рівнем розвитку «м'яких» навичок. Звичайно, це не означає, що конкретні технічні, професійні знання в певній галузі або сфері діяльності (*hard skills*) співробітникам не потрібні. Вони повинні бути обов'язково, але для успішного вирішення завдань, що виникають перед співробітником, їх недостатньо, як і для успішного розвитку кар'єри [1].

Тож ми вирішили провести схоже опитування серед майбутніх управлінців в ОРІДУ НАДУ при Президентіві України за допомогою соціальної мережі. За результатами 25% опитуваних обрали *hard skills*, а 75%

вважають, що більшою мірою успіх менеджера визначають саме soft skills. Отримані результати, відсоткове співвідношення дещо відрізняються від результатів, отриманих американськими науковцями. На нашу думку, вони підкреслюють особливість української ментальності, оскільки в нашій країні традиційно панували жорсткі командні методи управління.

За підсумками 2015 року Україна від продажу ІТ-продуктів і послуг отримала понад \$2,5 млрд експортної виручки. Здавалось би, що для роботи у сфері ІТ достатньо й «hard skills». Один із засновників української сервісної компанії SoftServe Тарас Кицмій особливо підкреслює, що створення успішної глобальної компанії у значній мірі потребує від її персоналу так званих «soft skills» — навичок управління командою, спілкування, налагодження зв'язків з клієнтами. «Стартовий капітал в сфері економіки знань — досвід роботи і розуміння бізнесу» [3].

Результати наведених вище досліджень, що демонструють порівняно невисоку значимість «твердих» навичок, можуть здатися дивними. Однак не слід забувати, що бізнес завжди пов'язаний з людьми і включає в себе спілкування, встановлення відносин, представлення себе, своєї компанії і своїх ідей в найбільш позитивній і переконливій формі. Можна сказати, що soft skills є способом вираження та необхідною умовою реалізації hard skills. З огляду на зазначене, вважаємо, що необхідною складовою підготовки сучасних ефективних менеджерів є цілеспрямоване формування навичок «soft skills».

ОРІДУ НАДУ при Президентіві України, як провідний вищий навчальний заклад у підготовці сучасних менеджерів для органів влади та бізнес-структур Півдня України приділяє гідну увагу зазначеним питанням. Зокрема, запроваджено систему тематичних тренінгів, кейсів, майстер-класів, безкоштовних освітніх програм, а також оновлено зміст програм підготовки управлінців, зокрема запроваджено спеціалізацію «Стратегічні комунікації».

#### Список використаних джерел

1. Emotional Intelligence Is No Soft Skill [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.dce.harvard.edu/professional/blog/emotional-intelligence-no-soft-skill>. — Title from screen.
2. Hard или Soft skills: что важнее для менеджера? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://futurecenter.in.ua/pratsevashtuvannya/korysni-porady/hard-uly-soft-skills-chto-vazhnee-dlya-menedzhera/>. — Заглавие с экрана.
3. Умные деньги. На сколько выгодны инвестиции в IT-проекты [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1412695-umnye-dengi-naskolko-vygodny-investicii-v-ukrainskie-it-proekty>. — Заглавие с экрана.

Павленко К. С.  
студент ОДАУ  
Керівник: доц. Дідур Г. І.

## **РОЗРОБКА ПЛАНУ ЕКОЛОГІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ВИНОГРАДУ НА ДПДГ «ТАЇРОВСЬКЕ»**

Для підвищення ефективності діяльності сільськогосподарського підприємства необхідною умовою є впровадження світових трендів у сфері виробництва, саме тому для ДПДГ «Таїровське» пропонуємо вирощування винограду з дотриманням екологічної технології. Виробництво органічної продукції на сьогодні дуже популярне в світі та набирає популярність і в Україні.

Відповідно до положення МАПтаП України, органічний виноград — виноград столових та технічних сортів, вирощений у особливому місці з використанням системи землеробства без застосування добавок, засобів обробки та методів, які можуть мати негативний вплив на здоров'я людини, навколишнє середовище і на якість готового продукту [2].

Для впровадження екологічного виноградарства в ДПДГ «Таїровське» пропонується застосувати такі сорти винограду: Ароматний, Рубін Таїровський, Іскорка, Мускат Одеський, які були розроблено національним науковим центром «Інституту виноградарства і виноробства ім. В. Є. Таїрова».

Для екологічного виробництва винограду необхідна особлива схема насаджень. На відміну від традиційних господарств, де міжряддя виноградників становлять 1,6—2 м, в екологічних господарствах міжряддя сягають 2,3—2,4 м і більше. Це робиться задля того, щоб збільшити провітрюваність рядів і таким чином зменшити ризик ураження рослин грибними хворобами.

Для збільшення прибутку, пропонуємо також займатися переробкою екологічного винограду на вино. Органічне вино, створене з винограду ДПДГ «Таїровське» буде мати високий рівень конкурентоспроможності. В Україні існує лише одна компанія, яка виробляє органічні вина, всі інші завезені в Україну з-за кордону і їхня вартість становить від 170 грн. за пляшку.

Витрати на продукцію плануватимемо на рівні витрат провідних господарств Одеської області з вирощування винограду у 2014 році. Так витрати на 1 га виноградників в 2014 році склали 11 820 грн. [1, с. 12], собівартість 1 ц винограду при цьому складе 179,1 грн.

Відповідно до принципів екологічного ведення виноградарства необхідно використання органічних добрив. Для даного проекту запропоновано використання екопланту. Вартість цього засобу — 9,6 грн., при нормі внесення 400 кг/га, вартість для 1 га складе 3840 грн. або 58,5 грн./ц. Отже, загальні витрати будуть дорівнювати 76,8 тис. грн. на рік.

Обсяг виручки від реалізації винограду на перспективу буде залежати від 2 факторів — по-перше, від обсягів виробництва продукції (при врожайності 66 ц/га та площі збирання 20 га в 2019 році буде отримано 1320 ц винограду),



по-друге, від середньо реалізаційної ціни за 1 ц, яку ми будемо проектувати на рівні динаміки зміни за попередні роки та за допомогою методу аналітичного вирівнювання динамічних рядів.

Ціна екологічно чистого винограду буде збільшена на 20%. У ці гроші будуть вкладені витрати на органічні добрива та інші витрати з вирощування органічного винограду. Розрахувавши план доходів та витрат на 20 років, представимо зведені дані в таблиці 1.

Таблиця 1 — План доходів ДПДГ «Таїровське»

Показники	Роки					Всього за 20 років
	2017	2018	2019	2020	2021	
Чистий дохід(виручка від реалізації), всього	-	-	691,2	1051,8	1258,4	67293,5
ПДВ	-	-	138,2	210,4	251,7	13458,7
Дохід(виручка) від реалізації, тис. грн.	-	-	829,5	1262,2	1510,1	80752,3
Витрати на виробництво, всього	1795,4	383,4	407,0	433,0	461,5	16669,5
в т.ч. витрати на догляд та вирощування	236,0	236,0	259,6	285,6	314,1	12309,5
витрати на органічні добрива	76,8	76,8	76,8	76,8	76,8	1536,0
витрати на амортизацію	70,6	70,6	70,6	70,6	70,6	28979,1
витрати на закладку виноградників	1412,0	-	-	-	-	1412,0
Валовий прибуток (+), збиток (-)	-1795,4	-383,4	284,2	618,9	796,9	50624,0
Чисті грошові надходження, тис. грн.	-1724,8	-312,8	354,8	689,5	867,5	52036,0
Дисконтний множник (за вартості капіталу 15%)	0,870	0,756	0,658	0,572	0,497	
Теперішня вартість майбутніх грошових потоків (PV) <sup>t</sup>	-1499,8	-136,0	102,9	149,9	150,9	1927,0
Сума чистого приведеного доходу (NPV), тис. грн.	515,0					
Індекс рентабельності інвестицій (PI)	0,4					
Період окупності інвестицій (PP), років	5,3					

Отже, за 20 років підприємство отримає 67293,5 тис. грн. чистого доходу, за вирахуванням витрат на виробництво, ця сума зменшиться на 16669,5 тис. грн., отже прибуток складе — 50624 тис. грн. Перший валовий прибуток підприємство отримує вже в 2019 р. Сума чистого приведеного доходу дорівнює 515 тис. грн., а окупність проекту складає 5,3 років.

#### Список використаних джерел

1. Білоус І. В. Стратегія розвитку виноградарства і виноробства України як передумова виходу їх продукції на світовий ринок [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Білоус Ірина Володимирівна ; Миколаїв. нац. аграр. ун-т. — Миколаїв, 2014. — 24 с.

2. Закон України «Про виноград та виноградне вино» від 16.06.2005 № 2662-IV.

Різів А. Б.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.пед.н. Євстюніна Ю. В.

## **ПУБЛІЧНА СКЛАДОВА В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО УПРАВЛІНЦЯ**

Питання публічної майстерності, як важливої складової успіху сучасного управлінця, набуває все більшої актуальності в менеджменті. Більшість з нас вже неодноразово замислювалися, як підготувати публічний виступ, як зробити презентацію ефективною, які прийоми використати в роботі з аудиторією. Якщо ви хоч раз ставили ці питання і намагалися знайти відповіді на них, ви вже зробили крок до оволодіння цим стародавнім мистецтвом.

Ораторська майстерність — це основа публічного виступу, тому що розвинення ораторських здібностей є наслідком наполегливості в роботі над собою та відданості справі задля досягнення бажаної мети. Ораторське мистецтво або мистецтво красномовства — це поєднання техніки психологічного аналізу, риторики і вправного використання прийомів акторської майстерності. Кожна із видатних світових культур та цивілізацій — Єгипет, Вавилон, Індія, Китай — приділяла гідне місце ораторській майстерності, але колискою ораторського мистецтва вважається Стародавня Греція. В античних полісах того часу панувала демократія — «влада народу» (грец. *demos* — «влада» і *crates* — «народ»). Головною особливістю демократії є те, що управління здійснюється шляхом діалогу, обговорень на загальних віче, зборах, сесіях, радах. У Стародавній Греції існували такі органи управління, як «народні збори» та «рада п'ятисот», отже на головній площі збиралися чоловіки, розглядали та вирішували те чи інше питання. Оратори допомагали народу прийняти правильні рішення, а іноді їм вдавалося врятувати цілі міста за допомогою лише слів. Ораторам того часу довіряли, адже вони були освічені, цілеспрямовані, розважливі і дуже любили свою країну, свободу слова і справедливість. Стародавня Греція подарувала нам багато відомих ораторів, а також джерел щодо вивчення ораторського мистецтва. Вони залишаються корисними й актуальними й для сучасних управлінців. Поняття ораторське мистецтво (мистецтво красномовства) і публічний виступ, дуже взаємопов'язані між собою, ораторське мистецтво це основа для публічного виступу, тому що оратори, перед тим як вийти на виступ, озброюються всіма тими знаннями, які він набув в процесі свого навчання і підготовки.

Публічний виступ — це те, що допомагає оратору не тільки донести до слухачів певну ідею, а й сформувати їх світогляд. Виділяють різноманітні жанри публічного виступу, як, наприклад: доповідь (політична, наукова тощо), промова (розважальна, інформаційна, агітаційна, вітальна), виступ. Але, зазвичай, головною характерною рисою публічного виступу є його мета — переконання. Переконання — це найголовніша ціль кожного оратора, що

надихає кожного митця працювати над своїми виступами і продумати всі деталі, необхідні для успіху публічного виступу.

Досягнення оратором поставленої мети в роботі з аудиторією відбувається завдяки вдалому поєднанню в публічному виступі засобів доказовості та переконливості. Тут мають значення не тільки обізнаність оратора та конкретні факти, а й вміння вдало донести цю інформацію, переконати та викликати певну реакцію. Тут відіграють значну роль і зовнішній вигляд, і жести, міміка, характеристики голосу, і особиста «чарівність» тощо. Це важливо, так як треба вміти не тільки вміти виступати перед аудиторією, а й повністю показувати невербальними комунікаціями інформацію і тему свого виступу.

Вміння переконувати є надзвичайно важливим для сучасного ефективного менеджера. Можна примусити конкретну людину або команду діяти певним чином, і для цього є безліч засобів (статус, посада, авторитет, гроші, фізична сила тощо). Примусити людину думати певним чином неможливо. Єдиний шлях здобути одностумця або команду одностумців, відданих справі та зацікавлених у ефективній роботі — переконати їх засобами слова. А нездатність менеджера переконати команду, в свою чергу, часто обертається невдачами та неефективною роботою.

Згадуючи відомий вислів Цицерона, зазначимо, що ораторами не народжуються, а стають, як дитина, яка від народження не вміє говорити, вона вчиться цьому поступово, крок за кроком. Є багато прикладів в історії, коли ораторами ставали невідомі люди, і завдяки своєму ораторському мистецтву ставала відомими, завдяки своєму вмінню переконувати та схилити до себе увагу. Ми вважаємо, що кожна людина має здібності до ораторського мистецтва, особливо комунікативні особи. Бути оратором під силу всім, але в кожного свій шлях, і залежить він від бажання і завзяття. Бути управлінцем сьогодні — непросте завдання, бути ефективним управлінцем — ще складніше. Тож «бути оратором — обов'язок кожного, бути кращим оратором — бажання найсильніших!»

#### Список використаних джерел

1. Галло К. Презентація. Уроки убеждения от лідера Apple Стива Джобса [Текст] / Кармин Галло. — М. : Манн, Иванов и Фебер, 2012. — 224 с.

2. Гандапас Р. Камасутра для оратора : 10 глав о том, как получают и доставляют максимальное удовольствие, выступая публично [Текст] / Радислав Гандапас. — М. : Олимп-Бизнес, 2005. — 112 с.

3. Ораторське мистецтво та майстерність спілкування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.orator.ru/rass16.html>. — Назва з екрану.

Селецкая Т. В.  
студент ОРИГУ НАГУ  
при Президенте Украины  
Руководитель: к.е.н., доц. Красностанова Н. Э.

## **КАРЬЕРОГРАММА КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА**

Эффективность управления персоналом во многом определяется тем, насколько четко каждый сотрудник знает о перспективах развития не только своей организации, но и себя лично. Поэтому современный руководитель должен непосредственно принимать участие в управлении карьерой своих подчиненных.

Управление карьерой — это комплекс мероприятий, осуществляемых кадровой службой предприятия, по планированию, организации, мотивации и контролю служебного роста персонала, исходя из его целей, потребностей и возможностей, а также исходя из целей, потребностей, и возможностей условий предприятий. Управление карьерой состоит в том, что необходимо организовать продвижение по системе должностей или рабочих мест. Работник должен знать не только свои перспективы, но и то, каких показателей он должен добиться, чтобы рассчитывать на продвижение по службе. Необходимость мероприятий по управлению карьерой связана с тем, что большинство работников, как правило, относятся к своей карьере пассивно, и считают, что этими вопросами должны заниматься их руководители. Поэтому в фирмах обязательным является планирование карьеры, т.е. определение путей, ведущих к достижению ее цели. Кадровые службы фирм составляют, как правило, на пять лет схемы с возможными перемещениями с учетом ожидаемых вакансий, и стимулируют планирования личной карьеры. Здесь могут быть такие варианты: 1) повышение или снижение по должности с расширением или сокращением круга обязанностей и прав; 2) повышение уровня квалификации, сопровождающееся поручением более сложных задач, ростом заработной платы, но сохранением должности; 3) изменение круга задач и обязанностей без повышения в должности и роста заработной платы, т.е. ротация.

Основой планирования карьеры является карьерограмма. «Карьерограмма — инструмент управления карьерой: описание оптимального развития сотрудника для занятия им желаемой позиции в организации, представление о том, какой путь должен пройти специалист для того, чтобы получить необходимые знания для эффективной работы на конкретном месте» [1]. Она составляется на основе личных запросов работника, его общеобразовательного уровня и профессиональной подготовки, медицинского заключения о состоянии здоровья, рекомендации по профессиональной пригодности. Адаптация плана индивидуального продвижения сотрудника к возможностям организации в области трудовых перемещений достигается путем совмещения личных ожиданий в области карьеры с организационными потребностями в

квалифицированном персонале. Формой подобного текущего совмещения могут быть формальное и неформальное консультирование специалистами кадровиками, консультирование непосредственным руководителем, информирование о вакансиях в организации.

В структуру карьерограммы обычно включаются: Личные данные сотрудника, занимаемая должность, стаж работы на занимаемой должности, личные карьерные ориентиры сотрудника, Возможности роста на занимаемой должности, история работы сотрудника в компании, информация об обучении, результаты аттестации, навыки, знания и умения, необходимые для занятия более высокой должности, вид и методы обучения, которыми необходимо овладеть для вступления в новую должность, уровень кадрового резерва, на который определен сотрудник, наличие вакансий в компании.

Таблица 1 — «Карьерограмма для консультанта»

Что должен знать консультант, чтобы составить карьерограмму:		
Кандидат знает, кем сейчас планирует устраиваться и кем хочет стать в будущем:	Кандидат знает, кем сейчас планирует устраиваться, но не знает, кем может стать в будущем:	Кандидат не знает, кем может устроиться, и не знает, кем хочет быть в будущем, но хочет развития (творческой работы, перемен и т. д.):
<ul style="list-style-type: none"> <li>- информация о должности, на которую тот претендует;</li> <li>- его цели на ближайшие 1-3-5 лет;</li> <li>- кем он хочет стать.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- информация о должности, на которую тот претендует;</li> <li>- его цели на ближайшие 1-3-5 лет;</li> <li>- информация о том, что ему нравится и не нравится делать.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ключевые навыки (что умеет делать);</li> <li>- опыт работы;</li> <li>- образование;</li> <li>- что не любит делать (от чего наступает выгорание).</li> </ul>

В каждом из рассмотренных случаев желательно иметь резюме кандидата.

Таким образом, целью построения карьерограммы является мотивация сотрудника: каждый имеет отчетливое представление о том, в каком направлении ему нужно двигаться для того чтобы занять желаемое место в организации.

#### Список использованной литературы

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом [Текст] : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. — К. : Професіонал, 2006. — 512 с.

2. Фернандес-Араос К. Выбор сильнейших : как лидеру принимать главные решения о людях / Клаудио Фернандес-Араос. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 391 с.

Симчинская А. С.  
студент ОРИГУ НАГУ  
при Президенте Украины  
Руководитель: к.филол.н., доц. Ростиянов Б. Ю.

## **МОТИВАЦИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ**

Одним из основных компонентов в содержании управления являются функции. Процесс управления содержит четыре функции: планирование, организация, мотивация и контроль. Каждая из этих функций особенно важна для любой организации: планирование ставит основу для осуществления остальных функций, функции организации и контроля ориентированы на выполнения стратегий организации. Сегодня мы рассмотрим мотивацию, так как она очень важна для будущего менеджера. Функция мотивации нужна для того, чтобы знать, почему работник совершает те или иные действия и как на него повлиять, чтобы он работал, так как нам нужно.

«Мотивация — побуждение к действию, процесс управляющий поведением человека, задающий его направленность, организацию, активность и устойчивость» [1].

Мотивация очень влияет на выполнение работником своих обязанностей. Однако между мотивацией и конечным результатом нет особой связи. Может быть, что человек с большой мотивацией покажет результат хуже, чем человек менее или даже слабо мотивированный.

Изучение мотивации с психологической точки зрения не позволяет объяснить, что же именно побуждает человека к труду. Но оно позволяет выстраивать психологическую модель. Существует множество теорий мотивации. Среди них теория А. Маслоу и теория Ф. Герцберга.

А. Маслоу сформулировал свою теорию в 1940 году. В соответствии с ней у людей постоянно возникают потребности, которые можно выделить в иерархии. Он выделил пять групп и представил их в виде пирамиды. Чем высшее место в пирамиде занимают ценности, тем меньшую роль они играют в мотивации людей. По теории Маслоу неудовлетворенные потребности мотивируют человека, а удовлетворенные со временем перестают это делать. На первом уровне Маслоу поставил физиологические потребности, так как они необходимы каждому человеку. Для их удовлетворения необходимы минимальный уровень заработной платы и не много труда. На втором стоит безопасность, ведь для каждого человека она важна. Безопасность превышает минимальный уровень заработной платы. Ведь для того, чтобы сделать страховку нужно больше денег, чем обычно. На третьем месте стоит потребность в внимании, любви. Для удовлетворения ее необходимо участвовать в групповой работе, коллективном творчестве. На четвертом месте Маслоу поставил потребность в уважении, самоутверждении. Эта потребность удовлетворяется приобретением авторитета, лидерства, известности. Управление этой потребностью облегчается, когда человека награждают грамотами, медалями. И в самом верху пирамиды стоит саморазвитие. Для

удовлетворения этой потребности, человек должен иметь способность выбирать то, каким путём он решит ту или иную задачу. Нужно иметь максимальную свободу творчества. В теории Маслоу есть ряд ошибок. Он считал, что удовлетворение потребностей верхней группы приводит к плохому и ослабленному воздействию их на мотивацию.

Ф. Герцберг своей теорией показал, что мотивацией для человека может служить как удовлетворенность потребностей человека, так и их неудовлетворенность. Потребности Герцберг разбил на две шкалы: мотивационные и гигиенические, связанные с условием труда. Он считал, что гигиенические факторы не мотивируют человека. А для стимулирования нужны только мотивационные потребности. По его мнению, руководитель сначала должен снять неудовлетворенность работников, а потом уже добиваться удовлетворенности.

Существуют некие методы мотивации работников. Среди этих методов, такие как принуждение — основано на страхе быть наказанным, вознаграждение — получить премию, и солидарность — развития у работников определённых ценностей в сторону организации, что достигается путем убеждения, воспитания и обучения. Каждому менеджеру, который хочет достичь успеха, необходимо знать и владеть методами мотивации работников.

Таким образом, мотивация в работе менеджера занимает одно из первых мест. Если руководитель умеет правильно мотивировать работника, то его ждет правильно и надежно выполнена работа.

Руководство организации может разработать прекрасные планы, построить правильную стратегию, закупить и поставить новейшее оборудование, но это всё будет сведено на «нет», если работники не будут качественно выполнять свою работу, не будут справляться со своими обязанностями и понимать, что от них требуется. А этого можно не допустить, если руководитель сможет правильно определить, чего не хватает работникам и как их можно привлечь к качественному выполнению работы. Ведь если хорошо понимать, что движет человеком, то можно таким образом построить управление, что он сам захочет стремиться к лучшему выполнению работы.

#### Список использованной литературы:

1. Мотивация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Мотивация>. — Заглавие с экрана.
2. Мотивация труда в менеджменте при реструктуризации предприятий [Текст] : Зб.наук.пр. / А. Г. Осиевский, Е. Л. Шевцов, С. Н. Гойстер // Управління проектами та розвиток виробництва. — Луганськ : Вид-во СНУ ім. В.Далі, 2004. — № 3(11). — С. 145—149.
3. Овсяк Н. В. Мотивация персонала: сущность и современные проблемы [Текст] / Н. В. Овсяк // Бізнес Інформ. — 2014. — № 2. — С. 205—210.

Стовбчата Є. В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.е.н. Майданюк С. І.

## **БАЗА ДАНИХ SCIENCE CITATION INDEX (SCI) — ЗНАЧЕННЯ ТА СПОСОБИ ВИКОРИСТАННЯ**

Не одне десятиліття людей цікавить таке питання — «Як оцінити науковий рівень вчених?». Саме тому винайшли таку науку як наукометрія. Вивчення закономірностей розвитку науки та техніки, їхнього стану шляхом аналізу хвиль науково-технічної інформації є, мабуть, однією з головних задач наукометрії.

Наукометричні методи, які засновані на аналізі цитування публікацій отримали чи не малий розвиток. Завдяки базі даних Science Citation Index (SCI) стали можливими широкомасштабні наукометричні дослідження за допомогою цих методів.

Для того, щоб краще розуміти про що піде мова далі розглянемо що таке цитата. «Цитата — це дослівний витяг з опрацьованого джерела, забезпечений посиланням на джерело, що було опубліковане раніше» [2, с. 24].

Тепер можна вже досліджувати що саме являє собою індекс цитування. Чим більше розглядали це питання, тим більше ми розуміли, що це такий показник, за допомогою якого можна подивитися скільки разів за певний рік було процитовано статті якогось автора в працях інших освічених людей, тобто кількість посилань на видання вченого. Саме за допомогою нього можна прослідковувати науковий прогрес авторів. Цей вираз в наукових кругах визначає наскільки популярний вчений, наскільки він авторитетний, як часто його цитують, як часто його ім'я або і праці пригадуються в інших дослідженнях, роботах.

Наведемо приклади основних умов оцінки індексу цитування:

По-перше — це не можна враховувати цитування самого себе, або ж цитування автора його співавтором, це значно опускає рейтинг науковця, який так би мовити сам себе «піарить».

По-друге, також коли одним і тим самим науковцем цитується та чи інша стаття декілька раз не може враховуватись. Ми з цим повністю погоджуємося, бо це виключає можливість «компліментарного» цитування.

По-третє, обов'язково повинен враховуватися саме власний внесок науковця, тому всю кількість цитувань роботи розподіляють на кожного співавтора, бо кількість співавторів може бути необмеженою, а внесок одного дуже мінімальний. Досліджуючи це Р. Ф. Васільєв помітив суттєву відмінність — «Нельзя не заметить довольно резкое уменьшение частоты цитирования с увеличением числа авторов работы» [1].

По-четверте, неодмінно дивляться чи престижне видання, в якому цитується праця науковця якого аналізують. Таким чином примножують на потрібний коефіцієнт кількість цитувань.



Ми дійшли висновку, що індекс цитування визнаний на Заході однією із ефективних світових систем оцінки наукової інформації. Його структура дозволяє виконувати багато функцій. Ось головні з них:

«1) інформаційний пошук для обслуговування індивідуальних дослідників і наукових організацій;

2) використання зв'язків між публікаціями для виявлення структури областей знання, спостереження і прогнозування їх розвитку (картирування науки і виявлення дослідницьких фронтів);

3) оцінка якості публікацій і їх авторів науковим співтовариством» [3].

Використовувати індекс цитування можна трьома способами:

- для пошуку тієї чи іншої інформації (це особливо зручно в пошукових Інтернет-ресурсах);

- для того, щоб досліджувати науку;

- для оцінки діяльності вчених.

Українці створили свій проект «Український індекс наукового цитування». Сайт цього проекту — це така складова яка забезпечує діагностику суб'єктів наукової діяльності України. Ця система є автоматизованою, з її допомогою збираються та обробляються дані відносно показників активності осіб наукової діяльності України. Також формується база даних, де реєструються вчені та установи, в яких вони безпосередньо працюють.

Основна функція цього сайту полягає в наданні шансів аналізу піднесення наукового комплексу України, та відслідковування ролі а також місця яке займають окремі вчені та установи у розвитку національних наукових шкіл.

Завдяки цьому дослідженню ми дізналися багато досить корисної інформації такої як: що таке індекс цитування, що взагалі представляє собою цитування, як його використовують. Якщо в подальшому матимемо бажання продовжувати свою діяльність в науці, то будемо знати вже багато інформації про систему цитування, яка, беззаперечно, стане в нагоді в подальшому.

#### Список використаних джерел

1. Васильев Р. Ф. О количестве публикаций и частоте их цитирования как наукометрических показателях [Текст] / Р. Ф. Васильев // Материалы к симпозиуму «Исследование операций и анализ развития науки». — М., 1967. — Ч. 1. Методы анализа развития науки. — С.60—69.

2. Методичні вказівки до написання дипломної роботи. Освітньо-кваліфікаційний рівень «Спеціаліст» [Текст] / Н. Е. Красностанова, В. І. Паламарчук, С. І. Майданюк, В. Є. Воловник. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2014. — 79 с.

3. Цитованість [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://webometr.kpi.ua/node/53>. — Назва з екрану.

Сусліна Д. Ю.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.е.н. Майданюк С. І.

## **СПЕЦІАЛЬНІ МЕТОДИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ**

У повсякденному житті людина стикається з певними явищами, предметами, які потребують від неї знання про цей предмет або явище. Тому, з часом в суспільстві з'явилась необхідність збору та обробки інформації про предмети та явища, угруповання та класифікація їх за певними признакам. Так з'явився термін «наукове дослідження».

Наукове дослідження — це тривалий історичний процес. Наукове дослідження — «цілеспрямоване вивчення за допомогою наукових методів явищ і процесів, аналіз впливу на них різних факторів вивчення взаємодії між явищами» [2, с. 45].

Основу дослідження складає вибрана дослідником методологія. Методологія включає методи дослідження, аналіз, логіку і теорію наукового дослідження. Щоб проводити економічне дослідження на професійному рівні, варто звертатися до відповідних напрямків окремих наук, таких як: математика, економіка, статистика, аналіз економічної діяльності.

Вся сукупність методів, що застосовується при дослідженні, складається з двох блоків — загальнонаукових та спеціальних методів.

Загальні методи наукового дослідження використовуються протягом всього процесу дослідження. До загальнонаукових методів належать емпіричні, теоретичні, а також методи, які використовуються як на емпіричному, так і на теоретичному рівнях дослідження.

Щоб економічна теорія розкривала сутність явища, що вивчається, необхідно засвоїти не тільки загальні, а й спеціальні методи економічного дослідження. Від характеру досліджуваного явища або процесу і поставленої мети залежить вибір того чи іншого метода дослідження.

Всі спеціальні методи економічних досліджень поділяють відповідно до етапів проведення економічного дослідження на окремі групи.

До складу спеціальних методів входять:

1. Методи спостереження та збору даних.
2. Методи вибіркового спостереження.
3. Методи групування.
4. Таблично-графічні методи.
5. Методи аналізу.
6. Методи прогнозування.
7. Методи моделювання
8. Програмно-цільовий метод
9. Евристичні методи.

Будь-яке дослідження повинне мати логічну послідовність. Тому потрібно побудувати систему спеціальних методів дослідження. Будь-яке дослідження «завжди починається збором інформації та її зведенням, подальшим її групуванням, аналізом, виявленням суттєвих елементів та визначальних зв'язків, що у подальшому дасть змогу опрацьовувати завдання майбутнього розвитку, будувати певні очікування, визначати ризики, ресурси та ефективність економічних рішень» [1, с. 112].

В даній роботі ми зосередимо увагу на методі збору та узагальненні інформації, так як на нашу думку, саме цей метод є базовим для подальших економічних досліджень.

До методу збору та узагальнення інформації відноситься спостереження, опитування, фотографування, хронометраж.

Початком будь-якого наукового дослідження, насамперед, є спостереження. Під час спостереження розглядається певний процес, що відбувається в економіці, і на основі даних про цей процес починають збір масових початкових даних. Найголовніше в методі спостереження — це чітко визначити об'єкт, мету спостереження, для яких цілей потрібно досліджувати об'єкт, правильно визначити умови спостереження. Для того, щоб процес спостереження був достовірним, а результати — правдивими та якісними, необхідно щоб спостереження задовольняло певним вимогам: було масовим, виконувалось за визначених умов, мав необхідний інструментарій, було науково організованим.

Лише при виконанні цих умов результат від спостереження буде достовірним.

Одним з найскладніших і найвідповідальніших моментів під час організації спостереження є складання програми спостереження. Програма спостереження — це перелік запитань, на які слід отримати відповіді в процесі спостереження (мета спостереження, об'єкт, порядок проведення збору інформації, організаційну структуру та інше). Зміст програми спостереження залежить від досліджуваного явища, його характеру і властивостей. Від того, наскільки добре розроблена програма спостереження залежить якість і цінність зібраної інформації.

В цій роботі ми дали загальну характеристику спеціальних методів наукових досліджень. Дізналися для чого, і за яких обставинах вони використовуються. Ми коротко охарактеризували найбільш поширений метод спостереження.

#### Список використаних джерел

1. Цехмістрова Г. С. Основи наукових досліджень [Текст] : навч. посіб. / Г. С. Цехмістрова. — К. : Слово, 2004. — 240 с.
2. Стеченко Д. М. Методологія наукових досліджень [Текст] : навч. посіб. / Д. М. Стеченко, О. С. Чмир. — К. : Знання, 2005. — 309 с.

Ткачук Д. С.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.військ.н., доц. Паламарчук В. І.

## **КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Актуальність теми визначається тим, що ступінь адекватності оцінки економічної безпеки підприємства та методи попередження та парирования небезпеки залежить від точної ідентифікації загроз, від правильного вибору вимірників їх прояву, тобто системи критеріїв, індикаторів, відповідних масштабу й характеру загроз.

На цей час в економіці існує велика кількість підходів до складу показників економічної безпеки. Немає єдиної думки з приводу того, які індикатори та показники мають найважливіше значення, якими з них потрібно користуватися для різних галузей, які порогові значення цих показників будуть характеризувати кризові процеси в економіці та на підприємстві. Така роз'єднаність в думках ускладнює вивчення питань економічної безпеки на будь-якому її рівні. Деталізація і систематизація деяких критеріїв, індикаторів і порогових значень визначає актуальність розглянутих у статті питань.

Питанням моніторингу стану економіки та виділення основних показників економічної безпеки підприємств приділена увага в працях вітчизняних учених, таких як: О. В. Ареф'єва, І. О. Бланк, О. І. Барановський, О. Є. Користін, Л. В. Герасименко, М. М. Єрмошенко, К. С. Гарячева, О. І. Захаров, П. Я. Пригунов, А. С. Соснін, А. М. Чорна, С. М. Шкарлет та ін.

Мета публікації полягає в визначенні низки критеріїв, показників та їх порогових ролі значень для промислових підприємств, що складають основу економіки держави.

Економічна безпека підприємства має бути оцінена об'єктивною системою індикаторів, параметрів, критеріїв, які визначають порогові значення функціонування економічної системи.

Критерій економічної безпеки — оцінка стану економіки з погляду найважливіших процесів, що відображають сутність економічної безпеки. Критерій не може прийматися як пряме керівництво до дії. Потрібно застосувати гнучкий підхід до його коригування та реалізації відповідно до періодичної перебудови ресурсно-виробничого потенціалу, створенням нових господарських важелів, структур управління.

Для оцінки економічної безпеки організації можна запропонувати наступні критерії:

- здатність організації працювати в режимі розширеного відтворення
- залежність діяльності організації від конкурентів
- залежність організації від постачальників
- залежність організації от покупців
- підтримка наукового потенціалу організації

- ступінь інтеграції з іншими господарюючими структурами.

Представлені критерії є достатніми для оцінки економічної безпеки організації, але це не всі можливі критерії. Однак, додавання інших критеріїв ускладнює ситуацію при оцінці економічної безпеки, тоді в ряді випадків ця оцінка буде спірною і не зовсім точною.

Взявши за основу функціональні складові, сукупний критерій економічної безпеки (СКЕБ) підприємства має такий вигляд (формула 1) [2, с. 21]:

$$IEB = \sum_{i=1}^n O_i * \beta_i \quad (1)$$

де,  $O_i$  — відносна оцінка  $i$ -ї функціональної складової економічної безпеки підприємства;

$\beta_i$  — вагомості (вагові коефіцієнти) кожної із функціональних складових економічної безпеки.

За критерії рівня економічної безпеки доцільно прийняти [1, с. 21]:

$IEB = 1$  — абсолютна безпека;

$0,75 \leq IEB < 1$  — нормальна безпека;

$0,50 \leq IEB < 0,75$  — нестабільний стан;

$0,25 \leq IEB < 0,50$  — критичний стан;

$0,00 \leq IEB < 0,25$  — кризовий стан.

Чим вона буде ближче до одиниці, тим вищий рівень економічної безпеки.

Аналіз окремих функціональних складових дозволить уточнити, звідкіля виходять загрози.

Розрахунок сукупного критерія економічної безпеки (СКЕБ) потрібно проводити на основі функціональних складових, які описують основні напрями забезпечення економічної безпеки організації. Розрахований порічно СКЕБ, можна порівнювати для однієї організації по роках, або зі значеннями СКЕБ у других, аналогічних організаціях.

#### Список використаних джерел

1. Лінгур Л. М. Критерії та порогові значення оцінки економічної безпеки організації (підприємства) [Текст] // Л. М. Лінгур // Науково-практична Інтернет-конференція / Одеський національний політехнічний університет, 29—30 жовтня 2015. — Одеса : ОНПУ, 2015. — С. 118.

2. Паламарчук В. І. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи студента зі спеціальності 7.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування» [Текст] / В. І. Паламарчук. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2013. — С. 31.

Шатайло Н. М.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.військ.н., доц. Паламарчук В. І.

## МЕТОДИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємницька діяльність на сьогодні в нашій країні є занадто ризикованою, має певні недоліки і зіштовхується з різними небезпечними факторами, які впливають на діяльність підприємств.

Фінансовою безпекою підприємства вважається такий фінансовий стан, який характеризується: стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз; здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію його фінансових інтересів, місії та завдань; забезпечувати подальший її розвиток [2, с. 17].

Такі науковці як Барановський А. О., С. Дж. Браун, Горячева К. С., Папехін Р. С., Єпіфанов А. О. та інші присвятили вивченню теоретико-методологічних підходів, що стосуються забезпечення фінансової безпеки організацій, свої праці.

Ґрунтуючись на науковій літературі, нижче розглянемо два методи оцінювання фінансової безпеки суб'єкта господарювання.

Метод 1. Оцінка фінансової безпеки підприємства можна виконати на основі аналізу його фінансової стійкості, ступінь якої визначається виходячи із достатності оборотних засобів для здійснення виробничо-збутової діяльності. В цьому випадку оціночними показниками є [2, с. 18]:

$\pm E_c$  — надлишок (+) чи нестача (–) власних оборотних коштів, необхідних для формування запасів і покриття витрат, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства;

$\pm E_t$  — надлишок (+) чи нестача (–) власних оборотних коштів, а також середньострокових, довгострокових кредитів і позик;

$\pm E_n$  — надлишок (+) чи нестача (–) загальної величини оборотних коштів.

Ці показники відповідають показникам забезпеченості запасів і витрат джерелами їхнього формування. Вони розраховуються за такими формулами [2, с. 17]:

Дані показники відповідають показникам забезпеченості запасів та витрат джерелами їхнього формування і розраховують їх за формулами:

$$\pm E_c = E_c - Z, \quad (1.1)$$

$$\pm E_m = (E_c + K_m) - Z, \quad (1.2)$$

$$\pm E_n = (E_c + K_m + K_i) - Z, \quad (1.3)$$

де  $Z$  — сума запасів і витрат, грн.;

$E_c$  — сума власних оборотних коштів підприємства, грн.;

$K_m$  — середньострокові і довгострокові кредити і позики, грн.;

$K_i$  — короткострокові кредити і позики, грн. [2, с. 18].

У залежності від значень оціночних показників виділяють п'ять меж фінансової стійкості (меж ризику). Їм можна поставити у відповідність п'ять рівнів фінансової безпеки, характеристика яких подається у такій послідовності [2, с. 18-20]: абсолютна фінансова стійкість і абсолютна безпека; межа нормальної фінансової стійкості і нормальний рівень безпеки; межа хиткого фінансового стану і нестабільного рівня безпеки; межа критичного фінансового стану і критичного рівня безпеки; межа кризового фінансового стану і кризового рівня безпеки.

Метод 2. Передбачає визначення інтегрального показника фінансового стану. Принциповим питанням під час використання цього методу є питання вибору цих нормативних значень показників, які використовують для аналізу [1, с. 87]. Інтегральний показник фінансової безпеки підприємства розраховується за формулою:

$$S_{\text{ФБП}} = S_y + S_{\text{ПФ}} + S_{\text{ДА}} + S_{\text{РС}} + S_{\text{П}}, \quad (1.4)$$

де  $S_{\text{ФБП}}$  — інтегральний показник фінансової безпеки підприємства, бали;

$S_y$  — показник ефективності управління, бали;

$S_{\text{ПФ}}$  — показник платоспроможності та фінансової стійкості, бали;

$S_{\text{ДА}}$  — показник ділової активності, бали;

$S_{\text{РС}}$  — показник ринкової стійкості, бали;

$S_{\text{П}}$  — показник інвестиційної привабливості, бали [1, с. 93].

Методика передбачає визначення комплексного показника який розраховується за формулою:

Перелік розглянутих методів надає можливість здійснювати оцінку фінансової безпеки за різноманітними параметрами.

Підводячи підсумки, можна зазначити, що існують інші методи розрахунку фінансової безпеки підприємства. Кожен з них важливий і може вказати на те, які проблеми варто усунути. Звичайно, якщо старатись розраховувати оцінку фінансової безпеки по декільком, а не одному з методів, це допоможе набагато ясніше побачити стан та дозволить швидше прийняти рішення щодо вирішення наявних проблем.

#### Список використаних джерел

1. Кракос Ю. Б. Управління фінансовою безпекою підприємств [Текст] / Ю. Б. Кракос, Р. О. Разгон // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики. — 2008. — № 1(1). — С. 86—97.

2. Паламарчук В. І. Економічна безпека організацій: конспект лекцій [Текст] / В. І. Паламарчук. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2008. — 125 с.

Шкурупий А. В.  
студент ОРИГУ НАГУ  
при Президенте Украины  
Руководитель: к.полит.н., доц. Титаренко Л. М.

## **РИТОРИКА СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ДРЕВНИХ СЛАВЯН**

Менеджмент — это элемент современной человеческой культуры, коммуникаций, которые включают: традиции, концепции, институты, практику управления человеческой деятельностью. Коммуникации в менеджменте — это 80% работы менеджера. Менеджеры различных категорий каждый день сталкиваются с коммуникациями в виде общения с клиентами, принятия на работу, общения с акционерами и инвесторами. Правильно составленное коммерческое предложение для компании-клиента — это 50% его успешного заключения. А его подача — это еще 50%.

Различные школы организационного поведения писали о важности, целях, задачах и проблемах коммуникации. После такого количества трудов современный менеджмент должен был стать идеальной формой коммуникаций, но и сейчас мы признаем наличие ряда проблем. Например, перегрузка информацией во время вербальной и невербальной коммуникации, а также через кишащую рекламу, неумение слушать, отсутствие обратной связи. Проблемы могут возникать не только из-за психологических особенностей или пренебрежения обыкновенными правилами поведения, но и из-за неправильной подачи информации. Поэтому, мы хотим раскрыть тему подачи информации, и что она несет за собой, обращаясь к истории древних славян.

На данный момент мы употребляем устойчивые слова и выражения, совсем не задумываясь об их истоках. Любая деловая беседа начинается со слов: «Здравствуйте!», «Добрый день!». Но наши предки использовали приветствие: «Гой еси!». В случае с «здравствуйте» понятно, что люди желают друг другу жить здорово. Под «гой еси» понимается «гой» — «жить», «еси» — «есть». Это означало: «Ты сейчас есть и будешь еще живым» [1]. Конечно, клиент вряд ли поймет менеджера со словами «Гой еси!», но все же мы можем проследить, что форма приветствия стала короче.

Из часто употребляемых слов менеджера мы так же можем услышать слово «развитие». Разбирая его, выходит, что оно образовано из слов «Ра» (просветление) и «Виток» (переход на более высокие уровни). Получаем — переход на более высокие уровни просветления. Есть подобное слово иностранного происхождения «эволюция», что подразумевает движение от простейших форм живых организмов к более сложным. Взаимозаменяя эти слова мы получаем искаженную информацию.

Слова «творчество» и «креатив». Согласно славянскому словарю творит только творец. Отсюда, «творец» — человек, который максимально реализовал себя через просветленное знание, а также в действии. И только свое лучшее достижение можно было назвать творением. В современности мы чаще



используем слово «креатив». Известный психолог Пол Торренс выделяет определенные характеристики креативности:

1. беглость;
2. гибкость;
3. оригинальность;
4. способность увидеть суть проблемы;
5. способность сопротивляться стереотипам» [2].

По этим критериям составляется тест, который позволяет оценить креативность. Разница очевидна, в творении человек реализовывает просветленное знание, а под креативом набор характеристик.

Украинское слово «мова» в русском языке «язык». Старославянский вариант — «мълва». Говорит нам о том, что белорусский, украинский и нынешний русский всего лишь диалекты от древнеславянского. Тогда люди молвили слова. И «слово» понимали как символ, который показывает образ. Поэтому «язык» несет в себе совершенно другую информацию и их неправильно переводить одинаково. Здесь также видна подмена понятий.

Слова, которые можно часто услышать не только в деловой беседе, но и в обычной жизни это «спасибо» и «благодарю» и ответ «пожалуйста». Разбирая слово «спасибо», понимаем «спаси» «Бог». То есть на полученную помощь, информацию мы отвечаем «спаси Бог», а оппонент — «пожалуй во сто крат (то есть желаю во сто крат больше)». По смыслу не видна связь между этими словами. Другое дело с «благодарю», ведь в слове читается «дарю благо» и ответ «желаю во сто крат больше» имеет прозрачный смысл. Так родилось слово «благополучие», то есть «получение блага».

Славяне пользовались другой азбукой, читая которую можно увидеть связь букв и слов. Так, вместо «А» используют «АЗ», что в нашем понимании «я» или «начало». «Б» — «Буки», что рассказывает нам о письменности древних славян на буке, «Г» — «Глаголить», то есть «молвить», «говорить», «Д» — «добро», «И» — «истина». Вот и выходит: «я пишу, говорю добро истину и т. д.».

Проанализировав такие простые слова, употребляемые в современном мире, а также несколько букв Азбуки, мы можем утверждать, что сказанные нами слова несут глубокий смысл. И для того, чтобы нас понимали не только на бытовом уровне, а и на уровне деловых взаимоотношений, стоит внимательнее отнестись к истокам слова. Возможно, именно другое отношение к речи, избавит современных менеджеров от проблем межличностных коммуникаций.

#### Список использованных источников

1. Словарь древнеславянской речи [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://fotonnika.narod.ru/SLOVAR.htm>. — Заглавие с экрана.
2. Творческие способности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Творческие\\_способности](https://ru.wikipedia.org/wiki/Творческие_способности). — Заглавие с экрана.



## **СЕКЦІЯ 4**

# **УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ**

Ардинцева М. В.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.держ.упр. Сивак Т. В.

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ НА ПРИКЛАДІ ВИРОЩУВАННЯ МОРОЗОСТІЙКОГО КІВІ**

Український аграрний сектор має потенціал виробництва, що значно перевищує потреби внутрішнього ринку, може сприяти розвитку національної економіки та її ефективній інтеграції у світовий економічний простір, а отже, зростанню доходів задіяного в аграрній економіці сільського населення, кількість якого становить понад третину всього населення країни, а також забезпечити мультиплікативний ефект розвитку інших галузей національної економіки [3].

Імпортозаміщення в сільському господарстві є одним із головних пріоритетів в системі забезпечення економічних інтересів України, адже в останні роки в структурі імпорту зростає частка аграрної продукції, хоча вітчизняний аграрний сектор і володіє значним виробничим потенціалом. Високим рівнем імпортозалежності відзначаються товарні групи «риба та рибопродукти», «плоди, ягоди та виноград», частка імпорту за цими групами у загальному споживанні відповідно становить 66,7% та 48,3% при 30% пороговому критерії цього індикатора [2, с. 43].

За даними Державної служби карантину рослин України, в Україну щороку завозиться близько 1 млн тон плодоовочевої продукції на суму приблизно \$ 700-800 млн. Так, у 2011 р. українці спожили близько 180 тисяч тон овочів та майже 1 млн тон іноземних фруктів. Імпортерами в основному є Еквадор, Польща, Туреччина, частково Єгипет, в менших об'ємах — Голландія, Іспанія, Італія. Лідерами імпортих фруктів є цитрусові, банани, виноград та ківі, а овочів — томат, огірок, перець та борщовий набір в залежності від українського врожаю [1].

Окрім економічної складової проблеми значного імпортування овочів та фруктів, в тому числі і цитрусових, значним є і те, що разом з партіями іноземних продуктів в Україну потрапляють і карантинні хвороби та шкідники, серед яких середземноморська плодова муха, яка була виявлена у цитрусових, рак картоплі, золотиста картопляна нематода, картопляна міль, південноамериканська томатна міль та ін. Експерти запевняють, що ці шкідники безпечні для здоров'я людини, але водночас вони здатні акліматизуватися та завдавати значних економічних збитків українським аграріям.

За таких умов особливої актуальності набуває необхідність виключення / зменшення імпорту таких продуктів, з огляду на те, що в Україні створено умови для їх вирощування. Ентузіаст-біолог з Ужгорода Генріх Стратон зміг вивести новий сорт ківі, адаптований до українських умов. Отримані ним

рослини сорту «Ківі Карпат Стратона» не замерзали без додаткового укриття при 27-градусному морозі, коли пропадали навіть виноградники. Плоди на них важать по 80—90 г, а на кущі, який в'ється, як ліана, можна зібрати врожай до 25—30 кг. Українські ківі набагато смачніші і ароматніші, ніж ті, що привозять, адже вирощені в інших країнах перед тривалим транспортуванням зривають недозрілими, а ті, що вирощують на території України дозрівають на кущах. Ще важливіше те, що у нас поки що немає навали шкідників цієї рослини стільки, як у Новій Зеландії, де їх вже давно вирощують. Таким чином, український ківі можна вирощувати в промисловому масштабі, не використовуючи отрутохімікатів. Тобто мати екологічно чисті врожаї — на відміну від новозеландських та італійських, де є необхідність використовувати хімію для боротьби зі шкідниками і хворобами. В Україні таких природних загроз для ківі немає.

Оптова ціна тони ківі в залежності від сезону, сорту та розміру коливається в середньому € 1 000. Вирощування ківі в промислових масштабах дасть змогу наситити внутрішній ринок і навіть експортувати. З плантації в 1 га можна отримати 25—30 тон, відповідно € 20—30 тис. Сам врожай добре зберігається 3—5 місяців без спеціалізованих умов та додаткової обробки. Плантація закладається мінімум на 50—60 років. Це шпалерна-поливна культура. Ґрунти — від сильно та слабо-кислих до нейтральних. Закладення плантації ківі в 1 га коштує, приблизно, 220-250 тис грн. (в цінах літа 2014 року). Такі витрати доступні навіть середньому фермеру.

З огляду на вищезазначене, можемо стверджувати, що у колись екзотичних плодів в Україні є велика перспектива, адже в майбутньому це може бути певною статтею експорту в пострадянські країни та країни Європейського Союзу. Отже, створення сільськогосподарських підприємств з вирощування ківі чи розвиток такого виду діяльності в уже існуючих аграрних компаніях найближчим часом сприятиме не лише їх розвитку, насиченості вітчизняного ринку власним продуктом, а також дасть можливість зменшити імпортозалежність країни та реалізовувати її економічні інтереси, використовуючи свій ресурсний потенціал.

#### Список використаних джерел

1. Звіт про стан продовольчої безпеки України у 2011 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ua.convdocs.org/docs/index-119280.html>. — Назва з екрану.
2. Пазізіна К. В. Імпортозаміщення в системі забезпечення економічних інтересів України [Текст] / Пазізіна К. В., Пазізіна С. М. // Сталий розвиток економіки. — 2013. — № 3. — С. 42—45.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року» від 17 жовтня 2013 року № 806-р.

Борисовська І. Ю.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.т.н., доц. Вишневська В. М.

## **СТВОРЕННЯ ЦЕНТРУ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В МІСТІ ОДЕСІ**

Збільшення чисельності населення в світі, індустріалізація геополітичних гігантів (Китай, Індія), а також світова тенденція до поліпшення якості життя людини призводять до ряду глобальних світових проблем: нерівномірний і неефективний розподіл і використання ресурсів, надмірні викиди вуглекислого газу (парниковий ефект), величезні скупчення відходів. Багато розвинених країн (США, Канада, країни Європа), які переживають постіндустріальний період, прийшли до розуміння того, що формування економіки, заснованої тільки на ресурсоспоживанні, викликає ряд економічних і соціальних проблем, а також згубно впливають на екологію. Перед ними виразно стало питання: чи можливо зростання економіки без шкоди навколишньому середовищу і в ув'язці з соціальними проблемами суспільства? Провідні світові держави вибрали тенденцію формування своїх економік за принципами сталого розвитку [2, с. 24]. У вересні 2015 року в Нью Йорку відбувся Саміт ООН з питань сталого розвитку, який підтвердив прихильність більшості країн світу до цієї основної тенденції суспільного розвитку, незважаючи на різні географічні умови і культурні традиції. У роботі Саміту взяли участь понад 150 глав держав і урядів [1]. Будівництво є однією з ключових сфер, де застосування принципів Сталого Розвитку може привести до істотної економії і поліпшити якісні стандарти життя соціуму. Енергоспоживання та викиди вуглекислого газу будівель вище, ніж в промисловості та транспорті разом узятих. У високорозвинених країнах — викиди сягають близько 40%. З них понад 90% — це результат експлуатації. Досвід експлуатації вже існуючих будівель (пасивні будинки, будинки з нульовим споживанням енергії, будинки, що виробляють енергію) говорять про те, що споживання енергії в даному сегменті можна знизити до 80% [3, с. 262].

Для сприяння гармонійному просторовому розвитку України та формуванню здорового міського середовища відповідно до прийнятих світових стандартів пропонується створити Центр Впровадження Принципів Сталого Розвитку в м. Одесі. Метою створення даного Центру є підтримка та просвіта професіоналів архітектурно-будівельної галузі, а також сприяння впровадженню інноваційних рішень і підходів у щоденну будівельну практику. Дана структура повинна стати інформаційним, освітнім і комунікаційним центром для вирішення широкого спектра громадських і професійних завдань, спрямованих на реалізацію інноваційних принципів сталого розвитку в галузі архітектури, будівництва, містобудування, територіального планування та стратегічного управління. Завдання Центру Впровадження Принципів Сталого Розвитку: реалізація комунікаційних та освітніх програм, спрямованих на

підвищення рівня конкурентоспроможності та професійного рівня українських фахівців у будівельній сфері діяльності, а також в сфері виробництва будівельних матеріалів і переробки будівельних відходів; сприяння модернізації українського ринку будівельних технологій та матеріалів через розвиток ефективних ринкових механізмів; забезпечення доступу українських фахівців до передового досвіду і новітніх досягнень в сфері інноваційного розвитку будівельної галузі; сприяння у формуванні сучасного українського законодавства в сфері сталого розвитку, а також програм різного рівня для стимулювання розвитку інноваційних проектів; сприяння залученню інвестицій в проекти, пов'язаних з впровадженням інновацій в галузі будівництва. Основною діяльністю Центру Впровадження Принципів Сталого Розвитку є систематизація та адаптація кращих світових практик з розробки стратегій і концепцій сталого розвитку як для великих територій, так і для окремих учасників ринку. Структура Центру представлена трьома основними блоками, куди увійдуть: консалтингові послуги, освітній відділ, а так же медіа-відділ. Ці відділи реалізують головні стратегічні завдання Центру: навчання та сертифікація, просування і маркетинг, консультаційні послуги в бізнесі, що дасть можливість охопити максимальний сегмент зацікавлених сторін на будівельному ринку.

Створення Центру Впровадження Принципів Сталого Розвитку в Україні буде сприяти формуванню переходу від постіндустріального суспільства, в якому ресурсоорієнтована економіка знаходиться в стані стагнації, до сучасного суспільства, орієнтованого на Сталий Розвиток економіки, при якому економічне зростання буде сформовано на принципах енергоефективності, енергозбереження, впровадження інноваційних методів отримання енергії, рециклінгу та переробки. Даний Центр повинен стати одним з ланок складної інноваційної інфраструктури, яка слугуватиме трансфером сучасних технологій, а також підвищить попит на інноваційні дослідження та розробки в суспільстві. Тільки в цьому випадку вартість виробництва товарів і послуг в Україні буде конкурентоспроможною щодо більш розвинених сусідніх країн, а українські фахівці потрібні при розробці та впровадженні міжнародних сучасних проектів.

#### Список використаних джерел

1. «RIO+20» The United Nations Conference on Sustainable Development (UNCSD) [Electronic resource]. — Access mode : <http://uncsd2012.org/>. — Title from screen).

2. Коваленко Є. Г. Модернізація принципів сталого розвитку сільських територій [Текст] / Коваленко Є. Г, Полушкіна Т. М, Якімова О. Ю, Автайкіна Е.В, Зайцева О.О. — Академія природознавства, 2014. — 24 с.

3. Фюкс Р. Зеленая революция. Экономический рост без ущерба для экологии [Текст] / Ральф Фюкс. — М. : Альпина нон-фикшн, 2016 — 336 с.

Владов С. В.  
слушатель ОРИГУ НАГУ  
при Президенте Украины  
Руководитель: к.гос.упр. Сивак Т. В.

## **ПРОЕКТ МЕЖДУНАРОДНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ПСИХОЛОГИЧЕСКОМУ ОЗДОРОВЛЕНИЮ НАСЕЛЕНИЯ**

Международный проект по работе со стрессами является трехступенчатой моделью обучения, которая ориентирована на широкий круг лиц. Главная цель проекта — психологическое оздоровление населения, обучение правильной модели и стратегии решения стрессовых ситуаций. Вторичная цель проекта — обучение участников передавать полученные знания другим людям, запуская цепную реакцию оздоровления.

Обозначая важность психологического здоровья нации, необходимо отметить, что психологическое оздоровление населения на сегодняшний день занимает одно из ключевых мест в перечне острых проблем большинства стран. Как известно, здоровая нация всегда имеет крепкий дух. К сожалению, на сегодняшний день большей части населения нашей страны он сломлен или подкошен.

Проблема психологического здоровья нации касается каждого, ведь наше будущее зависит от того в какой среде мы живем и какое влияние она оказывает на нас. Обращаясь к международному опыту, следует отметить, что по статистике при нормальной ситуации в обществе 90% людей самостоятельно могут преодолеть психологические сложности личной жизни. И лишь 10% людей нуждается в помощи специалистов [1, с. 37].

Детальнее о проекте. Международный проект по работе со стрессами является волонтерским началом группы специалистов из различных областей. Проект охватывает широкий спектр проблемных вопросов, который позволяет обучить правильной стратегии решения стрессовых и негативных ситуаций, а также передать полученные в проекте знания другим людям.

Проект доступен всем желающим. Обучение проводится полностью на бесплатной основе. Концепция проекта предусматривает очное обучение в виде тренингов с отработкой различных техник, изучением и закреплением их на практике, на личном опыте. Обучение предусматривает 3 ступени тренингов.

Первая ступень детально рассказывает о том, что такое стресс, как формируется стресс, какие бывают уровни стресса, этапы развития стресса, методики системного управления стрессом, многомерная модель Basic Ph в психологической помощи [3, с. 145]. Предоставляются так же техники НЛП работы со стрессами и негативными воспоминаниями, в частности диссоциации, внесения ресурсов. Изучаются методики оказания экстренной психологической помощи в экстремальных ситуациях.

Вторая ступень обучения (или как её еще называют, тренинг для тренеров) предусматривает обучение участников проведению



самостоятельных тренингов по знаниям первой ступени. Цель данного этапа обучения — научить правильно передавать знания другим людям, а именно проводить тренинги как для подготовленной, так и для неподготовленной аудитории. Экзаменом второй ступени является проведение первого открытого тренинга на тему обучения работы со стрессом.

С целью развития проекта организаторы поддерживают начинания своих студентов и помогают в проведении собственных тренингов по работе со стрессами.

Третья ступень обучения предусматривает получение профессионального уровня знаний с последующей выдачей диплома государственного образца о повышении квалификации.

По результатам проекта полученные знания помогают укрепить моральную и интеллектуальную составляющие каждой личности (социума). Компетентные навыки дают возможность своевременно и правильно оказывать первую психологическую помощь как самому себе, так и другим лицам.

Социальный эффект проекта: образовываясь, население учится правильно работать со стрессами и негативными воспоминаниями, что особо важно в текущее время в нашей стране. Как следствие население станет более стрессоустойчивым, укрепится моральный дух социума и физическое здоровье (т. к. стрессы приводят к психосоматическим заболеваниям) [2, с. 91].

На сегодняшний день наблюдается тенденция препятствования развития проекта. Это показывает, что интересы определённого круга лиц противоречат тенденции укрепления психологического здоровья нации. Данный фактор еще больше стимулирует команду развивать проект, распространять информацию об оздоровлении населения, обучать население управлять стрессами. Запущен цепной механизм, звеньями которого является каждый, кто получил информацию в проекте, кто готов нести её дальше, совершая простое и крайне благое дело, улучшать психологическое здоровье своей нации.

#### Список использованных источников

1. Gardner H. Frames of mind [Text] / H. Gardner. — N.Y : Basic Books, 1983. — 416 p.

2. Біль М. М. Інтелектуальні компоненти соціально-демографічного потенціалу: управлінські підходи до ефективності використання на макрорівні [Текст] / М. М. Біль // Бюлетень Міжн. Нобелівського екон. форуму. — 2011. — № 1 (4). — С. 51—56.

3. Практикум по психологии состояний [Текст] / под ред. А. О. Прохорова. — СПб. : Речь, 2004. — 480 с.

Гришукова Т. А.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.держ.упр. Сивак Т. В.

## **ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА В УКРАЇНІ ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ**

Для широкої громадськості ідеї інклюзивної освіти та її впровадження в Україні сьогодні є ще малознайомими, хоча процес інклюзії в освіті — залучення дітей із особливими потребами до умов загальноосвітніх навчальних закладів — існував в українському суспільстві завжди. Проте розвиток та впровадження інклюзії стає завданням і потребою суспільства в цілому, процесом, до якого залучаються не лише безпосередні представники освітніх закладів, але й фахівці у сфері освіти, представники публічних органів влади, широкі кола громадськості.

Певні кроки у напрямку реалізації ідей інклюзивної освіти в Україні вже зроблені. З 2000 р. в Україні розпочато ініційований Всеукраїнським фондом «Крок за кроком» та підтриманий Міністерством освіти та науки України освітній експеримент, в межах якого діти із особливими потребами отримали можливість навчання у загальноосвітніх школах [1, с. 18].

МОН України у 2009 році було утворено окремий структурний підрозділ, який займається питаннями поширення інтегрованого (спеціальні класи у загальноосвітніх навчальних закладах) та інклюзивного навчання дітей з особливими потребами, розгортання мережі загальноосвітніх навчальних закладів нового типу — навчально-реабілітаційних центрів; запровадження інноваційних освітніх технологій, в основу яких покладено принципи врахування інтересів дитини з особливими потребами, включення таких дітей у загальну діяльність спільно з їх однолітками.

Протягом останніх двох років затверджено низку нормативно-правових актів для впровадження інклюзивної освіти в роботу дошкільних навчальних закладів. Зокрема, у 2014 році були внесені зміни до Закону України «Про дошкільну освіту» щодо організації інклюзивного навчання в дошкільних навчальних закладах. У 2015 році затверджено Порядок комплектування інклюзивних груп у дошкільних навчальних закладах (спільний наказ МОН та МОЗ від 06.02.2015 № 104/52, від 26.02.2015 р. № 224/26669) та розроблено інструктивно-методичні рекомендації щодо організації діяльності інклюзивних груп у дошкільних навчальних закладах (лист МОН від 12.10.2015 р. №1/9-487 «Щодо організації діяльності інклюзивних груп у дошкільних навчальних закладах»). У поточному році розпочато впровадження першого проекту всеукраїнського рівня «Вчимося жити разом» (наказ МОН від 11.01.2016 р. №5 «Про затвердження плану заходів з реалізації спільного проекту «Вчимося жити разом»).

Проте, для комплексного вирішення зазначеної проблеми існує ще низка перешкод, пов'язаних з ранньою діагностикою дітей з особливими освітніми

потребами та своєчасним початком спеціального навчання й корекційної психолого-педагогічної підтримки у період дошкільного дитинства. На сьогодні в Україні немає єдиної прозорої і достовірної системи обліку дітей інвалідів та дітей із обмеженими можливостями за станом здоров'я. На думку експертів, реальна кількість дітей із обмеженими можливостями за станом здоров'я в десятки разів більше [2, с. 28]. Облікові дані ПМПК також не віддзеркалюють реальної ситуації. Це означає, що велика кількість дітей із особливими потребами взагалі не підлягає статистиці.

Також, на сьогодні механізм здійснення інклюзивного навчання саме дошкільників практично не розроблений. У зв'язку з цим, виникає потреба в організації особливого виду дошкільного навчального закладу, де б реалізувалась інклюзивна освіта. Необхідними є розробка і подальше вдосконалення спеціальних, зокрема, індивідуальних навчальних програм, підручників і дидактичних засобів з урахуванням вимог особистісно-орієнтованого підходу в освіті дітей з порушеннями психофізичного розвитку [3, с. 86].

Надати системі освіти більш інклюзивний характер можна лише в тому випадку, якщо самі дошкільні заклади братимуть участь у цьому процесі. Найбільш поширена стратегія, спрямована на сприяння розвитку інклюзивної освіти, полягає в тому, щоб почати реалізацію відповідного проекту за участі кількох ДНЗ, яким надається державна підтримка у розвитку більш інклюзивної практики. Проекти можуть засновуватися за ініціативи самих закладів чи здійснюватися централізовано. Такі проекти покликані допомогти дошкільним навчальним закладам змінити існуючі в них культуру та освітню практику.

Тому, на часі розробка моделі інноваційного дошкільного закладу, результатом якої має стати розвиток здібностей дитини, визнання відносності поняття «статистична норма», компенсація особливих потреб, створення системи підтримки, орієнтування на «функціональну норму» при організації навчання, а також залучення батьків до процесу навчання та виховання дітей.

#### Список використаних джерел

1. Досвід впровадження інклюзивного навчання в загальноосвітньому навчальному закладі [Текст] / За матеріалами Інформаційного центру «МЦФЕР Ресурси образования» // Практика управління закладом освіти. — 2009. — № 10. — С. 15—24.

2. Інклюзивна освіта: стан і перспективи розвитку в Україні [Текст] : наук.-метод. зб. до Всеукр. наук.-практ. конф. в рамках реалізації проекту «Створення ресурсних центрів для батьків дітей з особливими освітніми потребами» ; ІВРР-ТАСІС Європейської комісії / ВФ «Крок за кроком». — К. : ФО-П Придатченко П. М., 2007. — 180 с.

3. Шинкаренко В. І. Індекс інклюзії: дошкільний навчальний заклад [Текст] : навч.-метод. посіб. / під заг. ред. Шинкаренко В. І. — К. : Плеяди, 2011. — 100 с.

Коломієць Н. А.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: ст. викладач Руда І. В.

## **ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ АУДИТОРСЬКОЇ ФІРМИ В МІСТІ ПЕРВОМАЙСЬК МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

В умовах постійних економічних змін фінансова інформація може бути викривлена у зв'язку з неоднозначністю трактування тих або інших норм законодавства, ротацією управлінського персоналу, розвитком нових напрямів діяльності, тощо. Результати проведеної аудиторської перевірки дозволяють об'єктивно оцінити фінансовий стан компанії, своєчасно усунути допущені порушення, що позбавить від штрафних санкцій з боку податкових служб.

Аудиторська перевірка забезпечує прозорість і підтверджує правомірність діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта. В той же час, аудиторська перевірка фінансової звітності дозволяє підприємству знайти інвестиційні ресурси для розширення своєї діяльності та збільшення виробництва.

Неналежна організація фінансового та бухгалтерського обліку не дає змогу працювати підприємствам на повну потужність, сплачувати зобов'язання своїм кредиторам, а також нести зобов'язання перед державою, сплачуючи податки і державні збори.

Аудиторські послуги можуть надаватися у формі аудиторських перевірок (аудиту) та пов'язаних з ними експертиз, консультацій з питань бухгалтерського обліку, звітності, оподаткування, аналізу фінансово-господарської діяльності та інших видів економіко-правового забезпечення підприємницької діяльності фізичних та юридичних осіб.

«Аудиторська фірма — організація, яка має право на здійснення аудиторської діяльності на території України і займається виключно наданням аудиторських послуг. Аудиторські фірми можуть створюватися на основі будь-яких форм власності» [2].

«За даними Аудиторської палати України кількість аудиторських фірм та аудиторів, що мають право здійснювати аудиторську діяльність, станом на 31.12.2014 р. становила 1326 суб'єктів, що на 19,1% більше порівняно з аналогічним показником за 2013 р. Так за 2014 рік з Реєстру аудиторських фірм та аудиторів було виключено 186 суб'єктів аудиторської діяльності, а включено лише 24 суб'єкти аудиторської діяльності» [3]. В основному, розширення ринку аудиторських послуг відбувається в обласних центрах України, що змушує підприємства звертатися за послугами компаній, що розташовані в інших містах, за відсутності такої послуги у своєму місті.

Одним з таких міст, де відсутні компанії з надання аудиторських послуг, є місто Первомайськ, Миколаївської області. В місті достатня кількість господарюючих суб'єктів малого бізнесу (кількість підприємств малого та середнього бізнесу в місті Первомайськ станом на 01.01.2016 склала 4072 підприємства, що на 9,4% менше, ніж у минулому році), що потребують

проведення часткового чи обов'язкового аудиту і звітування перед контролюючими органами за свою діяльність.

Відсутність у місті Первомайськ, Миколаївської області фірми з надання аудиторських послуг зумовлює виникнення деяких проблем. Зокрема, власники підприємств вимушені звертатись за отриманням аудиторських послуг до іншого міста, що зумовлює виникнення додаткових непередбачених матеріальних витрат підприємства і витрачання робочого часу на поїздки до аудитора.

Деякі підприємства взагалі нехтують проведенням аудиту, накопичуючи низку правопорушень бухгалтерського обліку чи приховуючи певні показники. Така дія (бездіяльність) і зневажливе ставлення до перевірки, не звітування перед контролюючими органами, зумовлює викриття останніми недоліків та помилок в фінансовій звітності підприємства, внаслідок чого суб'єкт несе відповідальність у вигляді санкцій. Як результат, підприємство не може функціонувати, як зазвичай і отримувати дохід. За рішенням контролюючого органу, підприємство проводить примусовий аудит.

Відкриття в місті Первомайськ аудиторської фірми частково вирішує таку проблему. Крім того, створення такого підприємства забезпечить появу додаткових робочих місць, що дозволить молоді реалізувати свій потенціал, не покидаючи рідного міста для того, щоб знайти собі гідні умови праці.

Нерівномірність територіального розташування підприємств ринку аудиторських послуг зумовлює певну диференціацію аудиторських компаній: в деяких містах України їх велика кількість (але лише деякі з них визнані такими, що відповідають критеріям діяльності за рішенням АПУ), а в деяких немає зовсім. Відсутність такого продукту в місті Первомайськ, Миколаївської області зумовлює власників господарюючих суб'єктів звертатися за допомогою в інші міста, що досить проблематично та матеріально затратно. Аудиторські висновки дозволять діючим підприємствам виправити помилки своєї економічної діяльності, тим самим підвищуючи їх привабливість для контрагентів та потенціальних інвесторів. Відкриття такої фірми забезпечить вирішення деяких проблем. Крім того, це дозволить підвищити економічний розвиток регіону.

#### Список використаних джерел

1. Бутинець Ф. Ф. Аудит [Текст] : підручник / Ф. Ф. Бутинець. — Житомир : Рута, 2006. — 512 с.
2. Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22 квітня 1993 р. № 3125-ХІІ.
3. Звіт Аудиторської палати України до Кабінету Міністрів України за 2013 рік [ Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.apu.com.ua/zvit-do-kmu>. — Назва з екрану.

Левін К. Б.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.держ.упр. Сивак Т. В.

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ В УКРАЇНІ**

В Україні для здійснення регулювання зовнішньо-торговельної діяльності використовується система заходів, заснованих на сукупному поєднанні та використанні економічних і адміністративних методів у відповідності до законодавства України. Законодавством України встановлена можливість застосування методів митно-тарифного та нетарифного регулювання зовнішньо-торговельної діяльності.

Митно-тарифні міри — це сукупність організаційних, економічних та правових заходів здійснюваних в установленому чинним законодавством порядку державними органами і направлених на регулювання зовнішньо-торговельної діяльності. В основу реалізації митно-тарифного регулювання закладено застосування митного тарифу. Відповідно до ст. 3 Закону України «Про Митний тариф України» [2], митний тариф — це систематизований звід ставок мита, яким обкладаються товари та інші предмети, що ввозяться на митну територію України або вивозяться за межі її території. Ставки Митного тарифу України є єдиними для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, організації господарської діяльності та територіального розташування, за винятком випадків, передбачених законами України та її міжнародними договорами. Використання тарифних заходів ґрунтується на нормативних положеннях Митного кодексу [3], Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1], а також Закону України від 15.02.1992 р. «Про Митний тариф України» та Гармонізованої системи опису та кодування товарів, введеної Брюссельською конвенцією в 1983 р., яка являє собою номенклатуру, котра включає товарні позиції і субпозиції та цифрові коди. До них відносяться, згруповані за певними ознаками, групами та розділами, які базуються на міжнародно-визнаних нормах і розвиваються у напрямку максимальної відповідності до визнаних у міжнародній практиці принципів і правил митної справи.

Відповідно до ст. 7 Закону «Про Митний тариф України» застосовуються такі види мита: адвалерне, яке нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, які обкладаються митом; специфічне, яке нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, які обкладаються митом; комбіноване, яке поєднує обидва ці види митного обкладення.

Кабінетом Міністрів України запроваджено підвищені ставки мита та акцизу на товари, які не виробляються в Україні, що ускладнюють розвиток міжнародної торгівлі та забезпечення населення товарами, які не виробляються вітчизняними товаровиробниками.

Останнім часом в Україні достатньо активно використовуються митні тарифи, що свідчить про те, що в Україні відсутні власні джерела забезпечення товарною продукцією споживачів та досить слабкі позиції на внутрішньому ринку вітчизняних товаровиробників.

Іншим дієвим методом регулювання експортно-імпортних операцій, у тому числі і відносно країн-членів СОТ, є нетарифні обмеження. Нетарифні обмеження (квоти, ліцензії, заборони тощо), які використовуються для регулювання експорту, відбуваються у випадках, передбачених ст. 11, п. 2а ГАТТ, тобто у випадку вивозу товарів, які вважаються дефіцитними на національному ринку, а також при експорті товарів у рамках міжнародних товарних угод з метою стабілізації відповідного транснаціонального товарного ринку. Засоби нетарифного регулювання впливають на товаропотоки та підвищують ціну іноземних товарів, перешкоджають споживанню і збуту іноземних товарів на національному ринку, а також кількісно обмежують або забороняють ввіз або вивіз товарів. Так, відповідно до Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність», для обмеження або заохочення експорту або імпорту окремих груп товарів, захисту вітчизняних товаровиробників в Україні запроваджено режим ліцензування і квотування.

Для захисту національного товаровиробника від субсидованого та демпінгового імпорту було прийнято цілу низку законів: «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту», «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну». На сьогодні регламентовано такі заходи нетарифного регулювання переміщення товарів через митний кордон України: квотування; ліцензування; видача дозволів і встановлення заборон; сертифікація; фіто-санітарний та ветеринарний контроль; встановлення граничних мінімальних цін; застосування акцизних марок.

Отже, можемо стверджувати, що в Україні діє низка нормативно-правових актів, що регулюють сферу експортно-імпортних операцій та сприяють розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств.

#### Список використаних джерел

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 24.12. 2012 № 905-VIII.
2. Закон України «Про митний тариф України» від 19.09.2013 №583-VII.
3. Митний кодекс України від 13 березня 2012 № 4495-VI.

Манойленко Д. В.  
слушатель ОРИГУ НАГУ  
при Президенте Украины  
Руководитель: ст. преп. Руда И. В.

## **ЖЕНСКИЙ ЖУРНАЛ В ГОРОДЕ ОДЕССЕ КАК ИСТОЧНИК ДОСТОВЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Несмотря на условия экономического кризиса, нестабильности курса национальной валюты и «болезненной» незащищенности значительной части населения государства, интерес к развитию событий в мире моды, красоты и здоровья отнюдь не идет по нисходящей, а все стремительней приобретает постоянный и интенсивный характер. Кроме того, немногим достаточно лишь иметь ухоженный внешний вид, спортивную фигуру и умение поддерживать разговоры о правильном питании — есть и желающие облачить свою жизнь в роскошь.

Возможность состоятельных людей тратить деньги ограничивается недостаточным количеством источников проверенной информации о том, как это сделать. Возникают затруднения с определением подходящего стиля одежды, выбором места отдыха, перспективными бизнес-идеями. Как следствие, вариантов для развития потенциала отдельных личностей и становления их в обществе становится меньше.

Для подтверждения наличия данной проблемы был проведен социологический опрос в социальной сети Facebook. По результатам опроса 46% женщин в возрасте от 18 до 45 лет отдают предпочтение информации из журналов, 41% — пользуются Интернетом и только 13% доверяют телевидению.

На сегодняшний день г. Одесса является культурным центром Юга Украины, и индустрия моды имеет положительную тенденцию развития. Об этом свидетельствует открытие первого украинского телеканала о стиле жизни, светских мероприятиях, путешествиях — Odessa fashion channel, регулярные проведения дней и недель моды, открытие заведений, где обучают модельному искусству, а так же появление молодых одесских дизайнеров и стилистов. В 2015 году в городе открылись два крупных торговых центра: Kadorr и GAGARINN PLAZA, где функционируют магазины и бутики ведущих мировых и отечественных брендов.

Кроме этого, не теряют своей популярности фитнес-центры, тренажерные залы, а также SPA-салоны и салоны красоты. Удачно выбрав спортивный комплекс, можно столкнуться с рядом проблем при выборе инструктора, программы тренировок и спортивного питания. Для того, чтобы найти парикмахера или косметолога, предоставляющего качественные услуги, приходится тратить массу времени. Решению проблем подобного характера содействуют рекомендательные статьи в журналах. «Умение элегантно и со вкусом одеваться — такое же искусство, как игра на фортепиано» [3], а следование моде, попытки соответствовать заданным стандартам красоты и



часто навязанная приверженность определенным брендам иногда негативно сказывается на формировании собственного стиля.

Цель исследования состоит в повышении уровня культуры и эстетических ценностей женской части населения в городе Одесса. «Во все времена женской аудитории были необходимы журналы, в которых можно найти информацию по различным темам, вот почему универсальные женские журналы пользуются намного большей популярностью, чем узкоспециализированные» [2], поэтому для достижения этой цели предлагается создание женского глянцевого журнала, содержащего статьи о высокой моде, культуре, бизнесе, политике и искусстве, ориентированного на аудиторию — женщины от 18 до 45 лет со средним и высоким уровнем дохода.

Выпуск журнала предусматривается в двух вариантах:

1. Печатное издание периодичностью 1 раз в квартал;
2. Интернет-сайт, содержащий резюме статей и событий, видео-блоги и колонку новостей, которая будет обновляться ежедневно.

В созданной редакции планируется организовать штат сотрудников, состоящего из шеф-редактора, редакторов сайта, фоторедакторов, ньюсмейкеров, корреспондентов, а также экспертов и консультантов в каждом из направлений создаваемого журнала.

Для маркетинговой кампании планируется использование рекламы на телевидении, наружной рекламы и презентация на показах Odessa Fashion Week и показах отдельных одесских дизайнеров.

На рынке г. Одессы существует множество женских журналов разных уровней, таких как ELLE, Vogue, Pink, Cosmopolitan, Натали, но журнал, созданный в Одессе лучшим образом будет соответствовать интересам и требованиям населению города, а условия конкуренции зачастую положительно влияют на развитие отрасли, в результате чего степень осведомленности населения города в данном направлении и уровень его эстетических ценностей будет повышаться.

#### Список использованных источников

1. Женские журналы [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://vipstep.com/women-magazine>. — Заглавие с экрана.

2. Кайгородова М. Эволюция женских журналов в ходе истории [Электронный ресурс] / Мария Кайгородова. — Режим доступа : [http://www.chaskor.ru/article/evolyutsiya\\_zhenskih\\_zhurnalov\\_v\\_hode\\_istorii\\_3651](http://www.chaskor.ru/article/evolyutsiya_zhenskih_zhurnalov_v_hode_istorii_3651) 8. — Заглавие с экрана.

3. Правила выбора стиля в одежде [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.styleadvisor.ru/moda-i-stil/stil-odezhdy/106.html>. — Заглавие с экрана.

Онуфрієва І. В.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к. держ. упр. Сивак Т. В.

## **ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ЩОДО ПРОТИДІЇ ТОРГІВЛІ ЛЮДЬМИ**

Протидія торгівлі людьми — система заходів, спрямованих на подолання торгівлі людьми шляхом її попередження і боротьби з нею та надання допомоги і захисту особам, які постраждали від торгівлі людьми. До основних складових торгівлі людьми відносять: вербування, переміщення, переховування, передача, одержання людини, які відбуваються із застосуванням сили, примусу, обману, шантажу, зловживання владою.

У 2015 р. Представництво Міжнародної організації з міграції (МОМ) в Україні виявило 740 осіб (з січня 2000 р. по грудень 2015 р. 11695 осіб), які постраждали від торгівлі людьми з метою трудової та сексуальної експлуатації у 13 країнах та надало їм комплексну реінтеграційну допомогу, у т. ч. юридичну, медичну, психологічну, фінансову, освітню та інші види допомоги в залежності від індивідуальних потреб [1].

Російська Федерація залишається основною країною призначення для торгівлі людьми з України: 64% постраждалих осіб, які звернулися до МОМ у 2015 році, повернулися саме з цієї країни (77% у 2014 р., 77% у 2013 р.). З країн Європейського Союзу (Польщі, Німеччини, Фінляндії та Словаччини) повернулися 17% постраждалих осіб. Об'єми внутрішньої торгівлі людьми значно скоротилися у порівнянні з попередніми роками та становили 2% від загальної кількості випадків (9% у 2013 р. та 2% у 2014 р.) [2].

Більшість постраждалих осіб, які звернулися до МОМ у 2015 р., зазнали трудової експлуатації (91%), що відповідає тенденціям останніх двох років (91% у 2014 р. та 89% у 2013 р.). Основними галузями цього виду експлуатації є будівництво, сільське господарство, виробництво та сфера послуг. Перевага чоловіків серед виявлених постраждалих осіб була стабільною тенденцією до 2014 р. та дещо знизилась у 2015 році (49% у 2015 р., 58% у 2014 р. та 52% у 2013 р.). Більшість постраждалих осіб у 2015 р. — молоді люди до 35-ти років. Понад 73% постраждалих мали вищу освіту; понад 50% походять з обласних центрів (раніше більшість були із сільської місцевості), що відображає загальне погіршення економічної ситуації в Україні [3, 1].

Вербування у більшості випадків відбувається на місцевому рівні через особистий контакт, місцеві газети або Інтернет. Відомі випадки вербування у країнах призначення, де злочинці знаходять людей на вокзалах після прибуття або на ринках.

У зв'язку із ситуацією на Сході Україна може незабаром стикнутися зі значним зростанням обсягів торгівлі людьми внаслідок масового переміщення осіб з Донбасу і Автономної Республіки Крим в межах України та за кордон. Внутрішньо переміщені особи особливо потребують підвищення обізнаності

щодо безпечної міграції, працевлаштування та запобігання торгівлі людьми, адже вони є цільовою групою для недобросовісних посередників, які пропонують послуги з еміграції та отримання статусу біженця за кордоном.

Протягом 2014—2015 рр. представниками МОМ були виявлені такі тенденції: викрадення жінок та дівчат для сексуальної експлуатації та примусової праці; примусове вербування чоловіків та хлопців до незаконних збройних формувань та для трудової експлуатації; примус до праці; збільшення кількості дітей, які жебракують.

З огляду на вищезазначене можна припустити, що стрімке розширення групи ризику й недостатні соціально-економічні альтернативи небезпечній міграції, існує потреба у зміцненні зусиль українських правоохоронних органів, неурядових організацій щодо боротьби з торгівлею людьми.

Зважаючи на склад проблеми торгівлі людьми та гостру необхідність ведення профілактичної роботи серед населення, соціальна реклама є важливою умовою надання громадянам достовірної інформації щодо соціальних послуг громадських організацій, їх змісту, безоплатністю надання тощо. Організації, які проводять превентивну роботу з проблеми запобігання торгівлі людьми не можуть ігнорувати соціальну рекламу, розуміючи її вплив на ефективність їх діяльності. У зв'язку з цим, зараз багато громадських організацій, асоціацій, профспілок, міжнародних організацій, урядових структур, соціальних служб та ін. звертаються до соціальної реклами, розуміючи її актуальність.

Соціальна рекламна кампанія проти торгівлі людьми у взаємодії з МВСУ, ДПСУ, реалізована в правозахисній та виховній сферах життєдіяльності держави і суспільства, та проведена у вищих навчальних закладах, пунктах пропуску через Державний кордон України для авіаційного та автомобільного сполучення у межах м. Одеса та Одеської області, дозволить не тільки роз'яснити існуючі тенденції та загрози щодо торгівлі людьми, надати правила безпечного працевлаштування та туризму за кордоном, але й зберегти здорове, молоде покоління українців.

#### Список використаних джерел

1. Звіт Міністерства соціальної політики України «Звіт за I півріччя 2015 року за результатами виконання завдань і заходів Державної цільової соціальної програми протидії торгівлі людьми на період до 2015 року» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/publish/category?cat\\_id=160722](http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/publish/category?cat_id=160722). — Назва з екрану.

2. Звіт про соціально-економічне становище України за 2015 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ua.ukrstat.gov.ua>. — Назва з екрану.

3. Протидія торгівлі людьми в Україні. Статистика МОМ станом на 31 грудня 2015 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.iom.org.ua>. — Назва з екрану.

Песчанська А. Є.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.військ.н., доц. Кривогуз Г. І.

## АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО І ВІТЧИЗНЯНОГО ДОСВІДУ СТВОРЕННЯ І ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМ З ВИРОЩУВАННЯ УСТРИЦЬ

**Постановка проблеми.** Невідповідність попиту і пропозиції вітчизняної устриці на ринку за доступною ціною пов'язана з недостатньою кількістю ферм з вирощування устриць в Україні та Одеському регіоні. Одним із шляхів вирішення зазначеної проблеми є розроблення проекту створення ферми з вирощування устриць в Одеській області, який має базуватися на передовому зарубіжному та вітчизняному досвіді.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед досліджень і публікацій зарубіжних та українських фахівців з питань створення і діяльності ферм з вирощування устриць можна виділити дві групи. Представниками першої групи є Бородин Н. [1], Анистратенко О. Ю., Халиман І. А. [2], які більш детально описують природний спосіб вирощування устриць. Друга група авторів (В. І. Холодов, А. В. Піркова, Л. В. Ладигіна [3] та інші) акцентує увагу в своїх дослідженнях на напівциклічному способі вирощування устриць.

**Мета дослідження** — провести аналіз зарубіжного і вітчизняного досвіду створення і діяльності ферм з вирощування устриць для його використання у відповідному проекті на території Одеської області.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Чорноморська устриця перевершує за біологічними та смаковими властивостям інші види, але знаходиться на межі зникнення через знищення такими організмами як рапани, морські зірки, деякі черви та інші. Чорноморська устриця повністю зникла у прибережній зоні Болгарії, Румунії та у північно-західній частині Чорного моря та Північного Кавказу. Так як отримання спату чорноморської устриці в необхідних для вирощування обсягах неможливе, тому вітчизняні і зарубіжні ферми здійснюють закупівлю зі спеціалізованих ферм із розведення гігантської устриці.

Як свідчить зарубіжний і вітчизняний досвід, під час вирощування устриць необхідно враховувати солоність і межі сезонних коливань температури водного середовища, його біологічні властивості тощо. Солоність води впливає на ріст та смакові якості устриці. Найбільш якісні, жирні та смачні устриці збирають при солоності між 2—3% там, де передбачається невелике опріснення річними водами. При солоності води до 3,5% устриці добре ростуть, але їх м'ясо жорстке та неприємним на смак. При солоності води 3,7% і температурі водного середовища нижче 10°C ріст устриць припиняється.

Існуючі ферми з вирощування устриць в Україні і за кордоном застосовують два способи [1, 2, 3]: природний і напівциклічний.

Природний спосіб вирощування устриць передбачає збір спату з природних поселень (устричних банок) в морі та його вирощування на глибині від 1,5 до 3 метрів у спеціальних садках. До того ж, молюск вимагає ретельного догляду. Його треба очищувати, пересаджувати в просторіші ємності, захищати від хижаків і перевіряти стан води. Для застосування природного способу вирощування устриць необхідно мати морську ферму, берегову базу і спеціалізовані плавзасоби та персонал відповідної кваліфікації.

Основними перевагами цього способу у порівнянні із напівциклічним є мінімізація виробничих витрат у зв'язку з відсутністю необхідності будівництва та експлуатації спеціального розплідника для підросування і нересту устриць на території берегової бази. Серед недоліків природного способу вирощування устриць слід виділити втрату врожаю у морі через атаки його рапанами, шторми та переохолодження устриці взимку, так як температура води в Чорноморському басейні в цей період нижче 10°C.

Напівциклічний спосіб вирощування устриць полягає у закупівлі спату у обраному місці, підросування його взимку у спеціальному розпліднику і вирощування у морі в інші пори року.

Однією із важливих переваг застосування напівциклічного способу вирощування устриць є можливість контролювати цикли природних перетворень устриць та отримати продукцію на один рік раніше. Головними недоліками цього способу є необхідність закупівлі спату визначеного об'єму та якості, а також будівництва та експлуатації спеціального розплідника для підросування і нересту устриць, що призводить до додаткових витрат фінансових, матеріальних і людських ресурсів.

**Висновки за результатами проведеного дослідження.** Основними способами вирощування устриць є природний і напівциклічний. Для вибору одного із вказаних способів з метою застосування його у проекті створення ферми з вирощування устриць в Одеській області необхідно у подальшому провести їх техніко-економічне обґрунтування залежно від місця розташування ферми, операційних витрат та інших показників.

#### Список використаних джерел

1. Устричный промысел и устрицеводство [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.vehi.net/brokgauz/all/105/105061.shtml> — Заглавие с экрана.

2. Халиман И. А. Моллюски северо-западной части Азовского моря: особенности распространения и экологии [Текст] / И. А. Халиман, В. В. Анистратенко, О. Ю. Анистратенко // Вестник зоологи. — 2006. — № 40 (5). — С. 397—407.

3. Холодов В. И. Выращивание устриц и мидий в черном море [Текст] : монография / В. И. Холодов, А. В. Пиркова, Л. В. Ладыгина. — Севастополь : НАН Украины, институт биологии южных морей им. Ковалевского А. О., 2010. — 424 с.

Соболь Ю. В.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.держ.упр. Сивак Т. В.

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ВІРТУАЛЬНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ ДІТЕЙ**

Проблема комп'ютерної залежності є особливо актуальною останні декілька десятиріччів років у всьому світі. Вперше феномен Інтернет-залежності був описаний у 1995 р. лікарем І. Голдбергом, який виокремив наступні основні симптоми цього розладу: хворобливий негативний стресовий стан або дистрес; заподіюється шкода фізичному, психологічному, міжособистісному, економічному чи соціальному статусу. Сьогодні у використанні знаходяться різні терміни для позначення даного явища: поведінкова Інтернет-залежність, надлишкове або патологічне використання Інтернету, віртуальна адикція, нетаголізм й ін. [2, с. 5].

Процес боротьби з будь-яким видом залежності є довгим та потребує багато ресурсів як матеріальних, так і моральних, адже боротьба з наркоманією, алкоголізмом та іншими залежностями триває багато років.

З цією проблемою ведуть активну боротьбу країни Європейського Союзу та Азії. Так, Європейський Союз займає одну з провідних позицій у світі за показниками доступу до Інтернету та використання його громадянами ЄС. Відповідно до даних Internet World Stats, загальна чисельність користувачів мережі громадянами Європи складає більше 476 млн осіб, тобто 58,3% від усього населення країн континенту. Серед усіх країн ЄС перші позиції щодо поширення Інтернет-мережі посідають ФРН з 65,1%, Великобританія (51,4%) та Франція (45,2%). ЄС приділяє велику увагу захисту прав та гідності користувачів Інтернету, а особливо дітей. Програма «Безпечний Інтернет», започаткована ЄС у 2005 році, спрямована на захист молоді та дітей від негативного впливу Інтернет-мережі та передбачає участь національних правоохоронних органів, неурядових організацій та науковців [2, с. 12].

Ще одним із загальноєвропейських заходів стала Програма забезпечення безпечного й етичного он-лайнного середовища для кожної дитини «Правий клік», що запроваджена Європейським альянсом неурядових організацій з безпеки дітей в он-лайнному середовищі (eNACSO) та співфінансується ЄС. У Програмі «Правий клік» наведені рекомендації eNACSO для європейських, галузевих і міжнародних організацій та інших зацікавлених осіб з питань створення безпечнішого он-лайнного середовища для дітей та молоді [1].

Європейська Комісія регулярно ініціює та проводить різні заходи з проблем безпеки Інтернету: дослідження, форуми, громадські консультації, крос-рейтинг ЗМІ та ін. Починаючи з 2004 р. Європейською Комісією був запроваджений День безпечного Інтернету, який залучив багато європейських країн, з кожним роком об'єднуючи все більше Інтернет-ресурсів, проектів і заходів у сфері безпечного контенту.

Одним із найефективніших способів подолання Інтернет-залежності було розроблено в Німеччині, який полягав у лікуванні пацієнтів у спеціалізованих клініках і таборах. Перший центр для відновлення підлітків з даною залежністю був відкритий у м. Болтенхаген 2003 року [3]. Програма одужання передбачає медичну, психологічну, фізичну та педагогічну допомогу. Підліткам дають можливість у рамках лікування працювати за комп'ютером, оскільки завдання центру полягає не в тому, щоб прибрати комп'ютер з повсякденного життя підлітків, а в тому, щоб навчити використовувати його в розумних цілях. У результаті такого лікування спостерігається поліпшення самопочуття підлітків, зростання їх впевненості в собі та значне скорочення часу перебування в мережі Інтернет.

У Великобританії було відкрито відділення для лікування «ігроманів» при реабілітаційному центрі «Broadway Lodge», урядом Південної Кореї було розроблено спеціальну програму «Nighttime Shutdown», суть цієї програми у закритті доступу до онлайн ігор користувачів молодших 19 років або поступовому зниженні швидкості Інтернету для тих хто грає в онлайн ігри довше відведеного часу. Міністерство інформації та зв'язку В'єтнаму планує ввести жорсткі обмеження — провайдерів та власників ігрових кафе зобов'язують заблокувати доступ до онлайн ігор з десяти вечора до 8 годин ранку. Нажаль таких масштабних проектів не спостерігається в Україні, хоча українська молодь страждає від цієї залежності не менше. На початку 2006 р. в секретаріаті Київської ради було зареєстровано проект «Про заходи щодо запобігання формуванню та розвитку Інтернет-залежності від азартних, комп'ютерних ігор та Інтернет-залежності серед неповнолітніх» його дієвість протягом десяти років значних результатів та досягнень не продемонструвала.

Таким чином, можемо стверджувати, що надзвичайно необхідним є створення спеціальних закладів за підтримки органів публічної по боротьбі з проблемою віртуальної залежності у дітей, підготовці спеціалістів для допомоги віртуально-залежним дітям, а також створення проектів з блокування доступу до певних Інтернет ресурсів.

#### Список використаних джерел

1. eNACSO European NGO Alliance for Child Safety Online [Electronic resource]. — Access mode : [http://www.enacso.eu/index.php?option=com\\_rokdownloads&view=file&task=download&id=47%3Aagendaforactionrussian&Itemid=11](http://www.enacso.eu/index.php?option=com_rokdownloads&view=file&task=download&id=47%3Aagendaforactionrussian&Itemid=11). — Title from screen.

2. Інтернет-залежність як новий феномен сучасного світу: сутність і проблеми [Текст] : Аналітична доповідь ; Нац. інст. стратег. досл. — К. : НІСД, 2011. — 47 с.

3. Санкова Л. Компьютерная зависимость [Электронный ресурс] / Людмила Санкова. — Режим доступа : <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,1688408,00.html>. — Заглавие с экрана.

Таранець Т. В.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Руда І. В.

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ**

Риба і рибопродукти — цінний продукт харчування, який забезпечує потребу людини у білках тваринного походження, а також у широкій гамі вітамінів, мікроелементів та біологічно активних речовин. Завдяки цьому, при правильному споживанні рибних продуктів, природно регулюється обмін речовин людини і підвищується його стійкість до серцево-судинних захворювань. Показники споживання риби й рибних продуктів є відображенням економічного та соціального рівня розвитку країни. Тобто, цей продукт харчування слід віднести до важливого об'єкту продовольчої безпеки держави.

Фізіологічно обґрунтованою нормою споживання риби й рибопродуктів на одну особу в Україні рахується 20—24 кг/рік, в т. ч. живої риби — 5-6 кг [3, с. 33]. Таким чином, за рік населення (з розрахунку 42,6 млн. постійних жителів за даними Державної служби статистики України) має спожити риби та рибопродуктів понад 1 млн. т, в т. ч. риби — 250 тис. т. Показник споживання риби та рибної продукції у 2014 році становив 11,1 кг/рік на одну особу, що майже на 50% менше рівня рекомендованих норм. На це вказують дані Балансу та споживання основних продуктів харчування населення України за 2014 рік [2].

Україна займає друге місце в Європі за наявністю водного фонду, але за останні роки частка національного виробництва рибної продукції на внутрішньому ринку скоротилася з 95 до 20%. За дослідженнями стану рибного господарства в Україні за період 2000-2013 рр. бачимо зниження вилову риби та добування інших водних живих ресурсів на 124.3 тис. т або 35.5% [3, с. 30].

До факторів, які впливають на зниження виробництва рибопродуктів, відносяться старіння рибпромислового флоту країни, недосконалість законодавства та недостатнє фінансування галузі.

Незважаючи на це спостерігаємо стійке зростання обсягів вітчизняного ринку, про що свідчить загальний обсяг споживчих витрат населення на рибну продукцію. Швидкість середнього щорічного зростання вітчизняного продовольчого ринку рибної продукції на 12% фіксує недостатній рівень задоволення споживчого попиту. Та як наслідок, наявність значних перспектив для розвитку вітчизняного рибного господарства [3, с. 34].

У 2014 році за даними територіальних органів рибоохорони (крім Східно-Чорноморського басейнового управління) виловлено 35,8 тис. т водних біоресурсів, що на 56 тис. т менше показника 2013 року. Загальний улов водних біоресурсів у Чорному морі у 2014 році склав 3388 т, в тому числі — 43 т бичків. В Азовському морі улов водних біоресурсів становив 19,9 тис. т, серед яких основу улову склали бички — 12,9 тис. т та тюлька — 6,2 тис. т [2, с. 2].



Таблиця 1. — Обсяг вилову водних біоресурсів у рибогосподарських водних об'єктах та на континентальному шельфі України (2013-2015 роки)

Рибо- господарські водні об'єкти	Виллов риби та інших біоресурсів (тонн)		% до 2013	± до 2013
	01.01.2014	01.01.2015		
Чорне море	44474,3	3387,7	7,6	-41086,6
Азовське море	33186,3	19944,6	60,1	-13241,7
Разом	77660,6	23332,3	30,0	-54328,0

Вченими-іхтіологами біологічного факультету ОНУ ім. І. І. Мечникова під керівництвом В. В. Заморова була проведена оцінка чисельності бичка-кругляка, повсюдно поширеного виду донних риб у Північно-Західному Причорномор'ї, який утворює в прибережній зоні Одеської затоки промислові скупчення. На підставі проведених розрахунків чисельність бичка-кругляка може коливатися в межах 1068—2007 екз./га, в той час як в Азовському морі на черепашково-піщаному ґрунті його чисельність становить всього 704 екз./га [1, с. 106].

Огляд ринку рибної продукції вітчизняного виробництва та науково-обґрунтована промислова чисельність бичка-кругляка в прибережній зоні Одеської затоки Чорного моря дають підстави стверджувати, що в Одеському регіоні є значний потенціал для розвитку рибного господарства.

Таким чином, оскільки продукція рибного господарства має соціально-стратегічний характер, та, враховуючи необхідність наповнення ринку соціально доступною продукцією в Одеському регіоні, виникає необхідність організації нових та модернізації матеріально-технічної бази існуючих рибних господарств. Для найбільш ефективного використання водних біоресурсів регіону та для швидшого задоволення попиту на рибну продукцію необхідним є застосування наукового підходу до організації промислу у рибних господарствах країни.

#### Список використаних джерел

1. Заморов В. В. Оценка численности бычка-кругляка *Neogobius melanostomus* (PALLAS) в прибрежной зоне Одесского залива [Текст] / В. В. Заморов, Е. Ю. Леончик // Сучасні проблеми теоретичної та практичної іхтіології: матеріали VI Міжнародної іхтіологічної науково-практичної конференції (Тернопіль, 9—12 жовтня 2013 р.). / за заг. ред. В. В. Грубінко. — Тернопіль: Вектор, 2013. — С. 104—107.

2. Промисел водних біоресурсів у 2014 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://darg.gov.ua/\\_promisel\\_vodnih\\_bioresursiv\\_u\\_0\\_0\\_0\\_1769\\_1.html](http://darg.gov.ua/_promisel_vodnih_bioresursiv_u_0_0_0_1769_1.html). — Назва з екрану.

3. Розвиток рибного господарства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kneu.edu.ua/ua/science>. — Назва з екрану.

Торган В. В.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.пед.н, доц. Сенча І. А.

## **ПРОЕКТ ЦЕНТРУ ДОПОМОГИ І ДОГЛЯДУ ЗА ЛЮДЬМИ ПОХИЛОГО ВІКУ В МІСТІ ОДЕСІ**

Нові соціальні, економічні та демографічні проблеми, викликані конфліктом на Сході країни, дали поштовх до змін демографічних процесів в українському суспільстві: виник новий процес — міграція вимушених переселенців із зони АТО. Рятуючись від військових дій, соціальних і гуманітарних проблем, в інші регіони України переїжджають і люди похилого віку.

За даними Головного управління статистики в Одеській області та Департаменту праці та соціальної політики Одеської міської ради, на 1 січня 2016 року у Одесі зареєстровано 244 266 пенсіонерів за віком, з яких приблизно 7,6 тисяч — люди похилого віку, які є переселенцями із зони АТО.

За даними Міністерства охорони здоров'я України, станом на 2015 рік, кожна п'ята літня людина України самотня, важко переживає своє соціальне становище і потребує сторонньої допомоги та догляду.

Фактично, в умовах економічної та соціальної кризи в Україні, багато людей похилого віку, а так само переселенці із зони АТО, не в змозі реалізувати своє право на отримання якісних соціальних послуг через майже повну відсутність сучасної інфраструктури, яка має забезпечувати потреби літніх людей.

В м. Одеса надають соціальну допомогу літнім людям наступні заклади: КП «Територіальний центр соціального обслуговування», в якому зареєстровано близько дев'яти тисяч літніх людей; Геріатричний будинок милосердя імені святого цілителя Пантелеймона, який має три філії; Одеський геріатричний будинок-інтернат для престарілих, Одеський обласний госпіталь інвалідів Великої Вітчизняної війни. Також на базі окремих медичних установ діють пункти надання медичної допомоги людям похилого віку. Всі ці заклади разом можуть прийняти до стаціонару лише до 450 осіб похилого віку і на сьогодні є перевантаженими. На території міста діють й приватні компанії, проте вони здатні надати послуги стаціонарного догляду лише для 60 осіб похилого віку. Окрім того, вище перераховані заклади мають ряд ключових недоліків: низька якість послуг, мала ємність закладів, застаріла матеріальна база, непристосовані приміщення. Отже, зазначені установи не відповідають новітнім стандартам якості і вимогам споживачів. Можна впевнено зробити висновок — абсолютно всі геронтологічні установи м. Одеси потребують капітальної модернізації або повного оновлення.

Допомогти у вирішенні проблем переселенців із зони АТО у віці старше 65 років і проблем городян Одеси похилого віку, які потребують сторонньої

допомоги та догляду, можна шляхом створення в місті Одеса Центру допомоги і догляду за людьми похилого віку, в тому числі і переселенцями із зони АТО.

У світовій практиці державою-лідером у вирішенні проблем літніх людей є США. Тут з метою забезпечення гідної старості створені заклади наступних типів: а) субсидовані державою будинки престарілих — в них комплекс обслуговування є мінімальним; б) готелі-пансіони — до загальних послуг у вигляді допомоги в побуті та харчування тут додані медичні послуги; в) приватні пансіонати на 10—15 літніх людей; г) заклади з акцентом на медичному догляді і обслуговуванні; д) комплекси денного перебування.

**Мета проекту** — створення Центру допомоги і догляду за людьми похилого віку та переселенцями із зони АТО у віці 65+ в м. Одеса, сприяти активному довголіттю і соціальній адаптації літніх переселенців із зони АТО і городян похилого віку, які проживають в м. Одесі. При цьому проект забезпечить визначену кількість літніх людей сприятливими і комфортними умовами постійного і тимчасового проживання, дозволить отримувати кваліфіковані сучасні послуги з догляду, соціальної адаптації та поліпшення психоемоційного стану літньої людини. Проект також посприє у вирішенні проблеми кваліфікованого надання соціальних послуг, сприятиме зниженню соціальної напруги серед жителів Одеси та зміні ставлення населення до проблем літніх людей з негативного на позитивне.

**Висновок:** В ході досліджень встановлено, що в м. Одеса ми маємо недостатньо розвинену соціальну геронтологічну інфраструктуру з низькими показниками якості соціальних послуг. Громадяни літнього віку з причин відсутності доступних геронтологічних закладів не мають можливості в повній мірі реалізувати своє законне право на отримання кваліфікованих соціальних послуг.

Тому, для якісного вирішення проблем літніх людей і переселенців похилого віку із зони АТО, необхідно створити Центр допомоги та догляду за людьми похилого віку та переселенцями із зони АТО у віці 65+, який не лише забезпечить одиноких і тих, які потребують сторонньої допомоги літніх людей комфортними умовами проживання та якісними соціальними послугами, а й допоможе адаптуватися в суспільстві з урахуванням особливостей нового для них соціального статусу, допоможе їм бути повноцінними активними членами громади.

#### Список використаних джерел

1. Дані сайту Міністерства охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://moz.gov.ua>. — Назва з екрану.
2. Дані сайту Одеської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://oda.odessa.gov.ua>. — Назва з екрану.
3. Дані сайту Одеської обласної ради [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://oblrada.odessa.gov.ua> — Назва з екрану.

Трунова Д. В.  
слухач ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Руда І. В.

## ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ ПРОЕКТ, ЯК ІНСТРУМЕНТ МОЖЛИВОГО ВПЛИВУ НА СТАВЛЕННЯ СУСПІЛЬСТВА ДО ІНВАЛІДІВ

Сьогодні в Україні проживає понад два з половиною мільйони інвалідів (а це 5,7% від усього населення). Щорічно до цих «лав» потрапляє ще майже чверть мільйона наших громадян. Причини різні — від народження до травматизму на виробництві, ДТП, психічні чи фізичні захворювання тощо. З кожним роком інвалідність молодшає, здебільшого це працездатні люди середнього віку. Усі вони потребують особливої, постійної, а не одноразової уваги, піклування і підтримки з боку інших членів суспільства. Нажаль, на сьогоднішній день спостерігається багато випадків дискримінації людей з обмеженими можливостями, порушення їхніх прав.

Надзвичайно велике значення для розуміння цієї проблеми та подолання її наслідків мають соціальні, економічні, психологічні та інші фактори. Варто розглянути соціально-психологічні фактори, які сприяють негативному ставленню суспільства до інвалідів, тому що саме вплив на ці фактори може змінити відношення соціуму до людей з обмеженими можливостями.



Рис. 1 — Соціально-психологічні фактори, що сприяють негативному ставленню суспільства до інвалідів

Сьогодні інвалід розглядається як тягар для суспільства, неповноцінна людина, яка не тільки нічого не робить на користь соціуму, але й намагається підлаштувати його під себе, вимагаючи створювати пандуси, надавати пільги, забезпечувати безкоштовним медичним обслуговуванням тощо. Така позиція у сприйнятті інвалідів провокує ворожість здорового соціуму, що сприймає людину з обмеженими можливостями як тягар. Вплив на фактор «стереотип-тягар» частково здійснюється завдяки роботі центрів професійної реабілітації інвалідів (наприклад, комунальна установа «Центр професійної реабілітації інвалідів» в Одеській області, Біляївського району, с. Холодна Балка) [2].

Головною гарантією повноцінної участі осіб з інвалідністю у житті суспільства є реалізація їхніх прав на трудову зайнятість. В даний час на українському ринку праці особи з обмеженими можливостями стикаються з

різними виявами дискримінації. В Україні на сьогодні недостатньо забезпечено реалізацію права осіб з інвалідністю у сфері праці внаслідок відсутності антидискримінаційного законодавства. Таким чином, впливати на цей фактор може тільки держава, шляхом здійснення антидискримінаційної політики стосовно вказаної категорії населення. Питання антидискримінації осіб з інвалідністю для України є новими, тому постає необхідність розгляду міжнародних документів, зокрема, Конвенції ООН про права інвалідів, Плану Дій Ради Європи, директиви Ради ЄС 2000/78/ЄС від 27 листопада 2000 р., та врахування основних їх положень у вітчизняному законодавстві [3].

За рахунок впливу засобів масової інформації, що пропагандують сприйняття інваліда як «чужого» — людини з іншими потребами, цілями та можливостями, і формується неадекватне ставлення до інвалідів. Тому, вважаємо, що для впливу на останній фактор, найбільш доцільно, створити телевізійний проект з метою поступової зміни суспільного ставлення до людей, які відрізняються від решти та пропаганди інваліда, як «свого». Це проект створення блоків соціальної реклами з гаслом «Вони такі ж, як ми. А ми всі різні...» в основі якої покладена спільна фотосесія здорових людей та інвалідів різного віку. Мета фотосесії показати, що всі ми люди з однаковими потребами, бажаннями, емоціями, але всі ми відрізняємося чимось, наприклад, зовнішністю. Кожний блок реклами повинен з'являтися на телебаченні впродовж тижня, який присвячується: Міжнародному дню толерантності (16 листопада), Міжнародному дню інваліда (3 грудня), Міжнародному дню захисту прав дитини (1 червня), який формуватиме у свідомості людей позитивне ставлення до інвалідів.

В міжнародній практиці використовують різноманітні спільні заходи здорового населення з інвалідами для виховання толерантності у здорових людей до інвалідів.

Ступінь цивілізованості суспільства визначається, передусім, у ставленні до людей похилого віку, жінок, дітей, інвалідів. Декларуючи європейські цінності, українське суспільство має дедалі повніше втілювати в життя ці істини.

#### Список використаних джерел

1. Бондар Н. О. Інвалідність в Україні та за кордоном [Електронний ресурс] / Бондар Н. О. — Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/33\\_NIEK\\_2008/Economics/37068.doc.htm](http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Economics/37068.doc.htm). — Назва з екрану.
2. Довідник центрів професійної реабілітації інвалідів системи органів праці та соціального захисту населення [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://omr.gov.ua>. — Назва з екрану.
3. Соціально-психологічні фактори негативного ставлення здорового суспільства до інвалідів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://univerua.rv.ua>naukova\\_robota/volynski\\_](http://univerua.rv.ua>naukova_robota/volynski_). — Назва з екрану.



## **СЕКЦІЯ 5**

# **NEW INSIGHTS INTO MANAGEMENT (НОВІТНІЙ ПОГЛЯД НА МЕНЕДЖМЕНТ)**

Valeriya Albur  
Student ORIPA NAPA  
under the President of Ukraine  
Supervisor: assis. prof. Kuzmenko Y. O.

## **BUILDING STRONGER LOCAL SELF-GOVERNMENT IN UKRAINE ON THE PRINCIPLE OF SUBSIDIARITY**

The processes of society globalization in XXI century significantly impact local authorities. Ukrainian government can see on the European Union numerous examples of democratic and effective governance. Currently, Ukraine must improve the compliance of its legislation base with EU legislation base, the principles of supremacy of law, and also build a reasonable democratic state. The integration of Ukraine into the European community is possible only by means of developing in our country self-sufficient system of local government on the basis and principles of the European Charter of Local Self-Government.

The implementation of the subsidiarity principle in European politics is associated with the name of Jacques Delor, who is considered to be the founder of this term. In particular, Jacques Delor tried to overcome the real contradictions about the future development of the European Union (EU), namely the position of Great Britain to explain European integration that the final goal is the creation of the federation [2].

The political experts and the specialists in the field of European integration processes have one point of view concerning the need of implementation in practice the principle of subsidiarity in Ukraine in order to achieve the objectives of European integration. However, Ukraine is going through hard times and political and socio-economic situation remains unstable. The Ukraine's present model of local self-government does not fully meet the principles and standards of the European Charter of Local Self-Government. Local self-government authorities operate in most territorial communes in a manner that does not ensure the creation and support of favorable environment needed for comprehensive human development, personal fulfillment, protection of human rights, and for provision of high quality and accessible administrative, social and other services [1].

Implementation of reforms on developing the principles of self-government in the Ukrainian society will cause profound changes in the systems of public administration and will result in the involvement of communities to the process of creating development policies at local and central levels. In view of this, local self-government reform will require compliance with a strict sequencing and phasing of institutional innovations [2].

The first step has been already taken: throughout 2014-2015 a number of laws have been adopted, that were to create a respective legislative and regulatory framework for effective decentralization of power. These laws are: the Law of Ukraine «On cooperation of local communities», Law «On the principles of state regional policy», Law «On voluntary amalgamation of local communities», Law «On Amendments to the Budget Code of Ukraine concerning the reform of inter-



budgetary relations» and «On Amendments to the Tax Code of Ukraine and certain legislative acts of Ukraine on tax reform», Law «On civil-military administration».

The further development and strengthening of self-government on the principle of subsidiarity will require a revision of the parliamentarism model in Ukraine, reflecting a new quality of management organization and community participation in the achievement of regional development goals. At this stage of reforms there is an obvious need in drafting a new Constitution of Ukraine, which will determine the new balance of powers and responsibilities between the legislative and executive branches. Local self-government should receive constitutional guarantees of its independence.

Summing up, the priorities of building stronger self-government in Ukraine are, as follows:

- 1) the recognition and legislative approval of new cooperation principles between the levels of government: local and central;
- 2) the consolidation of innovative taxation possibilities and other new ways of revenue for local bodies;
- 3) an active search for new organizational forms of local self-government, which would combine elements of the three key elements — oblast, rayon and hromada;
- 4) a strong commitment to provide citizens with equal possibilities of accessing a minimum standard for public services, regardless of the financial reserves of the area in which it resides;
- 5) promoting the development of inter-municipal community associations to ensure participation of citizens in governance, representation of interests in municipal structures etc.

Therefore, only decentralization based on the principle of subsidiarity opens prospects for ensuring ability of the local self-government to solve local issues independently in order to increase the role of community, its influence on process of making decisions for creating environment for economic and social development.

#### References:

1. I. Kish «Rehionalna polityka Evropeiskogo Soiuzu: stratehichni imperatyvy dlia Ukrainy» [«The regional policy of the European Union: strategic imperative for Ukraine»], *Nezalez hnyi kulturolohichni zhurnal — Independent cultural journal*, vol. 23, 2002.
2. N. Anisimova «Princip subsidiarnosti v evropejskom prave» [«The principle of subsidiarity in European law»], avtoref. «Mezhdunarodnoe pravo. Evropejskoe pravo». Moskva, 2005.

Yuliia Bondarenko  
ORIPA NAPA  
the Office of the President of Ukraine  
Supervisor: assis. prof., PhD Kuzmenko Y. O.

## **ADAPTATION OF SOCIAL POLICY OF UKRAINE TO STANDARDS OF THE EUROPEAN INTEGRATION**

Social policy is one of the most important components of domestic policy of any country, governs the social and economic relations and is under authority of the government of the state. Nowadays Ukraine chose the direction of European integration that demands social economic policy of the state. Government actions were the directed on progress of the European quality standards of life that is the reason of relevance of scientists research in the sphere of public administration. The most known scientific works in which the problem of social protection of the population in was considered are D. Boginya, N. Bolotina, N. Boretskaya, S. Vegora, S. Goncharova, I. Gnybidenko, D. Dema, T. Kolova, D. Stechenko, G. Lopushnyak, V. Derega, etc. The main purpose of these researches consists in separation of the main priorities and the direction of the social policy development model of Ukraine to standards of the European Union.

In December 2015 the President of Ukraine has signed the Decree No. 5/2015 «About Strategy of stable development «Ukraine 2020» in which the main purposes, directions, priorities of development of the country were defined. The purpose of reforms has determined achievement of the European standards of life and the respectable place of Ukraine in the world. Strategy of stable development «Ukraine 2020» has included 62 reforms, from them priority 8 reforms and 2 programs are defined.

Priority tasks of social development defined first of all social parameters such as creation of conditions for all people full employment, ensuring transition to economy of knowledge and creation of appropriate conditions for innovative activity, increase the role of education, overcoming of poverty and social isolation. The purposes of the strategy is interdependent, as achievement of one to promotes the solution of other purposes [ 1].

Today the considerable attention should be paid to the problem of improving the quality of life in Ukraine. In this context, urgent question is a creation of progressive and effective national model of social policy development, which is aimed at improving of the well-being indicators of civil society and the position of our country in the international arena. Various welfare states have various models of social policy which are characterized by different benefits, funding and organization.

The first model is all-European model. It is based on the principle of a combination of economic efficiency and social solidarity. Its emphasis is placed on the balanced development of social policy of Europe, transparency and respect for interests of all EU Member States. There is a process of reorientation of social programs from universal level to individual, which is much cheaper and more effective, as the necessary help is provided only to those who really need it.

Anglo-Saxon model is inherited from such countries as Great Britain, Ireland, Canada. It acts as intermediate between liberally American and socially oriented Swedish models. This model is characterized as more active, than for the first model, the regulation of social processes from the state, however lower, than in the latest two models, the level of the taxation and redistribution GDP through the state budget is no more than 40%.

American model. The main principle of it is the separation of social protection from the free market and protection restriction only for those who have no other income, except social payments. At the same time, it provides rather high level and quality of life of the main part of the population. The distinctive features are:

- the lack of the unified system of social protection, minimalist approach to the solution of social problems;
- the implementation of federal programs at the level states with double financing from budgets of both levels;
- the obligatory solidary social insurance at the expense of which pensions, needy assistance, etc. are paid;
- using the check of needs in all programs of the social help;
- the extensive network of the voluntary medical insurance which is partially regulated by the state;
- the existence of private establishments on rendering paid social and medico-social services;
- active performance of the charitable organizations in the absence of policy of «the social order», development of volunteering [2].

Improvement of life quality of the population in Ukraine is essential requirement by need of consolidation of society, association of efforts of all the layers for realization of the purposes of social development with orientation to achievement of high social standards among Ukrainian population. It is necessary to re-examine critically the international experience of formation new social and economic space according to national requirements and inquiries, having provided replacement of old ways of the solution of social problems for essentially new, more effective economies.

## References

1. Указ Президента України Про Стратегію сталого розвитку «Україна 2020» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> . — Назва з екрану.
2. Шевчук П. І. Порівняльна соціальна політика у країнах Європейського Союзу [Текст] : навч. посіб. / П. І. Шевчук ; за заг. ред. : М. Бойцуна, Я. Мудрого, О. Рудіка. — Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2009. — 170 с.
3. Ярова Л. В Реформування соціальної сфери як умова Європейської інтеграції України [Текст] / Л. В. Ярова // Держава і право: зб. наук. пр.:Юридичні політичні науки. — К.,2010. — Вип. 48. — с. 634—641.

## THE ORGANIZATION OF MARKETING ACTIVITIES IN THE ENTERPRISE

Marketing activities — is an objective need for orientation of scientific, technical, production and marketing activities of the company, aimed at taking into account market demand, requirements and needs of consumers.

The main goal of marketing is to ensure the commercial success of the company (enterprise, firm) and its products in the market, which is achieved by increasing sales volume in physical and monetary terms.

There are so-called marketing service, which by its organizational structure may be: Functional; Regional; Commodity; Segmental; Marketing; Commodity and marketing.

Functional organizational structure of marketing service (see. Fig. 1).

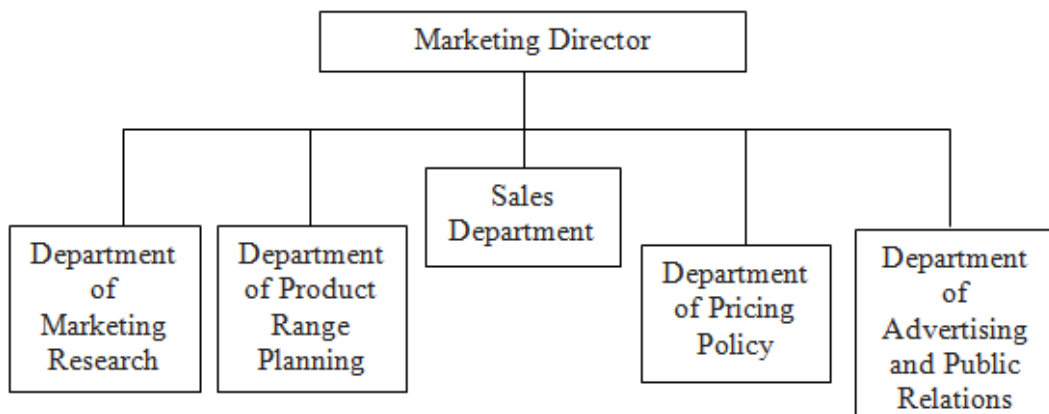


Fig. 1. — Functional organizational structure of marketing service (see).

The organizational structure of marketing functional orientation is used in case of a limited range of products, and small amount of markets. In this case, the functions of workers subject to marketing director are clearly delineated. «Then staff functions are divided in the following areas: market research, marketing planning for each of the products, advertising and sales promotion, movement and sale of goods, service provision» [1, p. 47].

Product organizational structure of marketing service means that each product or product group is maintained by a special marketing manager, who, in turn, controls advertising and sales managers, commodity turnover managers and service provision managers. Information is provided to the general manager, and he is subordinated to the marketing director.

The basis of the organizational structure of regional orientation marketing service means sharing the markets, not the goods (see. Fig. 2).

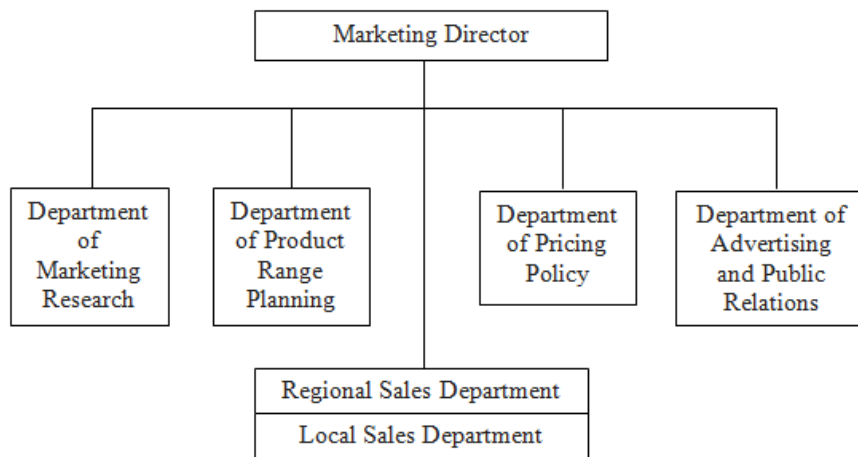


Fig. 2 — Regional orientation marketing service

In this case, a large number of markets encourages organizing marketing on a regional basis, and also affects a limited range of goods.

«Regional organizational structure is focused on customer needs that are specific to each region through national, political, economic and other differences, effectively developing advertising and marketing, and sales promotion» [2, p. 95].

The organizational structure of segmental marketing service is aimed at customers targeting. The essence of this organizational structure is that marketing managers serve a certain segment of customers regardless of what market it belongs to. In this case, the work of departments and services firms needs coordination.

In the sales organization of marketing the development of new products is carried out by chief designer and production process is conducted by chief engineer, economic issues are resolved by economist, and relationships with customers are established by sales department.

«The commodity and market organization of marketing service in the company uses managers of individual products and markets. Market managers are responsible for the development of profitable markets for existing products. Product managers carry out planning sales and profits, as well as defining methods of products promotion in the market» [3, p. 54].

With the formation of the market environment in Ukraine the retention of organizational management structures plays a key role in the effectiveness of business.

#### References:

1. Астахова І. Е. Маркетинг [Текст] : навч. посіб. / І. Е. Астахова, М. М. Коваль. — К. : Знання, 2010. — 78 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю [Текст] : навч. посіб. / Л. В. Балабанова. — М. : Пріор, 2009. — 158 с.
3. Парсяк В. Н. Маркетинг: від теорії до практики [Текст] : навч. посіб. / В. Н. Парсяк. — К. : Наукова думка, 2008. — 114 с.

K. Galiulina  
student of ORIPA NAPA  
under the President of Ukraine  
Supervisor: G. Vasilieva

## **CROWDFUNDING AS ANOTHER OPPORTUNITY FOR YOUNG ENTREPRENEURS TO START THEIR BUSINESS**

**Problem statement.** Crowd funding, as a new form of capital accumulating, appeared at the beginning of the 21st century. It is a joint-stock financial instrument to raise capital for startups and small businesses by a wide range of micro-investors. It refers to Internet sites of companies that do not have sufficient credit history or a convincing business plan for the bank. Although some research has been done on that kind of investment, the crowd investment differs from country to country and has its own peculiarities which need to be studied.

**Previous research and publications.** The research states that alongside with traditional financial intermediaries, such as banks, venture capital firms or angel investors, crowdfunding is one of the instruments to get funds for startups. The research done at Harvard Business School differentiates between donations or lending and equity crowdfunding. However, some researchers add to that list crowd pre-selling. While donations expect little if any direct return, equity crowdfunding can produce returns over time. It is a payment of financial compensation to the investor who invests into the project [2]. Earlier studies on Internet-based entrepreneurial finance have mainly focused on reward-based crowdfunding when backers receive a profit of the future returns.

**This paper aims** to research crowdfunding as a unique investment mechanism to analyze Ukrainian backers' willingness to pay for some projects.

**Main Body.** Crowdfunding is the collective cooperation of people (donors) who voluntarily invest their money and other resources to support efforts of other people or organizations. It means that business or social projects receive money from ordinary Internet users who are interested in the project or the person. To facilitate the process of raising funds, special platforms, that publish ideas and gather finances for their implementation, are started. The total attendance to such sites amounts several million people a day. According to the forecast of the World Bank, by 2025, annual investment in crowdfunding will grow up to \$93 billion.

Ukraine's first platform of collective funding is «Spilnokosht». It was created in 2012 on the basis of social innovations platform «Big Day». Two years later, 3.8 million UAH was raised due to that platform, but only recently applications have started to address commercial projects. In February 2013, another Ukrainian platform was set up. It is the «Na-Starte». More than 40 projects were launched and about 300 remained at the stage of creation or moderation, 90% of all published projects were commercial [3].

Despite the rapid growth of crowd funding and crowd investing all over the world, this kind of investment is less popular in Ukraine. Abroad, the practice of raising funds for business projects is more widespread. Partly this may be due to the

legislative framework in foreign countries. Another reason might be the degree of computerization.

An important factor in the attractiveness of crowd investing is an opportunity for ordinary people such as students, to try to guess which start-up will become successful. For global economy this is very beneficial as well because due to crowd investing it has a chance to grow on the account of very real money which comes from home money boxes and which previously was spent on vacation, mortgages, or kept for «black» and «white» days. Earlier people would spend extra 50\$ on clothes, but now they can invest, for example, in an IT startup, in the hope that this startup will grow into a large profitable company with further monthly profit [1].

Many interesting projects are left unrealized because of lack of funding. Young entrepreneurs often find it difficult to convince experienced investors and bankers to support their business ideas, so they often fail to obtain the funds from the bank to implement their ideas. Crowdfunding, as a new form of investment, could help young people to realize their dreams and meet their objectives. On the other hand, it will help investors find promising projects. In the USA some platforms were developed especially for students. Crowd cube is one of a number of Crowdfunding platforms that include Syndicate Room, Sponsor craft and Bloom VC that have adopted innovative approaches to working with universities. Unfortunately, there are not such platforms in Ukraine, but in Ukraine there are enough resources and opportunities for the development of Internet projects, and most importantly, the initiative part of students who want to support interesting startups.

The following conclusions can be made:

- the interaction between entrepreneurs and potential investors is facilitated by crowdfunding platforms
- crowdfunding in Ukraine is still at the beginning of its development
- special crowdfunding platforms could be developed for students in future to help them implement their own ideas
- crowdfunding in Ukraine can work in tandem with other investment or funding options.

List of references:

1. Обзор рынка краудфинансов РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://www.crowd-investments.ru/2015/06/blog-post\\_28.html](http://www.crowd-investments.ru/2015/06/blog-post_28.html). — Заглавие с экрана.

2. Краудфандинг: сбор денег для стартапа [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://megapoisik.com/kraudfanding-obzor-ploschadok>. — Заглавие с экрана.

3. Краудфандинг в Украине: с миру по доллару [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [https://inventure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding\\_v\\_ukraine\\_s\\_miru\\_po\\_dollaru](https://inventure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding_v_ukraine_s_miru_po_dollaru). — Заглавие с экрана.

Adrian Hokcha  
Cadet of KSMA  
Supervisor: Bobrysheva N. M., Shapar Y. S.

## MANAGEMENT OF THE MULTICULTURAL CREW

Nowadays shipping is the most globalized industry in the world. In fact, nearly 150 nationalities are recorded on seafarers' supply lists. Crewmembers need to communicate with each other, with other ships, shore authorities such as Vessel Traffic Services, Port State Control and security inspections, pilots and vessel servicing the ship, such as tugs and bunkering craft. In such multi-national crew seafarers may have communication and behavioral problems both at work and off duty that can affect ship safety, pollution prevention and security.

The problem of cultural and language barriers is difficult one to overcome. There are a lot of research studies reviewing the problem of miscommunication and cultural awareness. Hofstede is the most cited researcher in the domain of cross-cultural study of organization. He has derived five main cultural dimensions, such as power distance, individualism/collectivism, masculinity/femininity, uncertainty avoidance, long-term / short-term orientation [2]. Hofstede's work in this area has generated a lot of debate with several views expressed, ranging from support to disagreement [1].

Horck has carried out extensive studies on the issue of culture within the maritime context. Most of his studies focus on multicultural diversity and its influence on communication, highlighting risk problems, such as a crew's low level of spoken English. According to Horck it's important to introduce a multi-cultural curriculum in the national maritime education to prevent the so-called «human factor» [3]. This term is often used interchangeably with human element and has been identified in recent reports and accidents.

A typical example of misunderstandings is the Trade Daring loading iron ore in Ponta da Maderia Brazil 1994. The ship broke in two pieces. Improper loading / unloading including the miscommunication between the port terminal manager and the chief officer, both not understanding each other when planning the cargo operation.

Recent example of problems related to the multi-cultural crew is capsizing of the vessel Costa Concordia. Press reports of the leaked investigation indicate communication issues due to language on the bridge between the Italian captain and Indonesian helmsman.

Another example was a certain vessel ended up aground not five minutes after exiting Falmouth dry dock. Whilst the damage was not great and the vessel managed to scrape herself off the mud to proceed on her way (after suitable inspection and a new Master), the event occurred simply due to the language and cultural barriers on board.

The very frustrated Chinese Captain was at the moment of the grounding, spitting hysterically into the mouthpiece of the bridge phone in Mandarin. He was obviously trying to educate the Nigerian Chief Engineer below, who was by then



shrivelled in fear underneath the console, that he needed an astern movement on the engine.

Religion also disrupts communication as it creates a specific image of people who follow other religions. People find it difficult to talk to people who follow different religions. Religious views influence how people think about others. It creates differences in opinions. For example, in Pakistan, the Christians speak up for their rights as the majority is of Islam and the Christians are discriminated. There is also a lack of communication between these religious groups.

There are other cultural barriers like frames of reference, political opinions, priorities of life, age, etc. Cross cultural communication is not only a barrier but also an opportunity for creativity, new perspectives, and openness to new ideas and unity in the world. So, to make communication effective, the causes of cultural communication barriers must be eliminated as much as possible.

These communication and cultural, religion issues on board are in some sense more problematic than other technic issues. That is why we conducted a survey with cadets in Kherson State Maritime Academy. The results of it were different. Cadets were asked «Do you want to work in a mixed crew and why?» and 98% of them answered that they wanted to work in a mixed crew. The rest preferred to work in the national crew because they didn't want to have lingual barrier to understand and follow orders on board the ship. Next question was «Why do they want to work in a mixed crew?». The reasons were also different: 65% said because of well-paid job, 25% because of the opportunity to communicate with other cultures and 10% said that because of practicing English. Another question was «What do you need to know when you work in a mixed crew» The majority (95%) said that the knowledge of English and the rest of students answered the main information about other countries. Next question was «What are the best qualities of seafarers for working in a mixed crew?» All students (100%) chose tolerance and communicability. The last question was: «Can you manage multicultural conflicts?» 50% of students said that they could manage multicultural conflicts by using English to communicate with conflicting parties.

In our opinion, cultural and communication misunderstandings can be avoided by recognizing communication styles, power structures, beliefs, and attitudes towards work and time, practicing multi-cultural conversations.

#### Reference:

1. Baskerville R. F. Hofstede never studied culture [Text] / R. F. Baskerville. — Accounting, Organizations and Society, 2003. — № 28 — p. 1—14.
2. Hofstede G. Cultures and organizations: Software of the mind. Interculture co-operation and its importance for survival [Text] / G. Hofstede. — London, UK: McGraw-Hill, 1997. — 324 p.
3. Horck J. An analysis of decision-making processes in multicultural maritime scenarios [Text] / J. Horck. — Maritime Policy and Management, 2004. — № 31 — p.15—29.

Heorhii Kazanskyi  
Student ORIPA NAPA  
under the President of Ukraine  
Supervisor: assis. prof., PhD Kuzmenko Y. O.

## **NEW INSIGHTS INTO DISCIPLINARY RESPONSIBILITY OF CIVIL SERVANTS IN UKRAINE**

The reform of the civil service in Ukraine is a very complex and continuous process. Its main objectives are the formation of a new apparatus of state employees, taking into account the European standards, and it provides for the improvement of legislation and implementation of institutional changes. One of the priority vectors of development of the national civil service reform is the legal status of public servants.

According to Art. 14 of the Law of Ukraine which has operated before 05.01.2016 «About public service» since 16.12.1993, the disciplinary responsibility is applied to the public servant for: 1) non-performance or inadequate performance of official duties; 2) excess of the powers; 3) violation of the restrictions connected with passing of public service; 4) violation of the rules of professional ethics; 5) other actions which discredit him as the public servant or are discredited authority in which he works.

In 3rd Part of Article 14 of the mentioned law, contains a provision that a public servant, in addition to the penalties provided for by the current labor legislation of Ukraine (reprimand, dismissal (Article 147 of the Labor Code of Ukraine)) such disciplinary influence can be used: 1) warning of incomplete office responsibility; 2) a delay till one year in assignment of the next rank or in appointment to the highest position [1, p. 2].

The new Law of Ukraine «About public service» from 12.10.2015, the detailed disciplinary offenses for which fulfillment is provided disciplinary responsibility (Art. 2, Art. 65), as well as in Article 66 is fixed exhaustive list of disciplinary actions. It should be noted that types of a disciplinary responsibility have suffered changes, and instead of the year of such collecting provided by the Law from 16.12.1993 as «a delay for one year in assignment of the next rank or in appointment to the highest position», new — «prevention» has appeared [2].

If we turn to the practice of the European Union states that, for example, in German law clearly provides the consequences of failure or improper performance of employees of their duties, as set out in the Charter of the federal disciplinary law. The public servant guilty of violation of the duties is considered such that has made office offense, and each violation of duties involves application of measures of responsibility.

Thus, in the case of minor violations, a public servant is charged by a fine. Among other disciplinary actions of impact on public employees in Germany are applied: reprimand, reduction of a salary, transfer to other position with a smaller monetary salary, dismissal from service, reduction of the size of provision of pensions, refusal in payment of provision of pensions, etc. [3, p. 52].

One of the examples of public servants' disciplinary responsibility we can see on the example of Spain, which is regulated by Title VII of «The main set of rules of public servants» from 12.04.2007 and the Law «About public service» from 07.02.1964. Thus, according to Art. 95 of the Law «The main set of rules of public servants» from 12.04.2007, all disciplinary offenses are divided into 3 groups: 1) very rude disciplinary offenses, which account for 17 offenses (for example, neglect to comply with the Constitution and the relevant statutes of the autonomous territories and the Spanish cities of Ceuta and Melilla, in the implementation of the civil service, etc.); 2) gross disciplinary offenses (determined by the legislature or by collective agreements); 3) minor disciplinary offenses (other violations of discipline and action for property damage, not mentioned in the above two groups of misconduct).

Among the applicable sanctions to civil servants, Article 96 of the Law «The main set of rules of public servants» from 12.04.2007, fixed as follows: 1) dismissal for a disciplinary offense; 2) dismissal without the right to occupy similar positions;

3) suspension of wage growth in the amount of up to 6 years; 4) forced transfer to another job with the change of place of residence or not; 5) imposition of a fine; 6) appeal to the court; 7) other sanctions which aren't provided by the legislation.

Summarizing mentioned information and comparative analysis in different European states, we can say that the main directions for reform of disciplinary responsibility of civil servants in Ukraine should be as follows:

1) it is necessary to broaden types of disciplinary punishments in the Law of Ukraine «About public service» from 12.10.2015, namely to consolidate such types of penalties in p.1 Art. 66 of this law as: a) reduction of a salary; b) transfer to other position with a smaller monetary salary.

2) to consolidate in the p. 2 of Art. 65 of the Law of Ukraine «About public service» classification of offenses, depending on severity and damage which is caused in a consequence of illegal actions of the public servant.

Thus, analyzing the international experience of disciplinary responsibility of public servants, according to the example of Germany and Spain, it should be noted that the grounds and types of disciplinary responsibility of public servants are systematized and clearly fixed in the legislation of these states.

#### References:

1. About public service: The law of Ukraine from 16.12.1993 [Electronic resource]. — Access mode : <http://zakon.rada.gov.ua>. — Title from screen.

2. About public service: The law of Ukraine from 12.10.2015 [Electronic resource]. — Access mode : <http://zakon.rada.gov.ua>. — Title from screen.

3. Lopushinsky I. Public service of Germany: experience for Ukraine [Text] / I. Lopushinsky // Public management : theory and practice. 2011. — № 4 (8). — P. 48—54.

Kirill Kopytov  
Student of National Research University  
«Higher School of Economics» (Moscow)  
Supervisor: senior teacher Kemarska T. G.

## **STRATEGIC FRAMEWORKS AND THEIR IMPACT ON THE FIRMS' PERFORMANCE**

Modern management is a broad scientific discipline, which is divided into a range of subtopics e. g.: human resources management, project and anti-crisis management etc. One of the most important categories is the strategic management, which covers the problems of firms' development, their general mission and goals. The strategy challenges arise both for venture companies and for big corporations, like Facebook, General Motors. An example of an important strategic restructuring is the recent merger of Google companies into one managing corporation called Alphabet.

Therefore, it is obvious that the proper management of organization's strategy is essential for its future success. It might be perceived that management (especially the strategic one) is more of a creative kind of work than a strict discipline with clear rules. However, there are a lot of strict frameworks and rules which formalize the work of all strategists.

### **Major frameworks overview**

As it has been previously stated there is a certain range of frameworks used in the work of a strategist. Some of them are considered as basic and therefore more grounded and conservative while others are being developed and updated every year. Further in the paper the most popular models and frameworks are mentioned and briefly discussed.

### **Conservative frameworks:**

1) SWOT analysis. This acronym stands for Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. This model helps to evaluate the current situation within the internal and external factors relative to a firm or market. The SWOT analysis is useful when someone needs to assess the position «as is» but this framework does not provide an opportunity to evaluate the target state of strategy («to be» position).

2) Porter's 5 forces. This model is the most popular when someone deals with industry assessment. It has five main areas of investigation: Threat of a new entry, Bargain power of buyers, Threat of substitutes, Bargaining power of sellers and the Intensity of rivalry. This model is based on the fundamental ideas of economic theory and competition analysis. However, while being useful for an industry analysis the Porter's 5 forces framework poorly works for the evaluation of a single firm's performance.

3) BCG matrix. The matrix was developed by the founder of BCG (Boston Consulting Group) — one of the best global management consulting firm. This strategic tool is an instrument for the assessment of a firm's relative position on the market in terms of the firm's market share and the demand on its goods. There are four basic categories of organizations within this model:

1. Cash cows — firms with high market share in a slow-growing industry;
2. Dogs — firms with low market share in a slow-growing industry;
3. Problem children — usually these are growing firms (with low market share) in a high-growing market;
4. Stars — the «best» corporations in a current state of economy, those operating in a high-growing market with high market share.

**Modern frameworks:**

1) McKinsey 7 S. This framework was developed by McKinsey — the top management consulting firm, and it is designed to deeply evaluate the performance of a single corporation. There are 7 elements in this framework that are analysed:

1. Strategy: the plan devised to maintain and build competitive advantage over the competition;
2. Structure: the way the organization is structured and who reports to whom;
3. Systems: the daily activities and procedures that staff members are engaged in to get the job done;
4. Shared Values (called «superordinate goals» when the model was first developed): these are the core values of the company that are evidenced in the corporate culture and the general work ethics;
5. Style: the style of leadership adopted;
6. Staff: the employees and their general capabilities;
7. Skills: the actual skills and competencies of the employees working for the company.

The advantages of this model is that it provides a comprehensive understanding of the firm's performance. However, some factors of the framework (like «Style») are hard to assess which imposes certain bias on the results.

2) 3C's. As well as in other models described in this paper the «3 C's» framework evaluates a limited number of factors: Customers, Competitors, Company. The analysis covers both internal (Company) and external (Customers and Competitors) factors which makes it a unique tool for basic assessment. Later this framework was updated with more factors.

The models described in this research are basic as some of them were designed 40 years ago. However, still all of them are up-to-date and used in the real practice. They are not formalized in any legal document but they are described in a large variety of books on strategic thinking and management. Therefore, the knowledge of these models is essential for everyone working in the management sphere.

**References:**

1. Rassiell E. The McKinsey Way [Text] / E. Rassiell. — McGraw-Hill Education, 1999.
2. Cosentino M. Case in Point: Complete Case Interview Preparation (8<sup>th</sup> edition) [Text] / M. Cosentino. — Burgee Press, 2013.
3. Bellman G. The Consultant's Calling; Bringing Who You Are to What You Do [Text] / G. Bellman. — Jossey-Bass, 2001.

L. Kotyk  
Student DRIPA NAPA  
under the President of Ukraine  
Supervisor: Pavlenko L.

## **PUBLIC SERVANTS PROFESSIONAL COMPETENCE FORMATION**

The main social meaningful result of self-actualization of a person is acquisition of competence as a specific ability that allows solving efficiently the common problems, which are in real situations of daily life, industrial and social activities.

The lack of a clear definition of the concepts of «competence», «professional competence» causes uncertainty in approaches to formation of professional competence of civil servants.

The term «professional competence» is the subject of special comprehensive research in various branches of national and foreign science and regarded as intellectually and personal experience caused by socio-professional human life that is based on knowledge; integration characteristic of the person and reflects the willingness and ability of a person to solve effectively the problems that appear; ability to perform professional duties.

Professional competence expects the existence of self-actualization of a person (in this case — professional), defined by profession (or position) knowledge, including the narrow specialized knowledge, specific ways of thinking and skills, understanding of the extent of responsibility for the results of actions. Competence during measurement is divided into the levels of formation. The higher levels of competence include a specialist with high level of initiative, organizational skills to effectively organize joint problem-solving, abilities to assess the consequences of actions in professional and social spheres. The level of professional competence, mainly affects the formation of professionalism, but professionalism is under the influence of other components of the professional structure of the personality.

The nature of professional competence is such that optimum results in solving professional (or official) tasks (activity, operational aspect of professional competence) are achievable only under conditions of a deep personal interest of the person.

Today, the concept of self-actualization [1] is the concept of human development and society, which is based on the idea of maximum possible reliance on self-development and self-organization. The concept expects the most effective use by people of all their powers, abilities and aptitudes, skills and other resources in their own individual unique situation to achieve external and internal synergy. However, the formation of such self-actualized candidate for the post, an employee of the system of public administration without an active influence on the professional environment and the environment in general is considered by the author of the article as sufficiently problematic process.

The investigations fix that professional competence is important but it is not the only criterion for professional assessment of employees in any professional field. Employee evaluation factors are divided into two large groups: the principal factors and the factors that are well worth considering. The principal ones are called factors, without which it is impossible to decrypt the content of the evaluation criterion. Factors that are taken into account, complement, help deeper to uncover the content of evaluation and a person who is assessed from the point of the professional aspect view [3, p. 109].

The interaction between self-actualization, professional competence, professional skills and professionalism in the process of professional development of the personnel management, peculiarities that ensure the decision-making in management can provide comprehensive professional evaluation to form professional competence of a public servant.

The introductive, value-based aspect of the formation of professional competence has still been avoided unfairly by researchers, who bring its content only to knowledge, abilities and skills, and the list of additional professional qualities.

To meet the needs for self-actualization we should give opportunities for personal (self-) training. The in-service training or advanced training should not simply increase the level of competence, but also provide possibilities for personal development and a full disclosure of potential; attract employees to more challenging and important work; encourage and develop the creative abilities of subordinates.

Professional competence is important but not the only criterion (factor) in the professional assessment of employees in any professional field. In addition to it we have professionalism and experience, which are also subjects to assessment. The most suitable for practical use in public administration are approaches that treat competence as the ability of a person to integrate knowledge, skills, and ways to use them in terms of the requirements of the changing external environment [2]. Competences must take into account the management functions and their strategic nature.

#### References:

1. Самоактуализация специалиста, менеджера в профессиональной деятельности: проблемы и возможности [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://psychologiya.com.ua/populyarnaya-psixologiya/1625-vaxromov-ee-samoaktualizacziya-speczialista-menedzhera-v-professionalnoj-deyatelnosti-problemy-i-vozmozhnosti.html>. — Заглавие с экрана.

2. Профессиональное развитие субъекта деятельности [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://librar.org.ua/sections\\_load.php?s=sociology\\_demography&id=281](http://librar.org.ua/sections_load.php?s=sociology_demography&id=281). — Заглавие с экрана.

3. Управление персоналом. Кадровый аспект [Текст]: учебное пособие / В. М. Баутин, В. И. Задоркин, Н. Н. Пилипенко, В. Ф. Скляров / под общ. ред. В. Ф. Склярова. — М. : Московский гос. социальный ун-т , 1995. — 199 с.

Kateryna Marchenko  
ORIPA NAPA  
the Office under the President of Ukraine  
Supervisor: assis. prof. Kuzmenko Y. O.

## **STATE INFORMATION POLICY IN UKRAINE: THE PROBLEMS OF INFORMATION LEGISLATION IN UKRAINE**

The current national information space as the scope of information exchanges must consist of an extensive system of structures that enable the creation of new information, saving and protection of available information and the organization its' using through a network of means of communication in the country and abroad for providing information interests and needs of the citizens and finally the information security. According to the mentioned above, the state should fully defend its national information space and ensure its development and use for the benefit of its own society and citizens. That is why developed countries considers developing of their own information environment as the basis of their socio-economic, political and cultural development and implements targeted state information policy taking into account the rapid changes and trends in the global information space.

Regarding the implementation of the national information policy in Ukraine as a set of areas of the state's activity in the information sphere, the analysis of the current situation shows that the information sphere generally is still lacking a coherent system of regulation. Analysis of the legal framework of Ukraine shows that there are a number of existing legislative and other normative acts aimed at regulation, protection and development of the national information space in our country. The national information policy shall be worked out and implemented by bodies of state power of general competence and by those of special competence [2].

However, at the same time, a number of laws has been adopted in Ukraine and normative acts that regulates activities in the information sphere in the appointed area. The main important problem of national legal policy in the information sphere is not definite system, particularly in view of the fact that the legislation is often adopted to solve tactical problems, with out strategic guidelines and objective conditions. Besides, some information relations regulated bylaw, and sometimes by departmental normative acts.

Consequently, a significant number of questions of information sphere functioning in Ukraine still remains insufficiently regulated at the legislative level. This concerns both infrastructure problems and media activities, information and analytical agencies etc.

Particularly the problems in creation, spreading and use of information require their solutions such as:

- formation of the legal conditions to ensure pluralism, transparency and impartiality of the media;
- activity rationing of spreading information via the Internet;
- improving of intellectual property protection in the conditions of spreading Internet technology;



- improving the legal requirements to comply with professional ethical standards of journalists;
- consistency of terminology in information law;
- for the purpose of rationing of spreading information via the Internet, adding to the legal field of activity of new media, the Internet and other electronic media, giving them the appropriate legal status, to develop and adopt a separate law «On Mass Media in the Internet», in accordance with international principles and standards, in which, in particular, provide for: determination of the legal status and principles of activity of online media as a new, non-traditional media; determination of rights and responsibilities of domestic and foreign subjects of information relations in the national segment of the Internet; to avoid censorship of online media, etc. [2, p. 274];
- for improving of the legal requirements to comply with journalists, professional and ethical standards, as well as to provide information rights of citizens and society to receive full and objective information, to develop and to make changes in the current legislation of Ukraine, aimed at increasing the responsibility of journalists in carrying out their professional duties.

The next stage of improving the Ukrainian information legislation has to be its systematization and codification with the help of the development and adoption, for example, the Information Code of Ukraine, which clearly defines the entities, it will take into account the rights and legitimate interests to the limit, provide unified approaches and principles to regulate relations in the information space.

Taking into account the social sensitivity of issues related to the improvement of Ukrainian information legislation (especially on the activities of the Media), it is proposed to establish a working group representatives of interested government instantiations, the Committee of Verkhovna Rada on Freedom of expression and information, the Media and their professional associations, human rights defenders and lawyers for preparation of proposals to the aforementioned project legislation and the Information Code of Ukraine. Institutionally such working group could be formed by the Coordination Council on Development of Civil Society [1].

So improvement of legal maintenance of state information policy involves the formation of the legal framework aimed at regulating relations in the information society, ensuring the equality of all participants of information communication and control over compliance with legislation in this area.

#### References:

1. Problems of Ukrainian information legislation in the development, dissemination and use of information and solutions.» Policy Brief: National Institute for Strategic Studies under the President of Ukraine [Electronic resource]. — Access: <http://www.niss.gov.ua/articles/1189/>.

2. Pazyuk A.V. International information law: theory and practice. Monograph / Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of International Relations.— Dnipropetrovsk, 2015. — 447 p.

V. Mashtieieva  
Student of the Donetsk National University  
(Vinnitsa)  
Supervisor: PhD, Assoc. Prof. Gurova V.

## **PERSONNEL OUTSTAFFING LIKE A METHOD OF BUSINESS PRESERVATION IN CRISIS CONDITIONS**

Conditions of doing business in Ukraine change every day. And the one that adapts to the changing situation in the fastest and the most efficient way will be today's leader. Probability of the world crisis, international sanctions and currency rate instability all make national businessmen search for new ways to optimize the work of a company. Personnel outstaffing is one of the most up-to-date methods of countering different negative phenomena in the business sphere. This is HR technology which is still little known in Ukraine; it helps to considerably decrease expenses of the organization, the load on the payroll, accountancy office and HR department, and reduce the tax burden.

Outstaffing means an employment into the staff of already existing and working Clients' personnel which can not be represented in his own staff by any reasons, with subsequent secondment of such employees to the Client. The employees continue working at the previous working place and fulfill the same tasks, but the rights and obligations of the employer are being legally moved to Job-Consulting Ltd., which concludes labor agreements, keeps documents, pays charges to the funds in accordance with the current legislation, etc. It is a procedure when employees are officially itemized as Job-Consulting Ltd.'s employees, and work for a Client under service provision agreement. The essence of the outstaffing service is simple: some of the employees are documented as employees of another organization (outstaffing provider company). However, all the employees continue to work in their places and perform their duties in full [1, p. 206].

### **Advantages of Outstaffing**

The use of outstaffing is an incredibly profitable and a more and more widely used practice. What are the exact advantages of outstaffing?

- Optimization of the number of employees: the company officially employs as many people as it needs.

- Reduction in tax payments: you don't pay any more excessive deductions, and you can change the form of reporting.

- Reduced load on the accountancy office and HR Department: fewer employees means less paper work, reports, routine duties and bureaucracy.

- Reduction in financial expenses: salary, leave allowance, sick pay, insurance and other payments are now provided by the outstaffing agency.

And these are not the only advantages of the outstaffing. The head of each company is sure to find its advantages here, based on the peculiarities of conducting business in a particular sphere [3, p. 1].

### **Who Will Benefit?**

There are types and areas of business where outstaffing brings special profit and is used more often:

1. Organizations that use the simplified taxation system (STS). According to the law, the number of employees in such company should not exceed 100 persons (30 in some areas). Staff expansion involves considerable costs, and outstaffing helps to resolve this problem.

2. Organizations that employ foreign citizens. Ukrainian laws have a lot of trouble for those that use foreign workforce. And responsibility for errors in this sphere is very high. Outstaffing of foreign citizens will help avoid unnecessary risks and simplify work in these situations. The providing company (outstaffing agency) will undertake all the responsibilities related to salary documentation and payment, and you will receive a qualified employee.

3. Representative offices of foreign companies. Foreign businessmen that open their subsidiaries in Ukraine often do not quite understand the reality of national legislation. That is why outstaffing in Ukraine is an ideal solution for those that are not acquainted with the details of bookkeeping and HR records management [2, p. 32].

Who provides the outstaffing services?

In Ukraine, it is special agencies and large HR companies that provide outstaffing services. These are organizations that provide this service on a professional basis and have mastered the procedure of outstaffing to the minutest detail. Here it will be possible for you to use outstaffing for the required number of employees quickly, reliably and in a legally correct way.

Kiev is the most developed city in Ukraine in terms of outstaffing. However, there are now large players on HR market that can offer this service in practically any city of the country. Thus, outstaffing is becoming a more and more demanded service not only among large companies in the capital but also among small regional companies that wish to optimize their expenses.

So, outstaffing is a way of personnel management, involving the provision of services in the form of making available to customers a certain number of workers not to join with him in any legal relationship (civil legal, labor) directly, but on behalf of the artist rendering certain services (works) at the customer's location.

## References

1. Social Media for the Executive: EGPA Yearbook / Ed. by H.V. Hassel; editors: G. Jenei, M. Hogye. — Budapest : EGPA; CPAS, 2010. — III, 449 p.

2. State Management of Transitional Societies under Globalization : Proceedings of the International Round Table Sitting / B. Hubskiy, O. Onyschenko, F. Rudych, V. Luhoviy, V. Kniaziev et al.; Foundation for Intellectual Cooperation, The Akademy of State Management under the President of Ukraine. — K. : Ukrainian Propylaeum Publishers, 2009. — 32 p.

3. Schumpeter Business and management [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.economist.com/blogs/schumpeter/php>. — Title from screen.

Inna Mernenko  
Student Petro Mohyla  
Black Sea State University  
Supervisor: Koval A. V.

## **THE STATE OF DEVELOPMENT OF SEX TOURISM IN THE MODERN WORLD**

Nowadays tourism is a versatile phenomenon that combines economic, social and cultural aspects. It has unfailing potential for permanent progress. Tourism closely combined with many trades that determine its leading role in the socio-economic life of the countries and nations [1, p. 315]. According to the statements of the leading specialists in this field, tourism is an effective means of the formation of market mechanism, budget receipts. It is a form of rational use of free time, carrying out meaningful leisure, studying the history of native land, attraction of wide sections of the population to get to know about historical and cultural heritage [2, p. 106-107].

Tourism has become an extremely rapid development in the XX — the beginning of XXI century. The number of inhabitants of the planet who traveled increased from 25 to 700 million people only in the second half of the last century. UN, UNESCO and WTO recognize that XXI century is a period of tourism. In reference to Ukraine, from one year to the next it becomes more attractive to visit and travel the country in its historical and cultural potential [3, p. 106-107].

This article focuses on the negative side of the phenomenon such as tourism, namely one of its varieties is sex tourism. Sex attracts everyone, and in some countries it is so focused on the given themes, that is perhaps the main way to attract tourists. At the official level it isn't discussed, but everybody knows that. This type of tourism actually attracts people of different age groups and of both sexes.

Sex tourism has a huge geography and its specificity on some continents and countries. A favorite place of women is traditionally the Caribbean, but it is the same Cuba - a real tasty (and expensive) piece for the male population. Thailand with such renowned cities like Pattaya and Bangkok, is often called the Mecca of sex tourism [3, p. 200].

For pleasure, you don't need to walk far — European capitals can gladly offer their night liberties such as known for their free views from Amsterdam, Prague to Madrid. For most of men, sex tourism is a great opportunity to brighten up the gray everyday work or compensate for disadvantages of bachelor life. What many people still consider as shameful, in fact, already is a huge industry - prostitution is in the most countries simply legalized and gives love priestess material profit and their customers — an increase in sexual terms. Nowadays, some countries are known not only for their colorful landscapes, where sex tourism is possible, and the regions where most tourists come with the pleasure.

For someone it may be unusual, but during the trips abroad women often must pay for sex, but there are enough places where pleasure can be found quite free. The main center of female sex tourism is the Mediterranean und the Caribbean, where the locals are famous for their fiery temperament. Often, by the way, payment for sex

from a woman means visiting bars and restaurants where men just would not pay. Closest destinations ladies' sex tourism are considered to Turkey and Egypt [5].

The most striking example of sex tourism is the Czech Republic. Despite the fact that this country is famous for its culture, sex tourism is still the most profitable area of the shadow economy. Sex tourism is developing in the Czech Republic. But there are the best sex clubs as the most affordable women, according to tourists, in Prague, where a variety of festivals and erotic shows are held; sex entertainment is being looked here by not only visitors, but for the most Czechs, among the favorite entertainment are corporate events in brothels.

Sex tourism has become so popular that companies which organize professional tours and pick up anywhere at any price appear. This business is really developing very well. For example, one of the tour companies offers specially for women Egyptian sex paradise (Egypt is the only country where there is no law about male prostitution), five-star, all-inclusive, including personal pager that accompanies wife day and night. The boy is chosen by a catalog, paid armor, and the client can collect the suitcases [4].

Conclusions. Tourism is a multifaceted phenomenon that combines economic, social, cultural and economic aspects, it has inexhaustible potential for continued progress and closely matches with many sectors of the economy, which makes it a leading position in social life of many countries.

As follows, analyzing the male and female sex tourism in the modern world there is no doubt that prostitution finds new ways to develop and destroy the moral values of modern humans only to promote this business. It should be noted that sex tourism has significant shortcomings, most dangerous of them — the possibility of infection «venereal» diseases and even AIDS. In countries such as India, Thailand, Cuba, Brazil, Turkey, Greece and many others repeatedly recorded outbreaks of diseases, sexually transmitted diseases, and so going on a sex trip should be attentive, responsible and careful consequences. Talking about the ban of this area is without meaning, because modern technology of human needs is gaining huge scale, and finds more fans willing to pay heavily for extreme pleasure, but also because the tourist sex impresses with its scale in the taps, where this type of activity is forbidden and punishable by the law.

#### List of references:

1. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму [Текст] / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. — К. : Слово, 2006. — 372 с.
2. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні [Текст] : Навч. посіб. / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорово. — К. : Вища шк., 2002. — 195 с.
3. Деньги на ночь: секс-туризм и его география [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://traveltr.ru/seks-turizm>. — Заглавие с экрана.
4. Секс-туризм [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://tourlib.net/statti\\_tourism/sex-tourism.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/sex-tourism.htm). — Заглавие с экрана.

Elizaveta Piskun  
Student  
Kherson National Technical University  
Supervisor: Kolisnichenko N. N.

## **PERSONNEL MANAGEMENT AND LABOUR RELATIONS: HOW TO ACHIEVE MANAGEMENT OBJECTIVES**

The key element of any managing system in any organization is a personnel. Numerous publications and practice testify that efficient personnel management is regarded as crucial in creating, shaping and driving high-performing organisations [2, p. 23]. Good organizational structure alone does not guarantee an enhanced performance and increased productivity. For a well-managed personnel it is a critical factor in the attainment of organizational goals.

Personnel management can be defined as obtaining, using and maintaining a satisfied workforce. A significant part of management is concerned with employees at work and with their relationship within the organization. Personnel Management is planning, organizing, directing, and controlling of the procurement, development, compensation, integration, maintenance, and separation of human resource to the end so individual, organizational and social objectives are accomplished.

The factors for the increasing interest in personnel management practices can be defined as [1] : improving the management of people or utilizing human resources better as a means of achieving competitive advantage; the traditional role of personnel managers has failed to exploit the potential benefits of effective management of people; the emergence of better educated workers, changes in technology and the need for more flexible jobs have, in turn, created the need to incorporate personnel management into central management policy; commitment and motivation (which belong to the area of organizational behaviour, and place emphasis on management strategy) provided an opportunity to link personnel management with organizational behaviour and management strategy.

The central concern in considering the relationship between personnel management and labour relations is: in what way does personnel management make a challenge to labour relations. Considering the issue, it is necessary to identify the goals of personnel management and labour relations.

The goal of personnel management has been described as a staff function of management aimed at assisting managers of other departments to apply the primary production factor, that is a labour, as efficiently and effectively as possible. The basic goals of labour relations include the following:

- the efficient production of goods and services,
- determination of adequate terms and conditions of employment;
- the establishment of mechanisms for communication, consultation and cooperation in order to resolve workplace issues at enterprise and industry level [4];
- avoidance and settlement of disputes and differences between employers, employees and their representatives where it is possible through negotiation and dispute settlement mechanisms;

- provide of social protection where needed (e.g. in the areas of social security, safety and health, child labour, etc.);
- establishment of stable and harmonious relations between employers and employees and their organizations, and between them and the state.

Today personnel management is substituted with human resources management (HRM). Personnel management is commonly viewed as having an operational focus, emphasizing technical skills and day-to-day functions such as recruitment and selection, training, salary administration, and employee relations. «Personnel» was a detached and neutral approach to staff. By contrast, HRM was often portrayed as being proactive — looking at people in economic terms. HRM was seen to be strategic, tying people management to business objectives. It was an attempt to manage people — not necessarily employees — in the long-term interests of the business.

On the whole HRM is more about labour relations. HRM approach [3, p. 21] : offers a broader range of solutions for complex organizational problems; it ensures that people at an organization are considered as well as its financial and technological resources; it is about avoiding problems in labour relations between people.

The development of personnel is focused on achieving specific business outcomes and levels of performance. High levels of training and continuous development are regarded as fundamental to success, and tacit skills and institutional knowledge are perceived as relatively more important than technical skills. Personnel of an organisation should train all the time as part of their normal work and are be encouraged to innovate and improve labour relations and performance (individual, team and organisational).

The importance of personnel (Human Resources) in the attainment of organizational objectives cannot be over emphasized. Having established the importance of personnel, it is necessary to stress that in public organizations (public authorities — administrations, services, agencies, councils etc.), the role of personnel in the attainment of goals becomes all the more significant.

## References

1. Guest D. Human Resource Management And Industrial Relations [Text] / David Guest // Journal of Management Studies. — 1987. — Vol.24. — P. 503—505
2. Henderson I. Human Resource Management for MBA Students [Text] / Iain Henderson. — 2nd Edition. — CIPD, 2011 — 280 p.
3. Price A. Human recourse management in a business context [Text] / A. Price. — 3d edition. — Thomson Learning, 2007. — 672 p.
4. Silva S. R. Human resource management, industrial relations and achieving management objectives // International labour organisation act/emp publications — [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.ilo.org/public/english/dialogue/actemp/downloads/publications/srshrm.pdf> f. — Title from screen.

Ludmila Ratko  
Student ORIPA NAPA  
the Office of the President of Ukraine  
Supervisor: assis. prof., PhD Kuzmenko Y. O.

## **FOREIGN EXPERIENCE IN IMPLEMENTING ADMINISTRATIVE AND TERRITORIAL REFORM IN CONDITIONS OF POWER DECENTRALIZATION**

It is known that without improving the territorial organization of the state it is impossible to build a fundamentally new system of public administration. The process of power decentralization was accompanied by a territorial reform, which was designed to increase the municipal territory units in most European countries. Domestic scientists mostly drew their attention to the relevance of the administrative-territorial reform, so many aspects of the issue mentioned in scientific works of V. Averyanov, V. Alexeev, I. Koliushko, V. Kuybida, N. Nyzhnyk, L. Prokopenko.

The main objective of our research is to introduce foreign experience of administrative and territorial reform towards of power decentralization in Ukraine in order to avoid mistakes with its implementation in our country. After analyzing the scientific literature of this issue, we can consider that the success of the administrative-territorial reform depends on two factors: the application is inadmissible single quantitative criterion to residents of communities subject to merger and the reform can be successful, if the conditions of a voluntary association of communities will be led by local authorities.

For example, in France, the territorial reform was coercive in nature and was aimed at merging the communes (municipalities). The idea of a forced merger transformed into cooperation of local communities. In order to address issues of financial support and performance of the functions of local government, a large commune started to cooperate with a small commune then they were united into one more powerful and financially capable one. At the stage of cooperation communes there were common problems for which communes as entities created syndicates [2, p. 251].

Quite a wide range of differences is between the minimum and maximum number of citizens in the new unions in one state. In some countries, small territorial associations created because of self-giving them the status of municipalities. For example, in Spain the basic principles of organization of local government is enshrined in the Constitution the principle of autonomy, under which all territorial units that make up a system of state-territorial structure of the country is municipalities (communities), provinces and autonomous territories have autonomy in deciding their cases. In general, in Spain there are 17 autonomous areas (5 areas and 12 regions), including 50 provinces and more than eight thousand municipalities and two cities (Ceuta and Melilla) located in Africa [1, p. 24-25].

Thus, in Sweden the municipalities were cooperated together and were united around cities, taking into account the degree of development areas between settlements. In Denmark for determining municipal boundaries a special study was



conducted and as a result, the map of relationships between some areas was created. It is also conducted a detailed analysis of «economies of scale» in order to optimize the provision of various types of social services. Legislation has been changed on the basis of processing of collected information and the proposals to create districts were submitted that this issue was discussed in the municipalities and the central government approved only after agreeing decisions to those who had to unite.

The current system of public administration in Poland based on its territorial structure, which has three main types of units: gmina, counties and provinces. This three-level territorial structure is the result entered into force 1 January 1999 decentralization reform of public authority. The first link is the territorial division of Poland communes. In Poland 2 of 554. The second link is the territorial division of Poland county. In Poland 308 counties and 65 cities with the county status. The third level is the territorial division of Poland province, which is the largest subdivision and a basis for regional governments. The structure of the provinces is a different number of districts are 11 to 38 and communes are from 71 to 325 [3, p. 37-39].

Take into account the experience of other countries we can confirm that even in successful politically, economically, socially countries as France, Poland in the process of power decentralization had big problems. In a deep political, economic and social crisis, this factor should be taken into account in advance to prevent possible negative consequences of decentralization. This plan should ensure consistency in the implementation of this process; in particular, the authorities must ensure the ability of people take part in the management of socio-political and socio-economic processes in the country. The state must contribute to strengthening in local government institutions and their performance in order to ensure in their self-functions at the level of district and region, to ensure the effectiveness of the service in local government. Increasing wages for employees of local-self government and their educational and competent level, increase budget funding and improve the mechanism of transfer of financial resources of the state to the level of local communities and others.

## References

1. Бориславська О. М. Децентралізація публічної влади: досвід європейських країн та перспективи України [Текст] / О. М. Бориславська, І. Б. Заверуха, А. М. Школик. — 209 с.
2. Бакирова Н. И. Сравнительная политика. Основные политические системы современного мира / В. С. Бакирова, Н. И. Сазонова. — Харьков : ХНУ им. В.Н. Каразина, 2005. — 592 с.
3. Бориславська О. Децентралізація публічної влади: досвід європейських країн та перспективи України [Текст] / Бориславська О., Заверуха І., Захарченко Е. — К. : Софія, 2012. — 128 с.

Alona Samoilenko  
Student ORIPA NAPA  
under the President of Ukraine  
Supervisor: Kolisnichenko N. N.

## **THE MODEL OF SOCIAL PARTNERSHIP IN FOREIGN COUNTRIES**

The development of market relations in our country inevitably requires the development of social partnership. This issue is especially acute on the background of Ukraine's integration into the EU, as many European countries have been living according to the principles of social partnership. In connection with the development of integration with the EU and by the desire to occupy a significant place on the world market it is very important to consider social partnership as a condition and objective of the development of various spheres of public life, as a factor of social integration of society as a whole. It is therefore important to analyze those models of social partnership that exist in the world.

A modern system of social partnership in the leading countries was finally formed in 60-70 years of the twentieth century [2].

An important factor of formation of system of social partnership emerged and the evolution of the role of the state in the conditions of strengthening of concentration of production, complication of economic relations, the worsening of social problems took place. The state, as a social institution, has increasingly started to intervene in the regulation of economic and social relations. The development of social legislation in many countries of Western Europe and the USA has been under the pressure from leftists and trade unions.

The countries have different models of social partnership according to the socio-economic and national characteristics. They differ in the mechanism of legal regulation of the contractual process, the peculiarities of the relations between the social partners, the level of democratization of the production of life, political orientations, social and labor relations and other grounds. The mechanism of legal regulation of contractual process in the world has developed three main models of social partnership [3, c. 236].

The models of social partnership in various countries differ in: the institutional mechanism, the norms and rules regulating social labor relations, the degree of centralization of the procedure of state participation in the social dialogue. However, common to all is that the majority of issues that arise in social and labor issues are resolved at the basic level. According to the research provided by the Organization for economic cooperation and development there is no preference to any of the models, because each of them has its strengths and weaknesses. There is no model that would unquestionably guarantee low inflation, the competitiveness of businesses, low unemployment, high social security and harmony in the society. Studies indicate that labor relations should be flexible to adapt quickly to necessary changes [1].

In those countries where the role of the state in regulating labour relations is small (USA, Canada, UK), the social partnership is provided through bilateral

cooperation between employers and organizations of employees. The state in this social model acts only as an arbitrator or a mediator in social conflicts. Today, the most developed system of social partnership, tripartism exists in European countries such as Germany, Sweden, Austria. For their systems active participation of three parties in the settlement of social-labor relations is equal, it represents the interests of employees, employers and the state.

In the context of political ideology the models of social partnership are divided into conservative, social democratic and democratic.

The functioning of the conservative model (USA, Japan) to a greater extent based on the common sense of justice and good faith of the parties, and less on legislative regulation. Analysis of current management strategy convinces in activation of the human factor, which is considered not only as a participant in production, but also as a subject at all stages of social and labor relations.

A democratic model of social partnership (Germany, Austria) is characterized by the presence of bodies of social partnership at all levels. These bodies deal mainly with preventive work, that does not allow to bring the conflict to severe exacerbations. One of the features of Austria and Germany is the centralization of trade unions. The achievement of this system is the high stability of the negotiation process.

The social democratic model of social partnership is responsible for the so-called «Swedish model». This system is based on the interaction and respective roles of the state, entrepreneurs and trade unions. Moreover, unlike the conservative model, the state is the instrument by which not only the stability of the economic system is ensured, but also its development and improvement, based on market economy and private enterprise.

The problem of social partnership system development is in the choice of its model, which should take into account the national specificities of the country, as well as the experience of developed countries.

#### List of references:

1. Modern state of social partnership in Ukraine // Scientific conference proceedings [Electronic resource]. — Access mode: <http://intkonf.org/> — Title from the screen.

2. Strepera I. A. The Experience of European countries in the development of social partnership / I. A. Strepera, G. A. Smokvina // Economy: reality time. The scientific journal. — 2013. — № 4 (9). — P. 189—194. — [Electronic resource] — Access mode: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2013/n4.html>. — Title from the screen.

3. Volynets U. A. The Development of social partnership in Ukraine [Text] / U. A. Volynets // Scientific Bulletin of Uzhgorod University. — 2014. — Vol. 2. — S. 235—238.

Anna Shmyhol  
listener, ORIPA NAPA  
under the President of Ukraine  
Supervisor: Kemarska T. G.

## **STATE REGULATION OF THE QUALITY OF THE EDUCATION MARKET IN TERMS OF DECENTRALIZATION IN UKRAINE**

Education has always been a foundation and guarantee of the progress of any society as a whole and each person in particular.

Ukraine's entry into the world of innovation and modernization processes in education reveals the presence of significant contradictions between the needs of the real time and the introduction of new approaches to the educational institutions management. The present decentralization in the education management must lead to complex changes in the relations between the state and society, government and consumers of education services, the country's executive branch and local governments. First of all it is considered necessary to pay great attention to the appointment of the heads of the educational sector, those who really care about the future of all citizens of Ukraine but not their own interests.

Regional characteristics and interests of local communities, social strata should be taken into account when choosing paramount management models.

According to the Strategy for Sustainable Development «Ukraine—2020» approved by the Decree of the President of Ukraine from 01.12.2015 № 5/2015 [1] there is an urgent need for improving coverage of children in preschool education and raising the quality of primary, secondary and higher education, restoration of the vocational education in accordance with European standards; special attention should be paid to the quality of research activities at universities to promote the education of people with special needs.

The analysis of the situation at the education market in Ukraine makes it expedient to distinguish the following problems in the education management:

1. political engagement of the heads of ministries, departments (offices), district administrations hinders the development and consistent implementation of the innovation national education policy, increases uncontrollability of educational reforms;

2. the duplication of the functions of the executive authorities and government agencies dealing with education issues that often ignore the principle of decentralization in public administration;

3. the labor market does not meet the employment needs so a large number of specialists with higher education are unemployed;

4. the departments of Education and Science of oblast and city administration tend to underestimate the independent external evaluation of school-leavers knowledge.

We think that decentralization is one of the good instruments for the education development as well. The decentralization of education management in Ukraine

should be based on consideration of regional characteristics, interests of territorial communities, social strata when choosing management models, reform of educational content, methods of organization and financial supply. The next steps of such transformations wouldn't be possible without the analysis of government decentralization process in Ukraine and its impact on the education system.

In our opinion the way to achieve the objectives is the scientific study of the new system of education, the development of innovative models of education management mechanisms at all levels: national, regional, municipal.

Thus, we propose:

1. the appointment of the heads of the Ministry's departments (offices), district administrations with the use of a «lie detector» to prevent corruption;

2. to reform the executive branches and state educational institutions, to evaluate their functions in accordance with the principals of decentralization in public administration;

3. to debar the education of authorities from subject training and testing, so that impartiality is achieved in determining the quality of school-leavers knowledge on the one hand, and obtaining specific results on the other hand.

We consider that the above measures will:

1. promote the solving of complex important labor market issues, namely: eliminate the imbalance between supply and demand for labor resources, update the knowledge in accordance with the latest international trends and the needs of the real economy;

2. solve urgent education problems due to the redistribution of functions and powers between the central authorities and local governments;

3. prevent corruption in higher management positions in education.

To sum up the decentralization process has to envisage implementation of general as well as detailed functions, all the stages of the process of developing and realization of management decisions, that's why it is necessary to work out new principles for education management structures with clear differentiation of the managerial responsibilities.

#### Literature:

1. Про Стратегію сталого розвитку «Україна — 2020» Указ Президента [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>. — Назва з екрану.

2. Децентралізація та регіоналізація освіти : проект // Трансформація Української освіти в контексті Європейської інтеграції [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://v.icps/kiiev.ua/files/artikles/34/89/transformation\\_ukr](http://v.icps/kiiev.ua/files/artikles/34/89/transformation_ukr). — Назва з екрану.

3. Науково-теоретичні основи державного регулювання вищої освіти [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-2/doc/1/11.pdf>. — Назва з екрану.

Julia Vandysheva  
Student Petro Mohyla  
Black Sea State University  
Supervisor: Koval A. V.

## **SCHOOL ACTIVITIES OF COMMUNICATIVE DEVIATIONS YOUTH OVERCOMING**

Communication is an essential element of people interaction. It helps to open up, to realize themselves and achieve some success, both at the professional and the interpersonal levels. However, the technological development of the XXI century is rapid. People often forget about this «point» of their existence, they are immersed into the virtual world assigning their development, considering individuality the secondary task, and creating new barriers in communicating each other. Thus main values and priorities are disregarded and new stereotypes are formed that hinder existing one and develop «a new man» of the modern times. All these events are caused by emergence of the phenomenon of communication deviation. They can be attributed to a deviant behavior, resulting in a peculiar position of individuals regarding themselves and others. The main displaying of this type of a deviant behavior according to the opinion of scientists are: degradation of values, feelings of loneliness, indifference to oneself and others, excessive irritability, low self-esteem, rejection of a collective, narcissistic behavior autism, hyper-communicativeness and others. It is awful but it is widely spread among young people (those aged 14 to 35 years) and they suffer most of all from such «a novelty», because perceives all that happens as right and true .

This topic is relevant in the framework of social work, psychology and pedagogy, as well as specialists of different branches of scientific knowledge set a number of problems and seek solutions. Exactly under such circumstances the school activities are probably the most important and most critical as young age is the most difficult one, a time of rapid physiological, psychological and social change, both a child as a whole and its surroundings. This is the time when he becomes more vulnerable and emotional, perceives the world differently, a time when his peers' views are the most important and decisive in some activities and decision-making. These circumstances make the risk to get this deviant behavior. Most of his time a person spends in school, where he is being socialized and educated and he perceives the world.

Since deviant behavior serves a complex social process, expressing negative personality traits, so its prevention — is a complex psychological and pedagogical process, which is an integrated set of measures for providing social support and implementation of diagnostic and intervention programs designed to overcome various forms of youth maladjustment, and, therefore, its further integration into the society. Therefore, the term «prevention means» the prevention, detection and elimination of causes and conditions that contribute to the emergence of deviant behavior among young people. Preventive and corrective work has several stages (phases): Diagnostic (finds the reasons of behavior), deviation correctional and

rehabilitation (there is rehabilitation of minors in order to, to overcome the negative effects of their behavior), coordination (efforts of all interested in this activity people or institutions are combined) forecasting (assumed deviations of behavior expected results for prevention and correction). Preventive and corrective work is represented on the first level of deviance by a teacher, a psychologist with the parents of a minor. At other levels a juvenile criminal police inspector Service Commission and executive committees on family and childhood, employees of public and social organizations join to solve problems. Thus, starting a work, a pupil there should be studied, one should study his personality, characteristics, environment, a family. When teacher understood communicative deviations reasons, both positive and negative aspects of the behavior and a character of a pupil then there a kind of educational work with him can be determined (either rehabilitation or reposition) a degree of neglect, a purpose, a direction and methods of education: there should be created a plan of individual work of form-master of a deviant teenager which takes into account all the peculiarities of his development.

Conclusion: Thus, the youth deviant behavior in the form of communicative deviations is a complex social phenomenon that has national significance because the quality of its prevention depends on social health and development of the nation. Deviants are different categories of young people who depending on different circumstances chose the way of «isolation» from the masses through its own type of behavior and attitude toward people and situations. That is why today youth communication deviation is the global issue of Ukrainian society of XXI century. The welfare and prosperity of the whole country really depend on the teamwork of family and school. Based on the material, there can be defined perspectives and suggestions for further development of prevention activities aimed at ensuring the successful operation of the proposed system of social and educational prevention of deviant behavior of young people. For this there is a need to coordinate efforts with school issues of such behavior prevention. Social and educational prevention today have situational character. That is why it excludes systemic and consistency in its implementation, and hence high efficiency. Prevention task should be creation an integrated methodological framework for the prevention of deviant behavior among young people; providing the necessary organizational and technical information, counseling, psychological and educational assistance to psychologists, teachers, families, children with deviant behavior.

#### References:

1. Zmanovskaya O. V. Devyantolohyya (Psychology of deviant povede- tion) [Text] : Textbook. posobye for students. High society.Textbook.routine. — M .: Publishing. center «Academy», 2003. — 228 p.
2. Deviant behavior: the concept and characters [Text] / M. V Kikalishvili // Bulletin of the Academy of Advocacy of Ukraine. — 3 (22). — 2011.

Mykola Voinovskiy  
PhD student  
European Integration Department  
ORIPA NAPA  
Supervisor: Kolisnichenko N. N.

## **MANAGING A CONDOMINIUM: HOW TO MAKE EFFECTIVE COMMUNITIES**

Local governance is about how people make decisions to determine the way they live and work together in a community or in a group of communities. It involves local stakeholders interacting to determine the local development agenda and to manage resources for implementing development priorities. The methodology of good governance prescribes to the same notion: that governance works only when it is owned and driven by those whom it is meant to benefit [1, p. 5]. A condominium is an element of local self-government because it solves local issues.

Owning a condominium is not the same as renting an apartment where all the duties and responsibilities of running the building are handled by the building owner and caretaker. In a condominium complex, ownership responsibilities belong to you and all the other unit owners in your condominium corporation.

Some examples of residential condominiums are an apartment within an apartment building, a duplex, a bungalow, or a townhouse. Non-residential condominiums may be commercial outlets, resorts, time shares, and bare land units.

There are leasehold and freehold condominiums.

1. Leasehold Condominiums. A Leasehold Condominium is created on lands for which the declarant possesses only a leasehold interest in title, and has the consent of the holder of actual («fee simple») title to develop the condominium on the lands.

2. Freehold Condominiums. It is some special kind of condominium in which one owns more of the property than in another kind of condominium. A freehold condominium is simply one where the title held by the declarant, and being conveyed to the unit owners, is not leasehold.

In Ontario (Canada), the Condominium Act, 1998 (the «Act») defines four sub-categories of freehold condominium. They are: Standard, Phased, Common Elements and Vacant Land Condominiums.

1. A Standard Condominium. The Act specifically defines Standard Condominiums as any condominium that is neither a Leasehold Condominium nor one of the other (following) types of freehold condominium. A Standard Condominium is the traditional kind of condominium. This type of condominium generally consists of buildings that are subdivided into units and common elements, with surrounding lands usually also being designated common elements.

2. A Phased Condominium is a condominium that is developed in stages. It is a condominium that keeps increasing in size until the project is complete.

3. Common Elements Condominium is the only type of condominium in which there are no units but only common elements.



4. A vacant land condominium is one in which the units need not be constructed upon at the time the condominium is registered. They can consist only of bare land.

The condominium is managed by various mechanisms.

The condominium corporation consists of the owners of all the units identified in the condominium plan. The condominium corporation needs money to meet its financial obligations — paying for insurance premiums, snow removal, grass cutting, repairs to common property, reserve fund, etc. The main source of income for the corporation is the money paid by the owners in their condominium contributions (a condominium fee).

A board of directors is elected by the owners to carry out the corporation's responsibilities. It makes decisions to provide interests of the entire corporation and all the owners, which will sometimes conflict with what individual owners might want to do. The board conducts its business by holding regular meetings. It must report to the owners at annual general meetings or extraordinary general meetings. It is responsible for: managing, administering and maintaining the common property; setting and collecting condominium contributions and dealing with the financial administration of the corporation; preparing and approving an annual operating budget; placing and maintaining insurance on the property; hiring and supervising employees, contractors, and a condominium manager or management company etc.

The flexibility afforded by these various governance mechanisms invites not only developers to be creative in determining how to make effective communities (and maximum profit) from their properties, but municipal planning departments could also apply forward thinking and creativity to promote and support such development options for their communities. That is to say it is both possible and important for developers and municipalities to consider together how to use the different types of condominium available to design and build communities — homes, work places and other facilities.

#### List of references

1. Bloom E. Measuring and Strengthening Local Governance Capacity: The Local Governance Barometer [Text] / Evan Bloom, Amy Sunseri, Aaron Leonard. — USAID, 2003. — 38 p.

2. Buying and Owning a Condominium // Consumer Tips. [Electronic resource]. — Access mode : [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tp9ebxsj9mij:www.cklegal.ca/documents/condominium\\_types\\_mar2007.pdf](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tp9ebxsj9mij:www.cklegal.ca/documents/condominium_types_mar2007.pdf). — Title from screen.

3. Clifton Michael H. Types of condominium // Clifton Kok. Legal Counsel. [Electronic resource]. — Access mode : [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:jivh2zzqke0j:www.servicealberta.gov.ab.ca/pdf/tipsheets/Buying\\_and\\_Owning\\_a\\_condo.pdf](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:jivh2zzqke0j:www.servicealberta.gov.ab.ca/pdf/tipsheets/Buying_and_Owning_a_condo.pdf). — Title from screen.

A. O. Yarmolovich  
Student NU «OLA»  
Supervisor: Yatsun E. M.

## **TAX CONTROL AS A PART OF THE TAX ADMINISTRATION**

The main source of the plenishment in government budget of Ukraine is the tax system, so payment of taxes and duties is one of the most important factor which determines the effectiveness of the activity of the government. Firstly, financial in payments depend on law-abiding taxpayers. But at the same time, the integral part of the tax administration is tax control, which must be realized uninterruptedly and during the taxation period.

To my mind the sphere of tax control is one of the most discussed nowadays in Ukraine. The problems of tax control are studied by many scientists such as L. Voronova, M. Kucheryavenko, P. Melnik, V. Onishchenko, O. Orlyuk etc.

At the legislative level in The Tax Code of Ukraine the tax control is determined as the system of actions which is used by regulatory authorities in order to control the accuracy of calculations, implementation and timeliness of taxes payment and duties as well as law enforcement in the sphere of cash regulations, settlement and cash operations, patenting, licensing which is monitored by regulatory authorities.

There are three main kinds of tax control: accounting of taxpayers; information and analytical support of the activity of the regulatory authorities; inspections and revisions in accordance with the Tax Code and checks which are related to enforcement of tax legislation, which are monitored by regulatory authorities.

The only public authority which can realize tax control is the State Fiscal Service. There are many problematic moments to exercise the tax control.

We can see that Legal Framework has considerably improved with the adoption of the Tax Code in 2010 but nevertheless there are some gaps, collisions and defects. We can face challenges as for actual checks. The norms of these inspections practically duplicate the ones of the documentary unplanned verification in the Tax Code. The fact that there is no regulation indirect methods of tax control requires special attention.

Also in Legal Frame work the effective state analysis is not enough realized before scrutiny which does not allow to reveal delicts on the early-stage of tax control and as a result to react quickly on it.

So I consider that it is necessary to improve the legislative regulation procedure of tax control. This step will reduce the government intervention in business and constrict the informal sector based on the State Fiscal Service and its control function establishing partnerships between tax authority and taxpayers.

One of the burning issue is corruption in the State Fiscal Service. According to the public opinion 55% of industrialists slip money to public authority in order to avoid revision or falsify the results of it. Also the frequency of abuse of authority by the State Fiscal Service has increased significantly.

The tax control also is the most effective method of tax avoidance counteraction. The problem of tax avoidance is actual in Ukraine. We can consider this problem from the point of view of the two positions:

1. unpremeditated tax avoidance — unconscious deviation which is connected with lack of knowledge, lack of understanding purview of the Tax Code of Ukraine;

2. deliberate tax avoidance - conscious and intended actions which lead to the violation of tax legislation to gain economic or other benefits.

It should be noted that there are many reasons for tax evasion: economic , social, legal, organizational, methodological, moral and psychological ones. The elimination of these tax evasion cases is the basis of crime prevention in the system of tax administration.

It is appropriate to improve the system of financial punishment including domestic and progressive European experience.

It should be emphasized that because of tax evasion in our society such phenomena appears as low tax culture, discipline and consciousness of tax payers.

To summarize, if taking into account all the shortcomings of tax control as a part of tax administration, I should say that law institutions need many improvements procedures including:

- tax control should not be the main purpose of the tax authorities. Partnership should be developed between taxpayers and tax authorities .

- improvement of tax legislation in order to avoid contradictions and inconsistencies and to prevent gaps in it;

- raising the level of the State Fiscal Service workers' skills. The implementation of the tax authorities of their supervisory functions according to the prevail legislation of Ukraine;

- wide awareness of taxpayers about tax payments changes in tax legislation, regular round-table discussion about this topic should be held ;

- improving the quality of the analysis of tax returns;

- improving the quality of audits tax payments;

- state interference restriction in the activities of economic entities;

- tightening of liability for non-payment or tax evasion;

- improving methods and quality of tax control by reducing inspections entities.

#### References:

1. Крисоватий А. Податковий менеджмент [Текст] / А. Крисоватий, А. Кізіма. — Тернопіль : Карт-бланш, 2004. — 308 с.

2. Мельник М. І. Податковий контроль в Україні: проблеми та пріоритети підвищення ефективності [Текст] : монографія / М. І. Мельник, І. В. Лещух. — Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України», 2015. — 330 с.

3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. — Назва з екрану.

Igor Petrenko  
Student of the Faculty of Public Administration  
ORIPA NAPA under the President of Ukraine  
Supervisor: assistant professor,  
the candidate of pedagogical sciences,  
Kuzmenko Y.O.

## **BUSINESS PLANNING AS A FACTOR OF SUCCESSFUL ENTREPRENEURSHIP**

A business plan is a first formal document of business goals, which you need to make on your own. Your plan must include points, which you want to reach in a certain period of time and some notes how to reach them. It can also contain some useful information about the organization that you want to create or how will your team find ways to reach their aims. Any company needs a business plan at the beginning, because not many companies have their own start-up capital, so investors want to see plans of the company at least for the nearest few years.

The only person who does not need at least small business plan is one who will not work on his or her own or doesn't want to climb the corporate ladder. You do not need a plan to start a hobby or to earn on side. But, anybody can start or extend an existing organization or company that will consume significant resources of money, energy, time, and that is expected to return a profit, should take decent amount of time for creating at least some kind of plan, which will help company at worst remain to stay still.

Not only new companies or projects needs a business plan, but companies that exists for many years also needs a direction, which they will follow. While creating business plan we must remember one thing: «Place some reasonable limits on long-term, future projections. (Long-term means over one year.) Better to stick with short-term objectives and modify the plan as your business progresses» [3]. Companies on all stages of development need to make business plans for many reasons:

- some companies need to correct there financing for a particular project which can give much more profit;
- maybe company has some problems with positioning itself on the market, so they need to make new plan which will contain new ideas or methods about marketing development;
- at the end, organizations that planned everything correctly but now, after all mistakes they have made, they will start making new business plan.

One of the most important reasons to create your plan is that you should be accountable for the ideas and proposals it contains. A business plan can take on a life of its own, so a businessperson should think a little about what he or she wants to include to the plan that will be no more than common prudence.

The primary value of your business plan is to create a written outline that evaluates all aspects of the economic viability of your business venture including a description and analysis of your business prospects. We believe that preparing and maintaining a business plan are important for any business regardless of its size or

nature. However, a good business plan will not ensure your success in business. If you maintain a correct assessment of the changing economics of your business, your plan will provide a useful route as well as a financing tool. Nevertheless, if you have miscalculated the potential, then your business plan could become a route that will lead your business to failure.

#### References:

1. Business plan — [Electronic resource]. — Access mode: [https://en.wikipedia.org/wiki/Business\\_plan](https://en.wikipedia.org/wiki/Business_plan). — Title from screen.

2. How To Write A Business Plan — [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.forbes.com/sites/davelavinsky/2014/01/30/how-to-write-a-business-plan/#7b8159084a38>. — Title from screen.

3. Session 2: The Business Plan — [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.scu.edu/mobi/business-courses/starting-a-business/session-2-the-business-plan/>. — Title from screen.

Tetyana Pyshnyak  
Student of the ORIPA NAPA  
Office of the President of Ukraine  
Supervisor: Petrov I.

## DELEGATION OF AUTHORITY

Management of the organization, from the very beginning of its history encountered many problems and difficulties. Improper delegation of authority is considered to be one of the main challenges of modern world.

As part of the management structure there is a rational distribution and redistribution of rights, duties and responsibilities among its subjects. This process, which principles were developed by P.M. Kerzhentsev in the 1920s, is called «delegation of organizational authority and responsibility».

J.Hunt gives the following definition. «Delegation, i.e. the ability to transmit (trust) any other responsibilities, is such an administrative skill that connects powers (right to control resources) with the responsibility.» [1]. In the general sense it is the transfer of a certain task by the head to a subordinate, who is able to perform it decently, based on qualifications and authority. The role of the leader is to distribute work among employees in the most effective way to ensure that the final goal is achieved both as better and as faster as possible. Depending on how efficiently and correctly the manager delegates his/her authority to employees it is possible to evaluate him to be successful leader or not.

Many problems arise due to errors in tasks transmission. We study the basic errors that can undermine the credibility of a company or the authority of a director. One of the most essential problems is inability to explain what you want to achieve. This can become a serious obstacle on the path to understanding. If you think that you explained it all properly, it does not mean that you are understood by your subordinate.

There is a concept of fictitious delegation of authority and responsibility in the management theory, when the manager is trying to delegate the powers to the employee that he/she already have. Such attempts can seriously undermine your credibility among subordinates.

Also you can make a mistake when choosing the person to whom the authority is delegated. In this case, you need to learn how to carry out a more detailed analysis of abilities and properties of human nature prior to give him a part of your power.

Expressing impatience and yelling at subordinates should not be used, while constructive criticism, in general, will play a positive role.

In case when you delegate the authority not to one person, but a group, you should immediately identify the boundaries of responsibility for every its member. A project where no one is responsible for anything, in most cases is bound to fail.

Do not be afraid to admit that colleagues could better know something better than you. This will not make you look worse than they but, on the contrary, if you try to do something you are not good at, on your own and fail, your credibility will suffer.

However, there is a complex of management tasks which should be done by the head. The duty of the first person in the company is to lead the implementation of high-risk tasks, containing aspects of strategic importance and confidential nature and all unusual issues, going beyond existing rules and traditions of the operation.

The authority that should not be delegated, are the following:

- Setting goals;
- Making decisions on the working out the company's policy;
- Monitoring carried out work and outcomes;
- Administering personnel and managing their motivation;
- Particularly important and risky tasks;
- Unusual and exceptional cases;
- Urgent tasks that cannot be explained or rechecked;
- Tasks of strictly confidential nature.

Delegation of authority should be carried out according to the following rules:

1. Delegate authority to subordinate at such a level that is necessary and sufficient to perform their assigned tasks.
2. Do not carry out work instead of a subordinate but help when it is necessary only.
3. Make sure that employees understand the assigned task.
4. Set the dates of starting and completion of the work. Considerable job should be divided into stages.
5. Teach the subordinates new duties.
6. Do not allow unauthorized tasks, they should be accepted in accordance with the management hierarchy.
7. Encourage your subordinates for effective implementation of the assigned tasks.

Effective delegation of authority in the management is based on the principles mentioned above. It is not necessary to consider it as a way to evade personal responsibility or avoid the «dirty» work. Delegation of authority means adequate distribution of tasks among the team members in order to increase the efficiency of performance in general. This tool allows the manager to focus on the work, which is strategically important for business, while not dissipating attention to minor problems.

#### References:

1. Хант Дж. Управление людьми в компаниях: руководство для менеджера. – М.: Олимп-Бизнес, 1999. – 360 с.
2. 7 правил эффективного делегирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://professional.ru/Soobschestva/tsentr-razvitiya-karjery/7-pravil-effektivnogo-delegirovaniya/> – Назва з екрану.
3. Делегирование полномочий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/delegirovanie-polnomochiy.html> – Назва з екрану.

Katerina Trachenko  
Student of the ORIPA NAPA  
Office of the President of Ukraine  
Supervisor: Petrov I.

## **THE PROBLEM OF MULTICULTURALISM**

The cultural differences in the globalized business world play a very important role. Nowadays a growing number of researchers are turning their attention to the issue of a team, consisting of representatives of different cultures. The results of such studies indicate that the diversity of the staff and its multicultural nature can improve the performance of the team and, consequently, the efficiency of the organization.

Multicultural team is a group, focused on the performance of a particular task, comprising representatives of different cultures.

The performance of a multicultural team demands from its members a clear understanding of communication processes, taking place within the group and throughout the whole organization. The performance of multicultural teams greatly affects the so-called cross-cultural competence, which their representatives may possess or not. Therefore, we can conclude that the performance of multicultural teams greatly affects the so-called cross-cultural competence, which is either possessed or not by their representatives.

Efficient multicultural teams have strong «hybrid culture», i.e. a set of consistent rules, actions and expectations. The command creates the «hybrid culture» on the basis of their ability to generate and retain four basic characteristics that were identified by Charles Snow:

1. Objectives (contribution to the business strategy, the strategy of reconciliation and subsystems company).

2. Role expectations. The more team members have a clear understanding of the roles within the team, the less they are likely to conflict with each other.

3. Clarity of rules and social interaction. The rules that are accepted by team members, necessary to resolve conflicts, to distribute resources and rewards within the team.

4. Monitoring and reporting. The members of multicultural teams are often allocated geographically, and sometimes in time, creating a need to coordinate their work.

When managing multicultural teams, cultural differences and cross-cultural conflicts are a common problem that requires a universal solution. Cultural differences among the representatives of the team can lead to conflicts, misunderstandings and poor performance.

The 5 most common problems of multicultural teams are the following:

1. Managing cultural diversity, differences and conflicts.

2. Management issues associated with the coordination and control.

3. Attempt to solve the problem of geographic dispersion of team members.

4. Optimizing the content of communication.

5. Improving and maintaining unity and integration.



Competence in the field of cross-cultural interactions, increases the likelihood of achieving a high performance team work as members of a multicultural team, possessing a high level of competence of the more easily can communicate, express their thoughts and understand their colleagues. The main aspects of the integral cross-cultural communication competence include: cognitive aspect, motivational and behavioral aspects. That is, it means not only knowledge of the language and culture, but also behavioral skills, such as empathy, human warmth, charisma and managerial skills.

The cognitive aspect involves the individual's ability to process the information. A person with a high level of cross-cultural competence must not only absorb the information, but also be able to extrapolate it to potential situations that may occur in real life, to understand where and why this information can be useful.

The motivational aspect is closely linked to self-esteem of individuals and the recognition of its efficiency in the work. When the motivation is weak, the level of adaptation in a multicultural team will be low.

The behavioral aspect is connected with the notion that adaptation is not just the acquisition of knowledge about what to do and how, and possession of certain means to continue the struggle, but also a set of specific behaviors - idiosyncratic responses to certain situations.

Taking into account all of the above mentioned, the success of the work of multicultural teams depends on how well the team members deal with each other and how much cross-cultural communication competence helps in overcoming the difficulties faced by a multicultural team.

Cross-cultural competence has at least two advantages. First, it helps team members understand the behavior of their own team, and, second, helps steadily to achieve goals, despite the difficulties associated with the interaction with other cultures and subcultures.

Thus, the work of multicultural teams in global and multinational organizations, is now one of the main issues that concerns researchers in the field of cultural diversity in organizations. Understanding how to manage the efficiency of culturally diverse teams is one of the key problems of modern organizational studies and helps to reduce the risks associated with access to the global market and the effective operation at it, and also helps to improve mutual understanding between different cultures and to achieve the best results.

#### References:

1. Snow, C.C. , Snell, S.A., Davison and Hambrick , D.C.(1996) Use Transnational teams to Globalize your Company/ *Organizational Dynamics* 32 (4).
2. Эффективность работы мультикультурных команд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jurnal.org/articles/2010/sociol6.html> – Назва з екрану.
3. Экономическое поведение мультикультурных групп в условиях глобализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/ekonomicheskoe-povedenie-multikulturnykh-grupp-v-usloviyakh-globalizatsii> – Назва з екрану.

Inna Ukrainets  
Student of ORIPA NAPA  
under the President of Ukraine  
Supervisor: assistant professor,  
the candidate of pedagogical sciences,  
Kuzmenko Y.O.

## **MOTIVATIONAL MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS**

Each of us knows four main functions of management: planning, organization, motivation and control. Employees' proper motivation of the organization is the key to development and stable growth of the company, increase profits and so on. Here we can give the definition of motivation: «Motivation can be anything that arose an organism toward action for a desired goal. Motivation can be the reason for the action or that which gives direction to an action» [2]. Inseparable with the notion of motivation is the notion of a motive: «A motive is what prompts the person to act in a certain way, or at least develop an inclination for specific behaviour» [2]. In addition, this is one more definition of motivation given by Frederick Herzberg: «Motivation, in contrast, results when the person believes that engaging in the behaviour will result in some desired experience or outcome. Motivation is then differentiated into intrinsic motivation and extrinsic motivation» [1]. So what is the intrinsic motivation? This is own motives of people like curiosity, pride, desire to take care of family, the desire to be helpful, and so on. And the extrinsic motivation this is what person needs, for example needs for food, shelter, money, career, status or some obligation, all that is prompting from the outside. Now there are many theories of motivation, which are based on different factors so we will present the example some of them.

First theory of motivation, which we want to present is the most popular theory of Hierarchy of Needs developed by Abraham Maslow in 1940-50s: «Maslow's Hierarchy of Needs contains five levels that often shape motivation styles in an organization. To motivate employees, an organization must move up the pyramid of needs to ensure all of an employee's needs are met. The bottom of the pyramid contains physiological needs such as food, sleep and shelter. Safety makes up the second level and belonging to the third. The top two levels of the pyramid include esteem and self-actualization. Successful organizations focus on the top two levels of the pyramid by providing employees with the necessary recognition and developing opportunities for employees to feel that they are doing valuable work and reaching their potential with the company» [3].

Second theory is Three Needs Theory, also known as Need theory, developed by psychologist David McClelland. It asserts that a person wants to satisfy three main requirements:

- authorities need;
- the need to achievement (success);
- the need to be involved in.

The last theory is Theory X and Theory Y, which was proposed by Douglas McGregor in 1960s. In theory X, the manager suggests that workers are lazy, unenterprising and will initially be avoided a given work. Because of this, employees must be closely monitored, to develop an integrated control system, company needs a hierarchical structure. According to theory Y workers may be ambitious, have some intrinsic motives and want to take responsibility, also they can control themselves.

In conclusion, we need to say that motivation has big effect on company and production. Good manager should know all motivation theories and how to use them in practice.

#### References:

1. Leadership management and motivation in organisation — [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.ukessays.com/essays/management/leadership-management-and-motivation-in-organisation-management-essay.php>. — Title from screen.
2. Motivation — [Electronic resource]. — Access mode: <https://en.wikipedia.org/wiki/motivation>. — Title from screen.
3. Theories on Motivation in Organizations and Management — [Electronic resource]. — Access mode: <http://smallbusiness.chron.com/theories-motivation-or-organizations-management-25221.html> — Title from screen.



## **СЕКЦІЯ 6**

# **ЕВОЛЮЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ**

Бондарська О. Д.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: к.т.н., доц. Макарова І. О.

## ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО ІНТЕРНЕТ-ПОКУПЦЯ

**Постановка проблеми.** Ринок розробки Інтернет-магазинів України з кожним роком набирає оберти — відвідувачами, а в кінцевому рахунку і покупцями цих віртуальних торговельних точок стає усе більша кількість громадян різного віку, інтересів і професій. Хто вони — сьогоденні українські Інтернет-покупці? Щоб відповісти на це питання дослідники ринку віртуальної торгівлі щорічно проводять анкетування онлайн-покупців.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На цей момент дослідженням цієї проблеми займаються, зокрема, аналітики TNS Ukraine, GfK Ukraine, які зробили великий внесок в дослідження цього питання.

**Ціль дослідження.** Є, по-перше, висвітлення плюсів та мінусів покупок через мережу Internet, з урахуванням досягнень дослідників та аналітиків у даній сфері, по-друге, дослідження гендерного розподілу покупців. Аналіз достовірних даних сьогодення відносно минулих років.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Дослідження проводилося по базі більше 1,26 млн відвідувачів, які зайшли та здійснили хоча б одну покупку за період з січня по грудень 2015 року. В цілому, аналітики констатують вертикальний ріст популярності онлайн-шопінгу в Україні. За минулий рік на торговельних майданчиках українці здійснили 3,5 млн замовлень на загальну суму 3 млрд грн, що в два рази більше, ніж в 2014 році.

Профіль українського Інтернет-покупця в розрізі гендерного розподілу неоднорідний — кількість жінок-покупців перевершує кількість чоловіків-покупців лише на 5%.

Найчастіше українці використовують традиційні ПК для онлайн-шопінгу. Однак частка мобільних пристроїв зростає з кожним роком. В онлайн-кошику замовлень українців превалюють споживчі товари, а ось послуги через Інтернет українці замовляти ще не звикли. Саме в сфері замовлення послуг по Інтернету аналітики бачать великий потенціал зростання найближчим часом. Найбільша кількість замовлень припадає на початок робочого тижня — з понеділка по четвер. При цьому максимальна кількість покупок розподіляється на два періоди: денний (з 11:00 до 17:00) і вечірній (з 20:00 до 23:00).

Найбільш зручним способом оплати замовленого товару для українців в 2015 році стала кредитна карта — 31,4% опитаних вважають за краще розраховуватися за куплений в Інтернет-магазині товар саме з її допомогою. На другому і третьому місці йдуть оплата через банк по квитанції (29%), а також оплата готівкою кур'єрові. З 6 до 8% збільшилася минулого року і доля покупців, що вважають за краще оплачувати Інтернет-купівлю за допомогою електронної системи оплати WebMoney.

На відміну від сусідніх країн СНД, в Україні відмінно налагоджена недорога і якісна логістика невеликих і середньогабаритних вантажів, до яких можна віднести більшість замовлень в Інтернет-магазинах. Більшість Інтернет-покупців в Україні вважає за краще користуватися саме послугами служб доставки.

У минулому році найбільше онлайн-покупок українці зробили в п'яти категоріях : «Одяг , взуття , аксесуари» (середній рахунок 585 грн), «Будинок і сад» (середній рахунок 518 грн ), «Спорт, розваги, хобі» (середній рахунок 541 грн), «Техніка і електроніка» (середній рахунок 549 грн) і «Краса і здоров'я» (середній рахунок чек 284 грн).

Довіра українців до онлайн-продавців значно зросла. Користувачі все частіше оформляють замовлення через корзину (62%), проте до цих пір рівно третина покупців бажає робити замовлення телефоном. Аналітики пов'язують це з тим, що у наших співвітчизників ще є багато психологічних бар'єрів для шопінгу в Інтернеті. Багатьом легше поговорити з представником онлайн — магазину і розпитати про обраний товар, ніж зробити це в автоматичному режимі.

За даними дослідження, більше 75% замовлень на торговельних майданчиках відбувається між регіонами. Київ — найбільший міжрегіональний імпортер, серед експортерів в інші регіони лідирують Харків і Київ, також багато експортує Одеса, Дніпропетровськ і Хмельницький. Аналітики виявили кілька несподіваних закономірностей: в західних областях України на онлайн-покупки в середньому витрачають більше (від 630 до 800 грн), ніж в інших регіонах країни.

**Висновки.** У системі Internet-покупок спостерігається ріст зацікавленості всіх вікових категорій як серед жінок, так і серед чоловіків. Як зазначають аналітики, у такого виду торгівлі є усі шанси замінити звичайний похід до магазину. Один «клік», і замовлення оформлене. Але найпоширенішою причиною, поки, залишається побоювання за якість товару і неможливість доторкнутися і оглянути його.

#### Список використаних джерел

1. Вы знаете своих покупателей? Портрет покупателя российских Интернет-магазинов [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://blog.tiu.ru/2015/06/portret-pokupatelya-ru.html>. — Заглавие с экрана.

2. Портрет украинского интернет-покупателя по итогам 2014 года [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://ain.ua/2015/04/08/574506>. — Заглавие с экрана.

3. Портрет українського Інтернет-покупця [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.seotm.com/ua/article/Sozдание\\_internet\\_magazinov/Portret\\_ukrainskogo\\_internet\\_pokupatelya.html](http://www.seotm.com/ua/article/Sozдание_internet_magazinov/Portret_ukrainskogo_internet_pokupatelya.html). — Назва з екрану.

Кондратюк Т. М.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: к.т.н., доц. Макарова І. О.

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

Інтернету притаманний імідж «середовища безмежних можливостей». Однак в ньому зовсім небагато напрямків, де можна по-справжньому заробляти гроші. Одне з них — Інтернет магазини.

Інтернет-магазин (англ. Internet shop, англ. Online shop) — місце в Інтернеті, де відбувається прямий продаж товарів споживачеві (юридичній або фізичній особі), враховуючи доставку. При цьому розміщення споживацької інформації, замовлення товару і угода відбуваються там же, всередині мережі (на сайті Інтернет-магазину) [1].

У нашому сьогоднішні сучасні Web-технології перебувають на тому етапі розвитку, коли існує можливість створювати прості у використанні, але, в той же час, інтелектуальні програми та Інтернет-магазин не виняток. Ринок електронної комерції розвивається, з'являється все більше підприємців, які віддають перевагу онлайн-магазинам перед традиційними торговими точками, розвиваються платіжні системи, логістична галузь та інші складові ринку електронної комерції. В Україні з кожним роком зростає кількість онлайн покупців. (рис. 1)

Кожний 5 онлайн покупець став робити покупки в 2015 році

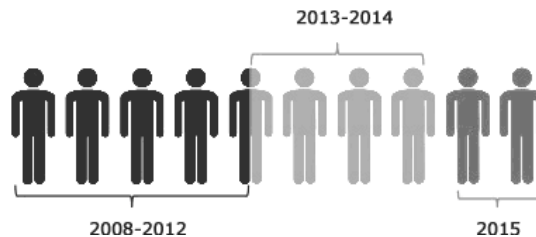


Рис.1. — Динаміка зростання онлайн-покупців з 2008 по 2015 роки

Чому вигідно купувати в Інтернет-магазинах?

Сьогодні приватним покупцям солідних онлайн-магазинів виставляють ціни з урахуванням ПДВ та податку з продажів. Але ціни в Інтернет-магазинах зазвичай дійсно нижче, ніж в традиційній роздробі, тому що постійні витрати Інтернет-магазинів надзвичайно малі в порівнянні з традиційною роздробом.

Отже, на чому економить класичний Інтернет-магазин, який існує виключно в Мережі:

- не потрібні торгові площі для організації залів продажів. Отже, не потрібна орендна плата, зарплати персоналу і т.д.;
- не потрібні великі склади для зберігання товару. Економія на орендній платі, витратах на транспортування, організації охорони тощо.



Ці та інші чинники дозволяють Інтернет-магазинам продавати товари з мінімальною маржею — за цінами, нижчими від середньоринкових.

Переваги Інтернет-магазинів з точки зору покупця:

- Економія часу. Завдяки навігації і пошуковим системам можна швидко знайти потрібний товар;

- Доставка товарів додому. Користувачам Інтернет-магазинів більше немає необхідності бігати по магазинах, тягати сумки і коробки. Все це швидко і легко роблять співробітники служби доставки;

- Можливість уникнути черг і суєти традиційних магазинів — проблема, яка викликала найбільше обурення у попередніх поколінь;

- Цілодобове обслуговування. Це так важливо і зручно сучасній людині, який зайнятий вдень і вночі, у якого ненормований робочий день і який не встигає «до закриття магазину»;

- Зникають територіальні обмеження, бо можна замовити товар в будь-якому місті світу з доставкою.

Недоліки Інтернет-магазинів:

- Терміни доставки. Замовлення часто надходить пізніше заявленого терміну, особливо це стосується закордонних маркетів.

- Якість товару. При купівлі недорогої продукції є ризик отримати товар не в тому вигляді, який зображений на сайті.

- Шахрайство. Багато Інтернет-магазинів працюють за передплатою. Трапляється так, що отримавши гроші, магазин зникає і знайти його практично не можливо.

Виходячи з усього вищесказаного, можна зробити висновок, що розвиток ринку не стоїть на місці і перехід ринку на новий, електронний рівень необхідний для задоволення потреб сучасного суспільства. Це дозволяє спростити і полегшити багато аспектів торгових відносин. Чим більш цивілізованим стає наше суспільство, тим більше воно потребує впровадження передових технологій в повсякденне життя. Сподіватимемось, що наша країна не буде відставати від західного світу і наші громадяни теж будуть прагнути відходити від звичного та сміливіше використовувати новітні технології.

#### Список використаних джерел

1. Інтернет-магазин — короткий екскурс [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.legalclinic.com.ua/load/konsultaciji/internet\\_magazini\\_korotkij\\_ekskurs/1-1-0-152](http://www.legalclinic.com.ua/load/konsultaciji/internet_magazini_korotkij_ekskurs/1-1-0-152). — Назва з екрану.

2. Плюсы и минусы интернет-магазина [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://predprinimatel.ru/practice/all/plusi\\_i\\_minysi\\_internet-magazina](http://predprinimatel.ru/practice/all/plusi_i_minysi_internet-magazina). — Заглавие с экрана.

3. Что такое интернет-магазин [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.uzhgorod.ws/articles-trade-eshops.htm>. — Заглавие с экрана.

Скрипкін М. О.  
студент ОНПУ  
Керівник: к.т.н., доц. Блажко О. А.

## ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ WEB-ПОРТАЛІВ ВІДКРИТИХ ДАНИХ

На початку 2015 року з появою Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо доступу до публічної інформації у формі відкритих даних» Україна приєдналася до всесвітнього процесу структуризації публічної державної інформації. З'явився національний портал за адресою <http://data.gov.ua>, на якому було створено приблизно 100 наборів даних у 12 категоріях. Нажаль, поява Закону не стала поштовхом до відкриття даних: на порталі з'явилося лише декілька наборів. Через шість місяців Постанова Кабінету Міністрів України № 835 від 21.10.2015 «Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних» зобов'язала державні установи розмістити публічні дані на порталі, надавши перевагу структурованим текстовим форматам CSV, XML або JSON перед слабоструктурованими форматами DOC(X), XLS(X) та PDF. Після виходу Постанови було створено понад 500 наборів. Але на початок квітня лише 50% наборів було розміщено у рекомендованих структурованих форматах [3]. Основними причинами проблем у відкритті даних є:

1. Надмірна агрегація даних на рівні України без районів, громад та окремих населених пунктів обмежує розвиток мережі інформаційних послуг на основі відкритих даних з урахуванням інтересу суспільства [2, с. 47].

2. Велика трудомісткість ручного процесу перетворення даних з документів офісних систем у CSV-формат та наявність помилок користувача, які пов'язані з різними форматами зберігання, кодування та структурами таблиць.

3. Неоднозначність юридичних роз'яснень щодо публічних даних з урахуванням таємних, комерційних, персональних та службових даних.

На рисунку представлено ресурси та процеси, які повинні супроводжувати розвиток порталів відкритих даних з урахуванням зазначених проблем:

1. Юридична оцінка як перевірка публічності даних, коли у відповідності до міжнародної практики дані ліцензуються за Creative Commons-ліцензіями.

2. Структуризація та створення документа у CSV-форматі, як текстового еквівалента реляційної таблиці у 1-й нормальній формі, основною перевагою від завантаження якого на портал є автоматичне надання API у форматах XML/JSON для підключення мобільних пристроїв та програмних модулів геоінформаційних систем (ГІС), що зменшує собівартість розробки сервісів.

3. Оцінка якості даних з точки зору їх актуальності, соціальної важливості та комерційної ефективності, визначення пріоритетів у відкритті нових даних.

4. Створення ієрархічної мережі порталів відкритих даних різних рівнів з використанням вільного програмного забезпечення регіонального рівня, наприклад, програм SKAN/DKAN, на основі обміну мета-даними через API [1].

5. Семантичний пошук зв'язків між наборами даних, створення їх RDF з метою отримання нової інформації та інтелектуальної аналітичної обробки.

6. Аналітична візуалізація наборів даних з використанням різноманітних діаграм та картографія наборів даних у вигляді шарів з використанням вільних ГІС, наприклад, QGIS, gvSIG або Web-ГІС CartoDB.

7. Зв'язок порталу з наборами даних державних сервісів через їх API.

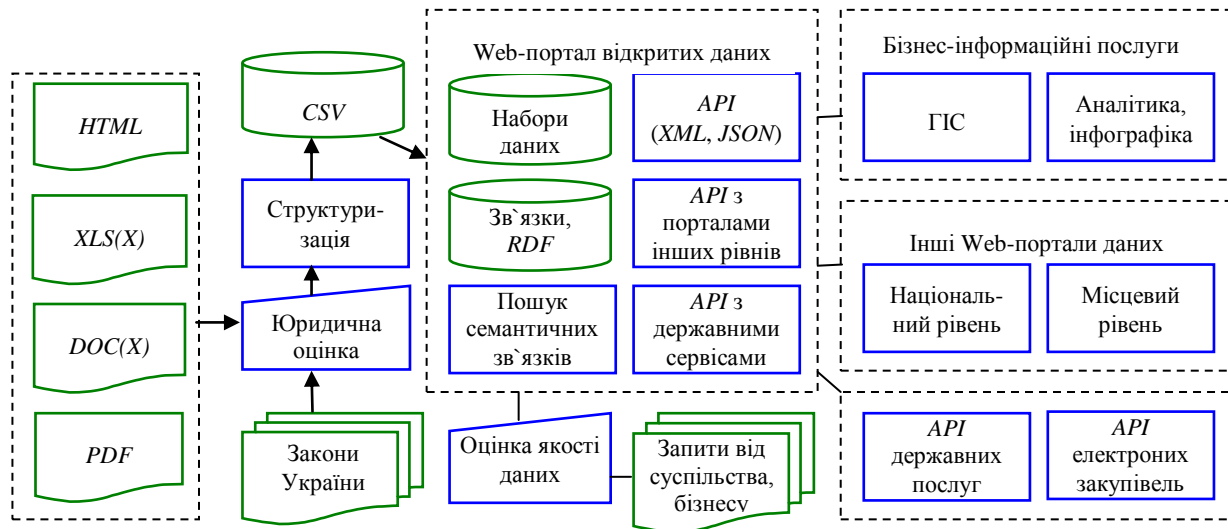


Рис. 1. — Ресурси та процеси із супроводу порталів відкритих даних

Автор цієї статті входить у волонтерську групу зі створення громадського Web-порталу Одеської області за адресою <http://data.ngorg.od.ua> на основі програми DKAN, особливістю якої є фінансово-економічна оренда PHP-hosting-серверів. Силами студентів-волонтерів вже завантажено понад 40 наборів даних із документів на сайтах державних установ одеської області. В подальшому буде автоматизовано процеси структуризації, картографії та аналітичної візуалізації, які увійдуть до складу цього Web-порталу.

#### Список використаних джерел

1. Technology Options [Electronic resource]. — Access mode : <http://opendatatoolkit.worldbank.org/en/technology.html>. — Title from screen.

2. Оцінка готовності України до запровадження відкритих даних [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://dhrp.org.ua/uk/publikatsii1/1071-20160227-ua-publication>. — Назва з екрану.

3. Хто зриває виконання Постанови Кабміну про відкриті дані? Моніторинг «Текстів» [Електронний ресурс] : — Режим доступу : [http://texty.org.ua/pg/article/An-21/read/66611/Нто\\_zryvaje\\_vykonannya\\_Postanovy\\_Kabminu\\_pro\\_vidkryti](http://texty.org.ua/pg/article/An-21/read/66611/Нто_zryvaje_vykonannya_Postanovy_Kabminu_pro_vidkryti). — Назва з екрану.

Славінський А.В.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентові України  
Керівник: ст. викл. Полесіна О. Г.

## **РОЛЬ SCM-СИСТЕМ У МАЛОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ**

Капіталістичний світ сьогодення — це епоха розквіту підприємництва. Підприємницька діяльність, як відомо, має за основну мету одержання максимального прибутку при мінімальних затратах. Проте кожного дня продовжує зростати конкуренція і стає все складніше втриматися на ринку. Що на сьогодні є вирішальним фактором успішної підприємницької діяльності? Звичайно, це клієнт. А що необхідно клієнту окрім якісного товару за низькою ціною? Сервіс. Мабуть, сьогодні це один із визначних факторів. І сьогодні, завдяки високорозвиненим інформаційним технологіям, стає простіше надавати клієнтам саме той сервіс, за яким клієнт буде повертатися знову і знову. Основним інструментом у цьому є SCM-системи. Важливо використовувати ці SCM-системи з максимальною продуктивністю.

Метою проведеного дослідження є виявлення ролі SCM-систем у малому та середньому підприємстві.

Більшість підприємців вже почала впроваджувати в свою діяльність різне системне та програмне забезпечення, але здебільшого це виражається лише в придбанні CRM-систем (Custom Relations Managment) і все, абсолютно не зважаючи на необхідність SCM-систем. «SCM пов'язані з відділами продажів, відділами маркетингу і планування, виробничими і фінансовими службами. Саме тому впровадження одного CRM-рішення не дозволяє оптимізувати свою діяльність так, якщо впроваджується комплексна система — ERP (Enterprise Resource Planning)» [1].

Існує хибна думка, що SCM-системи корисні лише для великих підприємств та корпорацій, які здебільшого є гравцями міжнародної арени. Звичайно, доля істини в цьому є, але час і технології не стоять на місці і широка кон'юнктура на ринку SCM-систем надає можливість малим і середнім підприємцям збільшувати прибуток за рахунок зменшення витрат.

Задачу SCM можна розписати у 7 пунктів, які наочно демонструють важливість цих систем: «производит сегментирование потребителей на основе потребности в сервисах; ориентировать логистическую сеть на клиента; внимательно следить за рыночным спросом, и производить планирование, опираясь на них; изучать спрос потребителей; стратегически планировать поставки; разрабатывать стратегию цепи снабжения; использовать методы привлечения (захвата) новых каналов распределения» [1].

Сукупна цінність цих функцій майже неоціненна, адже вона полегшує вирішення питань ланцюгів поставок і у випадку B2C, і у випадку B2B.

Згідно AMR Research и Forrester Research, SCM-системи напряду виражають результат через такі показники, як скорочення закупівельних витрат

(на 5—15%), зменшення вартості та часу обробки замовлень (на 20—40%), зменшення складських запасів (на 20—40%), скорочення виробничих витрат (5—15%), збільшення прибутку (5—15%), скорочення часу виходу на ринок (15—30%). У 2013 році компанія «Pricewaterhouse Coopers» в результаті дослідження з'ясувала, що «компанії которые рассматривают цепочки поставок как стратегический актив, работают на 70% эффективнее конкурентов; что растет интерес к цепочкам поставок нового поколения, благодаря которым можно обеспечить поставки эффективные, быстрые и соответствующие индивидуальным потребностям клиентов» [2].

Але якщо компанія зовсім мала і має небагато (чи навіть один) склад, невелику кількість клієнтів, поставщиків, тощо, чи не стануть затрати на цілу ERP-систему такими великими, що покрити її буде майже неможливо? Цілком може бути, саме тому для малих підприємств рекомендується починати власне з SCM-систем, а не з цілого ERP-комплексу.

До того ж, зараз не потрібно володіти потужною комп'ютерною технікою, адже усе дедалі стають популярнішими хмарні версії SCM-систем та ERP-систем. Це надає змогу підключатися до системи з будь-якого девайсу, який підключений до мережі, без необхідності мати певні програми чи плагіни, адже орієнтація йде на Web-клієнта. Також зараз доволі простий механізм інтеграції таких хмарних систем з іншими веб-додатками.

Одними з таких хмарних систем є Oracle Supply Chain Management (SCM) Cloud та Oracle Manufacturing Cloud від компанії Oracle. «При помощи Oracle SCM компании могут прогнозировать рыночный спрос, работать в условиях нестабильного рынка и синхронизировать операции в глобальной сети» [3].

В даній статті розглянуті лише основні та очевидні переваги SCM-систем, як традиційних, так хмарних. Власне застосування у малому та середньому бізнесі варто розглядати більш детально за рахунок економічних розрахунків, дійсних для конкретного підприємства. Але необхідно пам'ятати, що продуктивність SCM-систем не буде повною, без інтеграції з CRM-системами та іншими для утворення комплексної ERP.

#### Список використаних джерел

1. Supply Chain Management (SCM) или управление цепочкой поставок [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.logistics.ru/21/7/1/i8\\_466.htm](http://www.logistics.ru/21/7/1/i8_466.htm) . — Назва з екрану.

2. Цепочки поставок нового поколения — эффективные, быстрые и соответствующие индивидуальным потребностям клиентов. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.pwc.ru/ru/performance-management/global-supply-chain-survey-2013.html>. — Назва з екрану.

3. Что такое SCM? Системы управления цепочками поставок — обзор [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.clouderp.ru/tags/SCM\\_sistemy/](http://www.clouderp.ru/tags/SCM_sistemy/). — Назва з екрану.

Стрелецька О. С.  
студент ОРІДУ НАДУ  
при Президентіві України  
Керівник: ст. викл. Полесіна О. Г.

## **КОРИСНІ ПРОГРАМИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ НАПИСАННЯ НАУКОВОЇ СТАТТІ**

Світ не стоїть на місці і швидко розвивається, даючи все більше можливостей для полегшення нашої роботи. Дана робота направлена на виявлення таких додатків та програм, що допоможуть написати середньо-статистичному студенту статтю («наукова стаття — вид наукової публікації, яка описує дослідження чи групу досліджень, пов'язаних однією темою, та виконана її науковими авторами» [1]) на наукову конференцію.

Зараз, в вік високих технологій, майже всі дії що пов'язанні з науковою діяльністю — комп'ютеризовані. І важливо знайти саме ті програми, які зможуть допомогти кожному студенту з написати свою наукову статтю.

На тему вибору програм для написання наукових статей не було проведено спеціальних досліджень. Але окремі сайти, такі як: <http://mastersloga.ru/soft/>; <http://ctrlc.ru/programmy-pomoshniki-dlya-napisaniya-statej/>; <http://lifeinbooks.net/nachinayushhim-pisatelyam/programmy-dlya-pisatelej-ili-pisatelskij-soft-obzor/> та багато інших, писали про вибір програм для написання простих статей для публікації та для блогу.

Метою проведеного дослідження є виявлення програм та додатків для полегшення написання наукової статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головним інструментом кожного студента, без сумнівів, є його голова. Вона для нього і генератор ідей, і джерело натхнення, і текстовий редактор, тощо. Однак, в наш вік, є багато інших помічників, які полегшують працю студентам — мобільні телефони, комп'ютери, планшети. Але не саме вони допомагають, а їхні програми. Далі будуть розглянуті найпопулярніші серед студентів програми помічники.

1. Markticle. Це програма, яка робить помітки в обраних статтях. Вона є як додаток для телефону, так і як додаток для браузеру Chrome. Наприклад, студент обрав багато статей для свого дослідження, але в кожній йому треба виділити головне і переглянути потім. Справа в браузері, натиснувши на іконку додатку, можна побачити всі ті обрані статті з часом додавання.

2. Evernote. Ця програма-блокнот працює за принципом записної книжки, також можна: писати коментарії, записувати свої ідеї, додавати та організовувати документи, створювати та додавати фото до своїх записів, створювати списки справ, встановлювати нагадування, додавати обрані статті з Інтернету, тощо. І все вище перераховане, можна синхронізувати між іншими пристроями, та ділитися ними в соціальних мережах. Ця програма ідеальна для організації своєї роботи як взагалі, так, зокрема, і для написання статей.

3. Свежий Взгляд. Ця програма направлена на перевірку текстів. Вона виявляє слова-повторення, що допомагає уникнути тавтології і це робить текст

більш гладким та читабельним. «Результат обробки виводиться в виде текста, в котором подозрительные слова отмечены цветом от бледно желтого до оранжевого, в зависимости от степени нежелательности соседства данной пары слово-форм» [2]. Ця програма є як додаток, а є — онлайн, що дуже зручно, якщо нема бажання встановлювати програму на комп'ютер.

4. Etxt. В цій програмі можна працювати в онлайн режимі та є можливість користуватись нею локально. Вона важлива для перевірки власного тексту на наявність плагіату, бо цей фактор є основним для публікації та випуску статей.

5. Joxy. Дана програма націлена — «создавать скриншоты быстро и легко» [3]. Ця програма встановлюється на комп'ютер або як додаток до браузера Chrome, та запускається при необхідності зробити скріншот. Коли це необхідно зробити, треба натиснути на іконку програми та відокремити частину екрану (див. рис. 1). Також є можливість прикрашати свої малюнки різними кольорами (лініями, цифрами, стрілочками) та коментарями.



Рис. 1 — Створення скріншоту в програмі Joxy [3]

В даній статті розглянуті лише 5 програм, але їх існує набагато більше і в абсолютно різних напрямках. Насправді, кожний студент обрав для себе декілька програм і користується ними постійно — наприклад, Microsoft Word і Opera, але для більш професійних статей їх не вистачає. Тому були приведені як приклад ті програми, що допоможуть студенту написати його наукову статтю на вищому рівні.

#### Список використаних джерел

1. Наукова стаття [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Наукова\\_стаття](https://uk.wikipedia.org/wiki/Наукова_стаття). — Назва з екрану.

2. Свежий Взгляд online [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://getpocket.com/a/read/10746134>. — Заглавие с экрана.

3. Создавать скриншоты быстро и легко [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://joxi.ru>. — Заглавие с экрана.

Таранущенко В. И.  
курсант ХГМА  
Руководитель: к.т.н., доц. Кравцова Л. В.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИНАМИЧЕСКИХ БАЗ ДАННЫХ В РАБОТЕ СУДОВОДИТЕЛЯ**

Использование информационно-коммуникационных технологий составляет неотъемлемую часть работы современных специалистов в любой области. Не является исключением и профессиональная деятельность моряка. Специалист на судне должен уметь выполнять всевозможные расчеты, связанные с подготовкой и сопровождением документации, проверкой мореходных качеств судна, разработкой планов погрузки-разгрузки, проверки оборудования и т. д. Инженеру-судоводителю в большинстве случаев приходится самостоятельно принимать решения по эксплуатации судна и управлению им, оптимизации использования судового оборудования и графиков контроля за его работой [2].

В представленной работе рассмотрена технология создания динамической базы данных с вложенными структурами в электронных таблицах MS Excel. Разработана структура базы данных, которая реализована на примере динамической базы данных по проверке оборудования машинного отделения судна. С помощью гиперссылок организована последовательность вложенных структур, позволяющая получить максимально полную информацию об объектах исследования. Существенным элементом является динамичность базы данных, которая заключается в автоматическом ежедневном обновлении информации. Также при построении базы учтена возможность фильтрации данных по выбранному критерию (например, отфильтровать только те комплектующие, которые нужно по плану проверить сегодня, или в течение ближайших трех дней). Предложенную методику организации базы данных можно рассматривать как основу при формировании аналогичных динамических электронных таблиц [1].

Итак, поставим следующую задачу. Требуется составить динамический график проверки оборудования машинного отделения. Это означает, что данные таблицы будут обновляться ежедневно, и пользователь будет иметь достоверную информацию по состоянию оборудования.

В нашей электронной базе данных будет отображаться не только текущая дата проверки по каждому виду оборудования, но также количество дней до ближайшей проверки, причем, то оборудование, дата проверки которого совпадает с текущей датой, будет отмечено указателем «сегодня» (первый уровень). Каким бы объемным ни был список, с помощью фильтра (Данные / Фильтр / Автофильтр) можно моментально выбрать из списка Today только те виды оборудования, которые надлежит проверять в текущий день. Кроме того, по указателю «сегодня» будет активизироваться гиперссылка на соответствующий отмеченному элементу лист электронной таблицы (второй уровень), в котором прописаны все его комплектующие, у каждого из которых



свой график, с активными элементами по проверке «сегодня». Гиперссылка второго уровня «отправит» пользователя на лист с указаниями по наличию материалов (комплектующих), их местонахождению, информации о пополнении или обновлении этих материалов (третий уровень). В этом и заключается нестандартность подхода к организации динамической базы данных и работе с ней.

В ячейках таблицы должна отображаться только ближайшая дата проверки соответствующего оборудования. Другими словами, нужно внести в ячейки таблицы расчетные формулы так, чтобы появление даты очередной проверки в столбце «Next» зависело от значения в столбце «Today», т.е. от даты текущего дня. Тем самым обеспечивается динамика базы данных, ежедневное обновление информации в таблице. В столбец «Done» вносят дату капитального ремонта оборудования. Поскольку эта информация является индивидуальной для каждого вида оборудования, в расчетах эта дата является константой для каждой строки. Длительность интервала (текстовые записи в столбце D) для каждого вида оборудования также является константой.

Правильное использование встроенных функций Excel, а также системы абсолютных, относительных и смешанных ссылок приводит к следующему окончательному виду динамической базы данных.

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
	Device	Interval		Next	Next	Next	Next	Next	Next	Next	Next	Next	Due	Today	Done	Ссылка на базу второго уровня
5																
6																
7	Steering Gear Greasing	SGG(1)	2 Weekly	14	19.02.16	04.03.16	18.03.16	01.04.16					сегодня	01.04.16	05.02.16	SGG(1)
8	SW Coolers Backwash	SWCB(2)	3 weeks	21	04.02.16	25.02.16	17.03.16	07.04.16					6	01.04.16	14.01.16	
9	Air Condition Ventilator V-belt	AirCV(3)	Monthly	30	03.12.15	02.01.16	01.02.16	02.03.16	01.04.16				сегодня	01.04.16	03.11.15	AirCV(3)
10	SW Filters	SWFC(4)	2 Months	60	30.11.15	29.01.16	29.03.16	28.05.16					57	01.04.16	01.10.15	

Рис. 1. — База данных «Проверка оборудования»

Предложенная технология создания динамических баз данных и применения гиперссылок в MS Excel может быть использована для создания баз данных с вложенными структурами.

#### Список использованной литературы

1. Кравцова Л. В. Информатика и вычислительная техника (MS EXCEL) [Текст] : учебник для курсантов морских учебных заведений / Л. В. Кравцова. — Херсон : ХДМА, 2012. — 212 с.
2. Фадюшин С. Г. Компьютерные технологии в судовождении [Текст] : учеб. пособ. / С. Г. Фадюшин. — Владивосток : Мор. гос. ун-т, 2004. — 83 с.

Шаган А.А.  
студент економіко-правового коледжу  
Міжнародного гуманітарного університету  
Керівник: доц., к.ф.-м.н., Пігарев Ю.Б.

## **ТЕХНОЛОГІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Дійсно, початок XXI століття можна назвати ерою технологій. Технології повсюди нас оточують. Ми без них вже просто не можемо існувати. І на роботі і в дома, і на відпочинку нас супроводжують ті чи інші технології. Інтернет трафік росте у геометричній прогресії, мобільні пристрої мають обчислювальні потужності більші ніж суперкомп'ютери 20 років тому, хмарні технології дають можливість наділять "розумом" речі повсякденного використання, у травні 2011 року ООН прилічила доступ до Інтернету к фундаментальним правам людини. Ми стоїмо на порозі "мобільно-хмарної" ери, яка вже змінює наш образ життя, моделі функціонування організацій та картину світу у цілому.

Аналіз патентної діяльності корпорацій на основі патентного відомства США (USPTO) свідчить, що серед ТОП 25 компаній діяльність тільки 3 компаній не пов'язана з інформаційно-комунікаційними технологіями (ІКТ). Корпорація ІВМ вже на протязі останніх 23 років займає перше місце, при цьому винахідними компанії отримали більш ніж 88 тисяч патентів США. Винахідники компанії ІВМ працюють у напрямках хмарних обчислень та аналітики, мобільних та соціальних технологій, захисту інформації та штучного інтелекту. У 2014 році компанія ІВМ стала першою компанією, яка отримала за рік більше 7000 патентів в США, що в середньому складає більш ніж 20 патентів щодобово. Для безкоштовного публічного доступу до даних про патенти та торговельні марки USPTO, корпорація Google розробила відповідний сервіс (<http://www.google.com/patents>). Корпорації Apple (13 місце) і Google (11 місце) тільки у 2013 році вперше увійшли в ТОП 20. Інвестиції в науково-дослідницькі розробки продовжують змінювати майбутнє ІКТ.

Дослідницька і консалтингова компанія Gartner [1] на основі регулярних досліджень ринків інформаційних технологій та апаратного забезпечення щорічно оприлюднює перелік 10 стратегічних ІТ-технологій. Ринок інформаційних технологій по прогнозу компанії Gartner в подальшому буде характеризуватися подальшим проникненням комп'ютерінгу в наше життя за допомогою доступу до інформаційних ресурсів розумних екранів, часів та браслетів, розвитком концепції підключення до мереж різноманітних пристроїв, датчиків та приборів, більшою доступністю до обладнання, що створюють трьохмірні об'єкти та розширенням сфери їх використання, все більше інформаційних систем та додатків будуть використовувати аналітику. Використання хмарних технологій буде спрямовано на обробку та зберігання даних, нові технології підвисять рівень захисту інформації від кіберзлочинників та шкідливих програм, інформаційні системи будуть більш веб-масштабовані

тощо. Аналіз ключових технологій по версії компанії Gartner за період з 2012 по 2015 роки дає підставу говорити про наступні стратегічні технології (рис. 1).

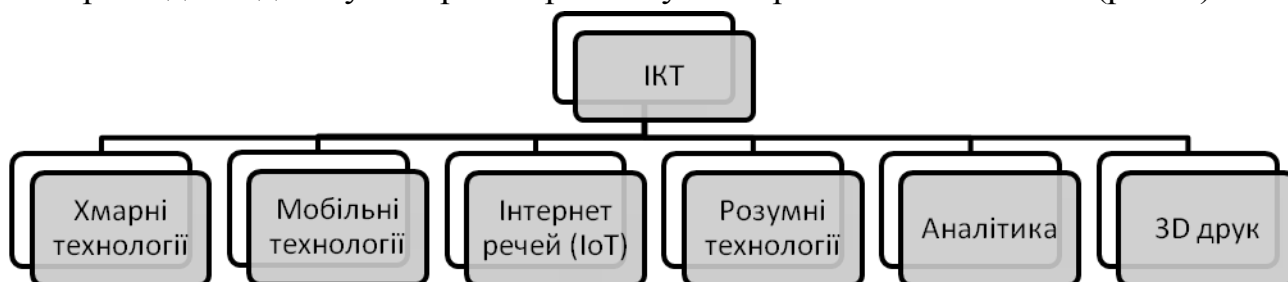


Рис. 1. Стратегічні ІКТ розвитку інформаційного суспільства по версії компанії Gartner.

Свої прогнози компанія Gartner будує на так званому життєвому циклі (Нуре cycle) ІКТ Gartner (рис. 2) та «магічному квадранту».

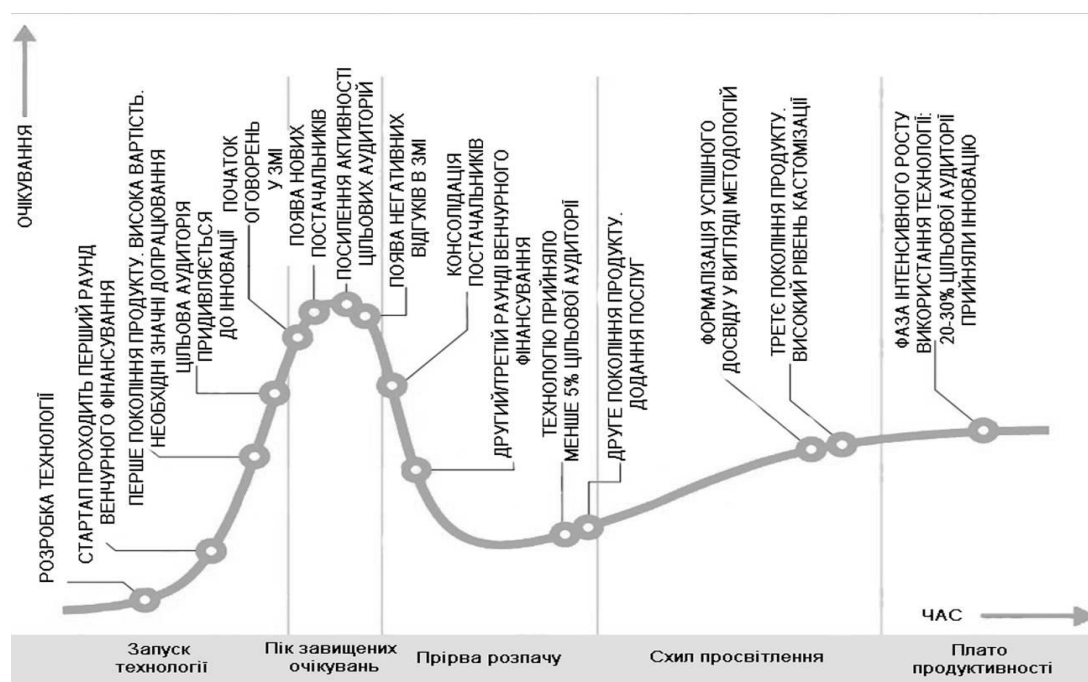


Рис. 2. Етапи життєвого циклу ІКТ.

В цілому, на думку фахівців компанії Gartner, розвиток ІКТ визначається зближенням чотирьох векторів: соціального, мобільного, хмарного та інформаційного (тенденція *Nexus of Forces*).

Новітні ІКТ приводять до створення новий ІТ-професій, таких як архітектор інформаційних систем та віртуальності, дизайнер інтерфейсів та віртуальних світів, мережевий юрист та цифровий лінгвіст, організатор Інтернет спільнот та ІТ-проповідник тощо.

Список використаних джерел:

1. Gartner: десять ключевых IT-тенденций 2015 года. Режим доступа : <http://hi-tech.ua/gartner-desyat-klyuchevyih-it-tendentsiy-2015-goda/>– Назва з екрану.

*Наукове видання*

# **Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології**

*Матеріали*

*XVII Всеукраїнської щорічної студентської  
науково-практичної конференції  
за міжнародною участю  
27 квітня 2016 року*

Головний редактор *С. І. Майданюк*

Редактор *Т. В. Сивак*

Секретар *В. Є. Воловник*

Технічні редактори *В. О. Гончарова, І. В. Українець*

Підписано до друку 18.04.2016.

Формат 60x84/16. Папір друкарський.

Гарнітура «Times New Roman». Друк цифровий.

Обл.-вид.арк. 16,5. Тираж 150 прим.

Зам. № 5/04.

Надруковано з готового оригінал-макету у видавництві  
Одеського регіонального інституту державного управління  
Національної академії державного управління  
при Президентіві України

**Свідоцтво ДК № 1434**

**від 17 липня 2003 року**

65009 м. Одеса, вул. Генуезька, 22

тел.: (048) 729-76-48, 729-76-49

URL: <http://www.oridu.odessa.ua>