УКРАЇНА

ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР «УКООПОСВІТА»

ЗБІРНИК ВИСТУПІВ

учасників Тринадцятої
науково-практичної конференції студентів
вищих навчальних закладів Укоопспілки

«Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства»

Частина 2

Укоопосвіта
2016

Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства

Науково-практична конференція
2016 року

Збірник виступів учасників Тринадцятої науково-практичної конференції студентів вищих навчальних закладів Укоопспілки *«Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства»*. Частина 2. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2016. – 176 с.

Редакційна колегія:

Войнаш Л. Г., к.е.н.
Нестуля О. О., д.е.н
Куцик П. О., к.е.н.
Кофлан В. М., к.ю.н.
Вінніченко К. П.
Добридник С. І.
Іноземцев В. А., к.пед.н.
Зажирко М. П., к.психол.н.
Зубко Н. П.
Кабаці Б. І., к.е.н.
Коваль Л. М., д.е.н
Кравчук В. П.
Михайлов О. В., к.пед.н.
Мулярчук В. М., к.е.н.
Піхотіна Л. М.
Стрільчук Н. С.

Підготовлено до друку Навчально-методичним центром Укоопспілки «Укоопосвіта»

Матеріали конференції подано без скорочень в авторській редакції

Коректор *Турський В. В.*
Оригінал-макет *Шульженко В. І*

© НМЦ “Укоопосвіта”, 2016

Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу Навчально-методичного центру Укоопспілки “Укоопосвіта” заборонено

Підп. до друку 27.05.2016 Обл.-вид. арк. 11,0

НМЦ Укоопспілки «Укоопосвіта», 2016
01001 м. Київ, Хрещатик, 7/11

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВЕЛИЧИНИ ПИТОМОЇ ПОВЕРХНЕВОЇ ПОТУЖНОСТІ НА ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСУ ДВОСТОРОННЬОГО ЖАРЕННЯ М'ЯСА ПІД ТИСКОМ

Похитон Оксана
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі досліджено вплив питомої поверхневої потужності на тривалість процесу двостороннього жарення м'яса під тиском, вихід готового продукту, питомі витрати електроенергії.

Ключові слова: м'ясо, питома поверхнева потужність, кондуктивне жарення, тиск.

Постановка проблеми. М'ясо належить до найважливіших продуктів харчування, як джерело повноцінних білків, а також жирів, мінеральних, екстрактивних речовин і деяких вітамінів. За допомогою м'яса і м'ясних продуктів потреби в білку тваринного походження задовольняються приблизно на 27,4%.

Найбільшого поширення серед споживачів набули жарені натуральні вироби з м'яса. Готують їх зазвичай основним способом, який характеризується значними втратами готового продукту, високотемпературним режимом, значною тривалістю і як наслідок підвищеною питомою витратою енергоносія. Апаратурна реалізація даного процесу представлена плитами та наплитним посудом, які відносяться до універсального теплового обладнання та мають підвищену питому поверхневу потужність. Це дозволяє здійснювати різноманітні процеси, але призводить до перевитрат енергоресурсів.

Саме тому з'являється потреба у розробці нових спеціалізованих апаратів, які мають відповідну для реалізації конкретного теплового процесу питому поверхневу потужність, та забезпечать скорочення тривалості теплової обробки, зменшення втрат маси, енергоресурсів, та дозволять отримати кращі органолептичні властивості готових виробів.

Автори [1; 2, с. 97–102] довели, що отримати високоякісні готові жарені вироби з м'яса з виходом до 90% можна за рахунок використання апаратів для двостороннього жарення під тиском. Крім того, такі апарати дозволяють забезпечити питомі витрати електроенергії на рівні не вище 0,16 кВт·год/кг.

В роботі [3, с. 377–378] встановлено, що раціональним значенням питомої поверхневої потужності в діапазоні 10…60 кВт/м^2 для жарення натуральних порційних виробів з м'яса є 39,5…41,5 кВт/м^2.

Метою роботи було дослідити вплив величини питомої поверхневої потужності на тривалість процесу двостороннього жарення м'яса під тиском, вихід готового продукту та питомі витрати електроенергії в діапазоні понад 60 кВт/м^2.

Виклад основного матеріалу. Процес жарення м'яса проводився на експериментальному зразку апарата для двостороннього жарення під тиском. Контроль процесу жарення здійснювався за рахунок експериментального стенду. Дослідження проводились з напівфабрикатами виготовленими з найдовшого м'язу

свині товщиною 1 см нарізаними поперек волокон за наступних значень питомої поверхневої потужності: 50, 150, 250 та 350 кВт/м^2 від кожної поверхні жарення за температури поверхонь жарення 150°С до досягнення температури в центрі зразку 72°С. Під час усіх експериментів на дослідний зразок діяв надлишковий тиск 10…11 кПа.

З отриманих результатів (рис. 1) видно, що питома поверхнева потужність має практично лінійний вплив на тривалість процесу жарення, при чому її збільшення від 50 кВт/м^2 до 350 кВт/м^2 призводить до подовження процесу у 1,15 рази, від 68 до 78 с.

Наступними проводилися дослідження впливу величини питомої поверхневої потужності на вихід готового продукту. Даний показник визначався відношенням маси готового виробу до маси напівфабрикату. З графіку на рис. 2 видно, що зі збільшенням питомої поверхневої потужності від кожної поверхні жарення вихід готового продукту зменшується. Так, при питомій поверхневій потужності 50 кВт/м^2 вихід готового продукту становить 90,4 %, а її збільшення до 350 кВт/м^2 зменшує цей показник на 1,6%, до – 88,8%.

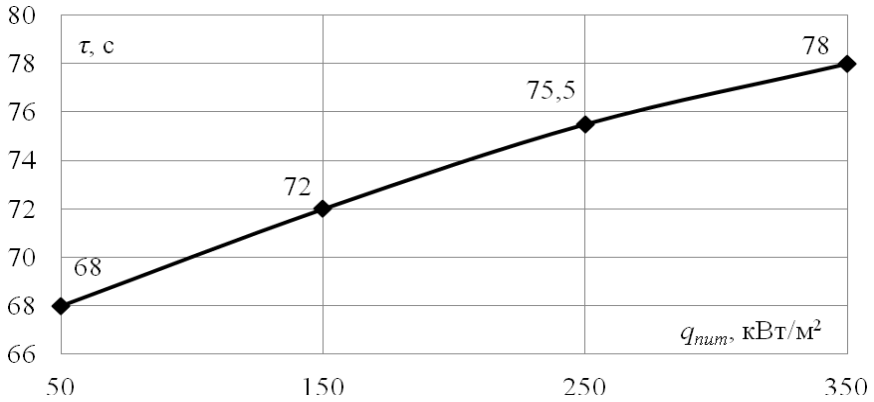


Рис. 1. Вплив величини питомої поверхневої потужності на тривалість процесу двостороннього жарення м’яса під тиском

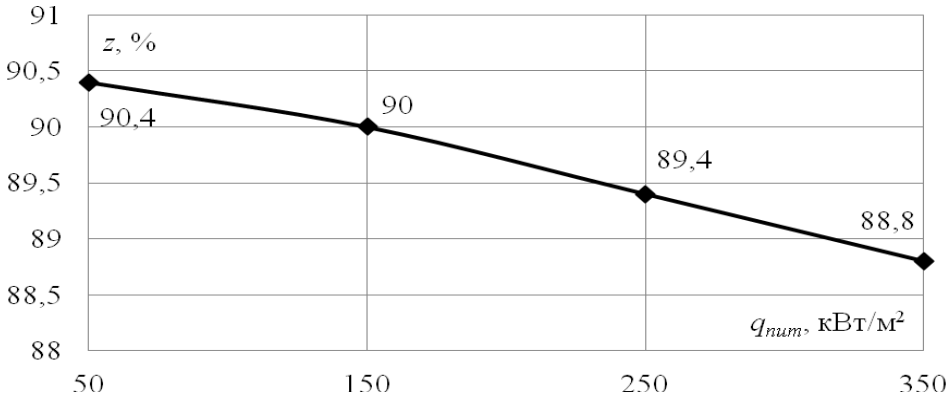


Рис. 2. Вплив величини питомої поверхневої потужності на вихід готового продукту

Останнім досліджували вплив величини питомої поверхневої потужності на питомі витрати електроенергії. Оскільки збільшення питомої поверхневої

потужності призводить до збільшення втрат в масі готових виробів та подовження процесу жарення, питомі витрати електроенергії при цьому також зростають (рис. 3). Так, при питомій поверхневій потужності від кожної поверхні жарення 50 кВт/м^2 питома витрата електроенергії становить 0,171 кВт*год/кг, при потужності 150 кВт/м^2 – 0,279 кВт*год/кг, при потужності 250 кВт/м^2 – 0,321 кВт*год/кг, при потужності 350 кВт/м^2 – 0,343 кВт*год/кг.

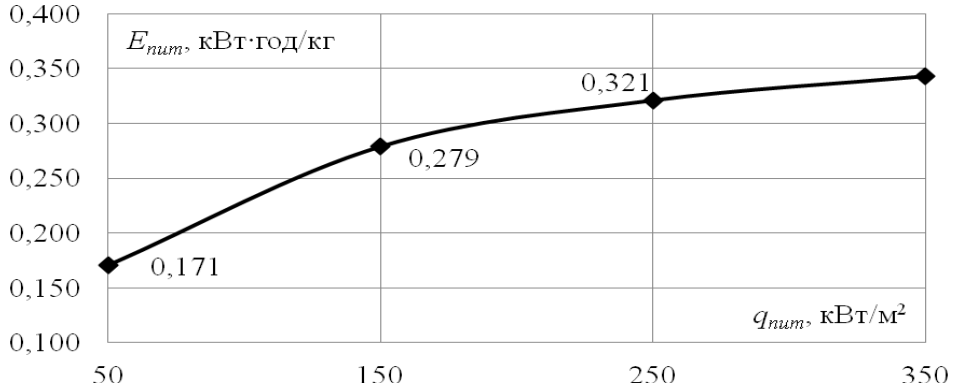


Рис. 3. Вплив величини питомої поверхневої потужності на питомі витрати електроенергії

Органолептична оцінка якості показала, що всі вироби, жарені за різної питомої поверхневої потужності поверхонь жарення апарата, дійшли до стану кулінарної готовності (температура в центрі 72 °С), вони мають характерні жареним виробам смак та золотаву поверхню. Варто відмітити, що вироби жарені за питомої поверхневої потужності на рівні 250…350 кВт/м^2 відрізняються більш вираженою скоринкою на поверхні, що можна пояснити як високим значенням питомої поверхневої потужності, так і подовженим терміном жарення і, відповідно, досягнення стану кулінарної готовності. Проте, за рахунок підтримання протягом усього процесу жарення температури поверхонь нагрівання апарата на рівні 150 °С у готових виробах не утворюються шкідливі речовини – гетероциклічні аміни, а за рахунок забезпечення виходу готового продукту 88,8…90,4% всі вироби мають ніжну та соковиту консистенцію.

Висновки. В ході експериментальних досліджень встановлено:

1. Збільшення величини питомої поверхневої потужності поверхонь нагрівання під час двостороннього жарення м’яса призводить до збільшення тривалості процесу та зменшення виходу готового продукту.

2. Питомі витрати електроенергії збільшуються зі збільшенням питомої поверхневої потужності під час двостороннього жарення.

Таким чином, підвівши підсумки та проаналізувавши дані встановлено, що величина питомої поверхневої потужності поверхонь нагрівання апарата для жарення має значний вплив на ефективність процесу двостороннього жарення м’яса під тиском, а її збільшення понад 50 кВт/м^2 недоцільне.

Література

1. Скрипник В. О. Розробка обладнання для реалізації процесу двостороннього жаріння м’яса в умовах осьового стиснення: [монографія] / Вячеслав Олександрович Скрипник. – Полтава: ПУЕТ, 2012. – 173 с.

2. Черевко А.И. Возможные направления повышения энергоэффективности и ресурсосбережения процессов кондуктивного жарения мяса / А. И. Черевко, В. А. Скрыпник // Техника и технология пищевых производств. – 2013. – № 2 (29). – С. 97–102.

3. Скрипник В. О. Попередні дослідження процесу двостороннього жарення м'яса в умовах електроосмосу / В. О. Скрипник, А. Г Фарісєєв // Прогресивна техніка і технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : Міжнарод. наук.-практ. конф., присв. 45-річчю ХДУХТ., 18 жовтня 2012 р. : тези доп. – Харків, 2012. – С. 377–378.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ОРГАНІЧНОЇ КИСЛОМОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА

Герасименко Валентина
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі досліджено особливості виробництва кисломолочної органічної продукції, рівень якості органічних кисломолочних напоїв, охарактеризована смачність продукції профільним методом.

Ключові слова: органічна продукція, органічна кисломолочна продукція, особливості виробництва, якість, профільний аналіз, балова оцінка, фізико-хімічні показники якості.

Постановка проблеми. В багатьох країнах світу все більшою популярністю користується органічна продукція, яка відрізняється відсутністю шкідливих речовин, смаковими властивостями вищою харчовою цінністю. Органічна молочна продукція (як закордонного, так і вітчизняного виробництва) почала все частіше з'являтись і на полицях українських магазинів. Вітчизняні споживачі, як і споживачі в усьому світі, прагнуть до підвищення якості харчових продуктів та здорового способу життя. Тому розвиток органічного виробництва в Україні виходить на перший план серед інших важливих проблем.

Ринок органічної продукції вже близько двох десятиріч є одним з найбільш динамічних ринків продовольства у світі й стає популярною альтернативою споживанню традиційної продукції. Однак, органічне виробництво в Україні на сьогодні характеризується незначними обсягами та асортиментом продукції.

Аналіз основних досліджень. Дослідження англійських вчених з Кембриджського і Ньюкасельського *університетів довели, що органічна продукція, і зокрема молочна, це їжа більш високої якості, ніж її неорганічні аналоги, так як містить більше корисних для людини речовин* [1]. Група вчених з Державного університету Вашингтону (Washington State University) виявила, що органічне молоко містить значно вищу концентрацію корисних для серцево-судинної системи жирних кислот. Ними доведено, що співвідношення омега-6 и омега-3 жирних кислот в органічній молочній продукції значно корисніше для людського

організму в порівнянні з традиційною [1]. На жаль, українських виробників сертифікованих органічних молочних продуктів дуже мало.

Мета. Метою досліджень було з'ясування особливостей виготовлення органічної кисломолочної продукції та оцінювання її якості.

Виклад основного матеріалу. Дослідження проводились за органолептичними та фізико-хімічними показниками, визначалась категорія якості, оцінювалась смачність кисломолочних напоїв профільним методом. З органолептичних показників якості визначали: зовнішній вигляд, консистенцію, смак, запах, колір. Фізико-хімічними методами визначали масову частку жиру та кислотність. Органолептичні в фізико-хімічні показники визначались стандартними методами, для визначення категорії використовували спеціально розроблену 10 балову шкалу, для дослідження смачності профільним методом були запропоновані 12 складових смаку, 8 складових запаху та 9 складових консистенції [2, 3].

Дослідження проводились на прикладі йогурту, кефіру та ряжанки ТМ «Organic Milk», які реалізуються в гіпермаркеті «Велмарт» м. Полтава.

ТОВ «Органік Мілк» знаходиться в м. Баранівка, Баранівського району, Житомирської області. Основним напрямком його діяльності є виробництво органічної сертифікованої молочної продукції, розвиток ринку органічної продукції України. Органічні параметри всіх ланок продуктово-виробничого ланцюжка компанії підтверджено сертифікатами європейського та вітчизняного зразка. Діяльність ТОВ «Органік Мілк» як виробника органічних молочних продуктів сертифіковане українською сертифікаційною компанією «Органік стандарт».

Органічна продукція – це продукція, сільського господарства та харчової промисловості, виготовлена відповідно до затверджених правил (стандартів), які передбачають мінімізацію використання пестицидів, синтетичних мінеральних добрив, регуляторів зростання, штучних харчових добавок, а також забороняють використання ГМО.

До особливостей виготовлення органічної продукції відносять:

- у рослинництві заборонено для боротьби з бур'янами, шкідниками й хворобами рослин, а також мінеральні добрива синтетичного походження, при цьому захист рослин здійснюється переважно препаратами натурального походження;
- для живлення ґрунту й рослин використовуються органічні добрива;
- категорично заборонене використання ГМО;
- для годівлі тварин використовуються сертифіковані корми;
- у тваринництві не дозволяється застосовувати стимулятори росту, гормони й антибіотики, а для лікування тварин використовуються профілактичні засоби й гомеопатичні препарати.

Органічна сировина для виготовлення органічних продуктів харчування надходить із перевірених джерел: у ґрунт, на якому вирощуються сільськогосподарські культури, протягом 3 років заборонено вносити будь-які речовини хімічного походження. Тільки по закінченню цього, т. зв. перехідного періоду, продукція отримує статус органічної.

Об'єктами дослідження були кисломолочні напої ТМ «Organic Milk»:

- йогурт органічний нежирний. Склад: молоко коров'яче знежирене органічне, закваска для йогурту. Кількість життєздатних молочнокислих бактерій в 1см^2 не менше ніж 1×107.
- кефір органічний термостатний (1% жиру). Склад: молоко коров'яче нормалізоване органічне, закваска на кефірних грибках. Кількість життєздатних молочнокислих бактерій в 1 см^2 не менше ніж 1×107.
- ряжанка органічна термостатна (4% жиру). Склад: молоко коров'яче нормалізоване органічне, бактеріальні закваски. Кількість життєздатних молочнокислих бактерій в 1 см^2 не менше ніж 1х107.

Результати дослідження якості органічних кисломолочних напоїв за органолептичними і фізико-хімічними показниками довели їх відповідність вимогам державних стандартів, а саме: йогурт – ДСТУ 4343: 2004 «Йогурти. Загальні технічні умови»; кефір – ДСТУ 4417:2005 «Кефір. Технічні умови»; ряжанка – ДСТУ 4565:2006 «Ряжанка та варенець. Технічні умови» [4, 5, 6].

Профільний аналіз смаку кисломолочних органічних продуктів (рис. 1) показав, що найбільша площа профілограми, а відповідно найвища оцінка ряжанки, яка стала лідером за кількістю балів за загальне враження, а також за вершковим, молочним, солодким та горіховим смаком. Але кисломолочна складова була виражена недостатньо.

На другому місці за площею профілограми кефір, у складових смаку якого переважають свіжий та кисломолочний. І відповідно йогурт займає третю позицію за площею профілограми, у складових його смаку переважають кисломолочний і водянистий, та майже повністю відсутні солодкий, молочний.

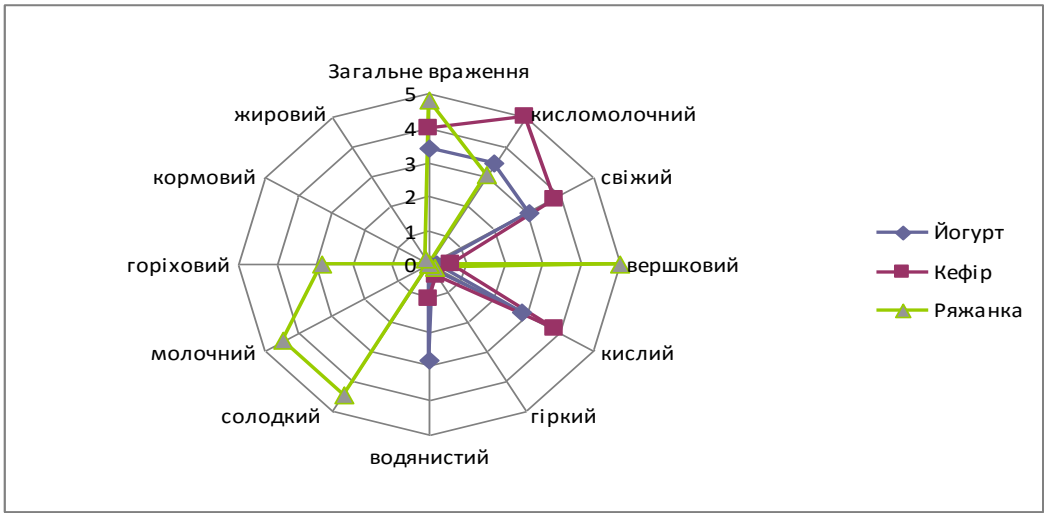


Рис. 1. Профілограма смаку органічних кисломолочних напоїв

Результати профільного аналізу запаху кисломолочних продуктів представлені на рис. 2. Він свідчить про те, що найбільші оцінки за загальне враження та кисломолочний запах отримав кефір. Запах ряжанки характеризувався вираженими позитивними складовими молочний, горіховий. А йогурт отримав найвищу оцінку за складовою свіжий запах.

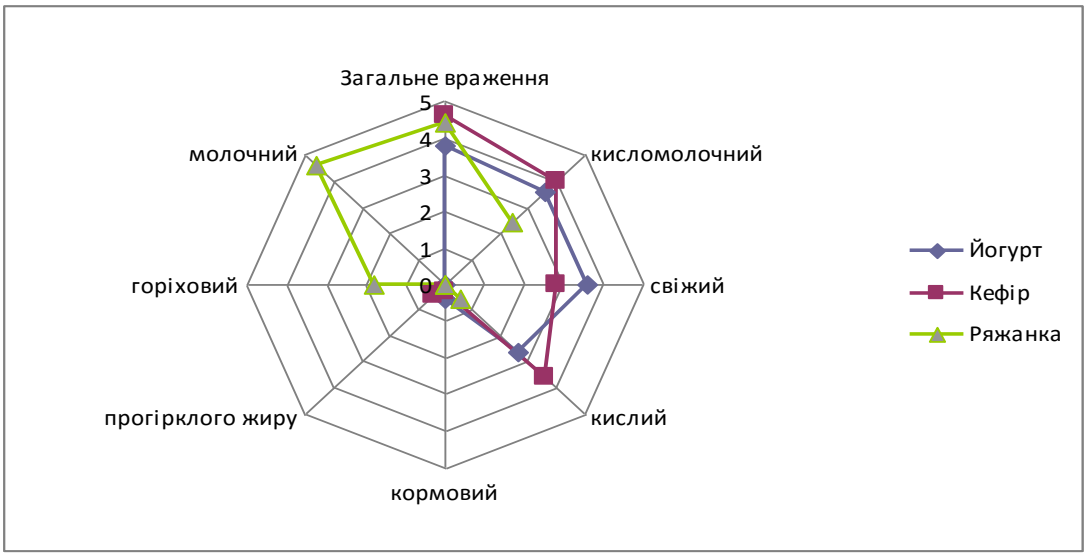


Рисунок 2. Профілограма запаху органічних кисломолочних напоїв

Результати профільного аналізу консистенції показали, що найбільшу площу має профілограма ряжанки, її консистенція характеризується найбільш вираженими складовими: однорідна, густа, консистенція густої сметани. Кефір отримав п'ятірки за загальне враження та густину, але спостерігалось виділення сироватки, притаманне продукції термостатного способу виготовлення. В консистенції йогурту переважали негативні складові – рідка, водяниста, відділення сироватки.

Для визначення категорії якості дослідженої продукції проводили балову оцінку за розробленою 10 баловою шкалою (табл. 1). За результатами оцінювання маркування напоїв було повним, чітким, відповідало вимогам. Але розміщення маркування ряжанки було незручним, як і пакування кефіру (недостатньо широке горличко пляшки).

Як бачимо з таблиці, найвища підсумкова оцінка ряжанки органічної термостатної – 9,4 бала, кефір органічний термостатний оцінений у 8,9 бала, а йогурт – 7,7 бала.

Таблиця 1

Результати балової оцінки органічних кисломолочних напоїв

Показники	Максимальна оцінка	Характеристика		
		Йогурт	Кефір	Ряжанка
Зовнішній вигляд	1,5	1,14	1,44	1,5
Консистенція	1,0	0,6	1,0	1,0
Смак	2,0	1,36	1,6	1,84
Запах	2,0	1,44	1,68	1,76
Колір	1,5	1,2	1,44	1,5
Пакування	1,0	0,96	0,72	0,96
Маркування	1,0	1,0	1,0	0,88
Сума	10	7,7	8,88	9,44

За сумою балів визначили категорію якості досліджених напоїв:

- йогурт органічний нежирний – середня якість;
- кефір органічний термостатний – висока якість;
- ряжанка органічна термостатна – дуже висока якість.

Висновки. Виробництво органічної продукції проводиться виключно з органічної сировини, вирощеної на придатних для цього землях або у спеціально визначених зонах виробництва органічної продукції. Ринок органічних продуктів в Україні невпинно розвивається, але на сьогоднішній день асортимент такої продукції недостатній. Органічна продукція покращує стан здоров'я населення та зберігає навколишнє природне середовище, при цьому головною її особливістю є високі споживні властивості. Якість досліджених органічних кисломолочних напоїв повністю відповідає державним стандартам за органолептичними і фізико-хімічними показниками, але смакові властивості різних продуктів неоднаково високі. Є певні проблеми також зі зручністю пакування та маркування.

Література

1. Нові дослідження органічного м'яса та молока. [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://gmoobzor.com/stati/novoe-issledovanie-pokazy vaet-raznicu-mezhdu-organicheskim-i-neorganicheskim-molokom-i-myasom.html

2. Кантере В. М. Основные методы сенсорной оценки продуктов питания / В. М. Кантере, В. А. Матисон, М. А. Фоменко, Г. В. Крюкова // Пищевая промышленность. – 2003, № 10. – с. 6–13.

3. Матисон В.А. Условия проведения аналитической сенсорной оценки / В. А. Матисон, В. М. Кантере, М. А. Фоменко, Г. В. Крюкова // Пищевая промышленность. – 2003, № 10. – с. 18–24.

4. Йогурти. Загальні технічні умови : ДСТУ 4343-04 / [Чинний від 2005-10-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2005. – 12 с. – (Державний стандарт України).

5. Кефір. Технічні умови : ДСТУ 4417-05 / [Чинний від 2006-10-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 10 с. – (Державний стандарт України).

6. Ряжанка та варенець. Технічні умови : ДСТУ 4565-06 / [Чинний від 2008-01-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – 14 с. – (Державний стандарт України).

СЕРТИФІКОВАНА ОРГАНІЧНА ПРОДУКЦІЯ – ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ

Семченко Ярослав, Бурдан Адріана, Вовк Дмитро
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі проведено аналіз ринку органічних продуктів харчування українського виробництва, що є перспективним сегментом західноєвропейського агропромислового ринку, а також надання виробникам інформації

щодо вимог, яких необхідно дотримуватись при сертифікації органічної продукції.

Ключові слова: органічна продукція, виробник, ринок товарів, конкурентоспроможність, сертифікація.

Постановка проблеми. Оскільки, здоров'я населення України в сучасних екологічних умовах стало важливою соціальною проблемою, тому виробництво сертифікованих органічних харчових продуктів може стати ефективною інноваційною складовою діяльності харчових підприємств на вітчизняному ринку.

Аналіз основних досліджень. Дослідженням ринків органічного виробництва та питаннями сертифікації органічної продукції займалися: В. А Чудовська, С. С. Антонець, Г. С. Шестопал, В. І. Артиш, Н. В. Бородачева, М. В. Капштик, М. І. Кобець, М. К. Шикула та ін.

Мета. Метою даної статті є аналіз ринку органічної продукції, стимулювання виробництва якої може стати визначальним стратегічним фактором ефективної діяльності вітчизняних харчових підприємств в сучасних ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу. Враховуючи екологічну ситуацію у світі, споживачі та уряди, особливо країн ЄС, велику увагу приділяють безпечності харчової продукції. Тому в останні десятиліття особливого значення набуває присутність на ринку органічної сертифікованої продукції, як одного із ефективних засобів гарантування її безпечності і попит на неї щороку зростає.

Беручи до уваги те, що Україна є аграрною державою, екологізація сільського господарства та виробників харчової продукції безсумнівно, підвищить інвестиційну привабливість держави та її конкурентоспроможність на світовому ринку.

Згідно з законодавством ЄС: «Органічне виробництво – це цілісна система господарювання та виробництва харчових продуктів, яка поєднує в собі найкращі практики щодо збереження довкілля, природних ресурсів, рівень біологічного розмаїття, застосування високих стандартів належного утримання (добробуту) тварин та метод виробництва, який відповідає певним вимогам до продуктів, виготовлених з використанням речовин та процесів природного походження».

На цей час вимоги щодо органічного виробництва та перероблляння встановлені у міжнародних базових стандартах IFOAM [1, 2] та міжнародних стандартах САС і ФАО/ВОО3 щодо харчових продуктів. Це настанови для національних урядів стосовно мінімальних вимог до органічного виробництва та сертифікації [3].

Вітчизняні виробники прагнуть свою харчову та сільськогосподарську продукцію продавати на європейському ринку. Конкурентоспроможною на цьому ринку може бути тільки високоякісна та безпечна продукція, яка вирощена чи вироблена із застосуванням методів органічного виробництва. Основні ринки збуту органічної продукції – Німеччина, Великобританія, Франція, США, Канада, Японія.

Україна має унікальні можливості щодо виробництва необмежених обсягів екологічно чистої харчової продукції та сировини. У нас є близько 8 млн га чис-

тих земель і щонайменше 20 млн га можна привести до екологічно безпечного стану.

На кінець 2009 року сільськогосподарські площі під органічними господарствами становили близько 270 тис. га, що вдвічі більше, ніж 6–7 років до того. Україна займає почесне 21-е місце серед країн-лідерів світового органічного руху. Водночас велика частина сертифікованих органічних продуктів, вироблених в Україні, йде на експорт. Через це, насичення внутрішнього ринку цією продукцією недостатнє. Зокрема, це пов`язано з тим, що більшість української органічної продукції – це сировина для виробництва кінцевого продукту (зерно, бобові, олійні культури). Тільки за останні роки почало активно розвиватися органічне рослинництво – вирощування овочів, фруктів, ягід, розвиватися переробка цієї продукції (є вже перші українські сертифіковані крупи, повидло, соки, сиропи, сухофрукти, чаї, м'ясні продукти тощо). Тим часом органічний рух в Україні все ж починає набирати обертів. Особливо це помітно у столиці, яка є лідером за обсягами споживання органічної продукції, її частка становить більше 50% серед регіонів.

Протягом останніх років ряд економічних та екологічних чинників, популяризація здорового способу життя і підвищення рівня екологічної свідомості населення країні створили значні передумови для розвитку внутрішнього ринку органічної продукції. Та процес запровадження принципів органічного сільськогосподарського виробництва в практику господарювання в Україні відбувається надзвичайно повільно. Так, сьогодні функціонує близько 200 «органічних» господарств, а обсяг реалізації органічної продукції в Україні становить понад 1 млн євро [4].

Дослідження Федерації органічного руху України свідчать, що сучасний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні почав розвиватися з 2006 – 2007 рр., склавши в 2008 році 600 тис. євро, 2009 – 1,2 млн євро, 2010-го цей показник зріс до 2,4 млн євро, а в 2011 р. – до 5,1 млн євро.

Асортимент органічної продукції на внутрішньому ринку представлений не досить широко: крупи та пластівці, прянощі, охолоджене м’ясо, ковбасні вироби, хліб, фрукти, овочі тривалого зберігання та консервовані, масло, джеми, сиропи, сухофрукти, борошно, заморожені та сушені ягоди і гриби, трав’яні чаї, кава і навіть вино. Найбільшою сировинною базою є зерно, адже воно довго зберігається, відповідно є хороша перспектива реалізації як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках [6].

Розвиток українського ринку органічної продукції стримується комплексом проблем, найважливіші з-поміж яких – відсутність ефективної системи сертифікації органічної продукції, нерозвинений механізм формування і функціонування ринку органічної продукції.

Екологічна сертифікація сільськогосподарської продукції в Україні здійснюється відповідно до критеріїв, встановлених Глобальною мережею екологічного маркування (GEN) або Міжнародною федерацією органічного сільгоспруху (IFOAM).

В багатьох країнах, в тому числі членах Європейського Союзу, держава надає фінансову допомогу господарствам в перехідний період (перехід від

спеціалізованого господарства на органічні методи), а також оплачує частину витрат на органічну сертифікацію.

Органічна сертифікація відрізняється від обов'язкової сертифікації продуктів перш за все тим, що не обмежується контролем кінцевого продукту, але включає моніторинг земельних угідь і всього процесу виробництва.

В ЄС існує система ринкового нагляду за органічною продукцією двох рівнів. На першому рівні державні органи здійснюють акредитацію приватних сертифікаційних установ і проводять нагляд за їх діяльністю. Багато держав співфінансують або повністю оплачують витрати приватних виробників на сертифікацію продукції за органічними стандартами. На другому рівні ці установи контролюють фермерські господарства і переробні підприємства, а також імпортні товари і видають сертифікати. Існує кілька варіантів національних і міжнародних систем сертифікації. Товари, що пройшли таку процедуру, маркуються спеціальними знаками [7].

У Німеччині це національний екологічний знак «Блакитний Янгол», у країнах Скандинавії, Швейцарії, Голландії – «Скандинавський Лебідь». В Україні використовують національний знак «Екологічно чисто та безпечно» (емблема «Зелений журавель», рис. 1). Ці системи входять в мережу екологічного маркування Global Ecolabelling Network (GEN), чим і забезпечується їх міжнародне визнання й авторитет.

Рис. 1. Емблема «Зелений журавель»

Існує єдиний європейський знак для маркування органічної продукції, який в різних країнах відрізняється лише мовою напису, а також знаками країн – членів ЕС (рис. 2)

Рис. 2. Знак маркування органічної продукції в країнах ЄС

Крім того в країнах ЕС крім державних стандартів, які регулюються загальноєвропейськими і національними законами, існують приватні стандарти і знаки.

Завдання сертифікаційної компанії: посилити органічний рух в Україні, покращити ринкову інтеграцію, зменшити вартість якісних, професійних сертифікаційних послуг та надати більш широкі можливості виходу на світовий ринок українській органічній продукції.

Увага світової громадськості до органічної продукції неухильно зростає. Таке ставлення продиктовано не лише турботою про навколишнє середовище, а й піклуванням про власне здоров'я. Україна не стоїть осторонь цієї тенденції – у нас також збільшується популярність органічної продукції. Вітчизняний споживач стає обережнішим та вимогливішим при виборі продуктів харчування. Як наслідок, зростає чисельність виробників продуктів органічного походження.

Висновки. Ринок органічної харчової продукції та сільськогосподарської сировини в Україні активно розвивається. На сьогодні одним з основних напрямків його розвитку є створення мереж виробників органічної продукції та вихід на зовнішні ринки збуту, що може стати ефективною інноваційною складовою діяльності харчових підприємств на вітчизняному ринку.

Література

1. Довідник міжнародних стандартів для органічного виробництва / Навчально-координаційний центр сільськогосподарських дорадчих служб; За ред. Капштика М. В. та Котирло О. О. – К.: СПД Горобець Г. С., 2007. – 356 с.

2. Стандарти виробництва, переробки, маркування та збуту органічної харчової продукції (CAC/GL 32-1999, Rev.4-2007) // Кодекс Алиментариус. Органические пищевые продукты. – [2-е изд]. – М.: Весь мир, 2006. – 74 с.

3. Гуменюк Г. Д. Міжнародні стандарти Комісії Кодекс Аліментаріус та ФАО/ВООЗ щодо органічного виробництва харчової продукції // Стандартизація, сертифікація, якість. – № 2. – 2012. – С. 19–23.

4. Артиш В. І. Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В. І. Артиш // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 117–120.

5. Шубравська О. Ринок органічної продукції та перспективи його розвитку в Україні // Економіка України. – 2008. – № 1. – С. 53–61.

6. Бомба М. Я., Івашків Л. Я., Шах А. Е., Ковальський Ю. В., Лотоцька-Дудик У. Б., Максимець О. Б., Сливка Н. Б., Сусол Н. Я., Шестопал Г. С. Теоретичні і прикладні аспекти виробництва продуктів харчування на екологічно безпечній основі. Колективна монографія. – Львів : Вид. ТзОВ «Ліга-Прес», 2010. – 202 с.

7. Шестопал Г. С. Основи органічного виробництва ягідної продукції. – Львів : Екотера, 2013. – 111 с.

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВ «ЛУБЕНСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ ЗАВОД»

Мазур Анастасія
Полтавський кооперативний технікум

Анотація. У роботі досліджено основні інноваційні впровадження на ТОВ «Лубенський молочний завод» та розкрито сутність їхньої ефективності.

Ключові слова: «Лубенський молочний завод», ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю), ТМ (Торговельна марка), ТМ «Гармонія», молоко, морозиво, «Біфілайф», «Біолакт», «Prebiotic», міжнародний стандарт ISO 9001:2008 – система менеджменту якості, міжнародний стандарт ISO 22000:2005 – система менеджменту безпечності харчових продуктів, ІСМ – Інтегровану Систему Менеджменту.

Постановка проблеми. Сьогодні на українському ринку представлено сотні найменувань видів молочних виробів та чимало їх виробників. Але лише деякі з них вважаються провідними експертами молокопереробної справи, що здатні запроваджувати стандарти та визначати тенденції розвитку всієї галузі. Саме таким підприємством є ТОВ «Лубенський молочний завод», продукція якого відома під торговою маркою «Гармонія».

Аналіз основних досліджень. При визначенні інноваційної діяльності необхідно враховувати вплив багатьох факторів, серед яких значне місце посідає конкурентне середовище, яке мотивує підприємство розвиватися та постійно удосконалюватися в напрямку інновацій. За умов постійних змін на ринку товарного споживання мало приділяти увагу лише сучасному обладнанню. Необхідно до цієї проблематики підходити комплексно, що дасть можливість ефективніше вирішувати проблемні питання в контексті виготовлення якісної молочної продукції.

Мета. Метою нашого дослідження є обґрунтування доцільності використання інноваційних процесів та їх вплив на діяльність підприємства ТОВ «Лубенський молочний завод».

Виклад основного матеріалу. ТОВ «Лубенський молочний завод» – одне з найбільших харчових підприємств на Полтавщині. Будівництво молокозаводу було розпочато ще до війни, у 1937 році. Тоді був створений маслозавод з невеличким асортиментом продукції.

Історія виробництва молочної продукції в місті Лубни розпочинає свій відлік з 1944 року. Саме в цей час на околиці міста був заснований маслозавод, який виробляв традиційну молочну продукцію у невеликому асортименті. Нова історія підприємства розпочалась у 1993 р., коли на новому майданчику був побудований новий завод і на сьогоднішній день – це сучасне підприємство харчової промисловості. Щороку на технічне переобладнання на заводі витрачають до 60% прибутку. Підприємство нарощує нові потужності, відкриває нові підрозділи та цілі виробництва. Щодоби підприємство виробляє близько 100 тонн цільномолочної продукції, окрім того працюють виробництва морозива, хлібобулочних, кондитерських виробів, цех напівфабрикатів [2].

Співпрацюючи з великими фермерськими господарствами, ТМ «Гармонія» виключає ймовірність попадання неякісної сировини від хворої худоби до готової продукції. Крім того керівництво ТОВ «Лубенського молочного заводу» ретельно підбирає постачальників сировини. В обов'язковому порядку перед підписанням контракту на постачання сировини працівники підприємства відвідують фермерські господарства з інспекцією. Далі у процесі співпраці з постачальниками, кожного дня якість сировини обов'язково перевіряється працівниками лабораторії за допомогою високоточних тестів, які виявляють у сировині залишки навіть невеликої кількості миючих засобів, антибіотиків тощо [3].

Ідучи в ногу з часом, ТОВ «Лубенський молочний завод» одним з перших серед молокопереробних підприємств України розробив і впровадив у себе ІСМ – Інтегровану Систему Менеджменту (систему менеджменту якості + систему управління безпекою харчових продуктів), що відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2008 (ДСТУ ІСО 9001:2009 та міжнародного стандарту ISO 22000:2005 (ДСТУ ISO22000:2007) [2].

Інтегрована Система Менеджменту ISO 9001 – це підтверджена міжнародними аудиторами гарантія якості, так звана «візитівка підприємства», яка гарантує, що усі процеси, що в ньому функціонують, чітко керовані та контрольовані керівництвом. Всі процеси, що протікають на підприємстві, підпорядковані розробленій керівництвом стратегії, кожен працівник чітко знає та виконує свою функцію, а всі разом узгоджено йдуть до однієї мети.

Якість – це запорука конкурентоспроможності підприємства. Завдання служби з якості – забезпечення функціонування систем менеджменту якості й безпеки на підприємстві у відповідності з вимогами стандартів, здійснення лабораторного контролю якості продукції, що випускається, на всіх етапах виробництва: від початкової стадії – контролю сировини, що надходить, – до контролю якості готової продукції. Керівники ТОВ «Лубенський молочний завод» свідомо формують якісну продукцію для того, щоб отримати сертифікати з якості для міжнародного визнання.

В лютому 2004 р. успішно пройшла її сертифікація. Окрім цього, постійно підвищується рівень кваліфікації та мотивації кадрів, розширюється асортимент продукції, успішно освоюються нові напрями діяльності – від масштабного аграрного проекту до власної дистрибуції та мережі роздрібних магазинів.

Перший перелік продуктів Лубенського молокозаводу обмежувався кількома класичними продуктами: молоко, сметана, ряжанка, кефір, тощо. Сьогодні, 75 років потому, якість лубенських молочних продуктів залишається стабільно високою, а от асортимент продукції, яка тепер випускається під торговою маркою «Гармонія», складає близько 250 найменувань молочних продуктів, масла та морозива. Розглянемо детальніше асортимент ТМ «Гармонія», який виготовлено на сучасному інноваційному обладнанні [3].

Сир кисломолочний виготовляється із натурального молока за технологією, що відтворює «домашню рецептуру» на сучасному обладнанні. Саме сучасне інноваційне обладнання дає можливість отримати зернисту структуру та глянець.

До асортименту ТМ «Гармонія» входять не тільки давно усім відомі споживачам кефір та біокефір, а й особливо корисні для здоров'я продукти: «Prebiotic»,»Біфілайф» та «Біолакт».

«Prebiotic» – це кисломолочний продукт з комплексом корисних харчових бактерій з коренем цикорію та харчовим волокном інуліну, який підвищує в організмі всмоктування кальцію і зменшує ризик виникнення серцево-судинних захворювань.

«Біфілайф» – це унікальний продукт до складу якого входять 5 видів біфідобактерій, які необхідні для організму людини.

«Біолакт» – це кисломолочний продукт із збільшеним вмістом кислотних бактерій, до складу «Біолакту» входить стевія – натуральний замінник цукру рослинного походження. Продукт можуть вживати люди, хворі на діабет.

Закваски ТМ «Гармонія» – виготовляється з натурального коров'ячого молока без додавання або з додаванням ретельно підібраного за смаком та складом наповнювача, що містить пектин – витяжку з цедри цитрусових та яблук. На відміну від інших конкурентів, «Закваска Лубенська» без наповнювача має комбінацію живих та корисних мікроорганізмів і може використовуватись для заквашування молока, вершків під час виробництва кисломолочних напоїв в домашніх умовах.

Продукція повністю відповідає основним концептуальним принципам торгової марки «Гармонія» – це смак, якість, натуральність. Сьогодні у конкурентному середовищі складно постійно дотримуватись високих стандартів виробництва продуктів для здорового харчування. Тобто думати не лише про прибуток, а і про соціальну відповідальність перед споживачами готової продукції, про їхнє здоров'я. Це означає максимальне дотримання натуральних інгредієнтів та складників продукції, які не є дешевими. Крім наявності «правильних» компонентів слід відмітити ще й відсутність сумнівних, але, на жаль, «популярних» на сьогодні (бо дешевих) серед деяких виробників молочної продукції – модифікованих та генетично змінених компонентів, рослинних жирів з шкідливими транс-ізомерами та інших.

Висновки. Отже, діяльність ТОВ «Лубенський молочний завод» впроваджує сучасні інноваційні процеси, а саме:

- з 2004 року впроваджено ІСМ – Інтегровану Систему Менеджменту (систему менеджменту якості + систему управління безпекою харчових продуктів), що відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2008 (ДСТУ ІСО 9001:2009 та міжнародного стандарту ISO 22000:2005 (ДСТУ ISO22000:2007);
- впроваджено високотехнологічне сучасне обладнання, яке дає можливість виробляти висококонкурентну молочну продукцію;
- завдяки інноваційній діяльності підприємства ТМ «Гармонія» завойовує нові ринки збуту у м. Києві.

Література

1. Бровко, О. Г. Товарознавство. Продовольчі товари : навч. посібник. – К.: Кондор, 2010. – С. 414 – 483.

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЖІНОЧОГО ПЛАТТЯ

Шпіка Наталія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі здійснено оцінювання конкурентоспроможність жіночого плаття вітчизняного виробництва.

Ключові слова. конкурентоспроможність, показник якості, рівень якості, жіноче плаття.

Постановка проблеми. Виробництво та реалізація конкурентоспроможної продукції – важливий результат діяльності будь-якого підприємства, тому необхідно проводити оцінку її конкурентоспроможності та розвивати нові напрямки у нововведеному асортименті [1].

Аналіз основних досліджень. Дослідженням проблеми конкурентоспроможності та оцінки якості товарів присвятили свої наукові праці та дослідження такі українські вчені: Блохіна О. М., Янчик О. П., Поліщук Л. В., Ткачук В. В., Сколоздра О. Є., Калашник О. В.

Мета. Метою даної статті є оцінювання конкурентоспроможності жіночого одягу, а саме жіноче плаття вітчизняного виробництва.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність – це комплексна характеристика товару, яка визначає його переваги на ринку порівняно з аналогічними товарами-конкурентами за ступенем задоволення потреби та витратами на це задоволення. Крім того, конкурентоспроможність – порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників тощо [2, 3].

Для дослідження конкурентоспроможності жіночого одягу було взято 4 зразки жіночого плаття виробництва компанії «Tanita-Romario» [4]:

зразок 1 – візерункове вільне плаття А-подібного силуету з прорізними кишенями в рамку, довжиною 85 см виготовлене із неоперену (рис 1, а);

зразок 2 – плаття прилягаючого силуету з принтом з довгим рукавом та коміром «стійка» довжиною 89 см, виготовлене із м'якого еластичного трикотажу (рис 1, б);

зразок 3 – довге плаття (довжина 150 см) з рукавом $^{3}/_{4}$, низ якого оздоблений манжетою, виготовлене із трикотажу . (рис. 1, в).

Базовий зразок – коротке плаття довжиною 79 см, виготовлене із крепу із зернистою скруткою та мережива (рис 1, г).

а) б) в) г)

Рис. 1. Зовнішній вигляд об’єктів дослідження

Показники якості відіграють значну роль в виборі товару споживачем [5, 6]. Для оцінювання конкурентоспроможності жіночого плаття були проаналізовані вимоги до жіночого плаття та визначені їх найбільш вагомі показники за допомогою розробленої анкети методом ранжування (табл. 1).

Результати анкетування показали, що споживачів приваблюють різні властивості жіночого одягу. Так, найбільший коефіцієнт вагомості мають показники можливість хімічної чистки, прання, прасування (0,16) та зручність використання (0,15). Далі властивості розподілилися в такому порядку: відповідність моді (0,14); відповідність матеріалів, що використовуються, функціональному призначенню (0,13); статична відповідність (0,12); відповідність виробу основному функціональному призначенню (0,11); чіткість і виразність виконання товарних знаків і ярликів (0,10) та рівень обробки і оздоблення виробу (0,09). Усі перераховані показники мають істотне значення при оцінюванні конкурентоспроможності жіночого плаття.

Таблиця 1

Розрахунок коефіцієнта вагомості

№ з/п	Найменування властивості	Рангова оцінка експертів (бали)					Сума рангів (ΣR)	Коеф. вагомості (*Li*)
		1	2	3	4	5		
1	Відповідність виробу основному функціональному призначенню	4	4	3	5	3	19	0,13
2	Відповідність матеріалів, що використовуються, функціональному призначенню	4	3	3	4	3	17	0,11
3	Можливість хімічної чистки, прання, прасування	3	4	4	4	3	18	0,16
4	Статична відповідність (посадка виробу на фігурі);	4	3	5	4	4	20	0,12
5	Зручність використання	4	5	5	4	4	22	0,15
6	Відповідність моді	5	4	5	5	4	23	0,14
7	Рівень обробки і оздоблення виробу	3	3	2	3	3	14	0,09
8	Чіткість і виразність виконання товарних знаків і ярликів	3	2	4	3	3	15	0,10
	Усього						**148**	**1**

З метою достовірності отриманих результатів були розраховані коефіцієнти узгодженості експертних оцінок. Думки опитуваних виявилися узгодженими на 86%.

Рівень якості жіночого плаття визначали за формулою (1)

$$Я_в = \sum_{i=1}^{n} a_j \times i_j \qquad (1)$$

де, a_j – коефіцієнт вагомості j-го параметру річного показника;

i_j – оцінка j параметра;

n – число параметрів в оцінювані.

Розрахунок рівня конкурентоспроможності здійснювали за формулою

$$К = \frac{Я_в}{Ц} \qquad (2)$$

де $Я_в$ – відносний рівень якості;

$Ц$ – відносний показник ціни споживання.

У результаті оцінювання рівня якості зразків жіночого плаття було встановлено, що зразок 1 має рівень якості 16,02, зразок 2 – 15,12 і зразок 3 – 13,95.

Далі була проведена оцінка конкурентоспроможності жіночого плаття (табл. 2)

Таблиця 2

Оцінка конкурентоспроможності жіночого плаття

Модель зразка	Показник конкурентоспроможності	Характеристика рівня якості
Базовий зразок	100	Відмінно
Зразок 2	93,28	Добре
Зразок 1	84,26	Задовільно
Зразок 3	79,53	Задовільно

Розрахунок показав, що найвищий показник конкурентоспроможності має зразок 1 (93,28); інші два зразки (1 та 3) мають значення показника відповідно 84,26 та 79,53.

Висновки. Проведено оцінювання конкурентоспроможності жіночого плаття вітчизняного виробництва. Розрахунки показали, що високий рівень конкурентоспроможності має зразок 2 – 93,28; задовільний рівень якості мають зразки 1 (84,26) та зразок 3 (79,53).

Література

1. Губа Л. Н. Конкурентоспособность кожгалантерейных изделий / Л. Н. Губа, Ю. А. Басова // Развитие бухгалтерского учета, анализа и аудита в условиях международной экономической интеграции: теория, методология, методики : сб. науч. статей Междунар. науч.-практ. конф. (г. Гомель, 15–16 окт., 2015 г.). – Гомель, БТЭУПК. – Ч. 2. – С. 29–33.

2. Липчук, В. В. Маркетинг : основи теорії та практики : навч. посібник / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль. – 3-тє вид., випр. і доп. – Львів : Магнолія-2006 , 2008. – 288 с.

3. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие / И. М. Лифиц. – Москва : Высш. образование, 2007. – 390 с.

4. Офіційний сайт виробника Tanita Romario. – Режим доступу https://tanita-romario.ua. – Дата звернення : 12.05.2016 р.

5. Теоретичні основи товарознавства [Текст] : підручник / І. М. Байдакова, Л. І. Байдакова, Л. М. Губа, В. Я. Плахотін, О. В. Шегінський. – Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2016. – 284 с.

6. ДСТУ 3047–95. Тканини та вироби ткані поштучні. Класифікація та номенклатура показників якості. – [Чинний від 1996–01–01]. – К. : Держстандарт України. – 21 с.

БЕЗПЕЧНІСТЬ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ З ДЕРЕВИНИ

Осипчук Інна
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі наведено характеристику будівельних матеріалів з деревини, проаналізовано критерії їх безпечності.

Ключові слова: будівельні матеріали, екологічність, радіаційна безпечність.

Постановка проблеми. Загострення екологічної ситуації вимагає виробництво екологічно безпечної продукції, але не тільки тієї, що споживаємо. Це, передусім, стосується будівельних матеріалів, які застосовуються для облагородження помешкань, тобто оточують нас повсякдень. Останнім часом в будівництві спостерігається помітна тенденція до використання екологічних технологій, які не завдають шкоди навколишньому середовищу. До підприємств, що займаються виробництвом будівельних матеріалів, пред'являються суворі вимоги щодо дотримання екологічної безпеки. І це не данина моді, а необхідність, продиктована самим життям. Віддаючи перевагу екологічно чистим будівельним матеріалам, ми одночасно дбаємо про своє здоров'я і про здоров'я наших нащадків.

Аналіз основних досліджень. Дана проблема знайшла відображення у наукових дослідженнях П. А. Бехти, В. І. Борейко, І. А. Загнибороди [1-3].

Метою представленої роботи є визначення безпечності будівельних матеріалів з деревини за основними критеріями.

Виклад основного матеріалу. Про стан економіки будь-якої держави можна судити за обсягами капітального будівництва, тому промисловість будівельних матеріалів справедливо називають індикатором інвестиційної активності. Розвиток науково-технічного прогресу значною мірою залежить від розширення виробництва і використання будівельних матеріалів.

Будівельні матеріали – це природні і штучні матеріали та вироби, які використовуються при спорудженні та ремонті різноманітних будинків і споруд. Незважаючи на те, що інформації про ступінь екологічності тих чи інших будівельних матеріалів недостатньо, відомо, що одні матеріали є нешкідливими, а інші, навпаки, в тій чи іншій мірі забруднюють навколишнє середовище.

Шкідливі чи *неекологічні будівельні матеріали* – це такі матеріали, для виробництва яких використовуються синтетичні матеріали, які згубно впливають на навколишнє середовище. Крім того, таке виробництво потребує більшої витрати енергії. Після використання вони викидаються на звалища, де продовжують забруднювати повітря і ґрунт. Тому для ремонту та будівництва слід вибирати безпечні матеріали. *Екологічні (екологічно безпечні) будівельні матеріали* – це матеріали, в процесі виготовлення і експлуатації яких не страждає навколишнє середовище. Вони поділяються на два типи: абсолютно екологічні і умовно екологічні. ***Абсолютно екологічні будматеріали*** щедро підносить нам сама природа. До них відносяться дерево, камінь, натуральні клеї, каучук, пробка, шовк, повсть, бавовна, натуральна шкіра, натуральна оліфа, солома, бамбук та ін. Всі ці матеріали використовувалися людиною для будівництва будинків спокон-

віку. Їх недоліком є те, що вони не завжди відповідають технічним вимогам (наприклад, дерево не володіє міцністю і вогнестійкістю, камінь – дорогий матеріал, який не придатний для будівництва багатоповерхових будинків). У зв'язку з цим в даний час широко використовуються ***умовно екологічні матеріали***, які теж виготовляються з природних ресурсів, безпечні для навколишнього середовища, але мають більш високі технічні показники. Це цегла, плитка, покрівельна черепиця, пінобетонні блоки, матеріали, виготовлені з алюмінію, кремнію.

Більшість виробників сучасних будівельних матеріалів прагнуть домогтись найбільшої екологічності своєї продукції і кожна поважаюча себе компанія маркує продукцію. Екологічність будматеріалів можна визначити за таким маркуванням:

- Е1 – повністю безпечні будматеріали для дитячої і будь-якої іншої кімнати;
- Е2 – підходить для кухні, ванної, коридорів;
- Е3 – не підходить для житлових приміщень, застосовується для обробки технічних приміщень.

Основна небезпека використання природних будівельних матеріалів при облаштуванні приміщень може полягати в наявності урану (^{238}U), калію (^{40}K), торію (^{232}Th) при радіаційному розпаді яких виділяється інертний газ радон (^{222}Rn), який є потужним альфа-випромінювачем. Норми радіаційної безпеки України (НРБУ – 97) передбачають ППД (потужність поглиненої дози) в приміщеннях, які будуються 30 мР/год., а в раніше побудованих 50 мР/год. Природні матеріали характеризується перш за все класом за радіоактивністю, який визначає сферу застосування – для загального будівництва або тільки для нежилих приміщень.

Всі будівельні матеріали, на які видаються сертифікати відповідності, проходять випробування на радіоактивність. Сертифікат видають після ретельного дослідження матеріалу, яке дозволяє виявити відповідність матеріалу санітарним нормам. Радіаційні вимірювання будівельних матеріалів здійснюють у науково-виробничому випробувальному центрі ДП «Львівстандартметрологія». Випробувальні лабораторії Центру акредитовані на технічну компетентність та незалежність Національним агентством з акредитації України відповідно до вимог ДСТУ ISO/IEC 17025 на здійснення випробувань згідно з галуззю акредитації. Підприємство оснащене двома сучасними спектрометрами: бета-випромінювання – СЕБ 01-150 та гама-випромінювання – СЕГ 01-63. Отримані під час вимірювання первинні дані (спектр), обробляються спеціальною програмою AKWIN.

В Україні діє «Система норм та правил зниження рівня іонізуючих випромінювань природних радіонуклідів в будівництві» (ДБН в.1.4-0.01-97; ДБН в.1.4-0.02-97; ДБН в.1.4-1.01-97; ДБН в.1.4-2.01-97), яка встановлює вимоги до виробничих та експлуатаційних підприємств щодо регламентації, зменшення радіаційного випромінювання та призначає методи і засоби його контролю. Дія нормативних документів поширюється на всі види діяльності з будівельними

матеріалами та є обов'язковими до виконання для всіх юридичних і фізичних осіб незалежно від форм власності на території України.

Підприємства, що добувають або виготовляють будівельні матеріали повинні мати:

- номенклатуру сировини або будматеріалів обов'язкового радіаційного контролю, затверджену установою Держсанепідслужби;
- дозвіл на поставку споживачам сировини або будматеріалів обов'язкового радіаційного контролю, затверджений установою Держсанепідслужби;
- радіаційний сертифікат, затверджений установою Держсанепідслужби.

Основним заходом, який може забезпечити радіаційну безпеку при використані природних матеріалів в облаштуванні це вимагання від постачальника (продавця) радіаційного сертифікату. При закупівлі природної будівельної сировини для виготовлення будівельних конструкцій, цегли, облицювальної плитки, побутових та художніх виробів, скла, скляної тари тощо необхідно вимагати: радіаційний сертифікат та дозвіл на поставку споживачам сировини.

Висновки. Таким чином, щоб убезпечити себе та оточуючих від небезпечних та неякісних будівельних матеріалів, споживач повинен при замовленні товару вимагати документ про якість, складений на підставі результатів проведених випробувань, в якому зазначені марка (клас) товару та роз'яснення споживчих властивостей будівельного виробу.

Література

1. Бехта П. А. Класифікація деревних композиційних матеріалів / П. А. Бехта, Р. Г. Салабай // Лісівнича академія наук України: наукові праці. – Вип. 1, 2002. – С. 115.

2. Борейко В. І. Перспективи виробництва будівельних матеріалів в Україні / В. І. Борейко, М. Ю. Притула // Збірник наукових праць. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. – 2011. – Випуск XVII, № 4. – С. 64–71.

3. Загниборода І. А. Дослідження конкурентного середовища підприємства на ринку будівельних матеріалів// Наукові конференції; Питання сучасної науки і освіти (18–20.07.2013) – http://int-konf.org/konf072013/452-zagniboroda-a-dosldzhennya-konkurentnogo-seredovischa-pdpriyemstva-na-rinku-budvelnih-materialv.html

4. Кущенко Ж. Невидима небезпека. – Режим доступу : http:// exo.in.ua.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ ПО ДОГЛЯДУ ЗА ШКІРОЮ

Синьогіна Анастасія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі проведено дослідження органолептичних показників якості кремів для ніг та перевірена відповідність їх маркування та пакування вимогам нормативних документів.

***Ключові слова*:** органолептичні показники, якість, маркування, пакування, крем для ніг.

Постановка проблеми. Ринок косметичних товарів України, на теперішній час, динамічно розвивається. За останні роки відбулося помітне насичення внутрішнього ринку України різноманітними товарами вітчизняного виробництва. В цих умовах гостро постають питання якості такої продукції, її безпеки для споживача і навколишнього середовища. При такій великій насиченості ринку України кремами проведення органолептичної оцінки їх якості є актуальним на сьогодні [1].

Метою даної статті э дослідження якості кремів для ніг вітчизняного виробництва на відповідність вимогам нормативним документам.

Аналіз останніх досліджень. Проблемам дослідження якості косметичних кремів приділяється дуже багато уваги. В основному вивченню піддавалися креми для рук, для обличчя, дитячі [2, 3]. Проте, досліджень якості кремів для ніг на сьогодні проводилося дуже мало.

Виклад основного матеріалу. Косметичні товари – це комплекс виробів по догляду за шкірою людини, волоссям, порожниною рота та зубами та ін., які використовуються з метою надання гігієнічного, лікувально-профілактичного ефекту, усунення незначних дефектів, попередження передчасного старіння тощо. Специфікою даної групи є безпосередній контакт з тілом людини. Особливо це стосується такої групи косметичних товарів, як креми. Косметичні креми повинні виготовлятися відповідно до вимог діючих нормативних документів, які узгоджені з Міністерством охорони здоров'я України та технологічними регламентами щодо санітарних норм і правил [4, 5].

Об'єктом дослідження було обрано креми для ніг. Їх відмінністю від інших кремів є наявність більшого вмісту компонентів, таких як масло какао, сечовина, гліцерин та ефірні олії, так як шкіра стоп потребує більш інтенсивного живлення, ніж інші частини тіла через відсутність сальних залоз.

Для проведення дослідження було обрано три зразки живильних кремів для ніг різних торгових марок, які були закуплені через торговельну мережу м. Полтави:

зразок 1 – крем-догляд для ніг «Активне живлення» Family Doctor, виробник ТОВ «ФНДЦ “Альянс краси» (Україна), 75 мл (рис. 1а);

зразок 2 – крем для ніг живильний Salon Spa, виробник ПП «Фарматевтична фабрика «НПО «Ельфа» (Україна), 150 мл (рис. 1 б);

зразок 3 – живильний крем для ніг «Ніжні ніжки» Dr. Sante, виробник ПП «Фарматевтична фабрика «НПО «Ельфа» (Україна), 90 мл (рис. 1 в).

а) б) в)

Рис. 1. Фотографічне зображення об’єктів дослідження

Дослідження якості кремів для ніг здійснювалося у декілька етапів.

На першому етапі була здійснена перевірка їх маркування та пакування відповідності вимогам ДСТУ 5010:2008 «Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання» [5].

На усіх досліджуваних зразках кремів для ніг було нанесене маркування відповідно до вимог ДСТУ 5010:2008 «Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання» [5]. Всі представлені зразки кремів для ніг мають досить яскраве оформлення. Основна інформація на продукт нанесена. Маркування споживчої тари чітке, добре сприймається під час читання. Але є певні зауваження. На двох зразках (Salon Spa та Dr. Sante) склад продукту написаний іноземною мовою. Особливі застережні заходи були вказані лише на одному зразку – крем Family Doctor.

Наступним етапом дослідження була перевірка пакування згідно ДСТУ 5010:2008 «Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання» [5]. Досліджувані зразки упаковані у полімерні туби з поліпропілену з гвинтовими ковпачками, як і встановлено вимогами до парфумерно-косметичних виробів густої консистенції [5, пп. 4.1.2]. Зовнішнє покриття упаковок було у вигляді друкованого зображення, туби без тріщин та інородних включень.

Заключним етапом дослідження кремів для ніг була перевірка якості за органолептичними показниками. Органолептична оцінка якості включала перевірку показників зовнішній вигляд, колір, запах згідно ДСТУ 4765-2007 «Креми косметичні. Загальні технічні умови» [6]. В тому числі, креми для ніг були оцінені за показниками, які не нормуються нормативним документом, але мають велике значення при їх виборі споживачами. Додатковими показниками є зволожуючий, пом'якшуючий, стягуючий ефект та спроможність вбиратися [3].

Таблиця 1

Характеристика органолептичних показників якості косметичних кремів для ніг

Назва показника	Крем Family doctor	Крем Dr. Sante	Крем Salon Spa
Зовнішній вигляд	однорідна маса без сторонніх домішок		
Колір	білий	білий	насичений жовтий
Запах	приємний, з заявленим на пакуванні ароматом чайного дерева	приємний косметичний	дуже специфічний, злегка неприємний, різкий
Зволожуючий та пом'якшуючий ефект	злегка пом'якшує шкіру, шкіра стає на деякий час ніжною	злегка пом'якшує шкіру	чудово зволожує, дає помітний пом'якшуючий ефект після використання
Стягуючий ефект	відсутній	відсутній	відсутній
Спроможність вбиратися	вбирається швидко, не залишаючи плівки	вбирається повільно, залишаючи ефект воскової плівки на стопах	вбирається швидко, без ефекту плівки

Досліджувані органолептичні показники кремів для ніг «Family doctor» та «Dr. Sante» відповідають вимогам ДСТУ 4765-2007 «Креми косметичні. Загальні технічні умови» [6]. Крем «Salon Spa» за показником «запах» дещо відрізняється від вимог стандарту, але він найбільше задовольнив вимоги споживачів, які не нормуються стандартом. Крем для ніг торгової марки «Dr. Sante» вбирався повільно, залишаючи ефект воскової плівки на стопах та лише злегка пом'якшував шкіру, тим самим, отримавши найнижчу оцінку.

Висновки. Встановлено, що досліджувані зразки в цілому відповідали вимогам ДСТУ 5010:2008 «Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання» [5] щодо пакування та маркування. У зразках Salon Spa та Dr.Sante склад кремів був написаний іноземною мовою.

За органолептичними показниками усі зразки кремів для ніг відповідали вимогам ДСТУ 4765-2007 «Креми косметичні. Загальні технічні умови» [6]. За показниками, обраними споживачами, найвищу оцінку оравав крем для ніг торгівельної марки «Salon Spa».

Література

1. Маслова А. С. Маркетингові дослідження косметичного ринку України / Маслова А. С., Чмихало Н. В. – Режим доступу : http://socpharm.nuph.edu.ua/files/2015/05/92.pdf . – Дата звернення. 12.05.2016 р.

2. Хребтань О. Б. Дослідження якості та безпечності косметичних кремів для рук / О. Б. Хребтань, А. М. Кучинська. – Режим доступу : http://ts-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=239. – Дата звернення. 12.05.2016 р.

3. Мартосенко М. Г. Огранолептична оцінка якості косметичних кремів для рук / М. Г. Мартосенко // Формування і оцінювання асортименту, властивостей та якості непродовольчих товарів : матеріали 1 Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 22 листоп. 2013 р.). – Львів : Львів. комерц. академ., 2013. – Ч. ІІІ. – С. 44–46.

4. Товарознавство непродовольчих товарів. Ч. 2 : підручник / за ред. Л. Г. Войнаш. – Київ : НМЦ Укоопосвіта, 2004. – 532 с.

5. Вилкова С. А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров : Учебник / С. А. Вилкова. – М. : Изд. дом «Деловая литература», 2000. – 286 с.

6. Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання : ДСТУ 5010:2008 / [Чинний від 2009-01-01] / – К. : Держспоживстандарт України, 2009. – ІІІ, 6 с. – (Національний стандарт України).

7. Креми косметичні. Загальні технічні умови : ДСТУ 4765:2007 / [Чинний від 2009-01-01] / – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – ІІІ, 7 с. – (Національний стандарт України).

ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ МОРОЗИВА «ПЛОМБІР» ЗА ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ

Мурзак Максим, Панченко Анна, Страшко Дмитро
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі фізико-хімічними методами досліджено титровану кислотність та вміст сухих речовин у морозиві «Пломбір» вітчизняних виробників, а також визначено наявність консервантів якісними реакціями. Отримані результати порівняно з нормами державного стандарту України.

Ключові слова: морозиво, фізико-хімічні показники, якість, кислотність, сухі речовини, консерванти.

Постановка проблеми. Морозиво є одним із найулюбленіших продуктів і користується стійким попитом у споживачів, особливо у літній період. Високі споживчі якості цього продукту визначають постійний попит на нього. Ще зовсім недавно вітчизняні виробники не могли забезпечити населення України морозивом навіть наполовину. В результаті український ринок «льодяного десерту» був заповнений імпортною продукцією. Але на сьогоднішній день ситуація значно покращилася. Виробництво морозива в Україні зростає із року в рік; місцеві виробники зайняли тверді позиції на ринку[1].

Сьогодні ринок морозива все більше наповнюється неякісною продукцією, яка не відповідає вимогам нормативної документації, має поганий смак та реалізується в оптовій торгівлі по низьким демпінговим цінам. Низькі ціни, швидке зростання прибутку, за рахунок погіршення якості, є головним інстру-

ментом в конкурентній боротьбі. Виробники морозива все частіше почали відходити від класичної рецептури морозива. Активно починають використовувати добавки, які дозволяють знизити собівартість морозива, в той же час їх використання веде до змін традиційного смаку морозива [2].

Аналіз основних досліджень. Спеціалісти Центру незалежних споживчих експертиз «Центр», які вже не раз досліджували якість морозива, яке можна купити у магазинах, констатують, що останнім часом асортимент морозива змінюється на краще. Усе більше й більше пропозицій — морозиво із молока, без додавання рослинних жирів. І йдеться не лише про білий пломбір, а й про вершкове морозиво з різноманітними наповнювачами.

Нещодавно експерти у лабораторних умовах пересвідчилися, що лише молочні жири є у складі пломбірів «Хладик. Пломбір 19», «Лімо ТМ», «Три ведмеді», «Рудь Ескімос», «Ласунка ГОСТ», «Геркулес», «Мушкетер». Пломбір дитинства» вітчизняного виробництва. Пробантам сподобався смак усіх зразків. Лише до «Лімо» було незначне зауваження: його смак оцінили на «четвірку» за 5-бальною шкалою, тому що, за суб'єктивними оцінками, він видався «недостатньо вираженим» [3].

Мета. Метою даної статті є визначення відповідності виробів морозива «Пломбір» вітчизняних виробників до стандарту України за фізико-хімічними показниками, вмісту сухих речовин та кислотністю.

Завдання дослідження:

1. Визначити вміст сухих речовин у морозиві.
2. Визначити кислотність морозива.
3. Визначити наявність соди і формальдегіду у морозиві.

Матеріали та методи дослідження. Для дослідження обрано морозиво «Пломбір» таких торгових марок (ТМ):

1) ТМ »Рудь» (Житомирський маслозавод);
2) ТМ »Белая бяроза» (ТОВ «Ласунка», м. Дніпропетровськ);
3) ТМ »Три ведмеді» (Бердичівська фабрика морозива).

Досліджувані зразки виготовлені відповідно ДСТУ 4733:2007. Термін придатності – 365 днів.

Вміст сухих речовин у морозиві визначали гравіметричним методом (прискореним методом висушування навіски при 180°С) [4]. Кислотність морозива визначали алкаліметричним титруванням з використанням фенолфталеїну [5].

Наявність соди визначали якісною реакцією з бромтиловим синім, формальдегіду – якісною реакцією з сумішшю концентрованих кислот (сульфатної і нітратної).

Результати та обговорення. За результатами досліджень встановлено, що вміст сухих речовин у зразках морозива становить 38,7-41,6%, що не перевищує 36-42% та відповідає вимогам ДСТУ 4733:2007 «Морозиво молочне, вершкове, пломбір. загальні технічні умови» [6] (табл.1).

Таблиця 1

Вміст вологи в досліджуваних зразках морозива «Пломбір»

№ з/п	Назва продукту	Вміст вологи,%	Згідно з ДСТУ 4733:2007
1	ТМ «Рудь»	38,7	36–42%
2	ТМ «Белая бяроза»	41,6	
3	«Три ведмеді»	39,7	

У результатів досліджень встановлено, що титрована кислотність морозива «Пломбір» ТМ «Рудь» становить 14 ºТ, ТМ «Белая бяроза» – 18 ºТ, «Три ведмеді» – 16 ºТ, що відповідає нормі встановленою стандартом (ДСТУ 4733:2007) та не перевищує 22 ºТ (табл. 2).

Таблиця 2

Титрована кислотність в досліджуваних зразках морозива «Пломбір»

№ з/п	Назва продукту	Титрована кислотність, ºТ	Згідно ДСТУ 4733:2007
1	ТМ «Рудь»	14	<22 ºТ
2	ТМ «Белая бяроза»	18	
3	«Три ведмеді»	16	

Якісна реакція на наявність соди показала, що зелене забарвлення з'явилося у пробі морозива ТМ «Рудь» та ТМ «Белая бяроза», у зразку морозива «Три ведмеді» з'явилося кільце жовтого кольору. Жовте забарвлення кільцевого прошарку вказує на відсутність соди в продукті. Поява зеленого забарвлення різних відтінків (від блідо- до темного-зеленого) свідчить про присутність соди в морозиві. Таким чином, можна зробити висновок,що у морозиві ТМ «Рудь» та ТМ «Белая бяроза» присутня сода (табл. 3).

Таблиця 3

Вміст соди та формальдегіду в досліджуваних зразках морозива «Пломбір»

ТМ морозива	Наявність соди	Наявність формальдегіду
«Рудь»	+	–
«Белая бяроза»	+	–
«Три ведмеді»	–	–

За наявності в морозиві формальдегіду на межі суміші кислот та приготовленого розчину морозива, утворюється фіолетове або темно-синє кільце. За відсутності кільце має жовте забарвлення. Фіолетове забарвлення не з'явилося в жодному зразку морозива. Таким чином, всі зразки морозива не міститься формальдегід.

Таким чином, із усього вищенаведеного можна зробити такі *висновки*:

1. Кислотність морозива досліджуваних виробників становить 14-18 °Т, що задовольняє вимоги ДСТУ 4733:2007.
2. Вміст сухих речовин у досліджуваних зразках морозива становить 38,7-41,6%, що задовольняє вимоги ДСТУ 4733:2007.
3. Морозиво «Пломбір» ТМ «Рудь» і «Белая бяроза» містить соду.
4. Всі досліджувані зразки морозива «Пломбір» не містять формальдегідів.

Література

1. Васильева Н. Кайф от мороженого / Васильева Н., Арсеньев Н. // Бизнес. – 2001. – № 21. – С. 28-32.
2. Коваленко Т. Все для мороженого: обзор рынка оборудования, ингридиентов и упаковки для производства мороженого / Коваленко Т. // Продукты питания. – 2002. – №4. – С. 15-16.
3. Неліна В. Що треба знати, купуючи морозиво / Валентина Неліна. – Україна молода.
Режим доступу: http://www.umoloda.kiev.ua/number/2490/289/88294.
4. Молоко и молочные продукты. Методы определения влаги и сухого вещества: ГОСТ 3626-73. – [Действующий от 01.07.1974]. – М.: Стандартинформ, 2009. – 12 с. (Межгосударственный стандарт).
5. Молоко и молочные продукты. Титриметрические методы определения кислотности: ГОСТ 3624-92. – [Действующий от 01.01.1994]. – М.: Стандартинформ, 2009. – 8 с. (Межгосударственный стандарт).
6. Морозиво молочне, вершкове, пломбір. загальні технічні умови: ДСТУ 4733:2007. – [Чинний від 01.01.2008]. – К.: Держстандарт України, 2007. – 36 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ МОРОЗИВА ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ

Шамало Людмила
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі проведено дослідження якості морозива вітчизняних виробників за органолептичними показниками. Проведена балова оцінка якості дослідних зразків. Визначені мікробіологічні показники дослідних зразків морозива на відповідність вимогам стандарту.

Ключові слова: морозиво, органолептичні показники, дегустація, балова оцінка, мікробіологічні показники, досліджуваний зразок.

Постановка проблеми. Морозиво відноситься до одного з найбільш популярних видів десерту. Високі споживчі якості цього продукту визначають постійний попит на нього. Немає сумнівів, що найбільше полюбляють морозиво діти. Тому, перевірка якості морозива, особливо вітчизняних виробників, є актуальною.

Аналіз основних досліджень. Вивченню даного питання приділяється велика увага, зокрема розробці нових видів морозива із використанням інгре-

дієнтів рослинного походження. Так, Шевченко О.Є (ХДУХТ) розробила нові види морозива функціонального призначення. Автори Г. Є. Поліщук, В. В. Мартич, Є. І. Ковалевська, Т. І. Янюк (НУХТ) дослідили можливість використання зернових інгредієнтів у виробництві морозива. Робоча група в складі Поліщук Г. Є., Л. М. Мацько, Г. П. Калініна вивчали можливість використання яблучного пюре в якості стабілізатора структури морозива при різних способах оброблення [1,2].

Мета. Метою даної статті є дослідження якості морозива вітчизняних виробників на відповідність вимогам нормативних документів.

Виклад основного матеріалу. Для проведення дослідження було закуплено три зразки морозива вітчизняних виробників: зразок № 1 морозиво «Україночка» ТМ «Три ведмеді», зразок № 2 морозиво «Белая Бяроза» ТОВ «Ласунка», зразок № 3 морозиво «Ескімо» виробництва Житомирського холодокомбінату ТМ «Рудь».

Оцінка якості морозива була проведена згідно ДСТУ 4733:2007 «Морозиво на молочній основі. Загальні технічні умови» [3]. З органолептичних показників визначали: смак і запах, структуру та консистенцію, колір. зовнішній вигляд.

За результатами органолептичної оцінки якості морозива було встановлено, що смак і запах в усіх зразках були чисті, характерні для даного виду морозива, без сторонніх присмаків і запахів. За зовнішнім виглядом всі порції різної форми, перші два зразки покриті глазур'ю, а зразок № 3 – без глазурі, механічних пошкоджень не виявлено. Структура всіх дослідних зразків однорідна, консистенція слабо сніжиста. Колір усіх зразків морозива був характерний, рівномірний за всією масою.

При проведенні органолептичних досліджень проводилась дегустація. Досліджувалися такі органолептичні показники: колір, смак, запах, консистенція. Оцінювання проводилося за 20-ти бальною шкалою. Максимальні бали за показниками: колір – 3, смак, запах – 8, зовнішній вигляд – 4, структура і консистенція – 3. Результати балової оцінки зразків морозива представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Результати балової оцінки якості морозива

Показник	Максимальна кількість балів	Зразок № 1 ТМ «Три ведмеді»	Зразок № 2 ТМ «Ласунка»	Зразок№ 3 ТМ «Рудь»
Колір	3,0	2,0	3,0	2,0
Смак, запах	8,0	6,0	8,0	5,0
Зовнішній вигляд	4,0	3,0	3,0	2,0
Структура і консистенція	5,0	3,0	5,0	2,0
Загальна кількість балів	20,0	15,0	19,0	11,0

Таким чином, зразок морозива ТМ «Ласунка» набрав найбільшу кількість балів, що відповідає відмінній якості. Зразок морозива «Україночка» ТМ «Три ведмеді» набрав найбільшу 15 балів, що відповідає добрій його якості. А зразок морозива «Ескімо» виробництва ТМ «Рудь», згідно набраних балів, має задовільну якість.

Дослідження мікробіологічних показників проводили згідно стандартних методик [4]. Результати мікробіологічних показників якості морозива наведені у таблиці 2.

Таблиця 2

Мікробіологічні показники морозива

Назва показника	Норма згідно ДСТУ	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3
Кількість мезофільних аеробних та факультативно-анаеробних мікроорганізмів, КУО в 1 г, не більше	1 × 105	1,4 × 105	1,1 × 105	0,15 × 106
Бактерій групи кишкових паличок (коліформи), в 0,01 г продукту	не дозволено	не виявлено	не виявлено	виявлено
Патогенні мікроорганізми, в т. ч. бактерії роду сальмонела, в 25 г продукту	не дозволено	не виявлено	не виявлено	не виявлено
Staphylococcus aureus в 1 г	не дозволено	не виявлено	виявлено	виявлено
Дріжджі, гриби, КУО, 1 г	не регламентують	12,4 × 104	5 × 104	23,2 × 103

Аналізуючи отримані результати табл.2, треба зазначити, що лише один із досліджуваних зразків за показниками кількості МАФАнМ, відповідав вимогам стандарту ДСТУ 4733:2007 «Морозиво на молочній основі.» [3]. Особливо ці порушення стосувалися наявності бактерій групи кишкових паличок (коліформи) та Staphylococcus aureus, які згідно із стандартом не дозволялися взагалі.

При вивченні культуральних та морфологічних особливостей виявленої мікрофлори фарбуванням за Грамом в усіх зразках («Україночка» ТМ «Три ведмеді», «Белая Бяроза» ТМ «Ласунка» та морозиво «Ескімо» Житомирський холодокомбінат «Рудь») були виявлені Гр+ та Гр- бактерії, паличкоподібної форми, які розташовувалися поодиноко або попарно, дрібні 1–3 мкм, середні 3–5 мкм та за розміром, спороутворюючі, з центральним розташуванням спор. Результати досліджень під мікроскопом представлені на фото в таблиці 3.

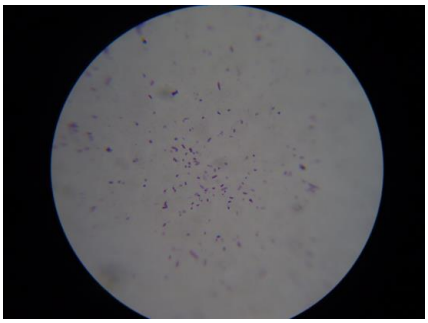
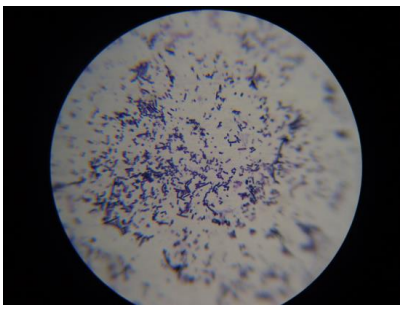
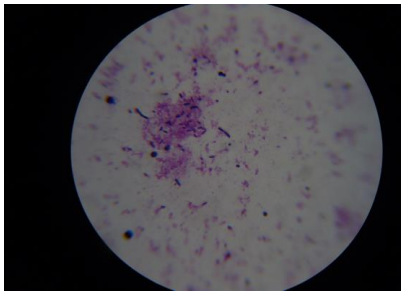
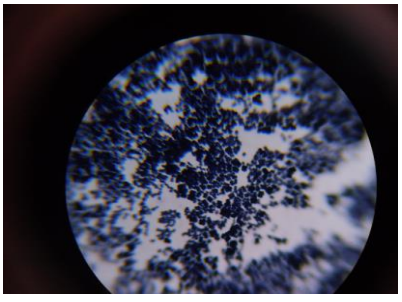
При дослідженні колоній, що виросли на поживному середовищі С/А в зразку № 1 «Україночка» було виявлено колонії дріжджів та грибів. Дріжджі, молочно-білого кольору, форма колонії округла, форма краю зубчаста. Колонії грибів, сірого кольору, форма колонії округла, форма краю гладенька.

В зразку № 2 «Белая Бяроза», було виявлено колонії одного типу: діаметром 5–25 мм, колір молочно-білий, форма колонії концентрична, , профіль колонії – плоский, форма краю – зубчаста, поверхня колонії – гладка, структура колонії – однорідна, оптична властивість колоній – матова, консистенція слизька.

В зразку № 3 було виявлено колонії одного типу: діаметром 5–10 мм, колір молочно-білий, форма колонії кругла з фестончатим краєм, профіль колонії – ввігнутий, форма краю – зубчаста, поверхня колонії – бугриста, структура колонії – однорідна, оптична властивість колонії – матова, консистенція слизька.

Таблиця 3

Вивчення культуральних та морфологічних особливостей виявленої мікрофлори

Назва зразка	Колонія 1-го типу	Колонія 2-го типу
«Украї-ночка»		Колонії мікроорганізмів вросли в чашку Петрі, тому дослідний матеріал не отримано з техніч-них причин
«Ескімо»		
«Белая Бяроза»		

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що досліджувані морозива «Україночка» ТМ «Три ведмеді», «Белая Бяроза» ТОВ «Ласунка», «Ескімо» виробництва Житомирського холодокомбінату ТМ «Рудь» за органолептичними

показниками повністю відповідають вимогам ДСТУ 4733:2007 «Морозиво на молочній основі. Загальні технічні умови» [3].

За результатами досліджень таких мікробіологічних показників, як: кількість МАФАнМ, кількістю грибів та дріжджів дослідні зразки морозива на молочній основі не відповідають вимогам діючого стандарту.

Література

1. Дослідження фізико-хімічних властивостей зернових інгредієнтів як структуроутворювачів у виробництві морозива / Г. Є. Поліщук, В. В. Мартич,

Є. І. Ковалевська, Т. І. Янюк // Хранение и переработка зерна. – 2011. – № 6 (144). – С. 56-58.

2. Полищук Г. Е. Ресурсосберегающая технология мороженого с использованием растительных добавок / Г. Е. Полищук, Ф. В. Перцевой // «Вавиловские чтения – 2010» : Материалы международной научно- практической конференции. – Саратов : Изд-во КУБИК, 2010. – Т. 2. – С. 259 – 261.

3. Морозиво на молочній основі. Загальні технічні умови. [Текст] ДСТУ 4733:2007 [Чинний від 2010-04-01]. – К. : (Національний стандарт України) – 23 с.

4. Молоко и молочные продукты. Методы микробиологического анализа. [Текст] ГОСТ 9225-84. [Чинний від 1984-04-01]. – М. : (Издательство стандартов) – 15 с.

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ, ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ТА АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ПОЛТАВСЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД «ПІВДЕННИЙ»

Могила Анна
Полтавський кооперативний технікум

Анотація. Досліджено переваги впровадження систем автоматизації, проаналізовано можливість підвищення прибутку підприємства за рахунок застосування новітнього обладнання та використання автоматизованих комп'ютерних програм.

Ключові слова: автоматизація, обладнання, високоякісна продукція, прибуток.

Постановка проблеми. Сьогодні, коли основну частку у роздрібній торгівлі становлять приватні підприємства, основною їх орієнтацією є отримання прибутку, у цих умовах закономірною є їх гостра боротьба за захоплення ринкового простору та значне ускладнення організаційних структур. Окреслена ситуація розвивається в умовах мінливого ринкового середовища, що ще більше утруднює умови господарювання підприємств сфери роздрібної торгівлі та вимагає широкого застосування прогресивних інформаційних технологій в управлінському процесі. Особливо актуальне це питання у сфері бухгалтерського обліку підприємства, оскільки він є основним постачальником інформації для керівника (при прийнятті управлінських рішень) та для адміністрації (для

ефективного виконання обов'язків, пов'язаних з забезпеченням синхронності потоків ресурсів, контролем за додержанням чинного законодавства, касової дисципліни та ін.). Корисність облікової інформації сьогодні визначається повнотою, достовірністю, оперативністю та гнучкістю подачі зазначеним користувачам необхідних даних, що вже неможливе в умовах ручної обробки даних. Але, незважаючи на окреслені потреби, сучасна автоматизація облікових робіт на підприємствах роздрібної торгівлі є доволі обмеженою та, як наслідок, здатна лише зменшити трудомісткість облікових робіт та дещо спростити такий їх етап, як узагальнення.

Аналіз основних досліджень. Специфіка «хлібного» ринку в тому, що він на 99,9% представлений продукцією вітчизняного виробництва. В цьому відношенні національна хлібопекарська галузь працює в режимі натурального господарства: що виробили, те й спожили. Існують великі резерви для розвитку ринку хлібобулочних виробів, але для їх використання насамперед треба підвищувати доходи населення.

Мета. Ознайомлення з інноваційними процесами, їх впливом на ефективність роботи Приватного підприємства «Полтавський хлібозавод «Південний» та аналіз фінансового результату даного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні виробництво хлібобулочних виробів – одне з найважливіших стратегічних галузей харчової промисловості. Деякі хлібозаводи в даний час перебувають у стані банкрутства або близькому до нього, а більш перспективним низька рентабельність не дозволяє успішно розвиватися.

Серед основних труднощів, які долаються підприємствами хлібопечення в даний час, виділені наступні найбільш гострі проблеми: високий рівень оподаткування та високі тарифи на енергоносії, а також існує проблема нерозвиненості інфраструктури ринку, особливо при постачанні хлібом віддалених населених пунктів. Незважаючи на відсутність спеціальних заходів щодо демонополізації такої галузі, як хлібопечення, процес розвитку конкуренції ринку хліба активізується.

Позитивними наслідками можна вважати появу нових господарюючих суб'єктів, що випікають якісний хліб і складають конкуренцію хлібозаводам, збільшення асортименту та наявність хліба протягом усього дня, відсутність черг за хлібом, поліпшення обслуговування покупців – поява великої кількості торгових точок.

Прикладом такого підприємства є ПП «Полтавський хлібозавод «Південний» – досить потужне підприємство, яке займає суттєву частку на ринку.

Головна особливість та перевага хлібобулочної технології «Полтавського хлібозаводу «Південний» — це те, що хлібобулочні вироби виготовляються виключно з натуральної сировини, без рослинних домішок.

Діяльність підприємства полягає в тому, що підприємство:

- переробляє та консервує овочі та фрукти;
- здійснює виробництво хліба та хлібобулочних виробів;
- виробляє сухарі, печиво, пироги та тістечка;

- здійснює виробництво какао, шоколаду та цукристих кондитерських виробів;
- виготовляє макаронні вироби.

Характерною особливістю підприємства є збільшення основних засобів в складі активної частини (машини та обладнання), скорочення витрат робочого часу через різні причини, оснащення підприємств сучасним обладнанням, вдосконалення торговельно-технологічних процесів.

За 2015 рік проаналізовано фінансовий результат діяльності ПП «Полтавського хлібозаводу «Південний».

Згідно даних звіту про фінансові результати чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) збільшився на 2 млн 215 тис. грн.

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 1 млн 906 тис. грн.

Фінансовий результат від операційної діяльності в порівнянні з попереднім роком збільшився на 25 тис. грн.

Частково прибуток збільшився за рахунок введення в експлуатацію новітнього обладнання, яке призвело до значного зменшення штату підприємства, дозволило зменшити витрати робочого часу, витрати на оплату праці та вартість комунальних послуг.

На даному підприємстві використовується таке обладнання:

- Змішувально-аераторна (взбивальна) кухня IntelleMix – призначена для рецептурного замісу в заданому режимі і при заданій температурі кондитерських, сирних та інших харчових мас рідкої і середнього ступеня в'язкості. З успіхом застосовується для змішування і збивання бісквіту, зефіру, суфле, сирного крему та інших подібних мас. Процеси змішування і збивання ізольовані від навколишнього середовища.
- Лінія для виробництва листкових виробів з начинкою Canol line (каноли лайн) – призначена для безперервної обробки листкового, дріжджового тіста.
- Машина тістомісильна Л4-ХТВ, яка призначена для порційного змішування напівфабрикатів з тіста з пшеничного та житнього борошна, для замісу дріжджового тіста. Висока якість замісу забезпечується за рахунок обертання місильного органу навколо осі, яка в свою чергу переміщається по колу.
- Шафа розстійна ізотермічна збірна «КЛІМАТ-АГРО» – призначена для вистоювання тістових заготовок хлібобулочних виробів перед випічкою. Після вистоювання відбувається випікання хлібобулочних виробів в печі STL 66 та багато іншого обладнання.

Використання даного обладнання збільшило дохід підприємства і розширило обсяг виготовлення готової продукції.

ПП «Полтавський хлібозавод «Південний» є організацією, найважливіша мета якої як отримання прибутку так і надання споживачам корисної високоякісної продукції.

Виробництво хлібобулочних виробів в упаковці з подовженими строками зберігання є одним з основних напрямів розв’язання проблеми продовольчої безпеки, забезпечення населення в регіонах екологічного неблагополуччя, в

умовах кризових і аварійних ситуацій, техногенних і екологічних катастроф, а також соціально-обслуговуючого контингенту. Актуальним залишається якість такої продукції – збереження свіжості і підвищення мікробіологічної стійкості виробів.

На основі такої концепції розроблені та науково обґрунтовані технології хлібобулочних виробів із пшеничного борошна зі строками зберігання 10–12 діб і 1–2 місяці на основі традиційного (опарного) способу приготування тіста або спеціально розробленого способу на охолодженому напівфабрикаті з використанням комплексних поліпшувачів з оптимізованим складом і співвідношенням харчових добавок. На основі цього ПП «Полтавський хлібозавод «Південний» отримує хлібобулочні вироби підвищеної якості, який повільно черствіє і характеризується підвищеною мікробіологічною стійкістю під час зберігання. На даному етапі також розробляються комплексні технології сухарів, бубликових і деяких булочних виробів з підвищеними строками зберігання.

Також в свою чергу збільшилася кількість споживачів продукції.

Дані про обсяги реалізованої продукції представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

Ринки збуту хлібобулочних виробів

Ринки збуту	Обсяг реалізованої продукції (хлібобулочні вироби)%
Магазини міста	63,2
Власна торгова мережа	19,5
Посередники	17,3
Разом	100

З наведених даних можна побачити, що через магазини міста реалізується велика частина хлібобулочних виробів. Вони займають найбільшу питому вагу в загальній кількості роздрібної торгової мережі. Таке становище зумовлено тим, що магазини мають ряд переваг: у них концентрується більш широкий асортимент товарів, розширюється можливість надання додаткових послуг, впровадження сучасних технологій і механізації торговельних процесів, поліпшення умов праці, підвищення культури обслуговування населення.

Бухгалтерський облік на підприємстві ведеться з дня його реєстрації. На даний момент формою ведення обліку на ПП «Полтавський хлібозавод «Південний» є комп'ютеризована з використанням програми «1С: Бухгалтерія 8.2 для України». Ця програма дозволяє бухгалтерам швидко опрацьовувати документацію, групувати дані і формувати звітність підприємства. Дана програма дає змогу працювати з меншою кількістю бухгалтерів. Наслідком цього є зменшення витрат на оплату праці та автоматично збільшилася суму прибутку.

Для формування фінансової звітності головний бухгалтер даного підприємства використовує програмний комплекс MEDoc. MEDoc – це програмний

комплекс для здачі звітності в електронному вигляді, керування електронним документообігом та роботи з договорами підприємства.

Для підвищення ефективності автоматизації облікового процесу найбільш доцільним є:

1) використання лише ліцензованих продуктів, що пройшли широку апробацію та користуються попитом на ринку інформаційних технологій;

2) проведення обов'язкового попереднього навчання персоналу основам роботи з програмним продуктом, що впроваджується;

3) здійснення конкретизації вимог та пропозицій з автоматизації облікових робіт [1, 3].

Такий підхід дозволить досягти очікуваного ефекту від автоматизації облікового процесу на підприємствах роздрібної торгівлі та забезпечить їх ефективну організацію, коректну роботу програмного забезпечення та відсутність проблем з комп'ютерною грамотністю персоналу облікової служби.

Висновки. У нових умовах господарювання значно підвищуються вимоги до ефективності методів організації технологічних процесів у торгівлі, до рівня технологій їх виконання.

Ринки збуту хлібобулочних виробів, такі як магазини, власна торгова мережа, посередники, сигналізують про структуру та ємності попиту і пропозиції на вироби. Тільки при продажу хлібобулочних виробів виробники можуть визначити попит на той чи інший вид товару, тим самим визначивши подальші перспективи розвитку галузі. Правильна реалізація, впровадження сучасних досягнень, нових технологій в торгівлю хлібобулочними виробами має велике значення як для виробників, так і для економіки.

Література

1. Алексеєва Н. Ю. Автоматизація облікового процесу на підприємствах роздрібної торгівлі: проблеми та шляхи оптимізації [Електронний ресурс] – Режим доступу: http: //www.economy.nayka.com.ua.

2. Бровко О. Г., Булгакова О. В., Гордієнко Г. С., Дятлова В. В., Квасников А. А., Козлов А. П., Кудінова О. В., Лазарева Н. Т., Ліхоніна Г. О., Ляховченко Л. П., Малигіна В. Д., Медведко І. І., Молоканова Л. В., Породіна Л. В., Рякова В. П., Ракша-Слюсарева О. А., Темнохуд Е. О. Товарознавство. Продовольчі товари : навч. посібник. – К. : Кондор, 2010. – 730 с.

3. Саньоцька Н. Вдосконалення облікового процесу за умов використання інформаційних технологій. / Неля Саньоцька [Електронний ресурс] – Режимдоступу:http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/59.pdf/ Титул. з екрану. 15.11.2010.

ІННОВАЦІЙНИЙ БІЗНЕС-ПРОЕКТ І ОБГРУНТУВАННЯ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Куніцька Сусанна
Вінницький кооперативний інститут

Анотація. У статті розкрита роль та сутність інноваційного підприємництва у виробництві продукції, а також розкритий процес формування бізнес-проекту.

Ключові слова: інновації, інноваційне підприємництво, бізнес-проект, продукція, система інноваційного розвитку

Постановка проблеми. Інноваційна модель розвитку економіки вимагає від підприємств нових підходів щодо представлення на ринок власних наукових розробок і наукоємної продукції. Це можуть бути інноваційні пропозиції, які надають споживачам необхідну інформацію для комерційного використання наукових досягнень, або інноваційні бізнес-проекти, які комплексно доводять до товаровиробників, комерсантів, інвесторів переваги бізнесу, що пропонується з використанням науково-інноваційних розробок вузько та широко профільних установ. Тому процес інноваційного бізнес-проектування вимагає детальних наукових досліджень, а також процес їх застосування на практиці підприємств споживчої кооперації.

Аналіз основних досліджень. Питанням теоретичних і практичних аспектів управління інноваційним розвитком присвячені наукові розробки відомих українських і зарубіжних учених: О. Амоші, Л. Антонюка, В. Аньшина, І. Балабанова, С. Валдайцева, А. Гальчинського, В. Гейця, С. Глазьєва, І. Грозного, В. Диканя, В. Павлової, С. Ілляшенка, П. Завліна, В. Мединського, Л. Нейкової, І. Павленка, П. Перерви, В. Семиноженка, В. Стадника, Р. Фатхутдинова, Д. Черваньова та ін.

Мета. Метою даної статті є розкриття системи інноваційного бізнес-проектування, що призначена для розробки та відпрацювання, методичні підходи щодо інноваційних процесів для підприємств споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу. Інноваційний бізнес-проект відрізняється наявністю інноваційної складової (продукту) і бізнес-спрямованістю процесу створення й реалізації інноваційної продукції.

За допомогою продуктових інновацій підприємства виробляють та споживачі отримують принципово нові соціально корисні продукти із застосуванням нових матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих.

Процесні інновації полягають у розробці та застосуванні нових технологій, методів організації, створенні нових організаційних структур.

Інноваційне підприємництво – це особливий новаторський процес створення матеріального та нематеріального блага, тобто процес господарювання, в основі якого лежить постійний пошук нових можливостей, орієнтація на інновації. Воно пов'язане з готовністю підприємця брати на себе весь ризик щодо здійснення нового проекту або поліпшення існуючого, а також виникнення при цьому фінансової, моральної і соціальної відповідальності. У загальному плані інноваційне підприємництво можна визначити як суспільний технічний

економічний процес, що призводить до створення кращих за своїми властивостями товарів (продукції, послуг) і технологій шляхом практичного використання нововведень. В економічній літературі виділяються три основні види інноваційного підприємництва [1, с. 11–18].

Перший вид інноваційного підприємництва – інновація продукції, представляє собою процес оновлення збутового потенціалу підприємства, що забезпечує його виживання, збільшення обсягу одержуваного прибутку, розширення частки на ринку, збереження клієнтури, зміцнення незалежного положення, підвищення престижу, створення нових робочих місць та ін. Другий вид – інновація технології – це процес оновлення виробничого потенціалу, спрямований на підвищення продуктивності праці і економію енергії, сировини та інших ресурсів, що в свою чергу дає можливість збільшити обсяг прибутку підприємства, удосконалити його техніку безпеки, провести заходи щодо захисту навколишнього середовища, ефективно використовувати внутрішньофірмові інформаційні системи. Останній вид інноваційного підприємництва – соціальні інновації, що являють собою загальний процес планомірного поліпшення гуманітарної сфери підприємства. Застосування інновацій такого роду розширює можливості на ринку робочої сили, мобілізує персонал підприємства на досягнення поставлених цілей, зміцнює довіру до соціальних зобов'язань підприємства перед співробітниками і суспільством в цілому.

Бізнес-частину проекту обчислюють у формі стандартних бізнес-планів, у яких інноваційні пропозиції (продукти) входять до витрат на виробництво і реалізацію інноваційної продукції, надходження від реалізації якої формують дохідну частину бізнес-плану. Реальне проектування формує інноваційний бізнес-проект за наступною структурою (рис. 1) [2, с. 115–120].

Основні показники комплексної розробки проекту зводяться в паспорт проекту, а результати проектування рекламуються у презентаційному форматі.

Техніко-економічне обґрунтування проекту здійснюється у формі бізнес-плану, реальність розрахунків якого підтверджується договорами учасників проекту.

Головним елементом проекту, який робить його інноваційним, є комплекс інноваційних пропозицій, що формується на основі закінчених ринково привабливих науково-технічних розробок НДУ. Добірка таких пропозицій (технологій, селекційних досягнень, препаратів, техніки, виробничо-комерційних систем) створює комплект інноваційних пропозицій.

Додатками до повного інноваційного бізнес-проекту є комплекти науково-технічних розробок НДУ, матеріалів дослідження потенціалу (економічного, технічного, технологічного) виробництва та матеріалів ринкових досліджень за темою проекту [2, С. 215–238].

Рис. 1. Схема формування інноваційного бізнес-проекту

За скороченою методикою інноваційного бізнес-проектування необхідно розробити паспорт проекту з бізнес-планом і пакетом його презентації, а комплекти інноваційних пропозицій і науково-технічних розробок подаються у формі реєстрів або добірок до інноваційного проекту (рис. 2).

Якщо виходити із законодавчо затверджених визначень (наказ Міністерства освіти та науки № 1032 від 23.11.2005 «Про форми заяви про розгляд інноваційного проекту, паспорт і бізнес-план інноваційного проекту» [3]), то інноваційний продукт – це результат науково-дослідної та дослідно-конструкторсько-технологічної розробки, що відповідає вимогам інноваційності; інноваційна продукція – це нові конкурентоспроможні товари чи послуги, що відповідають вимогам ринку і створені на основі інноваційних продуктів [3, с. 225–226]. У результаті взаємодії суб'єктів кооперування сформована система інноваційного розвитку, що є однією з підсистем управління, виконує функцію формування інноваційного потенціалу і його практичне застосування на засадах активізування креативних пошуків працівників, впровадження сучасних технологій, розробки нетрадиційних шляхів розв'язання виробничо-господарських проблем, покращення властивостей існуючої і створення нової продукції.

Складовими елементами системи інноваційного розвитку, як і будь-якої іншої системи управління, є: цілі, суб'єкти і об'єкти, технології і методи, управлінські рішення, інформація та комунікації [5, с.155–159]. Взаємодіючи, складові елементи системи інноваційного розвитку репрезентують собою його процес. Розкриття його сутності необхідно здійснити через призму складових елементів системи інноваційного розвитку. Так, елементами цієї системи, який чітко відрізняє її від інших систем, є об'єкти інноваційного розвитку (рис. 2).

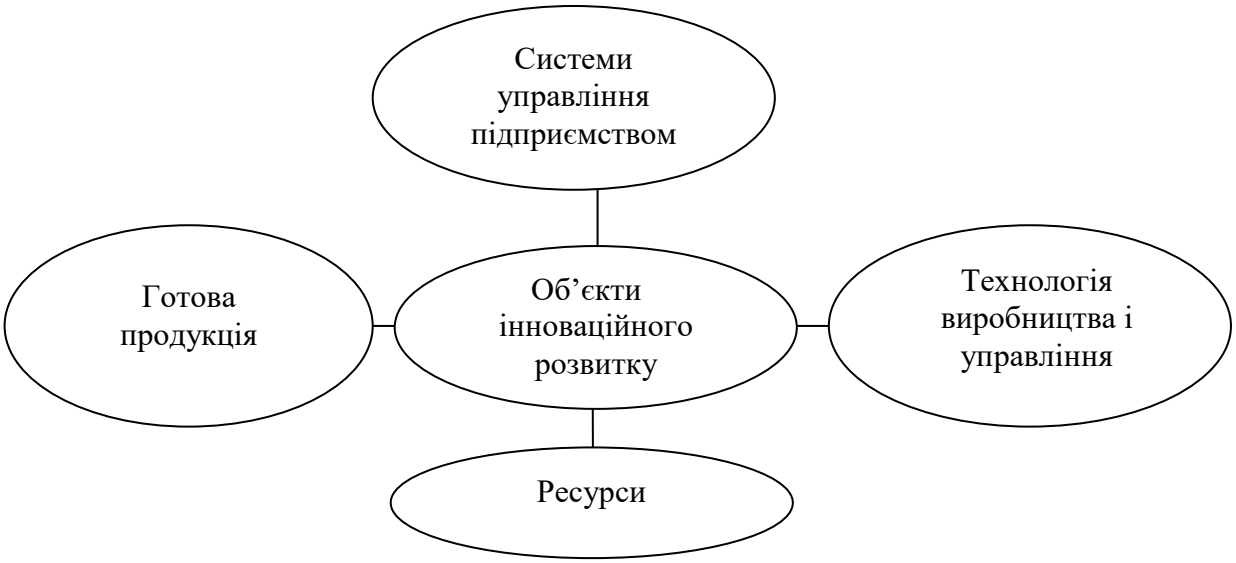


Рис. 2. Об'єкти інноваційного розвитку

На рис. 3 наведено групи суб'єктів кооперування, з якими, як правило, взаємодіють підприємства, реалізовуючи інновації.

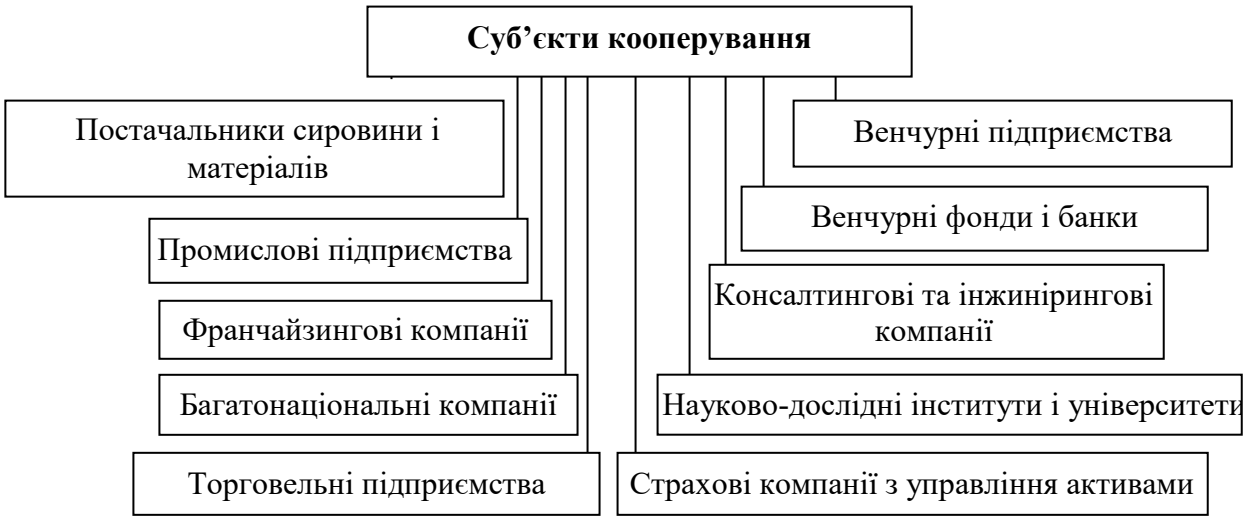


Рис. 3. Групи суб'єктів кооперування підприємств (розроблено автором)

Побудова кооперативних відносин у системі інноваційного розвитку підприємства вимагають також дотримання певних принципів, зокрема принципу узгодженості цілей і способів їхньої реалізації, раціоналізації ресурсного забезпечення інноваційного розвитку, забезпечення приросту інноваційного потен-

ціалу, підвищення рівня трансферних можливостей суб'єктів кооперування, покращання їхньої інвестиційної привабливості, фінансової стійкості, зростання рівня якості машинобудівної продукції, патентної чистоти інновацій.

Висновки. Інноваційний розвиток підприємства на усіх етапах реалізації інноваційних процесів вимагає фінансового, виробничого та інших видів кооперування. Для забезпечення раціональності кооперування під час інноваційного розвитку підприємств необхідно чітко ідентифікувати інтереси суб'єктів кооперування і узгоджувати способи їхнього досягнення. Принципи формування кооперативних відносин у системі інноваційного розвитку підприємств є загальними вихідними положеннями, дотримання яких суб'єктами кооперування забезпечить їм своєчасність і повноту отримання очікуваних значень показників економічного розвитку. Їх застосування на усіх етапах інноваційного процесу дозволить суб'єктам кооперування раціонально використовувати інноваційний потенціал і уникнути конфліктів щодо реалізації індивідуальних бізнесових інтересів.

Література

1. Володін С. А. Методичні підходи щодо інноваційного бізнес-проектування в аграрній сфері / С. А. Володін, Л. В. Шанда // Економіка АПК. – 2009. – № 11. – С. 11 – 18.

2. Загвойська Л. Д. Економічний аналіз інвестиційних проектів : навч. посіб. /Л. Д. Загвойська, Т. Є. Маселко, М. М. Яруба. – Львів: Афіша, 2006. – 318 с.

3. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник / С. М. Ілляшенко – Суми : ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с.

4. Наказ Міністерства освіти та науки № 1032 від 23.11.2005. «Про форми заяви про розгляд інноваційного проекту, паспорт і бізнес-план інноваційного проекту»/ Міністерство освіти та науки України.

5. Семенов А. Г. Оцінка ефективності від впровадження інвестиційного проекту / А. Г. Семенов, С.А. Король//Вісник економічної науки України. – 2013. – № 1. – С. 155–159.

УКРАЇНСЬКА ВИТИНАНКА ЯК ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНЕ МИСТЕЦТВО

Писаренко Тетяна
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі проаналізовано історичне, культурне, мистецьке призначення витинанки як декоративно-прикладного мистецтва. Показано практичне призначення, композиційні особливості, типологію витинанок, з'ясовано особливості розвитку даного мистецтва на Полтавщині.

Ключові слова: витинанка, декоративно-прикладне мистецтво, майстерність, творчість.

Постановка проблеми. Витинанка – стародавній вид декоративно-прикладного мистецтва, який був надзвичайно поширений в Україні. Цей вид мистецтва доніс до нас високу майстерність наших предків, яка передавалася з покоління в покоління, адже витинанки давні у своїх витоках і тісно пов'язані з буденним і святковим побутом народу. Будучи звичними прикрасами української хати, тематично оновлюючись, вони набули зовсім нового змісту.

Аналіз основних досліджень. Історії витинанок в Україні було присвячені роботи Є. А. Антонович, М. Любас, Р. В. Захарчук-Чугай. У зазначених працях висвітлено основні теоретичні аспекти, питання історії та композиції витинанок, що дає змогу глибше зрозуміти орнаментально-пластичні народні образи.

Метою даної статті є дослідити історичне, культурне, мистецьке призначення витинанки як декоративно-прикладне мистецтво.

Виклад основного матеріалу. Найбільш близьким для кожного з нас є декоративно-прикладне мистецтво, про яке знаємо ще з дитинства. Завдяки йому ми і пізнаємо суть самого мистецтва. Декоративно-прикладне мистецтво – розділ мистецтва, який охоплює ряд галузей творчості, що присвячені створенню художніх виробів, призначених головним чином для побуту. Його творами можуть бути: різне начиння, меблі, тканини, знаряддя праці, засоби пересування, а також одяг і різного роду прикраси. Сьогодні декоративно-прикладне мистецтво розглядається, як важлива художня цінність, тому що виконує ряд важливих функцій у нашому житті, а саме: пізнавальну, естетичну, комунікаційну. Декоративно-прикладне мистецтво – предметно-духовний світ людини, який включає в себе численні види художньої практики – це плетіння і ткання, розпис і вишивка, різьблення і виточування. Кожен вид декоративно-прикладного мистецтва нашого народу по-своєму цікавий і захоплюючий. Витинанки, без сумніву, це ще один чудовий вид творіння, який потребує більш детального вивчення.

Витинанки – це орнаментальні фігурні прикраси житла, ажурно витяті ножицями, вирізані ножем з білого або кольорового паперу. Від назви техніки виготовлення (витинати) походить і термін. Нескладні для опанування прийому витинання й недорогий матеріал дали чудові зразки прорізаного паперового декору, в якому втілені вічні символи природи, багатство фантазії, досвід пізнання світу» [3, с. 4].

Термін «витинанка» вперше з'явився в літературі 1913 р. Але відсутність терміна аж ніяк не може заперечити існування давніх витинанок. Кожний різновид ажурних паперових прикрас у різних регіонах і навіть осередках називали по-своєму: стригунці, зірочки, хрестики, козаки тощо. На Подніпров'ї та Слобожанщині найуживаніша назва – квіти.

Розквіт українських народних витинанок припадає на кінець XIX – початок XX століття. Із села вони переходять у місто завдяки міграції сільського населення. У міських квартирах з'являються паперові серветки, фіранки. У деяких школах вводили знайомство з витинанкою як предмет, спрямований на естетичне виховання. Це народне мистецтво викликало суперечки між

інтелігенцією, одна частина якої вбачала необхідність популяризації витинанки, інша – схилялася до визнання полемічного мистецтва та ігнорувала витинанки, як примітивізм [6, с. 227].

Однак як би не оцінювали витинанки, головне те, що вони не залишилися непоміченими. Незаперечним фактом цінності народного прикладного мистецтва є невичерпний потенціал розвитку творчої уяви, фантазії. Художник І. Рєпін, за його визнанням, прилучився до живопису саме з витинанок, які вирізував у дитинстві разом із сестрою. Виготовленням витинанок у дитинстві захоплювалися також М. Гоголь, художники Г. Нарбут, М. Добужинський.

Початкові відомості про паперовий декор в українських сільських хатах дійшли з першої половини XIX ст. Г. Квітка-Основ'яненко в повісті «Щира любов» описав хатні прикраси на Харківщині: «Усі позаквітчувані були всякими квітами: коли улітку – то справнішими, на зиму – то робленими з шпалерів; а перед образами висіли на шовковинках голуби, зроблені теж з шпалерів» [4, с. 37].

Високу художню оцінку цьому виду народного мистецтва дав І. Франко у статті-огляді крайової виставки у Львові. Він підкреслив високу майстерність цих витворів, зацікавився технікою виготовлення та географією поширення, закликав українських етнографів і мистецтвознавців звернути увагу на даний вид народних промислів і надрукувати альбом кращих зразків. Відомо, що багаточисельна сім'я І. Франка часто влаштовувала вечори для друзів, на яких гості повинні були змагатися у майстерності вирізати ножами або ножицями портрети один одного. Потім всі вирізані роботи наклеювалися на картон і картинка віддавалася переможцю [1, с. 2–16].

За наших часів витинанки не втратили ні своєї оригінальності, ні популярності. Адже у сучасному світовому суспільстві набуває актуальності не тільки питання збереження національних особливостей кожного народу, але і їхній розвиток. Паперові витинанки життєздатні і в умовах сучасного міста, застосовуються як новорічні прикраси вітрин і вікон. Це свідчить про те, що витинанки мали тісний зв'язок з іншими видами мистецтва. Доповнюючи один одного, вони створювали неперевершені шедеври чи просто зручні і красиві речі. Витинанка дійсно стала популярною. Це доводить велика кількість виставок, які проводились і проводяться на території України та поза її межами [5, с. 3].

Сучасні майстрині почали відновлювати традиції витинанки, додаючи до них щось нове і цікаве, тим самим збагачуючи мистецьку скарбницю народу. Тому аналізуючи сучасну витинанку можна з впевненістю сказати, що вона набуває все більшого поширення і застосування. Наприклад, на Київщині майстри розвивають давню традицію: вони витинають з білого або кольорового паперу насичених тонів комічні фігурки людей, які і на сьогодні викликають здивування і зацікавлення. Часто витинанки створюють для ілюстрування дитячих книжок, шкільних підручників, які допомагають маленьким читачам пізнати чарівний світ природи, усвідомити його красу і духовно збагатитися. Відома витинанкарка М. Павлова не просто виготовляла витинанки як ілюстрації до пісень, а поставила собі за мету створити таку книжку як єдине ціле. І їй це

вдалося, адже майстриня в єдиному гармонійному ансамблі поєднала текст із витинанками [2, с. 9].

Повертаючись до рідних витоків захотілося дізнатися про розвиток паперової витинанки на Полтавщині. Як виявилося, на даний час цим мистецтвом займається два майстра. Витинанкову Полтавщину представляють Дмитро Король (Кременчук) та Тетяна Ваценко (Полтава).

Висновки. Підводячи підсумки сказаному, можна побачити, що мистецтво витинанки поки що знаходиться на початковому етапі свого відновлення та розвитку. Опрацьована література, наукові матеріали, періодичні видання дають можливість стверджувати, що цей вид мистецтва не достатньо представлений у творчості народних майстрів не тільки полтавського краю, а й взагалі українського. Саме тому тема витинанки є особливо цікавою та актуальною у вивченні сучасних видів народного мистецтва.

Література

1. Антонович Є. А. Декоративно-прикладне мистецтво / Є. А. Антонович, Р. В. Захарчук-Чугай, М. Є. Станкевич. − Львів: Світ, 1998. – 272 с.

2. Мельник В. М. Мистецтво витинанки та аплікації : навч. посібник: / В. М. Мельник . – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2006. – 256 с.

3. Пасюта А. Сакральный смысл основных символов / А. Пасюта // Сегодня. − 2009. − № 89. − С.13.

4. Степовик Д. Мистецька вітальня Василя Корчинського / Д. Степовик // Дивослово. Українська мова й література в навчальних закладах. – 2006.− № 5.− С. 65.

5. Проценко Л. Витинанка: у давнину і сьогодні / Л. Проценко // Жінка. − 2007. – № 3. – С.11.

6. Історія декоративного мистецтва України. У 5 томах / [голов. ред. Г. Скрипник] – К., 2011. – Т. 4: Народне мистецтво та художні промисли XX століття. – К., 2011. – 363 с.

ДИТЯЧІ ІГРАШКИ ЯК ОБ'ЄКТ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Бінницький Юрій
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі розглядаються питання безпечності такого специфічного товару, щодо різноманітності вимог, як дитячі іграшки. Наведені вимоги технічних регламентів, принципи ідентифікації іграшок.

Ключові слова: іграшки, технологія, матеріал виготовлення, технічний регламент, ідентифікація, безпечність.

Постановка проблеми. Дитячі іграшки є специфічним товаром, який має ряд особливостей. Іграшки повинні бути зрозумілими та близькими для дитини, нести певне психофізичне навантаження, і, звичайно, – бути безпечними та надійними. Високі вимоги ставляться до матеріалу та технології виготовлення

іграшок. Ще донедавна в Україні ринок дитячих іграшок можна було вважати неконтрольованим. За роки незалежності країна практично втратила «іграшкову» галузь, хоча у радянські часи посідала друге місце з виробництва. Тоді в Україні працювало близько 400 підприємств. Нині галузь представлена невеликими приватними підприємствами, кустарним виробництвом: іграшки роблять вдома з підручних матеріалів і продають на ринках. Якість і безпечність такої продукції для дітей практично ніким не контролюється. Буває важко визначити для якого і з якою метою іграшка створена. Ідентифікація дозволяє встановити відповідність вимогам з боку призначення і безпечності іграшок.

Аналіз основних досліджень. Питанням класифікації, відповідності вимогам до якості іграшок приділяли у своїх наукових працях такі дослідники в Україні як Глушкова Т. Г., Передрій О. І., Барна М. Ю., Архіпов В. В., за кордоном – Орловський В. В., Смірнова Е. О., Салміна Н. Г.

Мета. Метою статті є розглянути та порівняти вимоги до безпечності іграшок згідно регламентів України та західних країн і визначити ознаки ідентифікації щодо іграшки.

Виклад основного матеріалу. Основним матеріалом виготовлення іграшок для немовлят є пластмаси, які з багатьма перевагами мають низку недоліків і застережень щодо вмісту окремих компонентів. Тому будь-який полімерний матеріал, який використовується для виготовлення дитячих іграшок повинен мати дозвіл державної епідеміологічної служби. Показники безпечності повинні бути зазначені у сертифікаті відповідності.

Для виготовлення іграшок використовують пластичні маси, метали, дерево, глину, гуму, тканини, хутро, картон, папір та інші матеріали. Залежно від матеріалу, з якого виготовляють іграшки, їх підрозділяють на підгрупи: пластмасові, металеві, дерев'яні, керамічні, гумові, м’яконабивні тощо.

Пластичні маси, на відміну від таких традиційних матеріалів, як глина, деревина, метал, тканини, з яких здавна виготовлялись іграшки, набули широкого використання лише з другої половини XX століття. За рахунок їх легкості, пластичності, надійності фарбування, низької трудомісткості виготовлення виробів полімерні матеріали є найперспективнішим матеріалом для даного виду товарів – на сьогодні з них виготовляються понад 50% іграшок.

Для виготовлення іграшок найбільшого застосування набули термопластичні маси – поліетилен високого тиску, полістирол, полівінілхлорид, поліаміди, полікарбонат, термореактивні амінопласти.

Технологічний процес виготовлення іграшок з полімерних матеріалів практично не потребує підготовчих та оздоблювальних операцій, тому є економічно вигідним порівняно з використанням інших матеріалів. З пластмас іграшки виготовляють методом лиття під тиском, видуванням, а також гарячим пресуванням. Оброблення іграшок є різноманітним.

За складом і властивостями пластмаси та їх складові мають відповідати вимогам стандартів. Відомо, що більшість синтетичних смол і пластмас фізіологічно не шкідливі, але залишки вихідних мономерів (стирол, фенол, формальдегід, капролактам тощо), а також пластифікатори, каталізатори і барвники можуть бути токсичними. Виробництво і використання пластмасових

іграшок допускається лише за дозволом Державного санітарного нагляду. Для полімерних матеріалів, з яких виготовлені іграшки, завжди проводять санітарно-епідеміологічні, зокрема й токсикологічні дослідження. [1, с. 342]

Встановлено гігієнічні нормативи, які визначають критерії безпечності та нешкідливості іграшок для дітей різних вікових груп (табл. 1).

Таблиця 1

Дія гігієнічних нормативів [1, с. 346]

Об'єкти дії нормативів	Іграшки вітчизняного виробництва	Іграшки імпортного виробництва
Матеріали виготовлення	+	+
Склад та зміст НД	+	+
Умови та якість виготовлення	+	_
Безпечність для здоров'я	+	+
Пакування, транспортування та зберігання іграшок	+	+
Умови реалізації іграшок	+	+

Полімерний матеріал повинен мати дозвіл Головної державної епідеміологічної служби. Виробники і постачальники такої продукції повинні надавати затверджені Головним санітарним лікарем України документи про безпечність, які обов'язково додаються до сертифіката відповідності [2, с. 221].

Іграшки, що імпортуються, можуть реалізуватися за наявністю санітарно-епідеміологічного висновку та сертифікату відповідності. Результати досліджень іграшок оформляються протоколами [3].

Умови введення іграшок в обіг, основні настанови щодо безпечності, які необхідно передбачити під час виробництва іграшок, процедури оцінювання відповідності, маркування визначені дією Регламенту [4]. Регламент поширюється як на вітчизняні так і на імпортні іграшки (ігровий матеріал), що призначені для гри з ними дітей віком від 0 до 14 років.

Іграшки можуть бути введені в обіг тільки в разі їх відповідності вимогам безпеки, встановленим у цьому Технічному регламенті, а також санітарним нормам.

Іграшки, які введені в обіг, мають відповідати вимогам безпеки протягом передбаченого терміну їх використання. Крім того, у додатках до нового порядку також затверджено:

- перелік виробів, що не вважаються іграшками згідно з Технічним регламентом безпеки іграшок (істотно змінений порівняно з попереднім порядком);
- вимоги до безпеки іграшок;
- декларація про відповідність повинна містити інформацію, що підтверджує виконання вимог безпеки, встановлених у цьому Технічному регламенті. При цьому складання виробником декларації про відповідність є підтвердженням його відповідальності за відповідність іграшки вимогам безпеки;
- вимоги до технічної документації.

У країнах ЄС ринок дитячих іграшок контролюється досить суворо. Наприклад, остання Директива ЄС, що набула чинності два роки тому, помітно знижує кількість гранично допустимих шкідливих хімічних речовин, які містяться в матеріалах для виробництва іграшок.

Перша Директива 88/378/ЄЕС Європейського Союзу з безпеки іграшок була схвалена 3 травня 1988 року, друга Директива 93/68/ЄЕС 22 липня 1993 і нова Директива 2009/48/ЄС з безпеки дитячих іграшок набула чинності 20 липня 2011 року. У всіх директивах простежується поступове посилення і більш чіткі визначення з безпеки дитячих іграшок, зокрема щодо відповідальності за безпеку іграшок.

Нова Директива 2009/48/ЄС знижує кількість гранично допустимих шкідливих хімічних речовин, які містяться в матеріалах для виробництва іграшок.

Завдяки новому «Технічному регламенту безпеки іграшок», який затвердили у Кабінеті Міністрів 8 жовтня 2013 року, українська держава підвищила показники безпечності дитячих іграшок. Дане рішення викликане необхідністю привести українські стандарти у відповідність до Директиви Європейського парламенту і Ради.

Ще одним аспектом, який вимагає чіткої ідентифікації це адресне призначення іграшки. Важливим питанням є те, що до багатьох товарів виникає запитання: містить він ознаки іграшки чи ні? Визначаючи, чи належить товар до поняття «іграшка», і те, чи підпадає він під дію Регламенту, необхідно використовувати кілька ознак. Найважливіша ознака – можливість гри дитиною. При прийнятті рішення щодо того, належить продукція до іграшок чи ні, визначальними чинниками є:

- ігрова цінність як первинна функція призначення;
- маркування повинно зазначати, для кого призначена продукція: або вікова адреса дитини, або позначення, наприклад, «Не є іграшкою!» чи «Для дорослих колекціонерів».

Першочерговим завданням у всіх країнах на даний час є екологізація виробництва товарів широкого вжитку, зокрема і дитячих іграшок. Технологічні особливості використання матеріалів вплинули на якість виробів. Нажаль, виробництво пластмас та пластмасових виробів належить до галузі дуже високої токсичності. Ще однією проблемою залишається те, що на ринку накопичуються гумові і пластмасові іграшки, екологічно небезпечні для здоров'я як споживачів, так і навколишнього середовища і, саме головне, токсично шкідливі для дітей [5, с. 289].

Висновки. Вищезазначене дозволяє стверджувати, що українські нормативні документи з безпечності дитячих іграшок приводяться у відповідність до Директиви Європейського парламенту і Ради. А це означає, що українським дітям тепер гарантується такий самий захист від небезпечних іграшок, як і європейським.

Література

1. Рудавська Г. Б. Санітарно-гігієнічна експертиза товарів : Підручник / Г. Б. Рудавська, Л. І. Демкевич. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 409 с.

2. Байдакова Л. І. Експертиза товарів : Підручник / Л. І. Байдакова, С. В. Ягелюк, І. М. Байдакова. – К. : Видавничий Дім «Слово», 2014. – 392 с.

3. Постанова Головного державного санітарного лікаря України від 30.12.1998. № 12 Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://document.ua/docs/tdoc8159.php

4. Наказ Міністерства промислової політики України від 7.10.2009. № 694 Про затвердження Рекомендацій із застосування Технічного регламенту безпеки іграшок. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://document.ua/pro-zatverdzhennja-rekomendacii-iz-zastosuvannja-tehnichnogo-doc5056.html.

5. Шкарупа В. Ф. Основи екології та безпеки товарів народного споживання : підручник / В. Ф. Шкарупа. – К.: КНТЕУ, 2002. – 315 с.

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Пік Богдан
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У даній статті досліджується вплив інноваційних процесів на підприємницьку діяльність. Визначаються основні напрямки введення інновацій та їх використання у підприємницькій діяльності, стимулювання та спрощення ведення бізнесу.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, підприємство, науково-технічна політика, нововведення, прогрес, екологізація виробництва, маркетинг, соціально-етичний маркетинг.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин одним з першочергових завдань для України є розвиток високотехнологічного конкурентоспроможного національного господарського комплексу. Виробництво конкурентоспроможної продукції можливе лише за умов проведення ефективної інноваційної політики в промисловості. Це дозволить сформувати експортний потенціал вітчизняних виробництв, який зможе реалізовуватися на зарубіжних ринках і забезпечувати Україні стійке зростання її частки у міжнародній торгівлі.

В українських реаліях, на жаль, досі застосовують застарілі підходи ведення підприємницької діяльності (бізнесу), що уповільнює і руйнує виробництво як таке. Тому дослідження проблем інноваційного розвитку вітчизняних підприємств є досить актуальним.

Формування завдань та цілей статті. Метою статті є обґрунтування доцільності інноваційних змін у підприємницькій діяльності як необхідної умови забезпечення конкурентних позицій вітчизняних підприємств на світових ринках.

Виклад основного матеріалу. Інновація – це процес доведення наукової ідеї або технічного винаходу до стадії практичного використання, що приносить дохід, а також пов'язані з цим процесом техніко-економічні та інші зміни в соціальному середовищі. Часто самі результати цього процесу – підсумки

наукових досліджень або винаходи, доведені до використання нового продукту чи процесу – також називають нововведенням [1].

Інноваційний процес – це сукупність науково-технічних, технологічних і організаційних змін, що відбуваються у процесі реалізації інновацій; процес послідовного перетворення ідеї на товар, що проходить етапи фундаментальних, прикладних досліджень, конструкторських розробок, маркетингу, виробництва, нарешті, збуту, − процес комерціалізації технологій. Іншими словами, це створення пропозиції та задоволення попиту споживачів новим шляхом та новим продуктом.

Інноваційний процес помилково вважати наслідком лише науково-технічного прогресу, адже його соціальна складова та складова маркетингу відіграють провідну роль, у якій лише частково залишають місце технічним новинкам та інноваціям. Як усім відомо, основна мета маркетингу – це задоволення постійно зростаючих потреб споживачів та виробників шляхом задоволення попиту та створення пропозиції.

Згідно з Філіпом Котлером, можна узагальнено виділити основні етапи впровадження інновацій у бізнес:

1. Удосконалення продукту (створення нового продукту) – це інженерний підхід до вирішення проблеми шляхом вливання коштів у наукову діяльність. Інноваційний процес у даному випадку ставить за мету збільшення прибутку як на даний момент, так і в перспективі, а не винахід інновацій як таких. Це зумовлено тим, що ми спостерігаємо маркетинговий підхід, задоволення потреб споживачів через моніторинг ринку. Споживач вимагає якіснішої продукції, що призводить до оновлення та заміни обладнання, чи переорієнтації у веденні бізнесу. На противагу маркетинговому підходу існує інженерний підхід, тобто розробка продукту, а лише потім пошук потенційного ринку збуту.
2. Удосконалення виробництва – передбачає заміну чи модифікацію наявного обладнання для підвищення продуктивності.
3. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль – її значення поки що недооцінюють, але у сучасному світі з сильною конкуренцією вона відіграє дуже важливу роль (просування товару та фірми через засоби масової інформації, зміну дизайну та застосування інших інструментів. Одним із яскравих прикладів є рекламна акція компанії COCA COLA «Share a coke», наслідком якої стало зростання фанів компанії, публікацій продукту в Інтернеті, а також збільшення обсягу продажів на 11,8% у порівнянні з попереднім 2010 роком).

У сфері технічних інновацій Україна пасе задніх. Як бачимо з рис. 1, видатки на наукові дослідження та технічні розробки в Україні невпинно скорочуються, ця тенденція стійко утримується, починаючи з 2003 року. В той же час, як бачимо, досить стрімку позитивну динаміку демонструє Китай. Звичайно, розвинуті іноземні держави, такі, як США та країни ЄС, витрачають на наукові дослідження значно більшу частку свого ВВП.

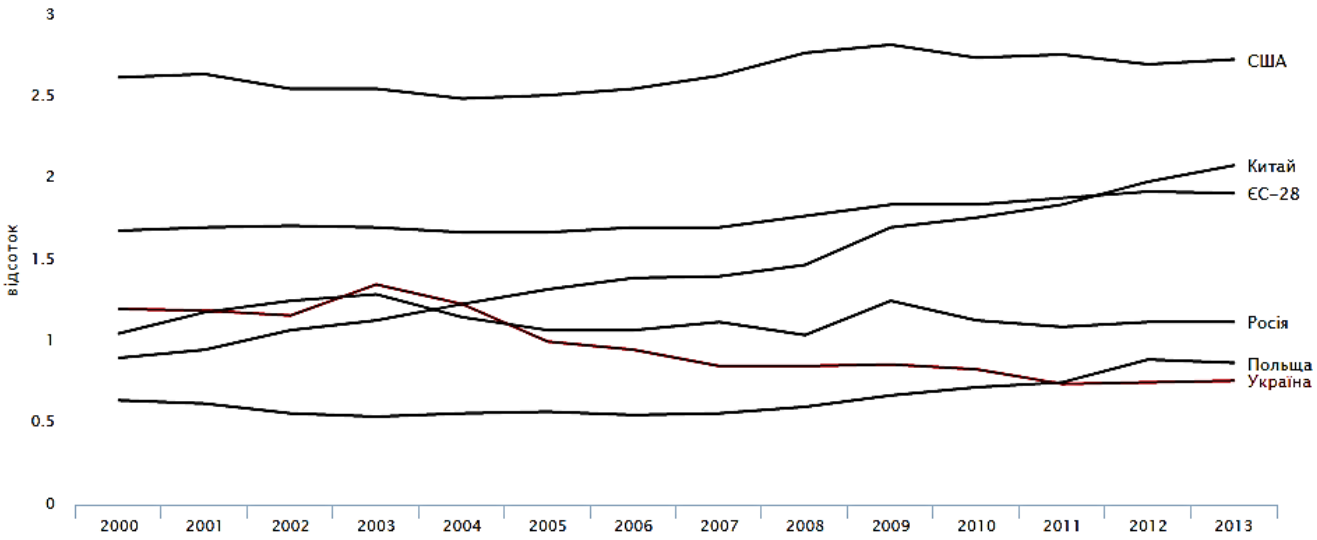


Рис. 1. Питома вага витрат на виконання наукових досліджень
та технічних розробок у ВВП [4]

Найбільший за наслідками безпосередній вплив на ефективність діяльності підприємства здійснюють технічні і організаційні нововведення. Інші нововведення впливають на виробництво опосередковано . Про ступінь впливу окремих організаційно-технічних та інших нововведень на відповідні економічні показники діяльності підприємств свідчать такі приклади: досвід експлуатації гнучких автоматизованих виробництв показує істотні переваги порівняно з технологічним устаткуванням традиційного виконання: питома вага оплати праці (у розрахунку на одну деталь) зменшується на 25–30%, накладні витрати – більш як на 80%, виробнича площа – на 60%, а тривалість виробничого циклу скорочується у 5–6 разів. Серед глобальних технічних нововведень за ступенем впливу на економіку підприємства відрізняються роторні та роторно-конвеєрні лінії, які, порівняно з традиційними знаряддями праці, залежно від складності виготовлюваних деталей забезпечують: підвищення продуктивності праці – у 4–10 разів; зменшення обсягу необхідної виробничої площі – у 2–2,5 рази; скорочення тривалості циклу виготовлення – у 15–20, а обсягу транспортування виробів – у 25–30 разів. А використання роботизованих систем підвищує ефективність та зменшує кількість людино-годин на одиницю продукту у 7 разів.

Висновки. Таким чином, враховуючи нинішній стан промисловості країни, засадничими елементами нової промислової політики мають стати: відродження промисловості як ключової галузі національної економіки; фінансова стабілізація і забезпечення доступності ресурсів фінансових ринків для реального сектора економіки; залучення інвестицій для розбудови нового індустріального базису економіки; структурна перебудова промисловості, модернізація виробництва на основі нових технологій; децентралізація інструментів промислової політики і стимулювання розвитку промисловості в регіонах країни; фінансування науки і сприяння технологічним інноваціям у виробництві; розбудова сучасної виробничо-технологічної інфраструктури [5].

Література

1. Інновації в підприємництві – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://daily-helper.com/uk/207800

2. Історія економічних вчень: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2004.

3. Дані офіційної статистики інноваційної діяльності українських підприємств http://www.ukrstat.gov.ua/

4. Коломієць Т. Наукові дослідження та технічні розробки в Україні: аналіз тенденцій / Т. Коломієць – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cedos.org.ua/uk/osvita/naukovi-doslidzhennia-ta-tekhnichni-rozrobky-v-ukraini-analiz-tendentsii

5. Шовкун І. Асоціація з ЄС диктує необхідність відродити промисловість / І. Шовкун – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/promyshliennost/asociaciya-z-yes-diktuye-neobhidnist-vidroditi-promislovist-_.html

ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Солдатов Микита

Вінницький кооперативний інститут

Анотація. У роботі досліджена методика оцінювання інвестиційного потенціалу, яка характерна для всіх галузей народного господарства, в т.ч. системи споживчої кооперації.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційний потенціал, споживча кооперація, оцінка, показник.

Постановка проблеми. Підприємства всіх видів і форм власності, зокрема споживчої кооперації, постійно стикаються з необхідністю інвестицій, тобто з вкладенням коштів (внутрішніх і зовнішніх) в різні програми та окремі заходи (проекти) з метою організації нових, підтримки і розвитку діючих виробництв (виробничих потужностей), технічної підготовки виробництва, отримання прибутку та його збільшення, а також інших кінцевих результатів, наприклад природоохоронних, соціальних та ін., тобто – це грошові кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери, технології, обладнання і устаткування, ліцензії, в тому числі і на товарні знаки, кредити, будь-яке інше майно або майнові права, інтелектуальні цінності, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання прибутку (доходу) і досягнення соціального ефекту. Але найбільшим вимірником для надходження інвестицій є інвестиційний потенціал кожного підприємства, який на сьогоднішній день не має єдиних критеріїв його визначення.

Аналіз основних досліджень. До вчених, які вивчали і досліджували загальне значення інвестиційного потенціалу у діяльності підприємств, слід віднести Батукової Л. Р., Золотогорова В. Г., Клюса Ю. І., Приходька В. П., Федулової Л. Н. Але незважаючи на значний обсяг досліджень щодо питань,

пов’язаних з інвестиційним потенціалом, до сих пір не обґрунтовані важливі і ключові критерії, які відображають інвестиційну привабливість кожного підприємства, включаючи тих, які входять до системи споживчої кооперації.

Мета. Метою даної статті є напрямки визначення інвестиційного потенціалу підприємств споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційний потенціал виробничих підприємств у регіоні можна оцінити на базі комплексу показників. Показники інвестиційної привабливості підприємств об'єднуються за такими групами: управлінські (організаційні); виробничо-технічні й інноваційні; ресурсно-сировинні; ринкові (інформаційний, збутовий) [1, с. 66]. А система економічних оцінок інвестиційного потенціалу територіально-виробничого комплексу включає (табл. 1) [2, с. 103]:

Таблиця 1

Система оціночних показників рівня інвестиційного потенціалу підприємств споживчої кооперації

Напрям дослідження	Показники оцінки технологічної складової потенціалу підприємства	Показники оцінки матеріальної складової потенціалу підприємства	Показники оцінки кадрової складової потенціалу підприємства
Поточний виробничий потенціал	Коефіцієнт зносу; коефіцієнт придатності; коефіцієнти використання обладнання; коефіцієнти використання часу роботи обладнання; коефіцієнти використання виробничих потужностей	Коефіцієнт забезпеченості матеріальними ресурсами	Середньорічне вироблення продукції одним працюючим; показники балансу робочого часу
Тенденції зміни інвестиційного потенціалу	Коефіцієнт відновлення; коефіцієнт вибуття; коефіцієнт приросту	Коефіцієнт нерівномірності поставок матеріалів	Коефіцієнт обороту з прийому; коефіцієнт обороту з вибуття; коефіцієнт плинності кадрів; коефіцієнт сталості кадрів
Показники ефективності використання ресурсів	Фондовіддача; фондомісткість; рентабельність основних засобів; коефіцієнт завантаження обладнання; коефіцієнт змінності; коефіцієнт інтенсивного навантаження обладнання; показник інтегрального навантаження	Матеріаловіддача продукції; матеріалоємність продукції; питома вага матеріальних витрат у собівартості продукції; коефіцієнт використання матеріалів	Зміна середнього заробітку працюючих за період; зміна середньорічного виробітку; непродуктивні витрати робочого часу; порівняння середніх тарифних розрядів робіт у робітників; економія (перевитрата) фонду заробітної штати

1. Потенційну річну виробничу потужність у розрахункових одиницях, розраховану за видами основної й додаткової продукції.

2. Потенційний річний валовий обсяг випущеної продукції, робіт, послуг (виручка від реалізації продукції), у грн.

3. Потенційну величину доданої вартості, умовно чистої або кінцевої продукції в грн.

4. Потенційний чистий річний дохід/обсяг виробленої чистої продукції.

5. Потенційний річний балансовий прибуток від діяльності в умовах можливих варіантів цінової стратегії підприємства, у грн.

6. Потенційний чистий прибуток після сплати податків, у грн.

Методика визначення рівня інвестиційного потенціалу включає наступні етапи [3, с. 119]:

Оцінка стану виробничої складової:

- знос основних засобів. Рівень цього показника має наступну шкалу: менше 50% – помірний; 51 – 69% – потребує відновлення; 70% і більше – значний;
- співвідношення коефіцієнтів відновлення й вибуття основних засобів. Коефіцієнт відновлення розраховується як відношення вартості основних засобів, що надійшли, до вартості основних засобів на кінець року. Коефіцієнт вибуття розраховується як відношення вартості вибулих основних засобів до вартості основних засобів на початок року. Рівень цього показника для оцінки інвестиційного потенціалу має наступну шкалу: випередження – більше 1; заміщення – 0,5-1; старіння фондів – < 0,5;
- фондовіддача. Зростання фондовіддачі є одним із факторів інтенсивного зростання обсягу випуску продукції. Рівень цього показника для оцінки інвестиційного потенціалу має наступну шкалу: інтенсивне виробництво – > 1; збалансоване виробництво – = 1; екстенсивне виробництво – <1.

Оцінка стану матеріальної складової:

- частка змінних витрат у собівартості продукції. Рекомендований для більшості видів економічної діяльності рівень цього показника для оцінки інвестиційного потенціалу має наступну шкалу: високий рівень – 80% і більше; середній рівень – 50 – 79%; низький рівень – менше 50%.
- співвідношення зміни цін на сировину, матеріали й зміни цін на продукцію. При значенні цього параметра більше одиниці відбувається ситуація, що має назву «диктат постачальника». Внаслідок різних причин постачальник забезпечує майже повний контроль за цінами на свою продукцію, створюючи час від часу ситуації дефіцитності, завищених цін та ін. При цьому виробник – підприємство-споживач сировини – має обмежені можливості підвищення цін на власну продукцію. Рівнодія постачальника-виробника забезпечується за умови рівності цього показника одиниці. Показник градуюється за наступною шкалою: диктат виробника – <1; рівнодія – = 1; диктат цін – > 1;
- матеріаловіддача; цей показник визначається як відношення виручки від реалізації продукції до матеріальних і прирівнюваних до них витрат у собівартості продукції [4, с. 17]. Рівень цього показника для оцінки інвестиційного потенціалу має наступну шкалу: високий – більше 1,5; середній – 1–1,5; низький – <1.

Оцінка стану кадрової складової:

- співвідношення коефіцієнта обороту з прийому й коефіцієнта обороту з вибуття. Коефіцієнт обороту з прийому визначається відношенням числа прийнятих за певний період часу до середньоспискової чисельності протягом розглянутого періоду. Коефіцієнт обороту з вибуття визначається відношенням числа звільнених за певний період часу до середньоспискової чисельності протягом розглянутого періоду [4, с. 17–18]. Рівень цього показника для оцінки інвестиційного потенціалу має наступну шкалу: розширення кадрового складу – більше 1; заміщення кадрового складу – 0,5 – 1; скорочення кадрового складу – <0,5;
- професійний склад кадрів – визначається шляхом застосування якісних методів оцінювання, зокрема експертного. Рівень цього показника для оцінки інвестиційного потенціалу має наступну шкалу: достатній професійний рівень – відповідає потребі; середній професійний рівень – необхідні навчання й відновлення персоналу; низький професійний рівень – не відповідає потребам, необхідне радикальне відновлення персоналу;
- зміна виробітку на одного працюючого. Виробіток визначається відношенням обсягу виробленої продукції до середньоспискової чисельності працюючих [4, с. 18]. Рівень цього показника для оцінки інвестиційного потенціалу має наступну шкалу: високий темп зростання рівня виробітку – > 10%; середній темп зростання рівня виробітку – 0 – 10%; низький темп зростання рівня виробітку.

Далі здійснюються такі розрахунки, як:

- поелементний розрахунок значень коефіцієнтів, які визначають рівень інвестиційного потенціалу промислових підприємств регіону, після цього кожному із них присвоюється ранг (в балах).
- підсумування балів за складовими інвестиційного потенціалу.
- характеристика інвестиційного потенціалу підприємств споживчої кооперації залежно від отриманих балів і значимості складової інвестиційного потенціалу.

Стабільність показників, з допомогою яких визначається ранг інвестиційної привабливості підприємства, а також їх представлення у статистичній базі Державної служби статистики України обумовлює необхідність проведення такої оцінки один раз на 5 років.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємств споживчої кооперації здійснюється за такими основними елементами (рис. 1).

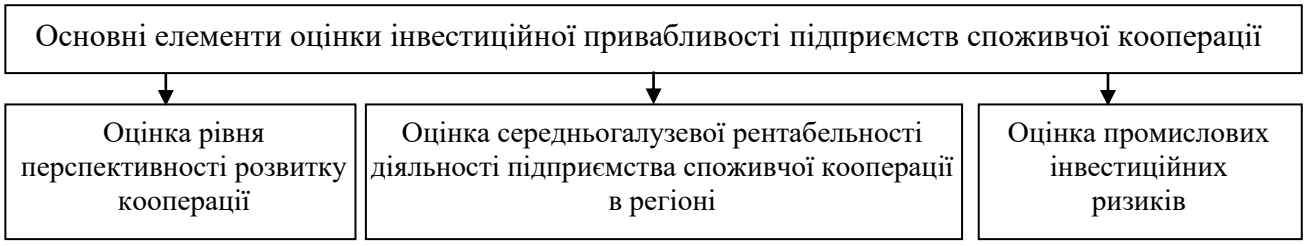


Рис. 1. Основні елементи оцінки інвестиційної привабливості підприємств

Наведені узагальнюючі елементи оцінки інвестиційної привабливості підприємств формують алгоритм дій (розрахунків) із використанням відповідної статистичної бази та результатів експертного оцінювання.

На основі оцінки трьох наведених елементів (синтетичних оціночних характеристик) та їх рангової значимості для загальної характеристики інвестиційної привабливості підприємства розраховуються інтегральні показники рівня інвестиційної привабливості системи споживчої кооперації взагалі [5, с. 26]. А сукупний показник рангової оцінки підприємств споживчої кооперації можна розрахувати за такою формулою:

$$РІП_г = \sum_{t=1}^{n} РЕГ_t * ЗЕГ_t \,, \qquad (1)$$

де $РІП_г$ – сукупний показник рангової оцінки інвестиційної привабливості підприємства як виробничої сфери;

$РЕГ_t$ – середній ранговий показник по аналізованому елементу оцінки підприємства як виробничої сфери;

$ЗЕГ_t$ – значимість відповідного елемента t в загальній оцінці підприємства як виробничої сфери, що виражена десятковим дробом.

Висновки. Підприємства, будучи об'єктами інвестування, можуть розвиватися за різними напрямами: одні з них планують розробити та організувати виробництво нової продукції, інші – придбати нове технологічне обладнання і тим самим скоротити поточні витрати виробництва, третє – створити нову структуру збуту продукції та побудувати мережу обслуговування споживачів. Незважаючи на всі їх відмінності, загальним для усіх підприємств є потреба в інвестиціях, які сприятимуть оновленню і удосконаленню операційної діяльності.

Література

1. Батукова Л. Р. Оценка уровня инновационности инвестиционных проектов [Електронний ресурс] / Л. Р. Батукова // Регионология. – 2010. –№ 3. – С. 59–68 – Режим доступу : www.regionsar.ru/sites/detauil/ files/2010_318.pdf

2. Золотогоров В. Г. Инвестиционное проектирование : Учебное пособие / Золотогоров В. Г. – Мн. : ИП «Экоперспектива», 1998. – 463 с.

3. Клюс Ю. І. Розробка рекомендацій щодо оцінювання і підвищення рівня інноваційної привабливості промислових підприємств / Ю. І. Клюс // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 8. – С. 119–121.

4. Приходько В. П. Інвестиційний розвиток територіально-виробничих комплексів: теорія та методологія : Монографія / Приходько В. П. – Дн. : Юго-Восток, 2012. – 318 с.

5. Федулова Л. Н. Перспективи інноваційно-технологічного розвитку промисловості України / Л. Н. Федулова // Економіка України. – 2008. – № 7. – С. 24–36.

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Карась Лілія
Кіровоградський кооперативний коледж економіки і права імені М. П. Сая

Анотація. У роботі проаналізовано стан та тенденції розвитку інвестиційної сфери України. Розглядаються напрями підвищення інвестиційної активності в Україні.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна активність, фінансові ринки, фінансові інститути, інвестиційний процес, інвестиційна політика держави.

Постановка проблеми. У сучасному динамічному світі інвестиції відіграють важливу роль. Їм можна відвести роль ядра економіки, рушійної сили національного виробництва. Проте внутрішніх ресурсів України для забезпечення фінансами національного господарства в належному обсязі не вистачає. У такій ситуації гостро постає питання залучення інвестицій з інших джерел, у тому числі з-за кордону. Економіка України має значний ресурсний потенціал, в який чимало інвесторів можуть і хочуть вкладати свої кошти. Нестабільність, суперечливість та непрозорість законодавства не дозволяють повністю використати наявний інвестиційний потенціал.

Аналіз останніх досліджень. Різні аспекти державної інвестиційної політики досліджуються у наукових працях О. Амоша, Ю. Бажала, В. Бодрова, О. Гаврилюка, В. Гейця, Б. Губського, Б. Данилишина, В. Коломійцева, зарубіжних – Д. Дейкера, Б. Лессера, К. Мейєра, А. Хеваса та багатьох інших. У дослідженнях зазначених авторів розкриваються питання формування й впровадження інвестиційної моделі розвитку економіки, її фінансово-економічних та правових механізмів.

Мета. Проаналізувати особливості сучасного стану інвестиційної державної політики з метою виявлення основних проблем, що перешкоджають стабільному розвитку та підвищенню конкурентоспроможності національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Інвестиції – це будь-який інструмент, в який можна вкласти гроші, з розрахунком на збільшення їх вартості або забезпечити позитивну величину прибутку. Існують різні форми вкладення капіталу, які розрізняються за рядом факторів: в цінні папери та нерухомість, в боргові зобов'язання, акції та опціони, з меншим та більшим ризиком, на короткочасний та довгочасний строк, прямі та непрямі, внутрішні та зовнішні. Для того, щоб мати уявлення про інвестиції, спочатку звернемось до основних понять, розглянемо структуру інвестиційного процесу, його учасників, типи інвесторів, а також інвестування.

Цінні папери або фондові цінності – це інструменти вкладання грошей, які представляють собою боргові зобов'язання або забезпечують право участі в компанії в якості власника, право покупки або продажу частки в компанії. Майнові вкладення – це вкладення в реальні активи компанії або реальне власне майно. Реальні активи – це земля, будівлі та все те, що «прив'язане» до землі.

Реальне власне майно – це золото, антикваріат, мистецькі твори та інші колекційні предмети.

Також розрізняють прямі та непрямі інвестиції. Прямі інвестиції – це форма вкладень, яка дає інвестору безпосереднє право власності на цінні папери та майно. Прямими інвестиціями називають ще вкладення капіталу, при якому інвестор придбав право управління активами у вигляді фондових або майнових цінностей.

Непрямі інвестиції це вкладення ресурсів до портфеля, інакше кажучи, набір цінних паперів або майнових цінностей.

З точки зору терміну дії інвестиції поділяються на довго- та короткострокові. Строк дії короткострокових інвестицій зазвичай становить один рік; довгострокові інвестиції розраховані на строк більше року або, як, наприклад, звичайні акції, зовсім не обмежуються строком. Економісти розділяють також інвестиції з огляду на спрямованість дій, виділяючи чотири їх види: нетто-інвестицій, екстенсивні інвестиції, реінвестиції, брутто-інвестиції.

Нетто-інвестиції – це інвестиції на заснування проекту (початкові інвестиції). Екстенсивні інвестиції – це інвестиції на розширення (збільшення) виробничого потенціалу. Реінвестиції – повторні інвестиції за рахунок використання прибутку, отриманого від первинного вкладення капіталу. Брутто-інвестиції – це нетто-інвестиції плюс реінвестиції.

Отже, інвестиційний процес – це механізм, що об’єднує попит та пропозицію, тобто тих, хто пропонує гроші, і тих, хто пред’являє попит на інвестицію. Звичайно, обидві сторони зустрічаються в фінансових інститутах або на фінансовому ринку. Фінансові інститути – це такі організації, які приймають вкладення та дають залучені гроші в борг або інвестують в інших формах. Фінансові ринки – це механізм, який служить для укладання угод; зводить разом тих, хто має гроші, з тими, хто їх шукає. Головні учасники інвестиційного процесу – це держава, компанії та фізичні особи, при чому, кожний з них може брати участь в інвестиційному процесі як на стороні попиту, так і на стороні пропозиції.

Беззаперечним є той факт, що про стан справ в економіці можна з упевненістю судити за характером процесів, що відбуваються в інвестиційній сфері. Вона є індикатором, що вказує на загальне становище всередині країни, розмір національного доходу, привабливість для інших держав. Очевидно, що для іноземних компаній найбільш привабливими є проекти, пов'язані з виробничими інвестиціями та інвестиціями в запаси, оскільки вони найбільш цікаві з точки зору отримання прибутку і організації. Інвестиції є найважливішою економічною категорією і відіграють важливу роль, як на макро, так і мікрорівні, в першу чергу для простого і розширеного відтворення, структурних перетворень, максимізації прибутку і на цій основі вирішення багатьох соціальних проблем.

За даними Державного комітету 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). Зменшення капіталу за рахунок переоцінки, втрат та перекласифікації за цей період становить 5245,8 млн дол. США (у т.ч. за рахунок курсової різниці – 5024,3 млн-

дол. США). Інвестиції спрямовуються у вже розвинені сфери економічної діяльності.

До десятки основних країн – інвесторів, на які припадає 83,0% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр – 11744,9 млн дол. США, Нідерланди – 5610,7 млн дол. США, Німеччина –5414,3 млн дол. США, Російська Федерація – 3392,1 млн дол. США, Австрія – 2402,4 млн дол. США, Велика Британія – 1852,5 млн дол. США, Вірґінські Острови (Британія) – 1798,9 млн дол. США, Франція – 1528,1 млн дол. США, Швейцарія – 1364,2 млн дол. США та Італія – 972,4 млн дол. США.

До десяти регіонів: Дніпропетровської, Донецької, Харківської, Київської, Луганської, Львівської, Одеської, Запорізької, Полтавської, Івано-Франківської областей та до м. Київ надійшло найбільше всього інвестицій – 93,9% всіх залучених прямих іноземних інвестицій. Таке спрямування прямих іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в регіональному розрізі не сприяє рівномірному соціально-економічному розвитку регіонів та посилює подальше збільшення розриву у їх розвитку.

Обсяги залучення капітальних інвестицій підприємств України у січні-вересні 2015 року складають 160,7 млрд грн, що становить 94,0% до відповідного періоду 2014 року.

Приросту капітальних інвестицій у січні – вересні 2015 року досягнуто у 9 регіонах України. Найбільш активно у 2015 року освоювались капіталовкладення у Волинській області (141,0% у порівнянні з відповідним періодом попереднього року), Хмельницькій області (129,8%), Миколаївській області (116,5%). Найбільший спад інвестиційної активності відбувався в Луганській (20,7% до січня-вересня 2014 року) та Донецькій (36,4%) областях.

Обсяг залучених з початку 2015 року прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку України на 1 липня 2015 року становив 42851,3 млн дол. США (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції) та в розрахунку на одну особу населення – 1000,5 дол.

У 2015 році інвестиції надходили зі 133 країн світу. Із країн ЄС із початку року внесено 33154,9 млн дол. інвестицій (77,4% загального обсягу акціонерного капіталу), з інших країн світу – 9696,4 млн дол. (22,6%).

Основний обсяг зовнішніх вливань випав на промисловість України – до цієї галузі надійшло 30,6% усіх торішніх інвестицій. Частка фінансових установ і страхової діяльності зайняла 27,3% від загального обсягу зовнішніх вливань.

Всього за час незалежності України прямі іноземні інвестиції в економіку України склали 43,4 млрд доларів.

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України у 2016 р. планує залучити близько 5 млрд дол. Прямих іноземних інвестицій. Причому їх надходження повинно сприяти поліпшенню платіжного балансу України, зміцненню гривні та послабленню інфляції. Зокрема, МВФ може надати Україні до $ 5, 8 млрд, США – до $ 1 млрд, Японія (включаючи проект реконструкції очисних споруд у Бортничах) – до $ 1,3 млрд, Швейцарія – $ 200 млн, ЄС – 1,2 млрд євро

плюс 170 млн євро у вигляді грантів, Польща – 100 млн євро, Германію – 300 млн євро плюс 50 млн євро на інвестиційні проекти.

Європейський банк реконструкції і розвитку може надати $ 177 млн на реалізацію інвестиційних проектів плюс $ 1,1 млрд на ініціацію нових інвестиційних проектів, Європейський інвестиційний банк – $ 175 млн на реалізацію існуючих проектів плюс $ 1,1 млрд – на ініціацію нових проектів, Всесвітній банк – $ 210 млн на реалізацію інвестиційних проектів плюс $ 1,5 млрд – на ініціація і підготовку нових позик. У МЕРТ повідомляють, що, згідно з рейтингом інвестиційної привабливості країн світу International Business Compass за 2015 рік, опублікованому компанією BDO, Україна за рік піднялася на 20 позицій. Україна в цьому рейтингу розташовується на 89 сходинці й належить до переліку країн, які показали найкраще зростання за рік, нарівні з Білоруссю та Латвією. У 2014 році наша країна посідала 109 місце. Одержані результати свідчать про те, що інвестиційна діяльність в економіку України є не досить активною, а в деяких випадках навіть спостерігається тенденція до згортання показників, що характеризує недостатній розмір інвестицій в розвиток економіки країни.

Висновки. Проведене дослідження показало незадовільний розвиток інвестиційної діяльності у промисловості України, що дає підстави для формулювання припущення про неефективність системи регулювання інвестиційної діяльності. Тому при визначенні майбутніх векторів інвестиційного розвитку економіки України нагальним питанням є активізація всіх відомих ринкових механізмів стимулювання інвестиційних надходжень та створення сприятливого клімату для всіх охочих займатися інвестиційною діяльністю. Активізація інвестиційної діяльності в економіці України можлива за умови перегляду програм інвестиційного розвитку та розробки і реалізації стратегії інвестиційного розвитку підприємств, орієнтованої на модернізацію технічної та технологічної бази, активне залучення інвестицій саме у пріоритетні інноваційні проекти і розробки. На рівні держави інвестиційна політика має стимулювати інноваційний розвиток підприємств та підтримувати впровадження інновацій, що забезпечить розвиток економіки держави в цілому.

Література

1. Кулицький С. П. Про перспективи розвитку української економіки у 2016 р. [Електронний ресурс] / С. П. Кулицький // Резонанс. – 2016. – № 3. – С. 3–17. – Режим доступу:http://nbuviap.gov.ua/images/rezonans/2015/rez3.pdf.

2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2015 році. Статистичний збірник «Інвестиції» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2016/bl/02/bl_izd1215_pdf.zip.

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ ЗА РАХУНОК ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ ТОВАРІВ

Крат Ольга
Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж

Анотація. У роботі проведено дослідження з метою визначення цільового сегменту при формуванні та просуванні бренду споживчої кооперації України. Розроблені маркетингові заходи, що спрямовані на формування довіри покупців до кооперативних підприємств та визначення умов забезпечення ефективного просування бренду споживчої кооперації України за рахунок виробництва та реалізації екологічно чистих товарів.

Ключові слова: екологічно чистий товар, товарна марка, товарний знак, бренд, цільовий сегмент, просування, рекламне звернення.

Постановка проблеми. Сучасна споживча кооперація України потребує збільшення масштабів виробництва, покращення фінансового стану кооперативних підприємств, підвищення рівня їх прибутковості та конкурентоспроможності. Існує безліч чинників, які гальмують розвиток споживчої кооперації України. Наприклад, недостатній рівень державної підтримки в податковій сфері. Проте є й такі чинники, які залежать і від самих кооперативних підприємств. На нашу думку, головний із них – це низький рівень орієнтації підприємств споживчої кооперації на потреби споживачів або, іншими словами, недостатній рівень застосовування маркетингового підходу в діяльності кооперативних підприємств. Ті, що орієнтуються на потреби споживачів і вміють їх задовольняти, використовуючи інноваційні технології та методи, виграють порівняно з тими, які цього не роблять.

Метою науково-пошукової роботи є розробка маркетингових заходів щодо формування та просування бренду споживчої кооперації на основі виробництва і реалізації екологічно чистих товарів.

Аналіз основних досліджень. Сучасна структура споживчої кооперації має близько 20 галузей та підгалузей: заготівельно-виробничу сферу, торгівлю, ресторанне господарство тощо. На нашу думку, споживча кооперація має всі умови для того, щоб забезпечити дотримання єдиної маркетингової концепції у всіх сферах її діяльності, починаючи від моменту виробництва товарів та закінчуючи доведенням їх до споживача.

Як приклад розвитку бренду на основі використання екологічно чистих продуктів можемо навести компанію Nestle. У 1866 році швейцарський підприємець Анрі Нестле заснував фірму з виробництва дитячого харчування, використовуючи екологічно чисті продукти. На сьогодні це одна з найбільших компаній світу, експерт у сфері правильного харчування та здорового способу життя. Nestle на різних ринках представляє наступні бренди: Nescafe, Nestea, Neskuik, Nan, Nestogen та ін. Кредо «Нестле» – робити життя кращим, пропонуючи споживачеві лише якісні та повноцінні продукти. Таким чином,

товари, виготовлені з екологічно чистої сировини, будуть не лише користуватися попитом, а можуть стати світовим брендом.

Ми розуміємо, що не кожна товарна марка може стати брендом. Для цього товарний знак Укоопспілки повинен отримати популярність на ринку та довіру покупців. Адже у 80 – 90-тих роках продовольчі товари споживчої кооперації користувалися попитом завдяки їх високому рівню якості. На жаль, сьогодні споживачі не можуть вирізнити товари споживчої кооперації від інших товарів. Тобто не існує тих особливих параметрів, за якими б товари споживчої кооперації відрізнялися від інших. Виникає потреба у перевагах, які можуть надати підприємства споживчої кооперації України споживачеві.

Виробничі та збутові підприємства намагаються відрізнятися від конкурентів за певними параметрами, якими вони наділяють ту чи іншу продукцію. Товарна марка якраз і забезпечує продукції місце у свідомості споживачів. Крім цього, вона може використовуватися в рекламі підприємств та робити звичайний товар брендом. Адже бренд – це найцінніший нематеріальний актив компанії: її назва, логотип, символ, слоган, мелодія, люди в її рекламі.

Сьогодні споживача уже нічим не здивувати: ні різноманіттям видів та підвидів товарів, ні їхньою привабливою викладкою, ні унікальними властивостями, ні сучасними методами доставки тощо. Люди останнім часом все більше почали цікавитися екологічно чистою продукцією, оскільки розуміють, що саме такі товари є безпечними для здоров'я й життя, здатні в повній мірі задовольнити потреби споживачів. А тому формування бренду споживчої кооперації та його успішне просування на ринку можливе при виробництві та реалізації екологічно чистих товарів, безпечних як для людини, так і для навколишнього середовища.

Масштаби діяльності та галузевий розподіл споживчої кооперації України дозволяють кооперативним підприємствам створити єдину концепцію у формуванні та просуванні бренду за рахунок виробництва та реалізації екологічно чистих товарів.

Починати розробку бренду необхідно з маркетингових рішень у виробничій сфері, яка представлена в Укоопспілці 265 підприємствами і цехами, що спеціалізуються на виробництві хліба, хлібобулочних, макаронних та кондитерських виробів, м'яса та інших м'ясних товарів, рибної продукції, безалкогольних напоїв, мінеральних вод тощо.

Для виробництва екологічно чистих товарів необхідно укладати договори на постачання сировини з домашніми господарствами та виробниками. Тоді на підприємства споживчої кооперації згідно з договором буде надходити лише екологічно чиста сільськогосподарська продукція, якість якої необхідно перевіряти в спеціалізованих лабораторіях.

Наступний етап у формуванні бренду – це визначення цільової аудиторії. З цією метою ми провели дослідження методом опитування 200 осіб. Кількість респондентів визначалася за формулою вибірки для малої сукупності. Відповіді опитуваних розподілилися наступним чином:

Рис. 1. Результати маркетингових досліджень відношення споживачів до екологічно чистих товарів

Провівши дослідження методом опитування, ми з'ясували, що споживачі готові купувати екологічно чисті товари навіть за більш високою ціною. Отже, сформований бренд буде спрямований на цільову аудиторію віком від 36 років, які позитивно відносяться до екологічно чистих товарів, отримують середній дохід на одну особу від 3001 грн. та ті, які вважають, що екологічно чисті товари відсутні у торгівлі, а значить, є потенціал для розвитку обраного сегменту ринку.

Комплексна ідентифікація – наступний етап у формуванні бренду споживчої кооперації.

Можемо запропонувати існуючий логотип споживчої кооперації «СООР», проте він в деякій мірі вже відомий споживачам і, на нашу думку, особливих переваг не має. А тому варто надати бренду новизни, наприклад, перед СООР добавити слово ORGANIC – «ORGANIC-COOP». Також пропонуємо такий слоган бренду: «Ти і природа – одне ціле!». При цьому сенсорною складовою може бути фонова музика з нотами природи (наприклад, спів птахів, дзюрчання води, голос тварин тощо).

Наступним етапом розвитку бренду є його виведення на ринок та «розкручування». Для втілення цих завдань пропонуємо:

1. При виробництві товарів використовувати лише натуральну сировину й напівфабрикати, створити власну систему контролю якості товарів.

2. Закуповувати лише таку продукцію рослинництва та тваринництва, яка вирощена в екологічно чистих умовах, без нітратів, хімічних домішок та обробок.

3. При створенні рекламних звернень робити акцент на те, що товари споживчої кооперації виготовлені з натуральної сировини. Проводити дегустацію

продовольчих товарів на підприємствах торгівлі та в закладах ресторанного господарства.

4. Не застосовувати консервантів та інших хімічних речовин у заготівельній сфері, при транспортуванні та зберіганні товарів.

5. У ресторанному господарстві використовувати лише натуральну продукцію рослинництва та тваринництва при виготовленні страв та напоїв.

6. Брати активну участь у національних та міжнародних виставках, семінарах, конференціях, презентаціях екологічно чистих товарів з метою формування позитивного іміджу та просування бренду споживчої кооперації тощо.

Висновки. Формування бренду споживчої кооперації України та його просування в усіх її галузях за рахунок дотримання концепції виробництва та реалізації екологічно чистих товарів дасть змогу досягнути таких результатів:

1. Сприяти економічному розвитку споживчої кооперації та нашої країни (споживча кооперація займає вагоме місце в економіці України).

2. Підвищити загальний рівень здоров'я та життя людини.

3. Зберегти природні ресурси та забезпечити охорону навколишнього середовища.

4. Надати споживачам додаткові переваги, за рахунок яких вони зможуть задовольнити потреби в безпеці та здоровому харчуванні.

5. Вийти на міжнародний ринок.

Література

1. Цивільний кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/435-15. – Дата звернення: 24.04.2016 р.

2. Полікарпов І.С. Ідентифікація товару: підручник/ І. С. Полікарпов, А. П. Закусілов. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 322 с.

3. Історія компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://ua-referat.com/Історія_компанії_nestle. – Дата звернення: 22.03.2016 р.

4. Барлоу Дж. Якщо за брендом не доглядати, він просто загине… [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.management.com.ua/events/barlow.html. – Дата звернення: 22.03.2016 р.

СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Горяінова Єлизавета
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі досліджено кон'юнктуру українського споживчого ринку кондитерських виробів, проведено анкетне опитування споживачів чотирьох областей, визначено тенденції подальшого розвитку ринку.

Ключові слова: споживчий ринок кондитерських виробів, купівельна спроможність населення, купівельна активність населення, еластичність попиту.

Постановка проблеми. Дослідити співвідношення попиту та пропозиції на сучасному споживчому ринку кондитерських виробів в Україні, визначити вплив факторів на подальший розвиток ринку за умов зменшення числа жителів, їх купівельної спроможності та зростання цін.

Аналіз основних досліджень. Теоретичні аспекти роботи ґрунтуються на дослідженнях Біляєвського І. К. та Рождєственської Л. Г.

Мета. Метою даного дослідження є засвоєння студентом методики статистичного маркетингового дослідження товарних ринків та написання короткого кон'юнктурного огляду.

Виклад основного матеріалу. В умовах кризи знижується купівельна спроможність населення та купівельна активність на багатьох споживчих ринках. До таких ринків відноситься і ринок кондитерських виробів.

Про це свідчать показники статистичного щорічника України за останні три роки. Так, загальний товарооборот з кондитерських виробів (включаючи морозиво) у 2014 році становив – 14, 5 млрд грн і в діючих цінах зріс порівняно з оборотом 2012 року на 3,7%. Проте індекс цін на кондитерські вироби за 2014 рік становить 106,3%, тому фізичний обсяг товарообороту складає лише 13,8 млрд грн. Очевидне зниження фізичного обсягу товарообороту з продажу кондитерських на 2,5% (індекс фізичного обсягу – 96,5%). Таке скорочення фізичного обсягу товарообороту на ринку кондитерських виробів приблизно підтверджується і темпами зростання продажу даної товарної групи, обчисленими за загальною кількістю, вираженою в тисячах тонн. За даними Статистичного щорічника України за 2014 рік у 2013 році населенню було продано 355 тис. тонн різних кондитерських виробів, а за 2014 рік ця кількість скоротилася на 14 тис. тонн і становила 96,1% від продажу минулого року.

Значне зростання цін на всі споживчі товари і послуги почалося в кінці 2014 року і продовжувалося в 2015 році. Повних річних даних за 2015 рік, нажаль, ще немає, тому ми порівняли показники за 9 місяців 2014 та 2015 років. Нами проведено індексний аналіз товарообороту з продажу кондитерських виробів у розрізі борошнистих і цукрових (включаючи морозиво), який показав, що ціни на борошнисті кондитерські вироби за 9 місяців 2015 року збільшилися на 43,5%, а фізичний обсяг продажу становить 88,4% від обсягів 9 місяців попереднього року. Подорожчання цукрових кондитерських виробів більш значне, індекс цін за ними становить – 153,3%, а зменшення фізичного обсягу товарообороту сягає 18,8%.

В середньому за 9 місяців 2015 року ціни на всі кондитерські вироби зросли на 49,5%, а індекс фізичного обсягу становить – 83,8%.

Порівнюючи загальний індекс споживчих цін по Україні за 2014 рік та індекс цін на кондитерську групу, можна віднести ринок кондитерських виробів до слабких ринків, на яких попит знижується швидше, ніж на деяких інших, що і не дозволяє значною мірою підвищувати ціни.

У 2014 році індекс цін на кондитерську групу становив 106,3%, а загальний індекс споживчих цін по Україні – 112,1%. Коефіцієнт відносної сили кондитерського ринку менше 1 і становить – 0,948.

Викладені вище проблеми створюють труднощі зі збутом продукції як для виробників, так і для продавців, що працюють на цьому ринку.

Для глибшого дослідження українського ринку кондитерських виробів нами була проаналізована мультиплікативна модель, що ілюструє вплив на товарооборот факторів, пов'язаних з купівельною спроможністю та купівельною активністю населення, зміною частки кондитерської групи в загальному споживчому ринку та рівнем інфляції

За 2014 рік число жителів України зменшилося на 2,5 млн осіб, що привело до зменшення продажу кондитерських виробів на 775,7 млн грн.

Через зменшення рівня річних наявних реальних доходів на душу населення на 2,01 тис. грн, а отже зниження купівельної спроможності середньостатистичного українця, попит на кондитерські вироби скоротився на 1007,7 млн грн.

За рахунок підвищення коефіцієнта купівельної активності населення у 2014 році на 1,17 відсоткових пункти, товарооборот з продажу кондитерських виробів збільшився на 406,7 млн грн.

Через збільшення на 0,08 відсоткових пункти частки кондитерських виробів в загальному споживчому ринку, відбулося також підвищення товарообороту з кондитерських виробів на 309 млн грн.

Інфляційне збільшення товарообороту по кондитерській групі за 2014 рік складало в сумі 1586,4 млн грн.

Потрібно зауважити, що ми проводили дослідження на основі даних 2014 року, а в 2015 році виявлені тенденції на ринку продовжували загострюватися.

Для одержання додаткової маркетингової інформації, нами було проведено анкетне опитування 60 споживачів на регіональному ринку Полтавської, Харківської, Дніпропетровської та Львівської областей.

За результатами опитування з ймовірністю помилки не більше 5% можна твердити, що серед всіх споживачів на досліджуваному регіональному ринку від 19% до 43% осіб купують кондитерські вироби не рідше 1 разу на тиждень, але близько 16% опитаних практично ніколи не купують кондитерських виробів.

Як виявилося, серед споживачів досліджуваного регіонального ринку найбільш популярною (90% опитаних) є торговельна марка «Roshen», на другому місці знаходиться марка «АВК», яку назвали 73% опитаних.

Стимулом у розширенні споживання кондитерських виробів для більшості споживачів є зниження ціни. З імовірністю помилки не більше 5% можна твердити, що серед всіх споживачів досліджуваного ринку від 65,6% до 87,6% людей відчутно збільшили б споживання кондитерських виробів, якби на них знизилися ціни.

Також, із результатів проведено опитування слідує, що серед всіх споживачів досліджуваного регіонального ринку більшість віддають перевагу вітчизняним кондитерським виробам.

При цьому з імовірністю помилки не більше 5% можна твердити, що від 82,3% до 97,7% усіх споживачів витрачають на кондитерські вироби від 50 до 100 грн на місяць, понад 100 грн витрачає лише 10% опитаних.

За даними анкетного опитування нами досліджена ефективність деяких рекламних кампаній на ринку кондитерських виробів. Для цього, наприклад, було

використано таблицю взаємозалежності, одержану в результаті комбінаційного розподілу опитаних за двома ознаками: фактом знайомства з рекламою та фактом придбання тортів фірми «Roshen». Ми отримали коефіцієнт контингенції, який свідчить про дуже слабкий зв'язок між даними ознаками. За обчисленим критерієм χ^2 цей слабкий зв'язок можна визнати не істотним.

Таким чином, за нашими обчисленнями, реклама мало впливає на рішення покупця придбати дорогий торт. Більшість опитаних відповіли, що придбавають торти один або два рази на рік на дуже великі сімейні свята.

Отже, на основі всього вище сказаного, можна зробити певні висновки щодо перспектив розвитку українського ринку кондитерських виробів.

Наше дослідження свідчить що продаж кондитерських виробів скорочується, і надалі буде скорочуватися, за рахунок зменшення числа жителів в Україні та зниження купівельної спроможності населення.

За даними 2014 року попит на ринку є ще досить низько еластичним. Підвищення ціни кондитерських виробів на 1% викликало зменшення їх продажу на 0,2%. Проте, значне зростання цін на основні складові споживчого кошика у 2015 році продовжує зменшувати купівельну спроможність населення і сильно знижує його купівельну активність, і на ринку кондитерських виробів також. За даними 9 місяців 2015 року коефіцієнт цінової еластичності попиту на кондитерські вироби зростає, і підвищення цін на 1% викликає зменшення попиту вже на 0,33%.

Висновки. Враховуючи результати статистичного дослідження та проведеного анкетного опитування ми вважаємо, що подальший розвиток кондитерського ринку буде відбуватися за рахунок розширення недорогих борошнистих виробів вітчизняного виробництва при одночасному відчутному скороченні продажу дорогих шоколадних виробів і тортів.

Література

1. Крамченко Л. І. Статистика ринку товарів та послуг : навч. посібник / Л. І. Крамченко. – Львів : Новий світ – 2000, 2006. – 296 с.

2. Рождєственська Л. Г. Статистика ринку товарів і послуг : навч. посібник / Л.Г.Рождєственська. – К. : КНЕУ, 2005. – 419 с.

3. Статистика рынка товаров и услуг : Учебник / И. К. Беляевский, Г. Д. Кулагина, А. В. Коротков и др./ Под ред. И. К. Беляевского. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 432 с.

4. Статистичний щорічник України за 2012 – 2014 роки.

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ МОЛОДІЖНОГО ВЗУТТЯ

Кордубан Ярослава
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі досліджено стан ринку шкіряного взуття, проаналізовано структуру асортименту жіночого молодіжного взуття, що реалізується в

магазині «Імперія взуття» та надано товарознавчу характеристику відмінних ознак різновидів сучасного молодіжного взуття.

Ключові слова: шкіряне взуття, асортимент, броги, дербі, еспадрильї, сліпони, топсайдери, кріпери, монкі, оксфорди, лофери, снікерси, челсі, тімберленди, чоботи-гладіатори.

Постановка проблеми. Проблема полягає в необхідності систематизування ознак нових різновидів сучасного молодіжного взуття, що представлені на вітчизняному ринку.

Аналіз основних досліджень. Останнім часом ринок взуття насичується новими різновидами, які мають свої власні назви, а їх ознаки не систематизовані і до цього часу не включені до товарознавчої або торгової класифікації.

Мета. Метою даної статті є дослідження структури асортименту жіночого молодіжного взуття та аналітичний огляд його сучасних різновидів.

Виклад основного матеріалу. Характеризуючи сучасний стан ринку взуття слід зазначити, що обсяги виробництва взуття в Україні знижуються [1]. Незважаючи на чисельні невеликі майстерні, які з'явилися в країні за останній рік на хвилі моди на все українське, галузь поки що перебуває у такому ж стані, як і вся економіка країни. Проте, виробники все ж намагаються отримати зиск з такої ситуації, зізнаючись, що патріотичні настрої українців допомагають їм переживати нинішню економічну кризу [1].

Основним імпортером взуття експерти називають Китай, на частку якого припадає, за оціночними даними, 80–90% імпорту. Незначна частка припадає на імпорт з Польщі та Італії, проте в Україну офіційно імпортується дуже мало взуття [2]. Все більше споживачів починають віддавати перевагу вітчизняним товарам і з патріотичних міркувань, і із суто економічних, адже в багатьох випадках виготовлене в Україні взуття коштує дешевше, ніж імпортне.

Найбільша кількість вітчизняних виробників взуття зосереджена у Львівській та Харківській областях.

В магазині «Імперія взуття» м. Полтава представлено жіноче взуття лише вітчизняного виробництва. Магазин співпрацює з такими постачальниками, як:

- фірма ТОВ «Дніпро» м. Дніпропетровськ;
- компанія «Меркурій» м. Дніпропетровськ;
- ЗАТ «ЯС» м. Харків;
- ВАТ «Аміда» м. Харків;
- «Євротекс М» м. Київ .

Структура асортименту взуття за видами сировини представлена у такому вигляді: половину взуття виготовлено із шкіри ВРХ – 50%. Іншу частину складають вироби з верхом із нубука (14%) , велюра (20%) та шевро (16%).

В асортименті магазину представлено практично всі класичні види взуття, при чому найбільшу частку займають чоботи – 30%, а далі чобітки – 18%, туфлі – 10% та напівчеревики – 10%. Такий видовий розподіл з переважанням зимового асортименту взуття пояснюється періодом, упродовж якого проводилось дослідження – листопад 2015 р.

Важливо було також дослідити асортимент взуття за видами декорування. Встановлено, що в магазині «Імперія взуття» представлено вироби з такими видами декорування, як шиття, аплікація, вишивка, набивання металу, тиснення.

Значну частку в асортименті магазину займає взуття, декороване набиванням металу – 30% та декоративними строчками – 26%, а меншу аплікацією – 16% та вишиванням – 16%.

В ході аналізу модних тенденцій сучасного молодіжного взуття, що представлене на ринку, встановлено наступне.

Торгівля сьогодні пропонує велику кількість різновидів черевиків (челсі, тімберленди), напівчеревиків (кріпери, броги, дербі), туфель (еспадрильї, топсайдери, монкі) та інші.

Розглянемо більш детально основні ознаки вказаних різновидів.

Челсі – це шкіряні черевики висотою до щиколотки, з тонкою підошвою, трохи загостреним і округленим носком. Характерна відмінність різновиду – наявність гумових вставок з боків, що йдуть від самого верху черевика майже до підошви. Найчастіше колір цього виду взуття – чорний. Челсі носять з класичними костюмами, із широкими штанами, тонкими колготами, коктейльними та навіть вечірніми сукнями.

Тімберленди (взуття Timberland) – це характеристика не тільки високої якості, але і показник стилю. Спочатку взуття «Timberland» було популярне в пішохідному туризмі, альпінізмі, тепер і у повсякденних прогулянках [3]. Тімберленди представляють собою черевики світло-жовтого кольору, виготовлені із світлої натуральної шкіри солом'яного відтінку, найчастіше нубуку, на рифленій цільноформованій підошві з транспарентної гуми. Таке взуттяноситься із джинсовими штанами, комбінезонами, шортами.

Кріпери – це напівчеревики, як правило стилю «унісекс», виготовлені із замші або велюру, на шнурівці або іншій застібці, із настрочними берцями та овальною вставкою на союзці. Основною ознакою такого різновиду є масивна, товщиною в кілька сантиметрів формована підошва-платформою із пористої гуми.

Броги – класичні чоловічі напівчеревики з настрочною союзкою, фігурним настрочним носком та перфорацією на союзці. Характерною особливістю даного різновиду є фігурний носок та перфорація, часто поєднана із декоративною строчкою. Від чоловічих брогів пізніше були створені жіночі, які можуть бути навіть на підборах. Броги носять в поєднанні із спортивним, повсякденним одягом, окрім офіційних костюмів.

Дербі – це модель напівчеревиків із настрочними берцями та відкритим шнуруванням. Тому, коли шнурки розв'язані – боковини вільно розходяться. Взуття дербі характеризується як універсальне за стилем, тому носиться як з офіційним, так і повсякденним одягом.

Еспадрильї – це різновид туфель, який є традиційним селянським взуттям стилю «унісекс» з Каталонії [3]. Вони представляли собою сандалі з полотняним верхом на мотузяній підошві, вкритій смолою для міцності. В деяких варіантах є також бавовняні зав'язки, щоб еспадрільї міцніше сиділи на нозі при ходьбі. Слід зазначити, що це суто літнє взуття, його носять на босу ногу.

Сліпони – це легкі кеди без шнурівки. Складаються з парусинового верху та гумової підошви. Як правило, сліпони виготовляються з легких і практичних матеріалів (бавовни, деніму, парусини), але зустрічаються і варіанти зі шкіри, тонкого хутра та інших матеріалів. Різниться і підошва – від рівної гумової у класичних моделях до підошви з яскраво вираженим протектором у спортивних. Сліпони були створені в 1977 році, як легке спортивне взуття для серфінгу. Це взуття універсальне, підходить і до легкого плаття, і до класичного костюма, і до звичайних джинсів і светра [3].

Топсайдери – напівчеревики або туфлі крою типу мокасин. Їх особливість – біла підошва, тому що спочатку вони призначалися для носіння на палубах яхт, де світла підошва не залишає слідів на білій палубі. Топсайдери зазвичай жорсткі і негнучкі, спереду шнуруються через чотири дірки і вздовж всієї задньої частини мають протягнутий шнурок.

Снікерси – це черевики або напівчеревики типу «кросівок», призначених не для спорту, а для повсякденного носіння. Вони легші, мають плоску, а не гофровану підошву, жіночі часто мають танкетку і більш креативне яскраве забарвлення. Розквіт популярності даного взуття спостерігався на початку 70-х років XX століття. Назва «sneakers» (у перекладі з англ. «безшумний», «крадеться») з'явилося завдяки тому, що надягаючи подібне взуття, можна було пересуватися безшумно, крадучись [3].

Монкі – різновид напівчеревиків, назва яких походить від англійського слова «monk» – монах. Таке взуття у XI столітті носили монахи. Надалі більш ніж практичне взуття переходить в розряд елітного. Сьогодні монкі – це класичні напівчеревики або туфлі без шнурівки з пряжкою.

Оксфорди – класичні туфлі. У них три або чотири пари дірочок для шнурків, язичок, що захищає ногу від тиску шнурівки, шов з боків і низький набірний каблук. Ключовий елемент оксфордів – закрита шнурівка, коли шнурки простягають через петельки, пришиті зсередини. Колись цей стиль сподобався студентам університету Оксфорд як комфортна альтернатива важким високим чоботам [3]. Класичні оксфорди шили з гладкої шкіри, але зараз їх також роблять з лакованої шкіри, замші і різних комбінацій матеріалів. Класичними кольорами оксфордів є чорний і коричневий.

Лофери – це різновид туфлів без шнурівки. Основною ознакою такого взуття є видовжений язичок, прикрашений шкіряним «пензликом» або дрібною бахромою, що є фірмовим елементом класичних лоферів від Gucci. В основі стилю лежить повсякденне норвезька взуття, але з 1980-х років лофери поступово перетворилися в формальне взуття, яке допустимо носити з костюмом [3]. У жіночу моду ця елегантна деталь гардеробу природно прийшла із чоловічої.

Висновки. В магазині «Імперія взуття» м. Полтава реалізується широкий асортимент жіночого взуття, в якому переважають вироби із верхом із шкіри ВРХ та декоровані набиванням металу або декоративною строчкою.

Новизна асортименту в магазині становить 7% від усього ассортименту, і представлено переважно такими сучасними різновидами, як сліпони, снікерси та оксфорди.

Література

1. Статистичний бюлетень Державного комітету статистики України. – К. : Вид-во «Лібра», 2014. – С. 69. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.ukrstat.gov.ua/.

2. Огляд ринку. Вітчизняне взуття [Електронний ресурс]. – Доступний з https://msb.aval.ua/news/?id=24842.

3. Найповніший список сучасних видів жіночого взуття. Всі види жіночого взуття: від босоніжок до тімберлендів [Електронний ресурс]. – Доступний з http://zhinku.info/moda/trends/7329

ОКРЕМІ ПИТАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ДАВАЛЬНИЦЬКОЮ СИРОВИНОЮ

Гродзіцька Софія
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У статті розглянуті окремі питання розвитку української швейної промисловості із залученням іноземних інвесторів, розкриті окремі механізми співпраці за схемою давальницької сировини.

Ключові слова: давальницька сировина, іноземні інвестори, міжнародна кооперація, швейні підприємства, переробка давальницької сировини, давальницькі умови.

Постановка проблеми. Під час розгляду питань здійснення зовнішньоекономічних операцій швейними підприємствами з давальницькою сировиною встановлено, що розвиток швейної промисловості може приносити державі високі прибутки та можливість вийти на світовий ринок саме з українською продукцією. Також, є проблема співпраці швейних підприємств з іноземними інвесторами, адже використання трудових ресурсів не призводить до високого розвитку країни.

Аналіз основних досліджень. Дослідженню проблем легкої та текстильної промисловості України присвятили свої роботи відомі вчені О. Г. Бородиня [1], И. Н. Гаскарова [2], А. Гречан [3], З. Краснодемська [6], Л. Кравченко [5] та ін. Однак, зважаючи на постійну динаміку та зміни у легкій промисловості, проблеми вітчизняних підприємств все ще залишаються невирішеними. Тому виникає необхідність подальшого дослідження у цьому напрямі з метою розроблення заходів для розвитку легкої промисловості України.

Мета. Метою даної статті є дослідити сучасний стан розвитку швейної промисловості, прослідкувати основні тенденції у співпраці українських підприємств з іноземними інвесторами. Розкрити основні механізми співпраці за схемою давальницької сировини.

Виклад основного матеріалу. Давальницька сировина почала користуватися особливим попитом у підприємств текстильної і швейної промисловості. Розміщення іноземних замовлень на вітчизняних підприємствах забезпечує завантаження робочих

місць, надає можливість вижити в сьогоднішніх складних ринкових умовах, отримати додатковий прибуток і, одночасно, одержати відповідний досвід з організації виробництва. Правильна організація укладання угод з переробки давальницької сировини, − це запорука успіху підприємства в майбутньому [2].

Випуск швейної продукції із давальницької сировини здійснюється за наступною схемою: іноземна фірма укладає з українським підприємством зовнішньоекономічний контракт, відповідно до якого вона постачає сировину і фінансує її переробку, оплачує роботу працівників підприємства, а потім реалізує виготовлений в Україні одяг під своїми торговими марками у своїй країні та за її межами. Така форма міжнародної кооперації дозволяє фірмі з найменшими витратами одержувати готові вироби, що мають значно нижчу собівартість, ніж аналогічні вироби власного виробництва. Українському підприємству ж ця схема вигідна тим, що воно отримує якісну сировину, без затрат на неї власних обігових коштів, тобто одержує кредитні ресурси, що передбачає не тільки погашення витрат на переробку сировини, але й одержання прибутку для подальшого технічного переоснащення та розвитку підприємства [7].

Співпраця з іноземними партнерами за схемою роботи на основі переробки давальницькій сировини має як позитивний, так і негативний результати, на які свідомо йдуть підприємства. З одного боку, псується устаткування і машини швейних підприємств у зв'язку із високою інтенсивністю їх використання, а з іншого боку – з'являються нові технології, використовуються сучасні моделі, поліпшується якість продукції.

Серед причин втрати внутрішніх ринків збуту українськими швейними підприємствами однією з домінуючих є відсутність ефективних каналів розподілу, насамперед через оптових посередників, які були б здатні реалізувати в повному обсязі продукцію, вироблену підприємствами швейної промисловості України, що працюють на повну потужність.

Діяльність швейних підприємств України на давальницькій сировині не дозволяє мати таку рентабельність, яку вони мали на початку 90-х років. Окрім того підприємство позбавляється можливості акумулювати власні кошти в повному обсязі. Проте ця схема роботи дозволяє отримувати певний прибуток і вчасно виплачувати заробітну плату, вносити до бюджету податки та іноді спрямовувати кошти на розвиток власної матеріально-технічної бази. Для держави така схема виробництва є також економічно вигідною на даному етапі розвитку економіки України, оскільки дає можливість простежити рух грошових коштів на рахунках підприємства, спрощує збір податків. Підприємствам така схема теж вигідна, оскільки вони своєчасно отримують кошти за надані послуги з виготовлення одягу. Для великих швейних підприємств України, найоптимальнішою схемою функціонування є виконання замовлень зарубіжних фірм з виготовлення продукції із давальницької сировини. Наприкінці 2014 року за схемою роботи на давальницькій сировині працювало 147 із 166 швейних підприємств України, тобто 86,6% їх загальної чисельності [7].

Поглянемо на Європейський Союз. Виробництво швейних виробів із давальницької сировини має в ЄС багаторічну традицію. Найактивнішими у цій сфері є німецькі швейні фірми, які співпрацюють як із своїми, так і з зарубіжними

підприємствами. Німеччина є найбільш сприятливим ринком для реалізації послуг українських швейних підприємств. Саме німецькі фірми є головними замовниками послуг з виробництва одягу вітчизняними підприємствами із давальницької сировини. їх питома вага у загальному обсязі замовлень в Україні складає майже 50%. Іншими значними замовниками є фірми Канади, Франції, США, Італії, Голландії, Великобританії та ін. (рис. 1) [8].

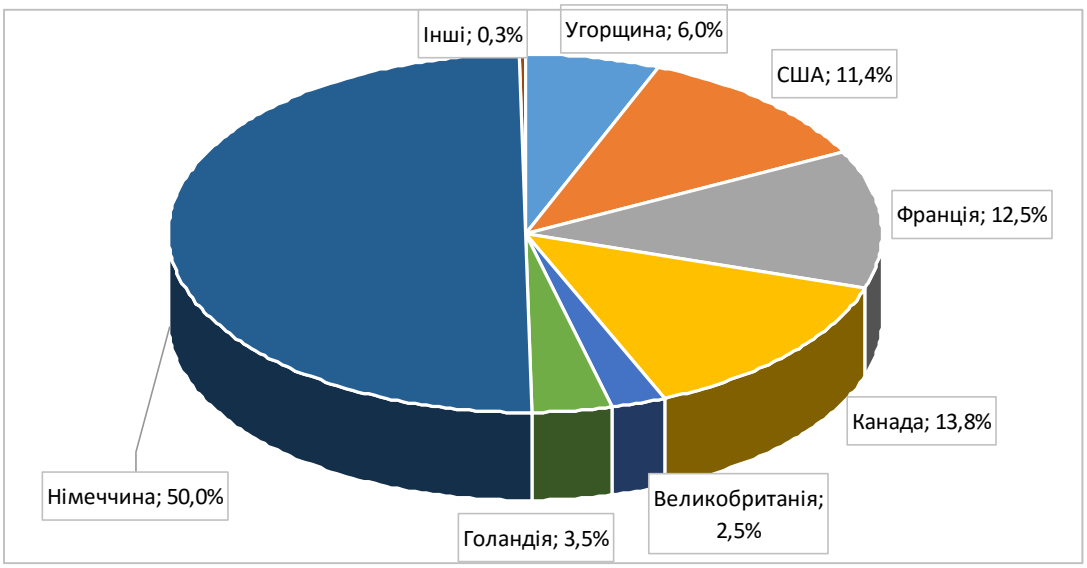


Рис. 1. Частка країн Америки і Західної Європи у переробці давальницької сировини швейними підприємствами України в 2014 році

Операції з виготовлення одягу із давальницької сировини здійснюються в такій послідовності: вивезення із іноземних країн сировини, лекал моделей, тканини, ниток, пряжі, ґудзиків та ін.; переробка сировини (пошив одягу підприємством країни, де є дешева робоча сила); імпорт готових виробів країнами замовниками (рис. 2) [7].

Рис. 2. Схема виробництва одягу з давальницької сировини

Давальницьке виробництво використовується розвинутими європейськими країнами-замовниками у виробництві всіх видів одягу, в першу чергу – чоловічого та жіночого. Білизна, робочий одяг і текстильні вироби для домаш-

нього вжитку часто ввозяться шляхом імпорту. В загальноєвропейському ринку послуг з виготовлення одягу із давальницької сировини у 2014 р. найбільша частка припадала на Німеччину – 69%, частка Франції становила 11%, Голландії – 8%, Італії – 5% (рис. 3) [8].

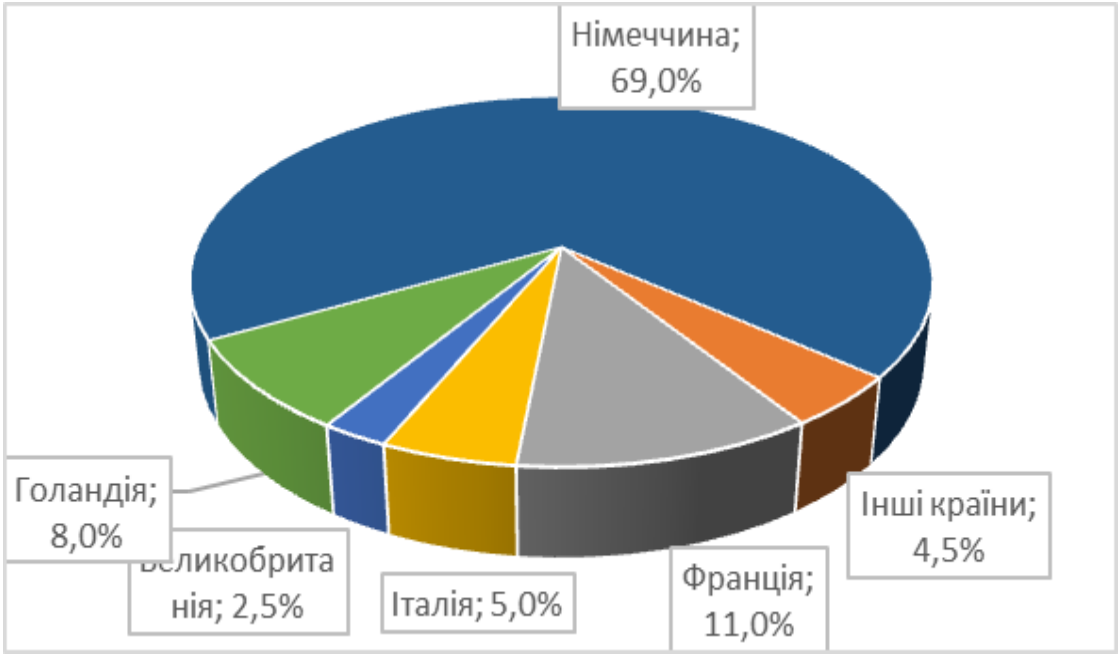


Рис. 3. Структура європейського ринку послуг з виготовлення одягу із давальницької сировини у 2014 р.

Одним з важливих чинників в операціях з давальницькою сировиною є вартості праці. Найвищою вартість праці в Німеччині – 0,35 євро за хв та країнах Південної Європи (Італія, Іспанія, Греція та ін.) – 0,2 євро за хв в середньому. Найнижчий рівень оплати праці з переробки давальницької сировини притаманний країнам Східної Європи, Африки та Азії, де даний показник в середньому складав відповідно 0,085 євро за хв, 0,115 євро за хв і 0,11 євро за хв. В Україні оплата однієї хвилини праці швачки складала 0,025–0,035 євро і була найнижчою. Виробництво одягу із давальницької сировини було найбільш вигідним для країн-замовників саме в Україні [7].

Окрім позитивних моментів такої діяльності підприємств слід зазначити: по-перше, вільний доступ до прогресивних технологій, методів управління, організації праці, що супроводжує роботу швейних підприємств за контрактами за умов давальницької сировини; по-друге, можливість проведення технічного переоснащення виробництва за сприяння контрагентів; по-третє, збереження виробничого та кадрового потенціалу швейної галузі, важливість якої для економіки України зумовлюється соціальним спрямуванням.

Негативним чинником є те, що за такої структури виробництва, лише незначна частка продукції спрямовується на внутрішнє споживання. Існуючий рівень оплати послуг швейних підприємств за давальницьких умов є одним з найнижчих поміж країн Європи. За таких умов для більшості підприємств контракти на виготовлення продукції з давальницької сировини не створюють умов

для сталого накопичення коштів для технічного переозброєння виробництва. Робота на давальницькій сировині не стимулює підприємства до активніших пошуків розширення ринків збуту продукції в Україні.

Висновки. Зазначені вище проблеми не вичерпують всіх аспектів діяльності швейних підприємств, що обумовлені структурою їх виробничих програм. Наведена інформація вимагає подальше вивчення економічної складової виробництва продукції за давальницьких умов, чинників, які спонукають вітчизняних підприємств працювати за такою схемою та розробки відповідної галузевої політики.

Література

1. Бородиня О. Г. Тягар легкої промисловості / О. Г. Бородиня // Діловий вісник. – К. : 2009. – № 12. – С. 14–15.

2. Гаскарова И. Н. Экономические рычаги управления в легкой промышленности / И. Н. Гаскарова, Л. К. Чемерицкий. – К. : Легпромбытиздат. – 2005. – 144 с.

3. Гречан А. Детермінанти стратегічного розвитку підприємств легкої промисловості / А. Гречан // Вісник ТНЕУ. – 2009. – № 4. – С. 102–108.

4. Дорогунцов С. И. Размещение производственных сил Украины / С. И. Дорогунцов. – К. : – 2006. – С. 93–106.

5. Кравченко Л. Аналіз легкої промисловості України за 2001 рік / Л. Кравченко // Легка промисловість. – 2002. – № 1. – С. 13.

6. Краснодемська З. Що оздоровить легку промисловість? / З. Краснодемська // Легка промисловість. – 2009. – № 1–2. – С. 8.

7. Операції з давальницькою сировиною. [Електронний ресурс] – Режим доступу: cons.parus.ua/_d.asp?r=029HY1d8d49b98103

8. Статистичний збірник. Промисловість України [Електронний ресурс] / Держ. ком. статистики України; ред. О. Г. Осауленко. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ – ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Алієв Руслан
Харківський кооперативний торгово-економічний коледж

Анотація. У роботі розглянуто деякі аспекти впливу маркетингового аудиту на діяльність роботи конкретного підприємства.

Ключові слова: маркетинговий аудит, цінова та збутова політика, просування товарів, гейміфікація, трайвертайзинг.

Постановка проблеми. Знання тенденцій у змінах маркетингового середовища фірми є визначальним для прийняття аргументованих управлінських рішень. Тому через певні проміжки часу кожна фірма зобов’язана проводити оцінку своєї діяльності та її ефективності.

А відтак постає ***проблема*** у доцільності проведення маркетингового аудиту, тому, що маркетинговий аудит є інструментом, який не лише оцінює поточний стан справ, але і показує в якому напрямі слід рухатися далі.

Аналіз основних досліджень. Дослідженням динамічних змін ринкового середовища, завчасної адаптації стратегій господарюючих суб'єктів до майбутніх змін, а також сутності і концептуальним моделям маркетингу присвячені праці зарубіжних і вітчизняних науковців: Р. Александера, Б. Бермана, Б. Гросса, П. Дойля, Ф. Котлера, А. Маслоу, Ж. Ж. Ламбена, М. Портера, Павленка А. Ф., Войчака А. В., Гаркавенко С. С. Аналіз сучасних наукових розробок дав змогу зауважити, що представниками різних течій, залежно від об'єкта дослідження, пропонується різна кількість показників, вибір яких значною мірою залежить від поставленої мети та завдань, які висувають вимоги часу. Велика кількість наукових розробок з зазначеної тематики підкреслює актуальність теми дослідження та наголошує на значній кількості проблем, що вимагають подальшого розв'язання.

Мета. Мета маркетингового аудиту – прорахувати важливі події, які можуть сильно позначитися на положенні фірми на ринку, встановити максимальну кількість небезпек і можливостей та їх вплив на діяльність фірми.

Виклад основного матеріалу. Ефективне функціонування підприємства в сучасних умовах неможливе без своєчасного коригування стратегічних і тактичних цілей. Тому через певні проміжки часу кожне підприємство *зобов'язане* проводити оцінку не тільки своєї діяльності та її ефективності, а й вивчати стан зовнішнього середовища підприємства. Для вирішення цієї проблеми застосовується маркетинговий аудит, який є молодим *інноваційним інструментом*, що демонструє керівництву підприємства, шляхи його подальшого розвитку та існування в сучасному середовищі.

Виходячи з вищезазначеного, ми зробили спробу втілити маркетинговий аудит в реальну діяльність підприємства. ***Об'єктом*** дослідження обрали ТОВ «Канцлер ЛТД» та його оточуюче середовище. ***Предметом*** дослідження стали найбільш чутливі аспекти роботи підприємства.

ТОВ «Канцлер ЛТД» було засноване у1995 році і є членом Української асоціації постачальників канцелярських товарів, а з 2004 – єдиним підприємством, яке продає канцелярські товари «STABILO» в Україні. Але, воно не є монополістом на ринку продажу цих товарів, його оточують потужні конкуренти, а саме: ТОВ «Локсі Опт», ТОВ «Графіка-Харків», ТОВ «Камертон».

Всі підприємства зорієнтовані на один сегмент споживачів. До того ж скорочення обсягів збуту товарів в 2015 році у порівнянні з 2014 роком на 1737,5 тис. грн, а прибутків від реалізації – на 342,1 тис. грн. визиває занепокоєність у керівництва ТОВ «Канцлер ЛТД».

Оскільки сегмент ринку, обсяги продажу і врешті-решт економічні результати діяльності підприємств потребують лікування, то сенсом стає дослідження найбільш чутливих механізмів ринку: ціни, асортименту, методів збуту. Тому ми, перш за все, запропонували провести порівняльний аналіз найвищих, найнижчих та середніх цін підприємств. Інформація була взята з прайс-листів підприємств-конкурентів за 2015 рік, узагальнена і оформлена у вигляді таблиці (таблиця 1).

Таблиця 1

Порівняння цін підприємства ТОВ «Канцлер ЛТД» та його конкурентів за 2015 р.

№ з/п	Підприємство	Ціна, грн.		
		Найнижча	Найвища	Середня
1	ТОВ «Канцлер ЛТД»	1,80	258,4	22,18
2	ТОВ «Локсі ОПТ»	1,52	2582,64	64,90
3	ТОВ «Камертон»	1,63	584,32	15,81
4	ТОВ «Графіка-Харків»	1,56	158,24	14,67

Узагальнені дані свідчать, що найдешевший та найдорожчий товар у своїй номенклатурі має підприємство ТОВ «Локсі ОПТ». За показником «найнижча ціна» підприємство ТОВ «Канцлер ЛТД» займає четверте місце, за показником «середня ціна» – третє. Це дуже стримана позиція, бо конкуренти мають вагомі переваги у цьому показнику.

Для утримання цінових позицій на ринку ми запропонували використати методологію маркетингового аудиту щодо аналізу структури цін конкурентів. Обізнаність з цього питання підсилить позицію підприємства і дасть можливість знайти уразливі сторони конкурентів.

Наступним аспектом досліджень стала оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Канцлер ЛТД» «очима» клієнтів. Ми надіслали їм електронною поштою листи опитування. Відповіді клієнтів наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Результати порівняльного аналізу конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Канцлер ЛТД» та його основних конкурентів у 2015 р.

№ з/п	Критерії конкурентоспроможності	ТОВ Камертон	ТОВ Локсі ОПТ	ТОВ Графіка-Харків	ТОВ Канцлер ЛТД
1	Асортимент	3,33	9,67	5,33	5,67
2	Ціна	6,67	7,5	4,33	7,5
3	Дизайн	7,5	9,33	9,33	9,33
4	Дистрибуція	8,33	8,5	8,67	6,5
5	Рекламна активність та стимулювання збуту	8,67	9,33	5,5	3,33
6	Ексклюзивність пропозиції	3,67	4,33	5,67	5,67
7	Значення брендів	8,33	6,67	9,5	8,33
8	Якість роботи персоналу	7,5	5,5	5,5	6,67
9	Загальна кількість балів	54	60,83	53,83	53
10	Максимальна кількість балів	100			

Результати порівняльного аналізу свідчать про те, що покупці оцінили підприємство ТОВ «Канцлер ЛТД» в 53 бали. Лідером за опитуванням стало підприємство ТОВ «Локсі ОПТ». За думкою покупців ТОВ «Канцлер ЛТД» недостатньо уваги приділяє асортиментній політики, рекламній активності та стимулюванню збуту. Отже, для подальшого розвитку діяльності необхідно скоригувати асортиментну лінію та модернізувати методи стимулювання збуту.

Для того, щоб побачити недоліки в асортименті та його вклад в формування прибутку ТОВ «Канцлер ЛТД» був зроблений аналіз за допомогою АВС-методу (графік 1). Дослідження довели, що товари А-групи забезпечили 77,64% річного обсягу збуту, їх прибутковість складає 79%. Обсяг збуту товарів В-групи складає 16,32% від загального обсягу і забезпечує незначний розмір прибутку (15%). На С-групу припадає 6,04% від загальної кількості товарів. Їх прибутковість складає 6%.

Товари групи А: клей ремонтний UHU, стрижні Penac, ручки кулькові Stabilo O, ручки капілярні Stabilo, олівці чорнографітні Stabilo, ручки кулькові Penac.

Товари групи В: маркери перманентні Stabilo, коректори UHU, маркери текстові Stabilo, клей канцелярський UHU, додаткові продукти UHU, стрижні Stabilo.

Товари групи С: коректори Stabilo, ручки гелеві Penac, презентаційне приладдя Stabilo, ручки гелеві Stabilo, олівці механічні Penac, ролери Stabilo.

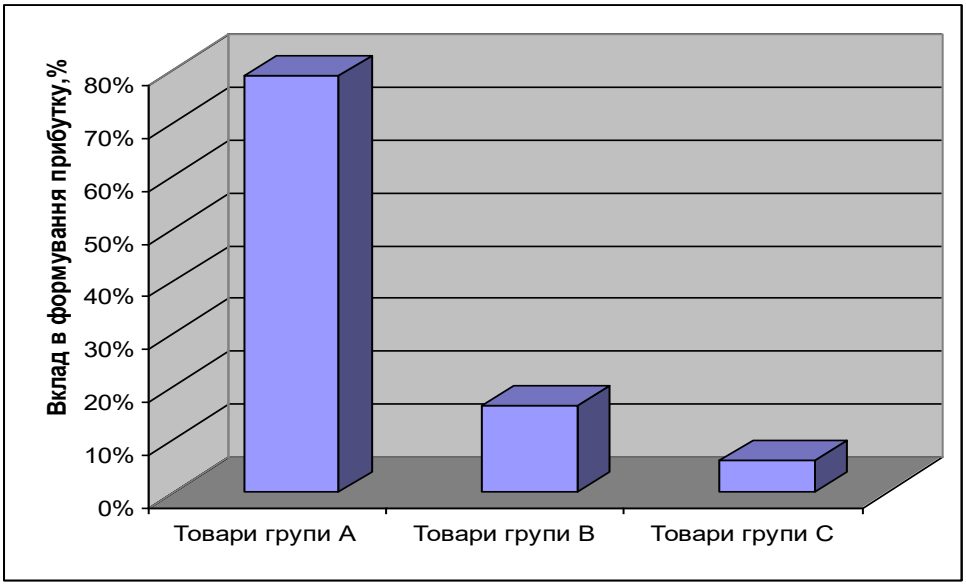


Рис. 1. Результати АВС-аналізу асортименту товарів ТОВ «Канцлер ЛТД»

Проведенні дослідження надали можливість встановити не тільки больові зони в асортиментній і збутовій політики, а й запропонувати засоби лікування, а саме:

1) поглибити і розширити товарну лінію, яка дасть змогу збільшити прибуток фірми і задовольнити різні смаки покупців;

2) модернізувати засоби збуту шляхом:

- застосування трайвертайзингу, який уникає обов'язкової купівлі тестованого товару як кінцевої мети – даний інструмент спрямований на формування позитивних відгуків споживачів та його поширення серед інших покупців;
- впровадження гейміфікації – розміщення на своєму сайті невеликої гри, пройшовши яку, клієнт отримує знижку або подарунок. Це дасть змогу залучити нових покупців;
- проведення менеджерами раз на півроку зустрічі з клієнтами, демонструючи їм товари-новинки.
- включення до роботи «Програми лояльності», яка спрямована на довгострокові, персоніфіковані відносини між продавцем і споживачем, завдяки:
  - інформуванню споживачів про знижки або додаткові послуги, використовуючи інформаційний простір;
  - привітанню з Днем народження і професійними Святами;
  - можливості застосування індивідуальної, зручної для конкретного споживача системи оплати товарів і послуг.

Таким чином, проведення маркетингового аудиту деяких сторін діяльності ТОВ «Канцлер ЛТД» допомогло підприємству не тільки виявити недоліки в роботі, і усунути їх, але ввести певні нововведення, які ми запропонували.

З метою перевірки вищезазначених тверджень ми провели вибіркове дослідження їх ефективності. Наприклад:

1. У ціновій політиці: зниження цін на 2,3%, дало збільшення обсягів продажу товарів на 19% і збільшення сегменту ринку споживачів на 389 осіб.

2. У товарній політиці: збільшення товарної лінії на одну позицію (олівці чорнографітні Stabilo O) забезпечило збільшення прибутку на 0,8%.

3. У збутовій політиці: впровадження «Програми лояльності» збільшило обсяг збуту товарів у першому кварталі 2016 року на 4,7%.

Можемо вважати, що маркетинговий аудит дозволив з'ясувати чи дійсно підприємство використовує кращі свої можливості, і наскільки ефективно воно це робить.

Висновки. В доповіді розглянуто практичні приклади використання маркетингового аудиту на підприємстві, внаслідок чого, можна зробити висновок, що в сучасних ринкових ситуаціях, що розвиваються, маркетинговий аудит повинен стати невід'ємною частиною будь-яких підприємств, що орієнтуються на досягнення стабільності, фінансової незалежності і матеріальної задоволеності своїх співробітників. Також слід зазначити, що аудит маркетингу стосується лише тих підприємств, де керівництво приймає стратегічні рішення на базі концепції довгострокових партнерських стосунків, тобто з турботою про задоволення кожного покупця, і орієнтується на довгостроковий прибуток.

Підводячи підсумок, можна сказати, що маркетинговий аудит – це систематичне всебічне вивчення діяльності, середовища, цілей і стратегій підприємства для виявлення проблем і можливостей. Це не разовий захід, а постійний і безперервний процес, який дозволяє приймати аргументовані управлінські рішення.

Література

1. 25 видов скидок для ваших продаж [Электронный ресурс] / Д. Каплунов / Копирайт от А до Ю. – Режим доступа : http://www.blog-kaplunoff.ru/poleznosti/358-25-vidov-skidok-dlya-vashix-prodazh.html. – Загл. с экрана.

2. Geimification в буднях и праздниках [Электронный ресурс] / Marketing media review. – Режим доступа : http://mmr.ua/news/id/5-prichin-zadejstvovat-gejmifikaciju-40226 /. – Загл. с экрана.

3. Зикерманн Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Д. Линдер [пер. с англ. ООО «Манн, Иванов и Фербер»]. – М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014. – 43 с.

4. Каждая третья украинская компания намерена провести сокращение персонала [Электронный ресурс] / Состав.ua – Режим доступа : http://www.sostav.ua/publication/kazhdaya-tretya-ukrainskaya-kompaniya-namerena-provesti-sokrashchenie-personala-63948.html. – Загл. с экрана.

5. Методы стимулирования продаж: гениально и просто! [Электронный ресурс] / А. Литвинова / Koloro. – Режим доступа : http://koloro.com.ua/blog/brending-i-marketing/metody-stimulirovaniya-prodazh-genialno-i-prosto.html. – Загл. с экрана

6. Методы стимулирования сбыта услуг [Электронный ресурс] / В. Янченко / Prostobiz.ua. – Режим доступа : upravlenie_biznesom/stati/ metody_stimulirovaniya_sbyta_uslug. – Загл. с экрана.

7. Немкович Е. Г. Маркетинг малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] / Е. Г. Немкович, А. Е. Курило / My Markert. – Режим доступа : http://www.my-market.ru/market__185.html. – Загл. с экрана

8. Программа лояльности: когда цель оправдывает средства? [Электронный ресурс] / Е. Наумчик / RETAIL&LOYALTY №3 (30) 2012. – Режим доступа : http://www.retailloyalty.org/journal_retail_loyalty/read_online/art142381. – Загл. с экрана.

9. Сальников О.В. Понятие, функции и особенности малых предприятий [Электронный ресурс] / О. В. Сальников. – Режим доступа : http://ekonomic.narod.ru/nbene/econom/feconom11.htm. – Загл. с экрана.

10. Трайвертайзинг. Подробный взгляд [Электронный ресурс] / А. Гладченко / BizTime. – Режим доступа : http://www.biztimes.ru/index.php?artid=1087. – Загл. с экрана.

11. Что такое трансьюмеризм? [Электронный ресурс] / Н. Вайн / BizTime. – Режим доступа : http://www.biztimes.ru/index.php?artid=626. – Загл. с экрана.

МИТНІ АСПЕКТИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

Полажинець Мирослава
Мукачівський кооперативний торговельно-економічний коледж

Анотація. Розглянуто митні аспекти запровадження зони вільної торгівлі з Європейським Союзом, особливості застосування митного режиму експорту у рамках процедур, визначених Угодою про створення зони вільної торгівлі з ЄС, застосування преференційного митного режиму імпорту на товари походженням з ЄС.

Ключові слова: Європейський Союз, зона вільної торгівлі, сертифікат походження, ввізне мито, тарифні квоти, преференція, декларація-інвойс.

Постановка проблеми. З 1 січня 2016 року набула чинності Глибока всеосяжна зона вільної торгівлі з ЄС, яка відкриває широкі можливості для українських експортерів та імпортерів. Європейський Союз традиційно один з найбільших торговельних партнерів України. Глибока та всеосяжна зона вільної торгівлі між Україною та ЄС відкриває для нашої країни один із найбільших ринків у світі, що майже у сто разів перевищує український, до якого входить двадцять вісім країн та близько півмільярда споживачів.

Функціонування зон вільної торгівлі неможливе без узгодження сторонами основних правил, дотримуючись яких суб'єкти ЗЕД при митному оформленні звільняються від сплати ввізного мита. Дослідження митних аспектів запровадження зони вільної торгівлі з ЄС на сучасному етапі є особливо актуальними і практично значущими.

Аналіз основних досліджень. Митне регулювання експорту та імпорту сільськогосподарської продукції в умовах асоціації з ЄС досліджував Данкевич В. Є., потенційні вигоди та можливі ризики для економіки України у зв'язку з асоціацією з ЄС досліджували Кушнір Н. О., Дяченко Б. І., переваги та ризики запровадження зони вільної торгівлі між Україною та ЄС досліджував Романюк Н. І. та ін.

Метою доповіді є дослідження особливостей застосування положень Угоди про зону вільної торгівлі з Європейським Союзом у митних режимах імпорту та експорту.

Виклад основного матеріалу. Європейський Союз унікальне явище сучасного світу, до складу якого входять 28 країн-членів. Територія ЄС – 3 949 227 км². Населення ЄС – 507,88 млн чол.

Євроатлантична інтеграція України визначена законодавчими актами України. Згідно з ст. 11 Закону України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» Україна як європейська держава здійснює відкриту зовнішню політику і прагне рівноправного взаємовигідного співробітництва з усіма заінтересованими партнерами, виходячи насамперед з необхідності гарантування безпеки, суверенітету та захисту територіальної цілісності України.[3]

Основним напрямом державної політики, як внутрішньої, так і зовнішньої, Україна обрала європейський вибір, кінцевою метою якої має бути повноправне

членство в Європейському Союзі. [3] Для України євроінтеграція – це шлях модернізації економіки, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки, в тому числі і на ринок фінансових послуг.

Зона вільної торгівлі – тип міжнародної інтеграції, при якій в країнах-учасниках скасовуються митні збори і податки, а також кількісні обмеження у взаємній торгівлі згідно з міжнародним договором

Україною укладено угоди про вільну торгівлю з такими країнами:

СНД (Азербайджан, Казахстан, Білорусь, Киргизстан, Вірменія, Молдова, Туркменістан, Таджикистан, Узбекистан);

ГУАМ (Грузія, Україна, Азербайджан, Молдова);

ЄАВТ (Швейцарія, Норвегія, Ісландія, Ліхтенштейн) ;

Македонія;

Грузія;

Чорногорія.

Підписанню угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС передував тривалий процес. 18 лютого 2008 року відбулося офіційне відкриття переговорного процесу щодо створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС.

27 червня 2014 року укладено Угоду про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, ратифіковану Законом України від 16 вересня 2014 року № 1678-VII (далі – Угода).

Угода про зону вільної торгівлі з ЄС об'ємний і змістовний документ.

Положення щодо поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі виписані у 15 главах, 25 додатках та 2 протоколах [7]. 1 січня 2016 року угода про зону вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом офіційно вступила в силу.

Перед українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності відкрилися широкі перспективи щодо переміщення товарів зокрема у митних режимах експорту та імпорту.

Основним торговельним партнером України в експорті товарів за два місяці 2016 року був Євросоюз (44,4%). Для вітчизняних експортерів у ЄС діють тарифні преференції на товари походженням з України. Додатком І-А Угоди встановлені деталізовані графіки скасування увізного мита щодо кожного з кодів товарної номенклатури. Графіки по своїй структурі є асиметричними, і, відповідно, ставки мит в Україні та ЄС є різними. Так, ЄС з 2016 року скасовує ввізне мито для українських товарів стосовно більш ніж 98% кодів товарної номенклатури. Щодо деяких кодів встановлені тарифні квоти, в межах яких товари імпортуються в ЄС без сплати мита. Обсяги цих тарифних квот будуть застосовуватись за принципом «перший прийшов – перший отримав». [7]

Для підтвердження країни походження товару органи доходів і зборів почали видавати сертифікати форми EUR-1[4]. За умови подання митним адміністраціям країн ЄС сертифікатів з перевезення товарів з України за формою «EUR.1», до товарів українського походження застосовуються пільги зі сплати мита.

При імпорті товарів на переважну більшість товарів скасоване ввізне мито (близько 97%).[2] Для легкових автомобілів та одягу, який був у використанні, передбачено застосування спеціальних захисних механізмів. Вони спрямовані на захист вітчизняної автомобільної та легкої промисловості. Для 52% тарифних ліній Україна запроваджує перехідні періоди тривалістю від 1 до 7років, для 9,8% – часткову лібералізацію та для 3% – безмитні тарифні квоти. [7]

Для митного оформлення у митному режимі імпорту до товарів походженням з ЄС з-поміж інших застосовується преференція з кодом «410». [4].

Для отримання преференцій важливо виконання наступних умов:

- товар повинен мати походження країни – сторони Угоди;
- наявність підтвердження про походження товару (сертифікат або декларація інвойс);
- виконання умов прямого транспортування. [7]

З 01.01.2016 року для підтвердження походження товару в рамках зони вільної торгівлі з ЄС для митного оформлення органам доходів зборів необхідно надати сертифікат переміщення EUR.1 або декларацію-інвойс згідно положень Протоколу I «Про визначення концепції «Походження товарів і методах Адміністративного співробітництва Угоди». Згідно Протоколу I Статті 17 («Процедура видачі сертифіката з перевезення товару EUR.1») для видачі сертифіката EUR-1 експортер або його уповноважений представник має заповнити сертифікат з перевезення товару EUR.1, а також бланк заяви, зразок якої наведений у Додатку III. Ці бланки мають бути заповнені однією з мов, якою укладено угоду, і згідно з нормами законодавства країни експорту.

Умови складання декларації-інвойс викладені у статті 22 Угоди [7]

Висновки. З 2016 року розпочалась нова сторінка торговельних відносин України та Євросоюзу. Угода між Україною та ЄС також передбачає, в першу чергу, скасування (в окремих випадках – суттєве зменшення) експортних та імпортних мит. Зона вільної торгівлі, з одного боку, розширює доступ українських товарів та послуг до потужного ринку ЄС, а з іншого боку, полегшений доступ імпорту високоякісних товарів і послуг з ЄС в Україну створює додаткову конкуренцію українським виробникам. Секторами, які найбільше виграють від створення зони вільної торгівлі з ЄС, є сільське господарство, харчова промисловість та легка промисловість. Введення тарифних квот, які дозволяють експорт в ЄС з нульовими ставками мита в рамках квоти, створює можливості для українського бізнесу для завоювання ринку.

Література

1. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA.

2. Про графіки зниження ввізних мит України: Лист Державної фіскальної служби України від 06.01.2016 № N 21/99-99-25-02-02-18 .[Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.qdpro.com.ua/document/60012.

3. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики: Закон України від 01.07.2010 № 2411-VI [Електрон.ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2411-17.

4. Про затвердження Змін до деяких відомчих класифікаторів інформації з питань державної митної справи, які використовуються у процесі оформлення митних декларацій: Наказ Міністерства фінансів України від 21.12.2015 р. № 1156. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/mitne-zakonodavstvo/nakazi/65598.html.

5. Про затвердження Порядку заповнення та видачі митницею сертифіката з перевезення товару EUR.1 відповідно до Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2014 № 1142 .[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1557-14.

6. Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Закон України від 16.09.2014 р. № 1678-VII [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1678-18

7. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 27.06.2014 р. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/984_011/page

КЛАСТЕР, ЯК ФОРМА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРКООПСПІЛКИ

Вансович Антоніна
Вінницький кооперативний інститут

Анотація. В статті досліджено сутність кластерів, його значення для економіки країни, та запропоновано створення інноваційного кластеру на базі підприємств Укркоопспілки.

Ключові слова: кластер, інновації, утворення, бізнес, переваги, ефективність.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та трансформації відбувається перехід вітчизняної економіки до інноваційної моделі розвитку, яка характеризується науково-технічним прогресом, розвитком інноваційного ринкового середовища та посиленням співпраці між суб'єктами господарювання різних галузей економіки.

Протягом останніх років спостерігається зростання інтересу до ролі інноваційних систем, які забезпечують конкурентоспроможність в економіці. Інноваційна система включає взаємодію в галузі інноваційної діяльності між установами та організаціями, що створюють та розповсюджують знання: університетами, коледжами, науково-дослідними інститутами, агентствами з технологічних трансфертів, фінансовими установами, підприємствами, органами влади тощо. Така спрямованість розвитку потребує нових підходів до використання економічного, людського та природно-ресурсного потенціалу, що забезпечить досягнення

якісно нового рівня ефективності і конкурентоспроможності економіки та життя населення.

Аналіз основних досліджень. Питанням формування, ефективності та перспективам розвитку кластерних структур останнім часом присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Більшість з них вивчають кластеризацію як на регіональному, так і на національному рівні.

Одним з основоположників теорії кластерного розвитку є американський економіст М. Портер, в його працях детально вивчається вплив кластерів на конкурентоспроможність. Актуалізацією кластерного підходу для України займаються Войнаренко М. П., Захарченко В. И., Осіпов В. Н., Буркинський Б. В., Мороз О. М. та ін.

Мета. Метою статті є виокремити переваги створення інноваційного кластеру на базі підприємств Укркоопспілки.

Виклад основного матеріалу. Глобалізація ринків, загострення конкуренції вимагають поєднання розрізнених, самостійно функціонуючих підприємств та організацій усіх секторів економіки для раціональнішого використання природного, трудового, виробничого, інвестиційного потенціалу країни. Тому, у багатьох країнах світу зростає популярність нової виробничої інноваційної моделі, в рамках якої всі учасники виробництва прагнуть об'єднатися в кластер.

Кластери як інтегровані територіальні утворення підприємств, організацій та установ, діяльність яких знаходиться у одній галузі, є всесвітнім явищем. Вони існують у розвинених країнах, у країнах, що розвиваються, та у країнах з перехідною економікою. Як свідчить зарубіжний досвід, впровадження кластерних ініціатив сприяло підвищенню рівня економічного розвитку багатьох країн. В умовах економічної кризи кластерна політика визнана Європейським Союзом одним із інструментів, здатних вирішити проблеми зайнятості.

Кластерний розвиток, як фактор збільшення національної і регіональної конкурентоспроможності, є характерною ознакою сучасної інноваційної економіки. Сьогодні тема кластерів стає все більш актуальною як у теорії, так і в практиці ведення бізнесу багатьох країн світу.

Кластери сприяють розвитку підприємств і регіонів, залученню інвестицій, що дозволяє успішно конкурувати на ринку і відновлювати довіру між урядом і бізнесом. В результаті застосування кластерної форми співробітництва можуть вигравати – як економічна, соціальна так і політична сфери [2].

Кластер являє собою поєднання кооперації та конкуренції, які доповнюють один одного і створюють передумови для розвитку інноваційних процесів. Взаємозв'язок з внутрішніми потребами споживачами кластера базується на конкуренції, з зовнішніми – на кооперації. Також, в рамках взаємодії в кластері відбуваються комунікаційні процеси, які сприяють формуванню всередині кластерів формальних і неформальних, особистих взаємозв'язків між його учасниками, щодо ведення бізнесу та сприяє ефективній координації зусиль для пристосування до умов зовнішнього середовища.

Кластерний підхід до організації господарської діяльності кооперативного сектора економіки дозволить об'єднати зусилля підприємств споживчої коопе-

рації України для вирішення задач із підвищення життєвого рівня населення, відродження усіх галузей діяльності.

Необхідними умовами інтеграційних процесів є наявність інтегратора (юридичної або фізичної особи, що зможе ініціювати та організувати реалізацію інтеграційного процесу). Ним може бути система споживчої кооперації, оскільки вона є найбільш організованою й найпоширенішою. Необхідними та достатніми умовами для подальшого процесу кластеризації мають бути: інтеграційна ідея, інтеграційні мотиви, інвестиції, фінансові та трудові ресурси, кваліфікований персонал. Усі ці складові на сьогодні присутні в споживчій кооперації України.

Структура споживчої кооперації поєднує в собі велику кількість підприємств різних видів діяльності взаємопов'язаних між собою. До її складу входять 23 навчальних заклади, страхова компанія «Укоопгарант», медіа-холдинг, підприємство, що формує ІТ політику в споживчій кооперації «Укоопінком-ІТ», тощо.

Дослідивши особливості кластерів в різних країнах науковці виокремили наступні переваги, що надає кластер його учасникам (рис. 1).

Для виявлення і нарощування конкурентних переваг, досягнення сталого розвитку, обласні представництва Укркоопспілки повинні максимально ефективно використовувати унікальне поєднання своїх факторів виробництва і переваг географічного розташування, створювати передумови для розвитку спеціалізованих виробництв, сприяти масштабному технологічному переоснащенню виробництва на основі новітніх науково-технічних розробок, створенню конкурентоздатного сектора досліджень і розробок, що забезпечить вихід та подальше утримання регіонів на вітчизняному та світових ринках високотехнологічної продукції. Одним із шляхів досягнення такої мети є формування на території областей інноваційних кластерів [3, с. 53] .

Формування інноваційних кластерів в Україні – це новітній шлях перебудови економіки для виходу на новий рівень світових господарських взаємовідносин, оскільки найбільш перспективним методом підвищення конкурентоспроможності економіки регіонів країни є продукування та оперативне впровадження інновацій.

Визначивши сутність та переваги кластера для його учасників можна запропонувати модель інноваційного кластерного утворення для підприємств Укркоопспілки (рис. 2).

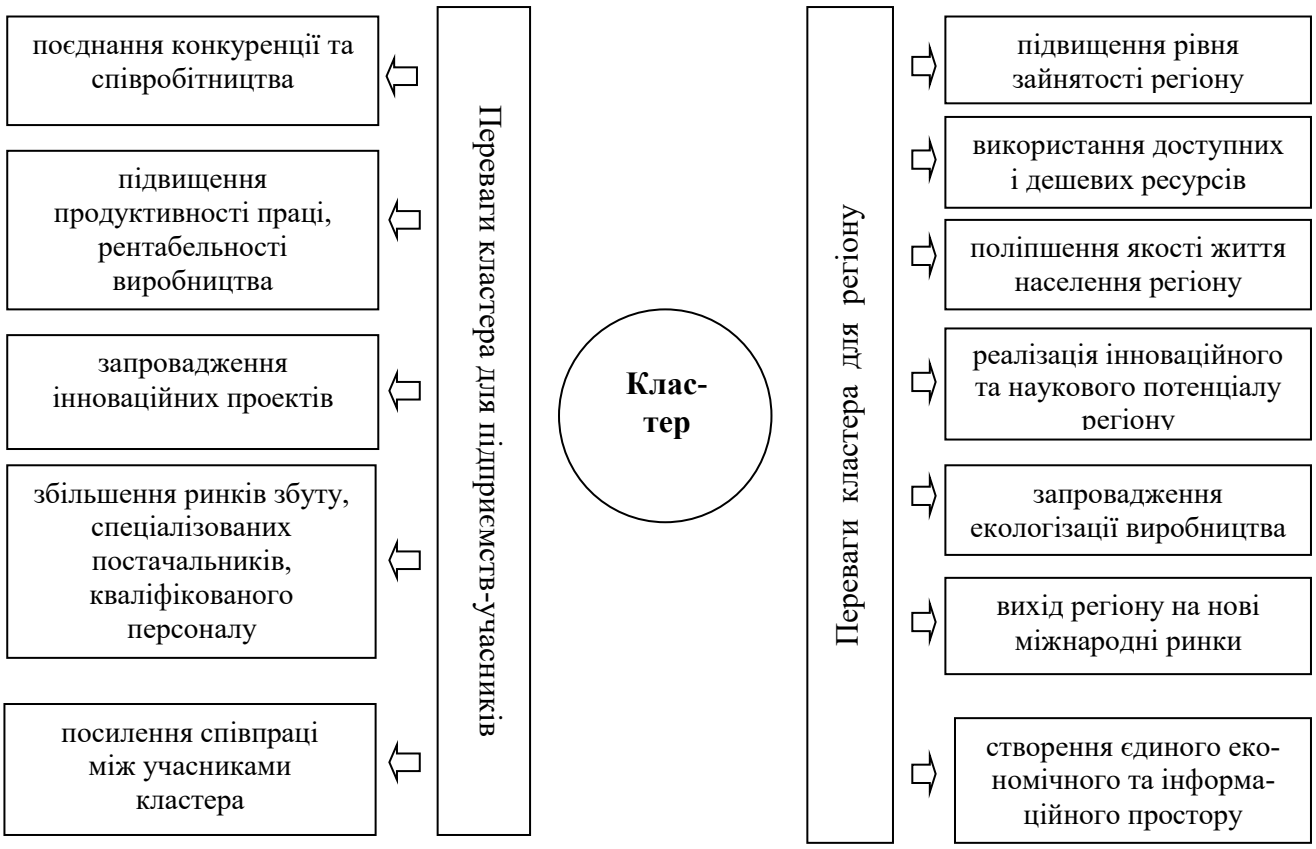


Рис. 1. Переваги кластера для його учасників [1, с. 183]

Рис. 2. Модель інноваційного кластера «Укркоопспілка»*

* запропоновано автором

Взаємовідносини між учасниками інноваційного кластеру «Укркоопспілка» будуватимуться на основі поєднання кооперації та конкуренції, що в підсумку призводе до успішної співпраці та можливості використання ключових компетенцій та досягнень партнерів для загального позитивного результату співпраці.

Висновки. Таким чином, слід активно розвивати кластерні об'єднання, оскільки останні виступають джерелом концентрації фінансових ресурсів в інноваційній діяльності; стимулюють інтерес індивідуальних та інституційних інвесторів до вкладання ресурсів у науково-дослідні та інноваційні проекти; являються засобом організації наукової діяльності та збільшення робочих місць, зміцнення економіки держави в цілому.

Література

1. *Іванченко Г. В.* Формування кластерної політики в Україні / Г. В. Іванченко // Торгівля, комерція, підприємництво: Збірник наукових праць / [редакц. кол. : В. В. Апопій, Ю. А. Дайновський, С. В. Скибінський та ін.] – Львів : Львівська комерційна академії, 2012. – Вип. 14. – С. 182–185.

2. *Ульянченко Ю.О.* Теоретико-методологічні аспекти соціально-економічного розвитку регіонів на кластерних засадах [Електронний ресурс]/ Ю. О. Ульянченко // – Режим доступу: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-1/doc/3/02.pdf

3. *Шевченко О.* Кластеризація як засіб інноваційного розвитку України й бар'єри її реалізації / О. Шевченко // Гілея: науковий вісник . – 2013. – № 73. – С. 50–61, с. 53].

КОНТРАКТ ЯК ОСНОВНИЙ ВИД ТРУДОВОГО ДОГОВОРУ

Гречка Катерина
Миколаївський коледж бізнесу і права
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі досліджено контракт як основний вид трудового договору. Звертається увага на мету складання контракту та його роль.

Ключові слова: трудовий договір, контракт, трудові відносини, контрактна форма.

Постановка проблеми. Формування ринку праці проходить тривалий еволюційний шлях. Контракт набув особливої популярності у роботодавців усіх форм власності, оскільки надає їм можливість вільного маневрування трудовими ресурсами. Його активне впровадження в практику регулювання трудових відносин почалось з 1991 року, тобто співпало з формуванням України як незалежної держави. На основі цього відбувається вдосконалення контракту як основного виду трудового договору.

Аналіз основних досліджень. Питання контракту розглядається в Конституції України, Кодексі законів про працю України, Законах України «Про колективні договори та угоди» та «Про державну службу», а також у працях фахівців: Крилипко С. Н., Баранюка Ю., Болотіної Н. Б. та ін.

Мета. Метою роботи є дослідження контракту як основного виду трудового договору.

Виклад основного матеріалу. Оформлення трудових відносин за посередництвом трудового контракту широко застосовується в країнах з ринковою економікою. Найм за контрактом, як відносно нова правова модель підбору, розподілу і використання кадрів на підприємствах всіх форм власності, закріплений і в законодавстві України.

Контрактна форма найму покликана забезпечити поєднання інтересів працівника, власника майна підприємства і трудового колективу, тобто є важливим елементом соціального партнерства.

Контракт набув особливої популярності у роботодавців усіх форм власності, оскільки надає їм можливість вільного маневрування трудовими ресурсами.

Легальне поняття контракту дається в ч. 3 ст. 21 КЗпП України: «Особливою формою трудового договору є контракт, в якому строк його дії, права обов'язки і відповідальність сторін (в тому числі матеріальна), умови матеріального забезпечення і організації праці працівника, умови розірвання договору, в тому числі дострокового, можуть встановлюватися угодою сторін».

Проте, варто відмітити, що в юридичній літературі немає єдиної точки зору з приводу правової природи контракту. Поняття контракту ч. 3 ст. 21 КЗпП України визначає як особливу форму трудового договору. Виходячи з цього, одні автори вбачають в ньому форму строкового трудового договору, інші – його різновид, треті прийшли до висновку, що це контрактна форма укладання трудового договору. З такими твердженнями важко погодитись. У першу чергу зміст, який вкладається різними словниками у це поняття, зводиться до того, що контракт є угода, письмова угода, договір у законному порядку. Значить за формою він не просто письмова угода чи угода в письмовій формі, а угода, за якою держава визнає встановлення умов праці, прав і обов'язків сторін. Такий порядок визначення змісту контракту держава визнає законним. Звідси, контракт не просто форма договору, а й законний порядок визначення його змісту.

Таким чином, мета контракту – забезпечити умови для виявлення ініціативи й самостійності працівників, урахувати індивідуальні здібності і професійні навички, підвищення взаємної відповідальності, а також забезпечити їх правовий і соціальний захист.

Саме тому КЗпП вказує на особливість контракту, яка полягає в тому, що в ньому можна передбачити положення, котрі виходять за межі, встановлені законодавством про працю. Зокрема, тут передбачається обсяг роботи та вимоги до якості і терміну її виконання, строк дії контракту, права, обов'язки і взаємна відповідальність сторін, умови оплати і організації праці, підстави для припинення й розірвання контракту, соціально-побутові і інші умови, необхідні для виконання взятих сторонами обов'язків. У цьому суть і призначення контракту в трудовому праві.

На думку С. Н. Прилипко, законодавство встановлює різницю між трудовим договором і контрактом, тобто протиставляє трудовий договір контракту, але будь-яких аргументів у підтвердження сказаного не наводить. Між тим, аналіз ст. 21 КЗпП та інших правових норм, що регулюють трудовий договір, свідчать,

що сучасне законодавство не розмежовує, не встановлює суттєвих відмінностей між трудовим договором і його особливою формою -контрактом. Не передбачено поділу на такі види трудового договору і в законодавстві про працю великих, з розвинутою ринковою економікою, країнах далекого зарубіжжя.

Трудовий договір є більш загальним поняттям, збиральною правовою категорією, він включає в себе і контракт як особливу форму. Такий висновок підтверджується аналізом першої і третьої частин ст. 21 КЗпП України. Таким чином, терміни трудовий договір і контракт є синонімами.

Фахівці в галузі трудового права дотримуються різних точок зору стосовно правової природи контракту. На погляд Ю. Баранюка, контракт слід розглядати як окремий, специфічний вид трудового договору. На відміну від звичайного строкового трудового договору робота, що виконується за контрактом, як правило, є постійною, а не тимчасовою. Встановлення строку обумовлене не характером виконуваних обов'язків, а їх орієнтацією на конкретну, заздалегідь поставлену мету, досяжну в певний період часу.

Деякі вчені і багато роботодавців розглядають трудовий контракт як строковий трудовий договір, що укладається в письмовій формі. При чому як аргумент наводиться посилання на досвід західноєвропейських держав. Орієнтація контракту тільки на строковість укладеного договору досить спірна і не узгоджена з чинним законодавством і рекомендаціями МОП.

Якщо розглядати контракт як різновид строкового трудового договору, тоді працівники, котрі його уклали, потрапляють в невигідне становище. Керівник завжди має можливість позбавитися від небажаного працівника як до, так і після закінчення строку дії контракту. Причому в обох випадках практично неможливо довести незаконність дії роботодавця, оскільки, по-перше, в контракті можуть бути передбачені додаткові, порівняно з КЗпП, умови його розірвання, по-друге, закінчення терміну дії контракту є законною підставою для звільнення працівника за п. 2 ст. 36 КЗпП України. Тому вважається, що контрактна система, що ґрунтується на строковому характері трудових відносин, безумовно, посилює залежність працівника від роботодавця.

Визнання ж контракту особливим видом трудового договору, специфічною угодою про працю передбачає можливість укладення його на невизначений строк, що значно зміцнює трудові права працівників. При цьому весь час виконуються додаткові умови, передбачені контрактом, вигідні для обох сторін. Якщо ж сторони виконали їх (наприклад, придбання роботодавцем для працівника квартири), то вони можуть внести зміни в контракт, обумовивши інші додаткові умови. Тому безстроковий контракт є основою для формування стабільних трудових відносин, в яких повинні бути зацікавлені обидві сторони, важливий засіб зміцнення трудових прав працівників.

Незалежно від різного підходу фахівців до питання про правову природу контракту, при укладенні його на певний строк або на строк виконання певної роботи головним залишається взаємна згода сторін, не обмежена часом.

Згідно зі ст. 23 КЗпП, строковий трудовий договір (контракт) повинен укладатися лише у випадках, коли трудові відносини не можуть бути встановлені

на невизначений строк з врахуванням характеру роботи або умов її виконання, або інтересів працівника, а також в інших випадках, передбачених законами.

Як важливий інститут трудового права, контракт є головним регулятором правовідносин, що складаються на ринку праці. Його роль визначається тим, що він служить основною формою залучення до праці і розподілу робочої сили в системі підприємств і організацій, що функціонують на базі всіх форм власності. Контракт підвищує взаємну відповідальність роботодавця і працівника, дозволяє поставити оплату праці у залежність від її результатів.

Будучи формою трудового договору, контракт спрямований на:

- проведення ефективної кадрової політики;
- забезпечення умов для ініціативи і самостійності працівника з врахуванням його індивідуальних здібностей і професійних навичок;
- підвищення взаємної відповідальності сторін;
- правову і соціальну захищеність працівника.

Контракт також є регулятором не тільки трудових, але й тісно пов'язаних з ними інших суспільних відносин. Це стосується житлових прав, соціального забезпечення, відшкодування моральної шкоди та інших питань. Порівняно зі звичайним трудовим договором контракт охоплює більш широке коло правовідносин, оскільки з переходом до ринкової економіки роль регламентації трудових і господарських відносин на основі угоди учасників зростає.

Отже, сторонами контракту виступають працівник і роботодавець, які, погодивши у результаті взаємних переговорів усі необхідні та додаткові умови, укладають угоду.

Висновки. Проаналізувавши нормативно-правові акти, які регулюють питання, пов’язані з основною формою трудового договору (контракту), можна зробити наступні висновки, що контрактна форма трудового договору покликана більш ефективно обслуговувати потреби суб'єктів трудових правовідносин в умовах переходу до ринку і бути вигідною для обох сторін цих відносин.

Трудовий контракт доцільно застосовувати лише в тих випадках, коли мова йде про найм висококваліфікованих спеціалістів, на яких покладено важливі обов'язки і яким в зв'язку з цим необхідно надати режим найбільшого сприяння з врахуванням їх здібностей, встановлюючи для них більш високий рівень матеріального стимулювання, соціально-побутового та медичного обслуговування порівняно з чинним законодавством України. Введення контрактної системи найму дозволяє легко позбавлятися безініціативних працівників та сформувати міцні мобільні колективи.

Порядок укладення трудового контракту – це встановлена чинним законодавством процедура подання працівником потрібних документів, узгодження його умов, підписання та оформлення. Працевлаштовуючись за контрактом, працівник подає той самий пакет документів, що й за звичайним трудовим договором.

Контракт у трудовому праві за юридичною природою – це угода про працю. Від звичайного трудового договору відрізняється тим, що:

- завжди укладається в письмовій формі;

- у ньому можуть встановлюватися додаткові (крім тих, які зазначені в трудовому законодавстві) підстави щодо його розірвання;
- зазвичай має строковий характер;
- при його розірванні можливе й відшкодування моральної шкоди;
- сфера його застосування визначається законами України.

Тому у проекті нового Трудового кодексу передбачений цілий розділ, що стосується порядку укладання, змісту, умов, виникнення та припинення трудового договору(контракту).

Діючий до тепер КЗпП України, нажаль, не містить переліку обов'язкових умов трудового договору, ця прогалина буде можливо усунена в новому Трудовому кодексі.

Література

1. Конституція України: Офіційний текст. – К. : КМ Publishing, 2014. – С. 96.

2. Кодекс Законів про працю України. – С.: ТОВ «ВВП НОТІС», 2015. – С. 88.

3. Положення про укладення контрактів при прийнятті (найманні) на роботу працівників. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 19 березня 1994 року // ЗП України, 1012, № 7. – С. 87.

4. Проект Трудового кодексу України в редакції від 27 грудня 2014 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2015.

5. Баранюк Ю. Особливості змісту трудових контрактів // Право України. – 2010. – № 4.

6. Бойко М. Д. Поняття контракту в трудовому праві, його сторони / М. Д. Бойко // Спецвипуск журналу «Довідник кадровика». – 2010. – № 3

7. Прилипко С. Н. Трудовой контракт по законодательству Украины: Автореферат. – Харьков, 2013. – С. 22.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ – КЛЮЧОВА ЛАНКА ВНУТРІОРГАНІЗАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ: ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНИЙ СТАН

Треммій Катерина
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. Автором визначено вплив управління персоналом на внутрішньоорганізаційне управління ПАТ «ТВП «Перлина». Запропоновані стратегічні напрями удосконалення управління персоналом.

Ключові слова: персонал підприємства, продуктивність праці, управління персоналом, торгівля.

Постановка проблеми. В сучасному світі управління персоналом відіграє дуже важливу роль в розвитку суспільства, оскільки від правильного підходу до

управління персоналом залежить управління організацією в цілому. За допомогою людських ресурсів керівники досягають поставлених цілей та завдань, використовуючи працю, інтелект і мотиви поведінки інших людей. У зв'язку з цим оволодіння основами організації процесу управління персоналом набуває особливої актуальності.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні та поглибленні теоретичних, методичних, організаційно-економічних аспектів управління персоналом та систематизації вже існуючих наукових здобутків.

Виклад основного матеріалу. Фахівцю з управління персоналом належить провідне місце у виконанні завдань управління. Він відповідає за роботу конкретного підрозділу чи організації в цілому, має у своєму підпорядкуванні конкретний колектив працівників, наділений правами і повноваженнями. Він вибирає оптимальні варіанти управлінських рішень і організує їх рішення.

Результати роботи управлінця залежать не тільки від діяльності колективу, який він очолює, і апарату управління, а також і від організації власної праці.

Для удосконалення заробітної плати на ПАТ «ТВП «Перлина» необхідно здійснити класифікацію робочих місць (посад) по методу бальних оцінок з використанням факторних точок.

Спочатку мають бути отримані описи робочих місць (посад), розроблені посадові інструкції й положення про підрозділи, потім – аналіз описів посад. Експертна група (основні фахівці й керівники підрозділів) має виділити ключові фактори оцінки й значимість кожного фактора при оцінці посади. В результаті виділилися наступні фактори:

- необхідна кваліфікація (освіта, досвід роботи, для яких максимальні бали 50 і 150 відповідно;максимум 200);
- складність роботи (розумові, фізичні зусилля, для яких максимальні бали 100 і 50 відповідно;максимум 150);
- ініціативність і самостійність (максимум 150 балів);
- відповідальність за роботу підлеглих (максимум 100 балів);
- відповідальність за контакти із клієнтами й сторонніми організаціями (максимум 100 балів)
- матеріальна відповідальність (максимум 200 балів);
- відповідальність за гарну репутацію організації (максимум 100 балів).

Максимальна оцінка посади 1000 балів.

За допомогою запропонованої нами методики можна легко оцінити рівень кваліфікації працівника та нарахувати йому заробітну плату.

Доплати і надбавки встановлюються як відсоток до основної заробітної плати, як правило, раз на рік, і тому не враховують поточних успіхів або невдач у трудовому процесі. Суттєве значення мають надбавки за інтенсивність праці, поєднання різних трудових функцій і додаткових обов'язків, а також індивідуальні надбавки керівникам і фахівцям, які утворюють коло осіб ключової компетенції. На цьому етапі такі особи здебільшого визначають конкурентоспроможність підприємства, тому, високі (до 50% основного, посадового окладу) надбавки є цілком виправданими.

З метою орієнтації персоналу підприємств на постійний професійний розвиток і вдосконалювання персоналу рекомендується використовувати премію за професіоналізм. Така премія може призначатися за результатами атестації. На атестації, як правило, оцінюється відповідність співробітника формальним вимогам, що висуваються до його посади, наприклад, кількість залучених і потенційних клієнтів у роботі одночасно, рівень освіти, заповнення звітності, розмір середньої закупівлі.

Вважаємо важливим і те, що для керівників організації розмір премії за основні результати діяльності визначається у відсотках до його фонду заробітної плати, яка нарахована, виходячи з посадових окладів за штатним розписом, і не може перевищувати максимального розміру 0,75 посадового окладу в розрахунку на місяць. Максимальні премії для керівників, а також для спеціалістів і службовців не повинні перебільшувати 2,6 посадових оклади за рік.

Преміювання спеціалістів, службовців та робітників доцільно здійснювати за стажем безперервної роботи на підприємстві (роки):

- до 3 років – винагорода до середньомісячної заробітної плати не виплачується;
- від 3 до 5 – 25% до середньомісячної заробітної плати;
- від 5 до 10 – 30% до середньомісячної заробітної плати;
- від 10 до 15 – 35% до середньомісячної заробітної плати;
- понад 15 – 40% до середньомісячної заробітної плати.

На нашу думку, для продуктивнішої роботи персоналу потрібно більш повно вивчати стимули, що спонукають працівників до роботи та постійно їх мотивувати. Для цього пропонуємо на підприємствах створювати відділи з мотивації персоналу.

Основними функціями відділу по мотивації персоналу повинні стати:

1. Систематичне вивчення мотивації працівників різних підрозділів підприємства.

2. Оцінка ефективності використовуваних на підприємстві систем і методів стимулювання праці.

3. Розробка пропозицій по вдосконаленню системи стимулювання різних категорій працівників підприємства.

4. Визначення та впровадження нових методів стимулювання праці.

5. Обґрунтування нових систем оплати праці стосовно до різних категорій працівників підприємства.

6. Формування статистичної бази даних за рівнем мотивованості персоналу та оцінки системи стимулювання з подальшим використанням інформації для розробки стратегії з розвитку мотивації та системи стимулювання персоналу.

7. Вивчення досвіду вітчизняних і зарубіжних підприємств з оцінки мотивації та застосування різних методів стимулювання.

У створенні відділу по мотивації персоналу укладено перехід підприємства від відчуття мотиваційного середовища до її систематичного вивчення та у зв'язку з цим – до вдосконалення системи стимулювання для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Відділ з мотивації персоналу повинен складатися мінімум з трьох осіб. Також для цього необхідно організувати робоче місце. Якщо на підприємстві існує відділ праці та заробітної плати, то цілком логічно було б перевести частину співробітників у новостворений відділ. Для цього також необхідно провести конкурс. Організація робочих місць відділу не буде занадто витратним, тому що працівники підприємства вже оснащені необхідною технікою та меблями. Додатковими витратами стануть придбання спеціалізованого програмного забезпечення, участь у семінарах та навчання на спеціальних курсах.

Стимулом соціального плану, що впливає на підвищення продуктивності праці працівника, скорочення плинності кадрів може стати реалізація умов, що передбачають видачу працівнику соціального пакета.

Так, з нашої точки зору в умови колективного договору можна включити елементи, які передбачають певні пільги і гарантії для працівників підприємства, які виконали в повній мірі і в належному обсязі свої трудові обов'язки, не порушили трудову дисципліну. Найбільш потужним стимулом соціального плану, обумовленого в тому числі і вартісними аспектами, може стати оплата проїзду в громадському транспорті, харчування за рахунок підприємства, надання позик та кредитів, медичне обслуговування, страхування працівників підприємства, надання турпутівок.

Стимулом психологічного плану може стати:

- довічна зайнятість (заманливою пропозицією є висунення працівника на керівні посади);
- єдиний статус (рівні для всіх умови – відсутність спеціальних місць на автостоянках, разом харчуються і т.ін);
- система атестацій та співбесід (один раз на рік керівник підприємства зобов’язаний атестувати і провести офіційну співбесіду з кожним керівником відділів, в свою чергу кожен керівник відділу зі своїми співробітниками).
- розробити спеціальну програму, за якої кожен працівник може написати анонімну скаргу, розгляд в 10-денний термін).

Висновки. ПАТ «ТВП «Перлина», як і будь-яке інше підприємство, повинне використовувати всі наявні інструменти функціонування в ринкових умовах для свого розвитку і для розвитку економіки України в цілому.

Управління персоналом є важливою структурною одиницею в системі загального менеджменту підприємства. І власне від якості управління й буде залежати успішність підприємства. Підприємство разом з його працівниками – є основою формування валових доходів держави, тому мистецтво управління не тільки ним, але й персоналом, є складовою економічної формули успіху. В економічній системі все взаємопов’язано: починаючи від одного працівника і закінчуючи загальносвітовими масштабами, тому проблему ефективного управління потрібно вирішувати в комплексі. Щодо України – то необхідно вдосконалювати та структуризувати ринок праці, що дасть можливість вже для безпосереднього ефективного контролю менеджера на своїх підлеглих, але, і найголовніше, досягнути відповідності між оплатою праці та внеском працівника безпосередньо у процес виробництва. Це перш за все стосується управлінських кіл.

Література

1. Єкімова О. О. Теоретичні аспекти кадрової політики суб'єктів господарювання / О. О. Єкімова // Економіка і регіон. – 2009. – № 2. – С. 214–127.

2. Криворучко О. М. Оцінка якості управління персоналом / О. М. Криворучко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 98–105

3. Кулик Ю. Є. Система принципів управління професійним розвитком менеджерів у міжнародних компаніях/ Ю. Є. Кулик// Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 9. – С. 27–32.

4. Морщенок Т. С. Стратегічні напрями удосконалення управління персоналом: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Морщенок Т. С.; Полтавський національний технічний університет. – Маріуполь, 2008. – С. 20.

5. Ринейська Л. С. Менеджмент персоналу як фактор підвищення ефективності міжнародного бізнесу / Л. С. Ринейська // Економіка і регіон. – 2009. – № 2. – С. 209–212.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ СИСТЕМНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Ціцяла Андрій
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. Обґрунтовано сутність трудового потенціалу підприємства та процесу його використання врахувавши інтенсивність трансформаційних перетворень економіки. Ідентифіковано особливості формування трудового потенціалу у контексті забезпечення його ефективного використання на підприємстві. Визначено шляхи підвищення ефективності використання трудового потенціалу підприємства.

Ключові слова: трудовий потенціал, ефективне використання, персонал, підприємство, формування.

Постановка проблеми. Постійні трансформації вітчизняної економіки свідчать про формування трудового потенціалу як основної передумови соціально-економічної стабілізації та необхідність його ефективного використання підприємствами для забезпечення високої результативності функціонування. Відповідно, ефективність функціонування підприємства забезпечується працівниками, праця яких є високопродуктивна, інноваційна, творча. Відтак, сучасна концепція стратегічного управління підприємством припускає виділення з числа функціональних сфер діяльності тієї, що пов'язана з управлінням трудовим потенціалом.

Очевидно, що кожен суб'єкт господарювання прагне ефективно використовувати усі складові ресурсного потенціалу, а особливо трудовий, результати якого на пряму впливають на його результати. Відповідно першочерговими стають завдання визначення оптимальної чисельності персоналу, раціонального підходу до його наймання, забезпечення трудової зайнятості з урахуванням

особистих інтересів, ефективних механізмів мотивації праці та кар'єрного просування, напрямів та інструментів поліпшення умов праці і відпочинку. Все це засвідчує актуальність системного узагальнення характеристик ефективного використання трудового потенціалу підприємства.

Аналіз основних досліджень. Багато вітчизняних та зарубіжних економістів зауважили, що розвиток діяльності підприємства визначається насамперед ефективністю управління та використання трудового потенціалу а саме В. Вернадський, М. Туган-Барановський, В. Гейць, М. Долішній, С. Злупко, Д. Богиня, Л. Н. Лукьянченко, О. Новікова, Л. Семів, Л. Шевчук, Г. Беккер, Д. Белл, М. Кастельс, Е. Тоффлер, П. Друкер, М. Фішер, Т. Шульц, В. Ростоу, К. Маркс, Т. Мальтус, Д. Рікардо, А. Сміт, А. Маршалл та ін. Проте визначення ефективності використання трудового потенціалу та підбір для цього критеріїв в міру зростання вимог роботодавців до персоналу потребує удосконалення, що засвідчує необхідність подальшого дослідження проблеми.

Мета. Мета статті полягає у науковому обґрунтуванні системних характеристик ефективного використання трудового потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу. Трудовий потенціал підприємства розглядається як складна, динамічна, відкрита система управлінських рішень, які стосуються усіх аспектів забезпечення високої якості трудового життя. Втім трудовий потенціал підприємства не є простою сумою окремих здібностей та навиків працівників – тому, що об'єднання працівників у колектив дає ефект колективної праці, або сенергичний ефект. Він змінюється з розвитком освітнього і професійного рівня, зміною кількісного складу (плинність кадрів, їх скорочення або збільшення) [1, с. 65–71].

Відомо, що використання трудового потенціалу – це комплекс імперативних заходів, спрямованих на забезпечення умов для ефективної реалізації творчого, фізичного і інтелектуального капіталу персоналу. Використання персоналу повинно відповідати цілям підприємства, не ігнорувати його інтереси і дотримуватись загальнодержавних правових норм. При цьому, раціональне використання персоналу має забезпечити (1) оптимальну трудову зайнятість та стабільне і рівномірне завантаження протягом робочого періоду, (2) відповідність інтелектуального потенціалу вимогам робочого місця, посади, (3) періодичну зміну одного робочого місця на інше з метою забезпечення різноманітності виконуваних робіт і можливості гнучкого маневрування трудовою зайнятістю [2, с. 181–185; 3, с. 357–358].

Очевидно, що від ефективного використання трудового потенціалу залежить результативність діяльності підприємства. При ефективному формуванню та організації трудового потенціалу, що стосується набору, прийому, профорієнтації і перепідготовки, проведення атестації і переоцінки рівня кваліфікації, збільшуються обсяги діяльності, зростає якість бізнес-процесів та підвищується конкурентоспроможність підприємства. Водночас, неефективне використання трудових ресурсів зменшує продуктивність праці, значно знижує рівень кваліфікації і працездатності працівників, збільшує матеріальне та моральне старіння основних засобів, підвищує матеріаломісткість продукції, створює нерівно-

мірність витрат, призводить до значного підвищення собівартості продукції та зниження ефективності виробництва.

Особлива складність під час використання трудового потенціалу полягає в тому, що людські ресурси підприємства одночасно виступають, як об'єктом, так і суб'єктом управління. Так, суб'єктом управління виступають керівники різних організаційних рівнів на підприємстві, а об'єктом управління є учасники виробничого процесу.

Очевидно, що ефективність використання трудового потенціалу залежить від його сформованого стану. На нашу думку, особливе значення для формування трудового потенціалу належить стимулюванню працівників, під яким варто розуміти створення таких умов оплати праці суб'єктом господарської діяльності, що дають змогу максимізувати виробничі результати при мінімальних трудових витратах. Попри це характеризуючи підходи щодо обґрунтування доцільності формування трудового потенціалу підприємств потрібно враховувати низку особливостей (табл. 1).

Таблиця 1

Сукупність особливостей ефективного формування та використання трудового потенціалу підприємства (складено за [1; 3])

Рівні формування	ефективне формування трудового потенціалу має визначатися на двох рівнях: • *локальному (на підприємствах як ступінь задоволення соціально-економічних потреб персоналу) і регіональному;* • *загальнодержавному (як ступінь соціального захисту людей і однакове забезпечення соціальних потреб різних верств населення з боку місцевих органів та держави у цілому)*
Джерела ефективного формування та використання	важливим є визначення абсолютних масштабів і відносного рівня задоволення різноманітних соціально-економічних потреб працівників підприємств за рахунок власних ресурсів, таких як: • *збільшення розміру оплати праці понад установлений державою мінімальний рівень заробітної плати;* • *оплати частини вартості чи надання безплатних путівок до лікувально-оздоровчих закладів;* • *дотації;* • *надання безповоротної позики на придбання кооперативного житла та спорудження дачних будинків;* • *будівництво й утримання власного житлового фонду, баз відпочинку, будинків культури, поліклінік, дитячих дошкільних закладів, спортивних споруд для працівників підприємств;* • *забезпечення нормальних (нешкідливих для здоров'я) умов праці та належної охорони довкілля; навчання та підготовка кадрів за рахунок підприємств*

Закінчення табл.

Визначення ефективності формування	оцінюючи ефективність формування трудового потенціалу підприємств, потрібно врахувати також низку важливих соціально-економічних заходів, постійно здійснюваних за рахунок місцевих і загальнодержавного бюджетів
	конкретне визначення рівня ефективності формування трудового потенціалу підприємств має охоплювати кількісне вимірювання та оцінку ефекту й витрат по всій сукупності заходів, зміст і характер яких дозволяє це зробити, а також якісну характеристику та виявлення впливу на ефективність тих груп заходів, за якими кількісне вимірювання ефекту є неможливим

Виходячи із наведеного, можемо виділити основні шляхи підвищення ефективності використання трудового потенціалу підприємства:

- підвищення ефективної кадрової роботи, тобто покращення укомплектованості штату та його відповідності потребам, раціональний рух кадрів, формування ефективної системи ротації кадрів, визначення основних напрямів підвищення культурно-професійної кваліфікації персоналу підприємства;
- покращення показників продуктивності та ефективності праці – формування взаємозв'язку між показниками ефективності праці на рівні окремого працівника та загалом по підприємству та з матеріальними, моральними і соціальними засобами стимулювання праці;
- застосування ефективної системи морально-матеріального стимулювання;
- підвищення якості трудових ресурсів шляхом навчання та підвищення кваліфікації наявного персоналу, залучення нових висококваліфікованих спеціалістів;
- застосування соціальних факторів стимулювання праці, створення позитивної атмосфери у колективі, мінімізація конфліктних ситуацій у робочому процесі, а також створення умов, що сприяють прояву індивідуально-кваліфікаційного потенціалу і професійних характеристик працівника та ін. [6, с. 10–12; 4].

Крім того, удосконалення формування та використання трудового потенціалу підприємства має спиратися на накопичений зарубіжний прогресивний досвід, у першу чергу, це стосується державного фінансування і стимулювання внутрішньофірмової підготовки кадрів, використання сучасних систем оцінювання персоналу, формування та застосування системи матеріального заохочення різних категорій працівників до високоефективної трудової діяльності, організації праці працівників підприємства, а також залучення значної частини персоналу до управління виробництвом [7, с. 18].

Висновки. Варто зазначити, що ефективність діяльності і розвитку підприємства безпосередньо залежить від рівня сформованості та стану якісних характеристик використання трудового потенціалу. Важливим аспектом підвищення ефективності використання трудового потенціалу є те, що для досягнення високих результатів на підприємстві необхідно удосконалювати середовище

трудових відносин, впроваджувати практику соціального діалогу, забезпечити комерціалізацію інтелектуально-творчої праці. Тому перспектива подальших досліджень повинна стосуватись розробки механізмів використання трудового потенціалу підприємства, що враховуватимуть сучасні тенденції ринку праці, споживчих потреб населення та економіки держави.

Література

1. Базаров Т. Ю. Управление персоналом : навч. посіб. ; 8-е изд., стереотип. / Т. Ю. Базаров. – М. : Академия, 2010. – 224 с.

2. Богдан Ю. М. Аналіз використання кадрового потенціалу підприємства / Ю. М. Богдан // Економічний вісник Донбасу : наук. журнал. – 2011. – № 1 (23). – С. 181–185.

3. Гринкевич С. С. Системна трансформація використання трудового потенціалу країни / С. С. Гринкевич, Т. Г. Васильців // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5 (167). – С. 356–364.

4. Грищенко М. Ю. Шляхи покращення ефективності використання трудового потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / Ю. М. Грищенко, В. Й. Куценко. – Режим доступу : http://confcontact.com/2014_04_25 _ekonomika_i_menedgment/tom1/13_Gryshenko.htm.

5. Лупак Р. Л. Інтелектуалізація трудової діяльності як вектор продуктивного використання трудового потенціалу підприємства / Р. Л. Лупак, А. С. Ціцяла // Materiály XII mezinárodní vědecko-praktická konference «Aktuální vymoženosti vědy-2015». – Díl 2. Ekonomické vědy: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o – P. 55–57.

6. Набока Р. М. Управління трудовим потенціалом на підприємствах легкої промисловості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Р. М. Набока. – К. : Вид-во КНУТД, 2010. – 21 с.

7. Синиця Т. В. Формування та використання трудового потенціалу промислового підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.09.01 / Т. В. Синиця. – Харків, 2004. – 20 с.

ЛЕГАЛІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ЕЛЕМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Боклах Світлана
Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж

Анотація. Науково-пошукова робота вирішує теоретичну проблему легалізації «тіньової» зайнятості на Херсонщині, визначає шляхи детінізації ринку праці та легалізацію заробітної плати як елемент соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, заробітна плата, бюджет, податки, надходження, тіньова економіка, соціально-трудові відносини, зайнятість, детінізація, легалізація.

Постановка проблеми. Легалізація заробітної плати залишається актуальним питанням на сьогодні. Робота без офіційного оформлення трудових відносин та виплата зарплати «в конверті» мають глибокі корені й руйнують суспільство зсередини.

Більшість молоді вважає, що їхня пенсія ще далеко попереду, тому можна й не замислюватися над тим, що буде через 20–30 років. Дехто вважає, що жити потрібно тут і зараз, а про майбутню пенсію і чути не хоче. Ми не можемо собі дозволити жити та мислити одним днем. Загальновідомо, що розмір призначеної пенсії залежить від тривалості страхового стажу і отриманої заробітної плати. Отже, на сьогодні легальні заробітки та робочі місця – це завдання загальнонаціонального масштабу .

Аналіз основних досліджень. В Україні розроблено основні заходи щодо детінізації заробітної плати, а вітчизняні науковці пропонують численні підходи вдосконалення трудових відносин та виведення заробітної плати «з тіні». На увагу заслуговують дослідження З. Варналія, Т. Паєнтко, О. Шарікової, О. Засянської, О. Тупиці, В. Цвиха .

Проте теоретичні визначення шляхів боротьби з тіньовою економікою в цілому і тіньовою заробітною платою зокрема є недостатніми, а при використанні досвіду європейських країн на шляху до забезпечення прозорості економіки України не слід забувати, що цінним у міжнародному досвіді є не комплект готових рішень, директив на всі випадки життя, а науковий підхід до проблем суспільного розвитку.

Метою даної роботи є аналіз проблем легалізації заробітної плати та шляхів їх вирішення в контексті реалізації України як соціальної держави.

Виклад основного матеріалу. Підприємництво є частиною економічної системи, в якій воно функціонує. Його можна розглядати як активного учасника соціальних та економічних процесів у країні. У зв’язку з цим з’являються питання координації інтересів підприємства і суспільства, в рамках якого воно існує. Соціальну відповідальність бізнесу можна визначити як спробу проаналізувати, де і як компанія може допомогти у вирішенні соціальних та екологічних проблем, розвиваючись сама й розвиваючи середовище навколо себе.

Соціальна відповідальність бізнесу має багаторівневий характер:

1. **Базовий рівень** соціальної відповідальності бізнесу передбачає виконання таких зобов'язань: своєчасна оплата податків, виплата заробітної плати, по можливості – надання нових робочих місць.

2. **Другий рівень** соціальної відповідальності бізнесу передбачає забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але і життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери.

3. **Третій, вищий рівень** соціальної відповідальності бізнесу передбачає благодійну діяльність.

Розглядаючи базовий рівень соціальної відповідальності бізнесу, зосередимо свою увагу на сплаті податків у повному обсязі та виплаті заробітної плати не нижче встановленого мінімуму та відповідно до кваліфікації.

Заробітна плата – одна з головних економічних категорій, що поєднує інтереси працівників, роботодавців, держави і безпосередньо впливає на рівень життя населення. На сьогодні часто доводиться зустрічатися з таким явищем, як виплата зароблених коштів «у конверті» та робота без оформлення трудових відносин. Ці процеси мають глибокі корені й руйнують суспільство зсередини, позбавляючи майбутнього тих, хто отримує неофіційну заробітну плату і не має страхового стажу.

Основними передумовами порушень законодавства з питань оплати праці є: недосконаліть законодавства з питань оплати праці та можливість його недотримання; високий податковий тиск;необізнаність працівників, які хочуть отримувати зароблені гроші, при цьому не особливо замислюючись над майбутнім. Неоформлені трудові відносини мають негативні наслідки як для роботодавців і найманих працівників, так і для держави загалом.

Негативні наслідки для роботодавців. Роботодавці, що офіційно не оформлюють робітників, ризикують не отримати професійної віддачі від найманих працівників, які можуть порушувати трудовий процес .

Негативні наслідки для найманих працівників. Наймані працівники, погоджуючись на неформальну зайнятість, позбавляють себе багатьох соціальних прав, передбачених Конституцією України і Кодексом законів про працю України: пенсійного забезпечення; права на допомогу з тимчасової непрацездатності, включаючи догляд за хворою дитиною; допомоги з вагітності та пологів; виплати допомоги у зв’язку з втратою працездатності у разі нещасного випадку на виробництві або професійного захворювання; на оплачувану відпустку; на допомогу з безробіття у випадку втрати роботи; на охорону праці.

Головне – через несплату єдиного соціального внеску наймані працівники втрачають страховий стаж та можливість одержання зробленої пенсії через старість, інвалідність та в інших випадках, передбачених законодавством.

Нелегальна робота – це відсутність захисту від незаконного звільнення. Працівник, який отримує заробітну плату «в конверті», виявляється повністю незахищеним перед роботодавцем .

Негативні наслідки для держави. Від несплати внесків із тіньових доходів до державного та місцевого бюджетів країна втрачає мільярди гривень. Основним джерелом наповнення місцевих бюджетів є податок із доходів фізичних осіб, бо 60% утриманого ПДФО зараховується до місцевих бюджетів.

Розрахуємо суму недоплати в бюджет військового збору, ПДФО, ЄСВ, якщо підприємство приховує справжню нараховану заробітну плату.

Припустимо, що підприємство видає заробітну плату працівникам «у конверті» в сумі 40 250 грн.

Сума військового збору, що був недоотриманий із зарплати:

$$40\ 250 \text{ грн} \times 1{,}5\% = 603\ ,75 \text{ грн.}$$

Сума недоотриманого ПДФО:

40 250 грн × 18% = 7245 грн.

Сума недоотриманого ПДФО , що перераховується до бюджету:

7245 грн × 60% = 4347 грн.

Сума нарахованого ЄСВ:

40 250 грн × 22% = 8855 грн.

Сума ЄСВ, що не перерахована до ПФУ:

8855 грн × 88,29% = 7818,08 грн.

Отже, загальна сума податків, яка не перерахована до бюджету лише одним підприємством:

603,75 + 4347 + 7818,08 = 12768,83 грн.

Ці кошти могли б бути спрямовані на вирішення соціальних проблем кожного населеного пункту, якісне медичне обслуговування, належний рівень освіти та культури.

Міністерство економічного розвитку й торгівлі оцінює рівень тіньової економіки в 2015 році у 42%.

Протягом 2015 року Державна фіскальна служба виявила 102 тис. нелегальних найманих працівників. Ще більш як 41 тис. громадян, які здійснювали підприємницьку діяльність без реєстрації, офіційно зареєструвалися підприємцями торік і сплатили в бюджет близько 21 млн гривень податків. Загалом у 2015 році під час перевірок суб'єктів господарювання, які виплачували заробітну плату й інші доходи фізичним особам, були виявлені порушення податкового законодавства у 58% випадків. У бюджет донараховано близько 627 млн гривень податку на доходи фізичних осіб з урахуванням штрафних санкцій.

Питання дотримання законодавства про оплату праці та забезпечення соціальних гарантій працюючих на сьогодні – один із основних напрямків роботи на місцевому рівні.

Не варто забувати, що видача заробітної плати без відрахування встановлених податків і зборів є грубим порушенням законів України, яке підпадає під адміністративну та кримінальну відповідальності.

Щоб вивести заробітну плату з «тіні», пропонуємо такі заходи:

1. Щомісячно проводити моніторинг середньооблікової чисельності працівників.

2. Щоквартально забезпечити збирання, узагальнення, аналіз інформації про фактичні витрати на оплату праці, з яких сплачуються внески та збори до фондів соціального страхування.

3. Здійснювати контроль за діяльністю суб’єктів господарювання, які мають значні валові доходи, але офіційно виплачують заробітну плату меншу за мінімальну.

4. Не допускати встановлення органами державної податкової служби на облік рахунків платників податків, місцезнаходження яких не встановлено.

5. Контролювати зайнятість населення та обов'язковість укладення трудового договору в письмовій формі .

6. Застосувати досвід розвинених країн щодо розподілу податкового навантаження на фонд оплати праці між працедавцями і найманими працівниками.

У більшості європейських країн 66–75% загальної суми внесків до соціальних фондів сплачують роботодавці, а залишок – наймані працівники. У Греції та Швейцарії від 30 до 50% витрат покривають самі працівники, які особисто зацікавлені в легалізації своїх доходів, тому що від цього залежить їх майбутня пенсія. Приблизно порівну витрати на соціальні внески розподіляють обидві сторони трудових відносин у Словенії, Польщі та Великобританії. У Нідерландах 3/4 суми загальних соціальних внесків сплачують самі працівники.

7. Заохочувати сумлінних платників податків: запроваджувати деякі преференції, пільги, стимулювати матеріально і морально, інформувати громадськість.

Таким чином, вирішити проблему «тінізації» заробітної плати можна лише суспільними зусиллями усіх зацікавлених сторін, широко використовуючи досвід європейських країн, що вже отримали ефективні результати зниження нелегальності в оплаті праці. Усі запропоновані заходи позитивно вплинуть на соціально-трудові відносини в цілому і забезпечать підвищення платоспроможності населення.

Висновки. Проблеми легалізації трудових відносин характерні для багатьох країн, а шляхи виведення заробітної плати «з тіні» повинні бути індивідуальними та адаптованими до українських умов. Варто пам'ятати, що нелегальна праця – це робота без гарантій, майбутнє без гідних пенсій, а легалізація заробітної плати – загальна проблема всіх, її треба вирішувати спільними зусиллями. Адже питання виплати зарплатні «у конвертах» – це своєрідний трикутник: працедавець – робітник – держава. Тому боротися з цією проблемою потрібно, об'єднавши зусилля.

Кожному громадянину необхідно зрозуміти, що захистити себе він зможе тільки законним шляхом, і це можливо лише за умови оформлення трудових відносин належним чином.

Література

1. Кодекс Законів про працю України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/322-08. - Дата звернення: 01.03.2016.

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. – Дата звернення: 01.03.2016.

3. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010 №2464 VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/ laws/show/2464-17. – Дата звернення: 01.03.2016.

4. Легалізація заробітної плати [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://kherson.kspfu.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=434:2015-08-12-07-46-54&catid=15:2012-04-02-08-07-47&Itemid =14. – Дата звернення: 01.03.2016.

5. Легалізація заробітної плати найманих працівників. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://chtdipp.ucoz.ua/publ/legalizacija_zarobitnoji_plati_najmanikh_pracivnikiv/1-1-0-263. – Дата звернення: 01.03.2016.

6. Легалізація оплати праці у місті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.city.kherson.ua/articles/legalizaciya-oplati-praci-u-misti. – Дата звернення: 01.03.2016.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Довбня Надія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У статті досліджено конкурентоспроможність країн на основі виявлення взаємозв'язку між процесним капіталом з одного боку, та ринковим, людським, фінансовим капіталом і капіталом відновлення – з іншого.

Ключові слова: конкурентоспроможність, інтелектуальний капітал, процесний капітал.

Постановка проблеми. У сучасних умовах економічного розвитку конкурентоспроможність макросистем істотним чином забезпечується через суспільне нагромадження та ефективне використання інтелектуального капіталу. Економічний розвиток країн досягається на основі відкритості суспільства до нових знань та інформації; через здатність економіки ефективно переробляти існуючі знання, та продукувати новітні. Визнання того, що одним з найбільш важливих джерел конкурентоспроможності економік країн є інтелектуальний капітал, викликало потребу одночасного дослідження за двома зазначеними напрямами економічної думки: а) щодо конкурентоспроможності та б) щодо інтелектуального капіталу. Протягом останніх років така науково-практична проблематика набула істотного поширення.

Аналіз основних досліджень. Дослідженню концепції інтелектуального капіталу присвячено наукові праці таких зарубіжних науковців: Е. Брукінг, Дж. Гелбрейт, Л. Едвінсон, К. Лін, М. Мелоун, Т. Стюарт. Вагомим є внесок у дослідження зазначеної проблематики таких вітчизняних науковців: В. Базилевич, О. Бутнік-Сіверський, В. Врублевський, В. Геєць, А. Грішнова, А. Колот, Л. Федулова, А. Чухно.

Проблематика формування конкурентоспроможності макроекономічних систем досліджена у працях зарубіжних і вітчизняних науковців В. Андрійчука, Я. Белінської, В. Гейця, Я. Жаліла, М. Кондратьєва, П. Кругмана, С. Ліндера, М. Портера, А.Чухна, Й. Шумпетера та ін.

Мета. Метою дослідження є виявлення умов забезпечення конкурентоспроможності країн, що формуються під впливом багатьох чинників.

Виклад основного матеріалу. Серед методик оцінки інтелектуального капіталу країн важливе місце посідає модель Л. Едвінсона та К. Лін. Науковці визначають інтелектуальний капітал як знання, інформацію, інтелектуальну

власність, досвід, які можуть бути використані для створення економічного добробуту та є майбутню можливістю отримання прибутку [5, с. 1]. Саме запропоновану ними методологію використано як підґрунтя наших досліджень. Модель Л. Едвінсона та К. Лін передбачає визначення кількісних і якісних показників у розрахунках. За цією методикою виведено узагальнений індекс національного інтелектуального капіталу 40 країн світу *NICI40* (*National Intellectual Capital Indices* for *40 countries)*.

Модель *NICI40* дозволяє оцінити інтелектуальний капітал країн за п'ятьма структурними компонентами: 1) людський капітал (наявність професійної робочої сили, організація навчання персоналу, писемність населення, вища освіта, співвідношення кількості учнів та вчителів, кількість користувачів мережі Інтернет, витрати на освіту); 2) ринковий капітал (податкове стимулювання, венчурні підприємства, відкритість культури, глобалізованість, прозорість бізнесу, імідж країни, обсяги експорту); 3) процесний капітал (конкуренція у бізнес-середовищі, ефективність уряду, захист прав інтелектуальної власності, доступність капіталу, кількість комп'ютерів на душу населення, легкість відкриття нового підприємства, кількість користувачів мобільними телефонами); 4) капітал відновлення (витрати підприємств на дослідження і розвиток, витрати на дослідження і розвиток як відсоток ВВП, зайнятість у сфері дослідження і розвитку, кооперація між університетами та підприємствами, кількість наукових статей та патентів на душу населення); 5) фінансовий капітал (логарифм показника ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності).

У забезпеченні національної конкурентоспроможності важливу роль відіграють всі складові інтелектуального капіталу, але безпосередньо параметри конкурентоспроможності обчислюються в складі процесного капіталу (елемент моделі – «конкурентне середовище бізнесу»). Як зазначають К. Лін та Л. Едвінсон, процесний капітал – це співробітництво та обмін знаннями, яке потребує залучення інтелектуальних активів, таких як інформаційні системи, обладнання, програмне забезпечення, бази даних, лабораторії та національна інфраструктура, що включає транспорт, інформаційні технічні навички, зв'язок та комп'ютеризацію, технологічну оснащеність країни і телекомунікаційні послуги, персональні комп'ютери, мобільний зв'язок, інформаційну безпеку, якість науково-дослідних установ, правове середовище щодо регулювання підприємницької діяльності, мінімально необхідну кількість днів для започаткування бізнесу, система управління якістю і продуктивністю виробництва [1, с. 4].

Таким чином, припустимо стверджувати, що саме процесний капітал (який являє собою переважно об'єктивовані знання, втілені в нематеріальні активи) безпосередньо утворює основу конкурентоспроможності економіки [2, с. 31]). Переважна більшість елементів процесного капіталу є нічим іншим ніж втіленням інтелектуальної праці людини, яка походить від особистості, а отже, створюються за використання людського капіталу.

Використання зведених даних за індексами складових національного інтелектуального капіталу 40 країн світу стало основою для побудови нами математичної моделі взаємозв'язку процесного капіталу з усіма іншими складовими інтелектуального капіталу. Кореляційно-регресійний аналіз вихідних даних

дозволяє дослідити зв'язок між показниками, з яких один розглядається як залежна змінна (індекс процесного капіталу), інші – як незалежні показники-фактори (індекси людського, ринкового капіталу, капіталу відновлення та фінансового капіталу). Кореляційний аналіз необхідний для кількісного виміру виявленого зв'язку. Для побудови моделі нами використано такі позначення: X_1 – індекс людського капіталу, X_2 – індекс ринкового капіталу, X_3 – індекс процесного капіталу, X_4 – індекс капіталу відновлення, X_5 – індекс фінансового капіталу.

Для визначення взаємного впливу названих складових інтелектуального капіталу нами побудована кореляційна матриця, в якій вказуються попарно коефіцієнти для усіх змінних:

$$r = \begin{pmatrix} 1 & 0{,}528958 & 0{,}899493 & 0{,}840324 & 0{,}845758 \\ 0{,}528958 & 1 & 0{,}762265 & 0{,}453994 & 0{,}467114 \\ 0{,}899493 & 0{,}762265 & 1 & 0{,}843264 & 0{,}817268 \\ 0{,}840324 & 0{,}453994 & 0{,}843264 & 1 & 0{,}705493 \\ 0{,}845758 & 0{,}467114 & 0{,}817268 & 0{,}705493 & 1 \end{pmatrix}$$

При цьому табличне значення критерію Стюдента t фіксується на рівні значимості 0,05, а ступінь свободи дорівнює 38 ($n - 2 = 40 - 2$); $t_{кр} = 2{,}024394$.

Згідно з розрахунками отримано таке значення множинного коефіцієнта кореляції: $r_{кр} = 0{,}312006$. Визначник кореляційної матриці, обчислений нами, – $|r| = 0{,}002661$; критерій $X^2 = 216{,}4142$; табличне значення $X^2_{табл.} = 11{,}0705$. Оскільки $X^2_{табл.} < X^2$, то в масиві пояснювальних змінних мультиколінеарність існує.

Зворотна матриця представлена так:

$$C = \begin{pmatrix} 8{,}338749 & 2{,}040479 & -6{,}82326 & -0{,}92772 & -1{,}77477 \\ 2{,}040479 & 4{,}81131 & -8{,}78785 & 2{,}484054 & 1{,}456366 \\ -6{,}82326 & -8{,}78785 & 22{,}5839 & -6{,}50382 & -3{,}99296 \\ -0{,}92772 & 2{,}484054 & -6{,}50382 & 5{,}278704 & 1{,}215565 \\ -1{,}77477 & 1{,}456366 & -3{,}99296 & 1{,}215565 & 4{,}226485 \end{pmatrix}$$

Отримано наступні показники F-критерію Фішера: $F_1 = 64{,}21405$; $F_2 = 32{,}39613$; $F_3 = 183{,}4631$; $F_4 = 36{,}36898$; $F_5 = 27{,}42512$. Табличний F-критерій: $Ftab = 2{,}641465$. Оскільки $F_1, F_2, F_3, F_4, F_5 > Ftab$, то змінні X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 – мультиколінеарні з іншими змінними.

Користуючись даними матриці C, знайдено частинні коефіцієнти кореляції. Ми порівняли отримані результати з показником множинного коефіцієнту кореляції ($r_{кр}$.). Аналіз отриманих результатів веде до висновку, що існує тісний зв'язок між процесним капіталом та відповідно людським, ринковим капіталом, капіталом відновлення і фінансовим капіталом.

Розрахунки, проведені за критерієм Стьюдента, підтверджують, так само як і частинні коефіцієнти кореляції, наявність мультиколінеарного зв'язку між процесним капіталом, з одного боку, та всіма іншими складовими інтелектуального

капіталу (з кожним із вище названих) – з іншого. Тобто величина індексу процесного капіталу залежить від значень індексів людського, ринкового, фінансового капіталу та капіталу відновлення (табл. 1).

Таблиця 1

Параметри *t*-критерію Стьюдента

Показник	Висновок
t_{12}= -2,01315 < 2,024394	не існує мультиколінеарного зв'язку
t_{13}= 3,390328 > 2,024394	існує мультиколінеарний зв'язок
t_{14}= 0,835456 < 2,024394	не існує мультиколінеарного зв'язку
t_{15}= 1,853385 < 2,024394	не існує мультиколінеарного зв'язку
t_{23}= 9,273238 > 2,024394	існує мультиколінеарний зв'язок
t_{24}= -3,35151 < 2,024394	не існує мультиколінеарного зв'язку
t_{25}= -2,01884 < 2,024394	не існує мультиколінеарного зв'язку
t_{34}= 4,387323 > 2,024394	існує мультиколінеарний зв'язок
t_{35}= 2,649274 > 2,024394	існує мультиколінеарний зв'язок
t_{45}= -1,57557 < 2,024394	не існує мультиколінеарного зв'язку

Примітка. Якщо $t_{kj} > t_{кр}$, то між змінними існує мультиколінеарний зв'язок; $t_{кр} = 2{,}024394$.

Побудована багатофакторна кореляційно-регресійну модель зв'язку між процесним капіталом та усіма іншими складовими інтелектуального капіталу надає можливість поглибленого вивчення ситуації, що склалась. Нами визначено параметри багатофакторної моделі, де X – матриця незалежних змінних; X^T – транспонована матриця X; Y – вектор значень залежної змінної.

Матриця $X^T X$ та обернена матриця має вигляд:

$$X^T X = \begin{pmatrix} 40 & 245 & 226 & 150 & 365{,}74 \\ 245 & 1556 & 1406 & 998 & 2270{,}1 \\ 226 & 1406 & 1308 & 882 & 2076 \\ 150 & 998 & 882 & 722 & 1414{,}5 \\ 366 & 2270 & 2076 & 1415 & 3364{,}8 \end{pmatrix}; \quad (X^T X)^{-1} = \begin{pmatrix} 7{,}41 & 0{,}29 & -0{,}1 & 0{,}11 & -0{,}9864 \\ 0{,}29 & 0{,}12 & -0 & -0 & -0{,}0911 \\ -0{,}1 & -0 & 0{,}04 & -0 & -0{,}0036 \\ 0{,}11 & -0 & -0 & 0{,}02 & 0{,}0012 \\ -1 & -0{,}1 & -0 & 0 & 0{,}1708 \end{pmatrix}$$

Виходячи з попередніх розрахунків, добуток матриць $X^T Y$ та коефіцієнти моделі B визначилися наступним чином:

$$X^T Y = \begin{pmatrix} 213{,}02 \\ 1367{,}2 \\ 1244{,}1 \\ 900{,}16 \\ 1982{,}7 \end{pmatrix}; B = \begin{pmatrix} -4{,}8 \\ 0{,}4 \\ 0{,}62 \\ 0{,}22 \\ 0{,}37 \end{pmatrix}$$

Таким чином, багатофакторна кореляційно-регресійна модель зв'язку процесного капіталу та усіх інших складових інтелектуального капіталу має вигляд:

$$X_3 = -4{,}785 + 0{,}3952 \cdot X_1 + 0{,}6237 \cdot X_2 + 0{,}2164 \cdot X_4 + 0{,}367 \cdot X_5$$

Названа кореляційно-регресійна модель підтверджує, що ринковий капітал найбільше впливає на процесний, а отже на конкурентоспроможність країни. Це відображається безпосередньо через відповідний показник (конкуренція у бізнес-середовищі), а також опосередковано через решту показників процесного капіталу, що відображають використання інтелектуальної власності. При зростанні значення індексу ринкового капіталу на одиницю, значення індексу процесного капіталу збільшується на 0,6237. Сукупний вплив чотирьох факторів на процесний капітал (100%) розподіляється наступним чином: вплив ринкового капіталу становить 38,9%, вплив людського капіталу – 24,7%, вплив фінансового капіталу – 22,9%, вплив капіталу відновлення – 13,5%.

Перевірка тісноти загального впливу незалежних змінних на залежну показала, що варіація відповідно ринкового, людського, фінансового капіталу та капіталу відновлення на процесний капітал характеризується тісним зв'язком: $R^2=0,9557$. Перевірка на значущість вибіркового коефіцієнта кореляції передбачає розрахунок коефіцієнта кореляції, який характеризує тісноту лінійного зв'язку всіх незалежних факторів X із залежною змінною Y.

Обчислений показник: $R=0,9776$. Обчислений результат також підтверджує наявність тісного зв'язку процесного капіталу з усіма іншими складовими інтелектуального капіталу.

Висновки. Інтелектуальний капітал є одним із основних чинників, що визначає конкурентоспроможність країн світу та, як наслідок, добробут, економічне зростання та розвиток країни. Зважаючи на це, державне регулювання в Україні має бути, передусім, зосереджено на реалізації засад податкового стимулювання, створення венчурних підприємств, формування європейської культури бізнесу, засад з адаптації вітчизняних виробників до глобальних процесів світової економіки, сприяння експорту тощо. Саме ці напрями державної регуляторної політики є одночасно чинниками конкурентоспроможності української економіки, які згідно з методологією, що була застосована, відносяться до складу ринкового капіталу. В сукупності частка їх впливу найбільша – близько 40%. Другим за силою дії є агрегований у своєму складі людський капітал (майже 25% впливу на конкурентоспроможність української економіки). Заходи державного регулювання відповідного змісту конкретизовані так: професійна підготовки робочої сили, якість освіти, у тому числі вищої, а також її фінансування. Решту сукупного впливу на конкурентоспроможність країни утворює фінансовий капітал (державні засади стосуються в основному підвищення реального ВВП на душу населення) та капітал відновлення (основними спрямуваннями регуляторних засад держави є заохочення підприємств щодо збільшення витрат на НДДКР, патентування, науково-виробничого кооперування тощо).

Література

1. Lin C.Y.-Y. National Intellectual Capital: A Comparison of 40 Countries/ C.Y.-Y. Lin, L. Edvinsson. – New York: Springer, 2011. – 392 p.

2. Базавлук Н. Г. Визначальні чинники конкурентоспроможності національної економіки: сучасний контекст аналізу / Н. Г. Базавлук // Економіка розвитку. – 2014. − № 4 (72). – С. 30-35.

ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ У МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Бондарчук Анна
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У даній роботі проводиться аналіз понять соціального розвитку, та управління ним через систему мотиваційних засобів.

Ключові слова: управління соціальним розвитком, менеджмент персоналу, мотивація, управління персоналом

Постановка проблеми. Формування сприятливих стосунків у трудовому колективі – одне з найважливіших питань, над яким ламають голову безліч вчених та підприємців сфери торгівлі. Тому на будь-якому підприємстві важливе місце займає робота над соціальним розвитком персоналу, адже для продуктивної роботи та досягнення поставлених цілей налагоджена атмосфера у колективі займає одне з найважливіших місць.

Аналіз основних досліджень. Над проблематикою соціального розвитку персоналом на підприємствах торгівлі працювало і продовжує працювати безліч видатних вчених таких як Литвиненко А. В., Баклицький І. О, Осовська Г. В., Осовський О. А., але з постійним розвитком нашого суспільства ця тема ніколи не застаріє і завжди буде залишатися актуальною.

Мета. Дане дослідження проводиться з метою розкриття основних понять щодо управління соціальним розвитком колективу

Виклад основного матеріалу. Соціальний розвиток – це зміна суспільства, яка призводить до появи нових суспільних відносин, інститутів, норм і цінностей. В результаті розвитку виникає новий якісний стан об'єкта, який виступає як зміна його складу або структури (тобто виникнення, трансформація або зникнення його елементів і зв'язків).

Соціальний розвиток персоналу організації – це багатоаспектне поняття, яке включає в себе безліч складових (рис. 1).

Судячи з досвіду зарубіжних і вітчизняних корпорацій велику роль у соціальному розвитку персоналу відіграє поліпшення умов праці та розвиток системи стимулювання і трудової мотивації. Адже кожен працівник знає для чого він працює, для когось це просування по кар'єрній драбині, хтось хоче покращити свій фінансовий стан, а хтось прагне до самовдосконалення. Тому керівнику дуже важливо підібрати систему мотивації для кожного працівника. Це дозволить оптимізувати та налагодити роботу підприємства, бо і працівник і підприємство буде зацікавлене в цьому.

Мотивація в управлінні описує способи, в яких менеджери сприяють підвищенню продуктивності в їхніх співробітників.

Система мотивації персоналу – сукупність взаємопов'язаних заходів, які стимулюють працівників підприємства до ефективної праці заради досягнення цілей діяльності підприємства (табл. 1).

Рис 1. Складові соціального розвитку персоналу

Таблиця 1

Ознака класифікації	Види мотивації
За групами основних потреб	Матеріальна: це дуже ефективний спосіб заохочення співробітників до того, щоб вони прагнули до виконання своїх завдань якісно і швидко
	Трудова: це процес створення умов, при яких професійні групи і окремі працівники виконують функціональні обов'язки або виробничі завдання на необхідному (припустимому) рівні
	Статусна: прагнення людини зайняти більш значну посаду, виконувати складнішу і відповідальнішу роботу, працювати в престижних, соціально важливих сферах організації
За джерелами виникнення мотивів	Внутрішня: обумовленість поведінки факторами, які безносередньо не зв’язані із впливом середовища і фізіологічними потребами організму
	Зовнішня: вплив (в основному оперативний, терміновий) на поведінку особистості з боку інших осіб з метою ініціювання мотиваційного процесу, чи втручання в її дії

Закінчення табл. 1

Ознака класифікації	Види мотивації
За спрямованістю на досягнення цілей	Позитивна: мотивація, яка ґрунтується на позитивних стимулів або позитиві, міститься в самому справі
	Негативна: спонукання, зумовлені усвідомленням можливих неприємностей, незручностей, покарань, які можливі в разі невиконання діяльності
За формами соціальної поведінки персоналу	Мотивація досягнення: прагнення досягнути високих результатів і майстерності в діяльності
	Мотивація спілкування: сукупність рушійних сил, які спонукають особистість до зв'язків з іншими людьми, які призводять до виникнення психічного контакту, що проявляється у передачі партнеру по спілкуванню інформації (вербальної та невербальної) і має мету встановлення взаєморозуміння і взаємопереживання
	Мотивація ідентифікації з іншими людьми: прагнення бути схожим на кумира, героя, авторитетну особистість; відповідати суспільним і груповим зразкам поведінки, суспільній думці.
	Мотивація агресивної та егресивної поведінки: спонукання до специфічної форми дій, яка характеризується демонстрацією переваги в силі чи використанням сили до інших людей з метою нанесення шкоди
	Мотивація симпатії: сукупність рушійних сил, які спонукають до розвитку теплих, позитивних емоційних відносин з іншими людьми
	Мотивація допомоги: спонукання до дій, спрямованих на покращення добробуту інших людей (наприклад прояв люб'язності, допомога діями, грошима тощо
	Мотивація влади: це сукупність прагнень людини до здобуття впливу на індивідуумів чи групи за допомогою засобів влади

Слід взяти до уваги, що розвиток персоналу важливий аспект для підприємства, який потрібно вдосконалювати шляхом вибору правильної системи мотивації, зацікавленості в кожному працівнику, і в його інтересах.

Проаналізувавши таблицю, варто зазначити, що всі види мотивації незалежно від ознак класифікації взаємозалежні між собою, таким чином можна створити потужну мотиваційну систему на підприємстві. За таких умов збільшиться продуктивність персоналу, і затрата фінансових ресурсів на підприємстві буде мінімальною.

Висновки. Соціальний розвиток – найважливішим елементом розвитку будь-якої організації. Характер управління соціальним розвитком на підприємстві є стратегічним, який орієнтується на досягненні цінних результатів, і реалізації стратегії щоб забезпечити суспільного значення. Існує важливий взаємовплив результатів розвитку і мотивації персоналу та його інноваційність, фінансову стійкість, ринкову вартість та конкурентоспроможність.

Аналіз стану та перспектив соціального розвитку торговельних підприємств показав, що на сьогоднішній день для ефективного розвитку та мотивації персоналу слід використовувати наведені у статті складові соціального розвитку і класифікаційні ознаки засобів мотивації персоналу.

Література

1. Литвиненко А.В. Управління соціальним розвитком трудового колективу // Персонал. – 2010. – № 4. – С.40.

2. Баклицький І. О. Психологія праці : підручник. – 2-е вид., перероб. і доп. / І.О. Баклицький. – К.: Знання, 2008. – 655 с.

3. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент організацій : Навч. посібник. – К.: Кондор, 2010. – 860 с.

КОМП'ЮТЕРНИЙ ТРЕНАЖЕР ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «ДИФЕРЕНЦІАЛЬНІ РІВНЯННЯ»

Безмєнов Едуард
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. В роботі показані етапи створення програми комп'ютерного тренажера для дистанційного курсу «Диференціальні рівняння» з теми «Лінійні диференціальні рівняння другого порядку зі сталими коефіцієнтами з спеціальним видом правої частини». Описана технічна інформація програми, розглянута робота її основних модулів.

Ключові слова: комп'ютерний тренажер, дистанційний курс, диференціальні рівняння, мова програмування, графічний інтерфейс.

Постановка проблеми. При дистанційному вивченні дисципліни «Диференціальні рівняння» виявляється недостатнім освоєння теоретичного матеріалу курсу. Виникає необхідність у практичному застосуванні методів інтегрування диференціальних рівнянь різних видів. Комп'ютерний тренажер призначений для закріплення теоретичного матеріалу дисципліни, відпрацювання технічних навичок вирішення завдань, забезпечує отримання інформації з теорії та методів інтегрування лінійних диференціальних рівнянь другого порядку зі сталими коефіцієнтами, дозволяє проводити контроль та самоконтроль знань і практичних умінь.

Аналіз основних досліджень. В результаті проведеної роботи створено програму комп'ютерного тренажера, яка реалізована на високорівневій і наразі найактуальнішій мові програмування JAVA.

Мета. Метою роботи є розробка програми для комп'ютерного тренажера, який допоможе викладачу оцінити наявні знання по заданим темам курсу, а студенту самостійно проаналізувати свої знання при практичному розв'язку диференціальних рівнянь.

Виклад основного матеріалу. Диференціальні рівняння є нормативною дисципліною навчального плану підготовки бакалаврів з інформатики і є продовженням таких математичних дисциплін як «Математичний аналіз», «Алгебра та геометрія». Крім цього, знання методів розв'язку диференціальних рівнянь особливо потрібно студентам спеціальності «Соціальна інформатика» при вивченні функціонального аналізу, чисельних методів, програмування, теорії керування.

Дисципліна «Диференціальні рівняння» є достатньо складною математичною дисципліною. В часи, коли комп'ютер є в кожного студента і кожен має достатньо досвіду для користування ним, було би не логічно цим не скористатись. Маючи деякий досвід в програмуванні, отримав завдання написати програму для комп'ютерного тренажера з дистанційного курсу «Диференціальні рівняння».

На початковому етапі був розроблений тренажер по двом темам: «Лінійні диференціальні рівняння другого порядку зі сталими коефіцієнтами» і «Лінійні диференціальні рівняння другого порядку зі сталими коефіцієнтами зі спеціальним виглядом правої частини». Отримавши необхідну інформацію, опанувавши методичну та наукову літературу, був розроблений сценарій роботи майбутнього тренажера по заданим темам дисципліни.

Нашою метою було зробити тренажер, який допоможе викладачу оцінити наявні знання по заданим темам курсу. А студенту – самостійно проаналізувати свої знання і заробити додаткові бали по дисципліні.

Самі тренажери призначенні для закріплення матеріалу і відпрацювання технічних навичок розв'язання задач. Вони забезпечують отримання інформації по теорії і методам розв'язання задач, тренування на різноманітних рівнях самостійності, контроль та самоконтроль, надають допоміжні засоби. Тренажери, як правило, включають режими: теорія, самостійна робота, самоконтроль.

В результаті програма реалізована на високорівневій і наразі найактуальнішій мові програмування JAVA. Її особливість в кроссплатформеності, тобто програма може бути запущена на таких операційних системах як: Windows, Mac OS, Solaris і дистрибутивах Linux. Щодо останнього, це дуже актуально для навчальних закладів, адже Linux є безкоштовними тому і доволі поширеними. Також ця мова програмування надає можливість доволі легко перенести програмний код на мобільну платформу Android, яка наразі є найпоширенішою для мобільних смартфонів.

Графічний інтерфейс реалізований на технології Swing з додатковим модулем Look and Feel. Це надало можливість зробити програму легкою для сприйняття, надати їй приємного зовнішнього вигляду, з метою забезпечити комфорт рішення своїх задач для користувача.

Особливість тренажера в тому, що він генерує і розраховує приклади, і вже на базі своїх розрахунків надає свої завдання студенту.

Програма має три частини:

Частина для студента (рис. 1). В ній надаються завдання для студента, і саме в ній студент надає свої рішення.

Частина для викладача (рис. 2). Ця частина виявилась деяким побічним ефектом, для відлагодження роботи програми, але вона корисна тим, що викладач може перевіряти коректність своїх прикладів, а також генерувати завдання для студентів. Для них дана частина доступною не буде.

Частина з лекціями (рис. 3). Якщо студент зробив занадто багато помилок, програма блокується і викликається частина з матеріалом для вивчення. Таким чином він може освіжити свої знання і проаналізувати свої помилки. Після закриття вікна, студенту надається нове згенероване завдання.

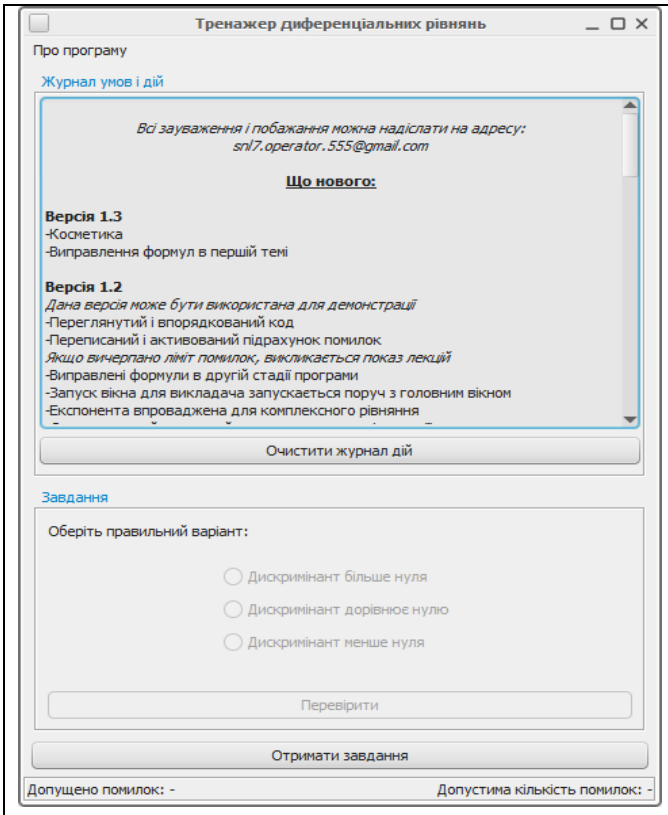


Рис. 1. Частина для студента

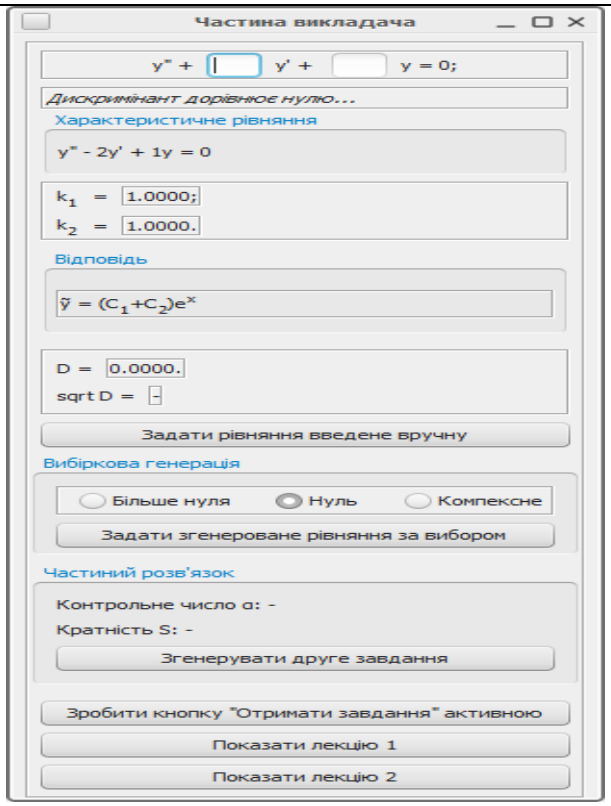


Рис. 2. Частина для викладача

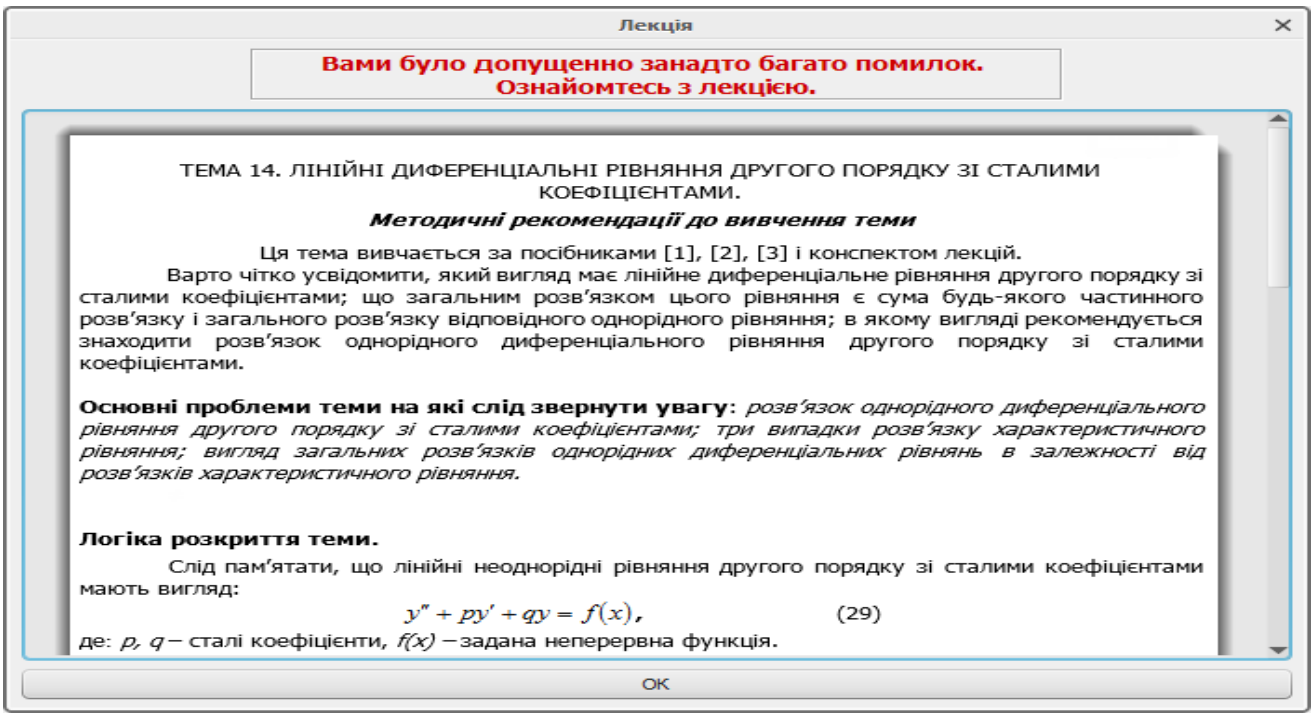


Рис. 3. Частина з лекціями

Розгляд частини для студента: 1 – панель для задач, умові відображення дій; 2 – панель для дій студента; 3 – панель для відображення кількості помилок.

Розгляд частини викладача: 1 – можливість задавати диференціальне рівняння вручну; 2 – панелі перегляду результатів щодо характеристичного рівняння; 3 – можливість генерувати власне диференціальне рівняння за вибором; 4 – можливість примусово на базі характеристичного рівняння, генерувати спеціальний вид правої частини рівняння і перегляд його результатів; 5 – можливість перегляду лекцій.

В одному з вікон тренажеру реалізована тема знаходження виду рішення однорідного диференційного рівняння другого порядку з постійними коефіцієнтами: 1 – реалізований вибір типу рівняння; 2 – реалізована перевірка коренів характеристичного рівняння; 3 – реалізований вибір розв'язку диференційного рівняння.

В другому вікні реалізована тема знаходження виду частинного розв'язку диференційного рівняння другого порядку зі спеціальним видом правої частини.

Висновки. В результаті була розроблена перша версія програми комп'ютерного тренажера з окремих тем дистанційного курсу «Диференціальні рівняння». Проведено тестування та налагодження програми тренажера, вдосконалення й покращення дизайну. В подальшому, планується продовжити роботу з написання програми тренажера для інших тем дисципліни.

Література

1. Овчинніков П. П. Вища математика: Підручник / Овчинніков П. П., Яремчук Ф. П., Михайленко В. М. – Ч.2. – К.: Техніка, 1999. – 592 с.

2. Филиппов А. Ф. Сборник задач по дифференциальным уравнениям. – М.: Наука, 1985. – 128 с.

ФОРМУВАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ЧЕСНОСТІ СТУДЕНТІВ

Бровко Ірина, Славко Ігор
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. Проаналізовано сучасний стан дослідження проблеми академічної етики студентів, виявлено особливості думки студентів щодо її порушень та шляхи формування академічної чесності студентів у вищому навчальному закладі.

Ключові слова: академічна етики, академічна чесність, плагіат, списування, групові та соціальні норми, кодекс честі студента.

Постановка проблеми. Невиявлені або невивчені відмінності в академічній культурі та поведінці можуть призвести до непорозумінь, затягуванню процесу адаптації студентів, які навчаються за кордоном. Необхідність узгоджувати норми поведінки виникає в інтеграційних освітніх процесах, при створенні міжнародних освітніх мереж, використанні освітніх технологій інших країн тощо. Тому, виявлення та характеристика підходів вітчизняних та закордонних вчених щодо академічної чесності студентів, до шляхів її формування є важливою та актуальною проблемою сучасної педагогіки.

Аналіз основних досліджень. Проблема подолання академічної нечесності та корупції в освіті, боротьби з плагіатом та з іншими проявами порушень академічної етики активно обговорюється на всіх рівнях управління та функціонування системи освіти в Україні. Одним з перших проблему академічної чесності у вищій освіті України почав висвітлювати В. В. Ромакін, який проаналізувавши міжнародний досвід, запропонував низку заходів боротьби з її різноманітними проявами [4]. Як важливу складову правового виховання розглядає формування культури академічної чесності Ю. Ю. Калиновський [2]. Ставлення студентів до виявів академічної нечесності в Україні, Польщі, Швейцарії аналізують вчені Н. Гапон, А. Худзіцка-Чупала та А. Лупіна-Вегенер. Вони на даних емпіричного дослідження роблять порівняльний аналіз ставлення студентів різних країн до академічної нечесності, характеризують існуючі суб'єктивні та об'єктивні соціальні норми щодо списування [1].

Мета. На основі аналізу наукової літератури оцінити сучасний стан дослідження проблеми академічної етики, схарактеризувати особливості думки студентів щодо проблем академічної чесності та шляхів її формування.

Виклад основного матеріалу. Як свідчать результати соціологічних опитувань, рівень сучасної студентської академічної культури є доволі низьким. В основі цієї деформації – мотивація значної частини студентства лише на отримання оцінок та дипломів, а не на отримання якісних знань для професійної діяльності. Східноукраїнський фонд соціальних досліджень реалізував проект, який включав у себе: аналіз статистичних даних та регламентуючих положень щодо інструментів і засобів боротьби з плагіатом; соціологічне опитування студентів та викладачів ВНЗ; фокусовані групові інтерв'ю зі студентами вишів. Дослідники дійшли висновку, що інституційні механізми боротьби зі спису-

ванням, плагіатом та іншими виявами низької академічної культури майже відсутні на системному рівні. Вища школа привчає до неповаги до інтелектуальної власності, поширює і нормалізує практики, неприйнятні з погляду професійної етики та суспільної моралі [3]. Основними причинами, які штовхають студентів до списування, дослідники вважають наступні: перевантаженість студентів та викладачів; перенесення схожої поведінки зі школи; низький рівень мотивації; порочні етичні норми.

Академічна етика – це дотримання певних морально-правових норм, правил та принципів у навчальному закладі як студентами, так і викладачами. Правила академічної чесності орієнтують студента на якісне навчання, адекватну самооцінку щодо рівня отриманих знань та виступають стимулом чесної конкуренції на ринку праці. Фактично молода людина повинна зрозуміти, що від якості отриманих нею знань залежить її майбутнє – спектр можливостей щодо працевлаштування, кар'єрне зростання, соціальний статус та ін.

Дослідження думки студентів щодо питань академічної чесності було проведено у 2015 р. в ПУЕТ [5]. На питання «Чи виправдовуєте Ви академічну нечесність?», – студенти далі відповіді: 44% – «так, адже дуже важко запам'ятати матеріал різних дисциплін»; 50% – «це справа кожного»; 6% – «ні, засуджую – все одно ми повинні володіти всією наданою нам інформацією, навіть якщо вона нам не знадобиться».

З відповіді на питання – «Чи потрібно карати за списування, плагіат, шахрайство на іспитах і заліках?» – отримано такі результати: – «не завадило би» – відповідали 27%; «звичайно, так як за постійним списування криється відсутність знань» – 15% опитаних; «в цьому немає нічого поганого» – вважають 58% опитаних студентів університету.

На питання – «Як Ви ставитесь до корупції у ВНЗ?» – отримали такі результати: 25% опитаних вважають, що це – норма сучасного суспільного життя; 35% вважають, це злочином, 40% думають, що це – один з можливих способів вирішення існуючих проблем.

Відповіді студентів на питання щодо власного досвіду порушення академічної етики показали, що: постійно, або часто списують домашні завдання 54% опитаних; користуються шпаргалками – 53% опитаних; вдаються до шахраювання на контрольних і іспитах – 20%; фальсифікують інформацію – 19%. З опитаних студентів 29% вдається до плагіату в половині випадків. Ці результати яскраво показують, що, нажаль наші студенти не мають сформованих переконань щодо необхідності дотримуватися правил академічної етики. Разом з тим, як позитивну тенденцію, слід відмітити те що 82% студентів ніколи не давали хабара викладачам, 12% – рідко, і лише 6% – часто.

Нечесність – це перед усім моральна проблема. Певним рішенням цієї проблеми можуть стати спеціальні адміністративні кодекси. Суттєву роль у розповсюдженні норм чесної поведінки серед студентства може мати надання їм переконливих аргументів щодо неприпустимості списування, плагіату тощо як таких, що засуджуються та караються у всьому цивілізованому світі. Але, як відомо, норми без санкцій – це лише побажання. Тому, не менш вагомим запобіжним інструментом академічної нечесності є створення системи со-

ціального та адміністративного контролю за дотриманням зрозумілих та свідомо прийнятих правил поведінки всіма учасниками процесу навчання.

На думку В. В. Ромакіна, у боротьбі із академічною нечесністю можуть допомогти такі заходи, які унеможливлюють списування, роблять його непотрібним. Для цього треба дотримуватися таких правил: завдання під час іспиту не повинні складатися із цитування матеріалів лекцій, а іспит – перетворюватися на тест на знання конспекту; викладач і студент мають стати групою співробітників, яка вирішує одну спільну задачу підготовки професіонала-фахівця як протягом навчального семестру, так і на іспитах; університету потрібно мати власну базу даних, або підключатися до спеціальних веб-сайтів для автоматизованої перевірки студентських робіт і запобігання плагіату; не слід нормувати обсяг рефератів та інших творчих робіт «знизу». Навпаки, слід обмежувати обсяг «зверху» і запобігати роздуванню робіт за рахунок цитат тощо [4].

Варто також запозичити досвід вищих навчальних закладах західних країн, де серйозна увага приділяється боротьбі з академічною нечесністю. Для попередження таких порушень моральній свідомості та академічної поведінки, студенти складають присягу щодо дотримання певних стандартів навчання та беруть зобов'язання боротися з проявами неетичної поведінки як з боку викладачів, так й студентів. Мета присяги полягає у створенні ритуалу, який заохочуватиме студентів та викладачів до роздумів над пріоритетами навчального закладу та цінностями академічної чесності.

Висновки. Чесність – це необхідна умова існування демократичної держави та правового суспільства. Наші молоді фахівці повинні мати перш за все професійні навички, та суворо додержуватись законів. Успішної інтеграції університету у світовий освітній простір сприятиме дотримання принципів академічної етики, які мають стати груповими та особистісними нормами поведінки та регулюватися керівництвом вищих навчальних закладів, викладачами, органами студентського самоврядування та студентською думкою.

Література

1. Гапон Н. Ставлення студентів до виявів академічної нечесності: кроскультурний аналіз / Надія Гапон, Агата Худзіцка-Чупала, Анна Лупіна-Вегенер // Вісник Львівського університету. Серія філософські науки. 2013. Випуск 16. – С. 241–249.

2. Калиновський Ю. Ю. Академічна чесність як чинник правового виховання студентської молоді / Ю. Ю. Калиновський // Гілея : науковий вісник. Збірник наукових праць. К.: ВІР УАН, 2012. Вип. 63 (No8). С. 477−482.

3. Кузіна І. Прес-реліз круглого столу «Академічна чесність як системна проблема вищої школи України: університет, викладач, студент». – 16 липня 2015 р. – БФ «Інститут розвитку освіти» та ГО «Східноукраїнський фонд соціальних досліджень» за підтримки МФ «Відродження». – Режим доступу : http://fond.sociology.kharkov.ua/images/prezentation160715/press-reliz1.pdf /

4. Ромакін В. В. Академічна чесність у вищій освіті [Електронний ресурс] / В. В. Ромакін // Наукові праці [Миколаївського державного гуманітарного

університету імені Петра Могили]. – Режим доступу: http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/pedagogika/2002/20-7-3.pdf

5. Тодорова І. С. Вплив академічної етики на формування особистості майбутнього фахівця // Якість вищої освіти: сучасні тенденції та перспективи розвитку освітньої діяльності вищого навчального закладу : Матеріали XLI Міжнародної науково-методичної конференції (м. Полтава, 18–19 лютого 2016 року) – С. 282–284.

ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІДЕОЛОГІЧНОГО КОНТРОЛЮ НАД ОСВІТОЮ В УРСР (1937-1991 РОКИ)

Сало Вікторія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. Автором досліджується законодавче закріплення ідей комуністичної пропаганди в освіті Української РСР (далі – УРСР), а також аналізуються ідеологічні процеси, що гальмували розвиток національної системи освіти.

Ключові слова: ідеологія, компартія, марксизм-ленінізм, пропаганда, піонер, комсомолець, комуніст.

Постановка проблеми. Становлення української освіти незалежної України зіштовхнулося із рядом успадкованих від Української РСР (далі – УРСР) проблем.

Радянський Союз ставив головним завданням освіти виховання радянського громадянина на основі лінії правлячої комуністичної партії. У період існування тоталітарного режиму в УРСР (1937-1991 роки) освіта характеризувалася такими негативними процесами і явищами: співпраця з вчителями, а будь який «ухил», інакомислення каралися, вчительські кадри ретельно перевірялися правоохоронними органами; русифікація; формування матеріалістичного світогляду учнів; не вивчалася історія України тощо.

Маємо визнати, що після розпаду СРСР Україна отримала у спадщину досить ефективну, хоч і надто заідеологізовану систему освіти − на той час вона вважалася однією з кращих у світі. За період з 1991 року система освіти зазнала кардинальних змін, адже державі необхідно було оновити як законодавство республіки, так і «старий» кадровий склад освітян, які не могли перейти на викладання за новими українськими освітніми програмами.

Тож сучасна «розідеологізована» освіта, переважно не передбачає штампів і стереотипів, однак вона повністю не змогла побороти радянських «пережитків»: недостатнє фінансування, низький рівень заробітних плат освітян, історія «переписується» правлячими партіями, не вироблено єдиного підходу виховання патріотизму громадян.

Характерною рисою так званої народної освіти СРСР стало те, що ідейні основи повністю контролювалися і затверджувалися КПРС і майже не підлягали віданню УРСР. У досліджуваний період виходило безліч нормативно-правових

актів, що були спрямовані на забезпечення прокомуністичного курсу на ідеологізацію освіти, які затверджувала Верховна Рада УРСР (далі – ВР УРСР), Рада Міністрів УРСР, місцеві ограни виконавчої влади. Саме вони стали об'єктом нашого наукового дослідження.

Аналіз основних досліджень. Різноманітні аспекти цієї проблеми були предметом досліджень таких науковців як О. Васюк, В. Курок, А. Луцький, С. Сірополко та багатьох інших.

Мета. Метою наукового повідомлення є дослідження законодавства УРСР (1937-1991 роки), що зміцнювало ідеологічну політику щодо українців в умовах тоталітарного режиму.

Виклад основного матеріалу. Освіта в радянській Україні була невід-ділько пов'язана із партійною ідеологією КПРС. Комуністична пропаганда вважалася глибоким і детальним (усним і письмовим) роз'ясненням ідей марксизму-ленінізму, політики комуністичних і робітничих партій [6, с. 468].

Стаття 101 Конституції УРСР 1937 року, що увібрала у себе всі риси «сталінського» Основного Закону СРСР 1936 року, закріплювала право громадян УРСР на освіту: «Це право забезпечується загальнообов'язковою восьмирічною освітою, широким розвитком середньої загальної політехнічної освіти, профе-сійно-технічної освіти на основі зв'язку навчання з життям, з виробництвом, всемірним розвитком вечірньої і заочної освіти, безплатністю всіх видів освіти, системою державних стипендій, навчанням у школах рідною мовою, організацією на заводах, у радгоспах і колгоспах безплатного виробничого, технічного і агрономічного навчання трудящих» [3, с. 3].

Ідеологічна робота у школах супроводжувалася обов'язковим читанням творів Маркса, Енгельса і Леніна, виданням матеріалів з'їздів партії і пленумів ЦК КПРС, підручників з питань теорії та історії КПРС, що проводилася на уроках «політінформації», шкільних лінійках, університетських лекціях і зборах тощо.

Першою ланкою компартійного загартування були піонерські організації. Участь у них учнів віком від 10 до 15 років була обов'язковою, у них готували до «боротьби за справу комуністичної партії», атрибутикою у таких загонах був червоний галстук, як частина червоного прапора [1, с. 277].

Наступним етапом ідеологічного зростання юного комуніста був вступ до комсомольської організації. Комсомольцями ставали учні старших класів, яких закликали до суспільно-політичного життя, їхнє виховання будувалося на принципі «без знань немає комунізму» [1, с. 295].

Окрім того, створювалася широка мережа партійної освіти: початкові політшколи, школи основ марксизму-ленінізму, вечірні університети марксизму-ленінізму, школи партактиву, теоретичні семінари по вивченню історії КПРС та ін. [6, с. 468]. Популярним стало називати школи іменами партійних діячів чи ідеологів комунізму (В. Леніна, П. Тичини, Н. Крупської, Ф. Дзержинського та інших) [3, с. 383-388].

На «громадських засадах» створювалися народні університети, будинки і кабінети політичної освіти, методичні ради і групи, ідеологічні комісії, у роботі яких брали участь комуністи. Значне місце у пропагандистській роботі займала

лекційна пропаганда. Визначальним завданням народних університетів УРСР було «сприяння підвищенню комуністичної свідомості трудящих» [6, с. 206].

Вища школа формувалася шляхом цілеспрямованого насичення її комуністами (парттисячниками), комсомольцями, членами профспілок, демобілізованими червоноармійцями, які довели свою лояльність режимові. Тому місце для «інакомислення» у ній навряд чи знаходилося.

Ідеалом радянського громадянина був комуніст – партійний діяч, який пройшов усі рівні партійного виховання, на нього мали всі рівнятися.

Контроль за проведенням передбачених законодавством Союзу РСР і Української РСР заходів у школах здійснювався відповідними органами і установами народної освіти разом із комсомольськими організаціями [2].

Примітно, що відповідно до Конституції республіки 1937 року, освітою опікувалася Рада Міністрів УРСР в особі союзно-республіканського міністерства освіти, а також голови Державного комітету Ради Міністрів УРСР по професійно-технічній освіті. На місцевому рівні функціонували відділи і управління народної освіти виконавчих комітетів обласних, районних, міських, районних у містах Рад народних депутатів Української РСР, які затверджувалися указом Президії ВР УРСР від 30 листопада 1982 року.

За часів керівництва першого секретаря ЦК КПРС М. Хрущова було створено першу школу комуністичної праці (1962 рік) – однієї з форм комуністичного виховання трудящих. Постанова ЦК КПРС (1971 року) «Про поліпшення роботи шкіл комуністичної праці» підкреслювалося, що ці школи є ефективною формою пропаганди передового виробничого досвіду, масово-політичної роботи серед трудящих, активного залучення їх до соціалістичного змагання і до участі в русі колективів і ударників комуністичної праці [7, с. 525].

Радянська освіта була покликана створити людину-трудівника, який сліпо виконуватиме настанови партії і допомагатиме крокувати до «розвиненого соціалізму».

Не можемо не зазначити про роль вчителів у веденні такої цілеспрямованої ідеологічної політики компартії. Ось як характеризує ідеологічну політику СРСР більшовицька революціонерка, доктор педагогічних наук, теоретик й організатор радянського шкільництва та системи народної освіти Н. Крупська: «Перед радянськими вчительками стоїть задача виховання того покоління, яке доведе справу Маркса-Енгельса-Леніна до кінця […] Учительство веде цю роботу під керівництвом партії» [1, с. 19].

У 1970-х роках комуністична пропаганда на законодавчому рівні продовжувала існувати. Так, у 28 червня 1974 року ВР УРСР було прийнято Закон УРСР «Про народну освіту» (включав вступну частину і 14 розділів), складений відповідно до Основ законодавства Союзу РСР і союзних республік про народну освіту. Вкотре закріплювався «традиційний» для радянського законодавства принцип виховання «активних будівників комуністичного суспільства, вихованих на ідеях марксизму-ленінізму, в дусі поваги до радянських законів і соціалістичного правопорядку, комуністичного ставлення до праці» [2].

Прикметно, що законом УРСР «Про народну освіту» закріплювалася особлива роль у розвитку народної освіти належить педагогічним працівникам,

діяльність яких ґрунтується на високому усвідомленні професійної і суспільної відповідальності за належну якість навчання і комуністичне виховання молодого покоління. Попередньо Центральний Комітет КП України та Рада Міністрів Української РСР видали постанову від 21 жовтня 1964 року «Про підвищення заробітної плати працівників освіти, охорони здоров'я, житлово-комунального господарства, торгівлі та громадського харчування і інших галузей народного господарства, які безпосередньо обслуговують населення», де зазначалося про підвищення заробітної плати вчителям та викладачам радянських шкіл.

Радянське законодавство про народну освіту покликане «активно служити вдосконаленню справи народної освіти в країні, дальшому зміцненню соціалістичної законності в цій галузі суспільних відносин» [2].

Стаття 4 вищезазначеного закону наголошувала на принципах «єдності навчання і комуністичного виховання; співробітництво школи, сім'ї і громадськості у вихованні дітей і молоді; зв'язку навчання і виховання підростаючого покоління з життям, з практикою комуністичного будівництва [2].

Правову основу функціонування народної освіти складала Конституція СРСР, Основи законодавства СРСР і союзних республік про народну освіту до відання Союзу РСР. Отже, УРСР мала досить обмежене коло повноважень щодо освіти з огляду на загальносоюзні накази. УРСР могла вирішувати «у встановленому порядку» локальні питання організації освітніх закладів.

Специфікою радянської верхівки був курс на русифікацію і поступове викорінення мов, окрім російської. Наприклад, із постанови РНК УРСР і ЦК КП(б)У від 20 квітня 1938 року «Про обов'язкове вивчення російської мови в неросійських школах України» випливає, що через «буржуазно-націоналістичні елементи» викладання російської мови не здійснюється на належному рівні, а тому, обумовлюється необхідність вивчення російської мови в школах України [3].

Надзвичайно помітними є процеси русифікації в законодавстві часів хрущовської «відлиги», яка, з одного боку, поліпшила умови національно-культурного життя України, з іншого − дала потужний імпульс русифікації.

Під час прийняття ВР СРСР у грудні 1958 року Закону «Про зміцнення зв'язку школи з життям і подальший розвиток системи народної освіти» [3] **(**давав право батькам учнів вирішувати, якою мовою відбуватиметься навчання) М. Хрущов наполіг на тому, щоб у республіканському законі про народну освіту залишився пункт про факультативність української мови. Пізніше затверджені постанови ЦК КПРС «Про подальше вдосконалення вивчення й викладання російської мови в союзних республіках» від 31 червня 1978 р.; ЦК КПРС і Ради Міністрів СРСР «Про подальші заходи по вивченню російської мови в загальноосвітніх школах та інших навчальних закладах союзних республік» від 26 травня 1983 р. сприяли скороченню україномовних шкіл за період 60-80-х років ХХ ст. до 8, 7 тисяч (лише 28% від загальної кількості в УРСР).

Вчителі російської мови і літератури в УРСР «за особливо складні умови роботи» одержували 16-процентну надбавку до заробітної плати. Копіюючи Москву, 10 червня 1983 р. ЦК КПУ і Рада Міністрів УРСР ухвалили аналогічну постанову «Про додаткові заходи по удосконаленню вивчення російської мови в

загальноосвітніх школах, педагогічних навчальних закладах, дошкільних і позашкільних установах республіки». Тобто, здійснювався планомірний ідеологічний тиск на українську мову, що схвалювався органами влади УРСР.

Політика лібералізації кінця 1980-х років принесла українській мові державний статус (Закон УРСР «Про мови в Українській РСР» (від 1989 року)). Закладався фундамент української національної системи освіти, у якій провідна роль відводилася особистому розвитку, а не комуністичному будівництву. У 1991 році ВР УРСР було прийнято Закон «Про освіту» [5], який проголошував метою освіти «всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування громадян, здатних до свідомого суспільного вибору, збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу, підвищення освітнього рівня народу, забезпечення народного господарства кваліфікованими фахівцями» [5]. Однак принциповою відмінністю освіти незалежної України від радянської народної освіти залишається те, що освіта в Україні ґрунтується на засадах гуманізму, демократії, національної свідомості, взаємоповаги між націями і народами; виключається залежність освіти від політичних партій тощо.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що освіта − основа інтелектуального, культурного, духовного, соціального, економічного розвитку суспільства і держави.

Надійним засобом впровадження домінуючої ідеології пролетаріату до свідомості широких мас керівники компартії і держави цілком слушно вважалася система освіти, яку треба було докорінно переробити, поставити на службу своїм цілям. Саме на це спрямовувалась державна освітня політика.

Сьогодні освіта в Україні ґрунтується на принципах гуманізму, демократизму та всебічного розвитку дитини. Вона є незалежною від політичних партій, громадських та релігійних організацій. Однак має ряд суттєвих недоліків, тому освітня реформа, що активно впроваджується в Україні покликана звільнити вітчизняну систему освіти від радянських «пережитків», які колись ввібрала в себе.

Література

1. Бушканец М., Леухин Б. Хрестоматия по педагогике. Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов. Под ред. д-ра пед. наук, проф. З. И. Равкина / М. Бушканец, Б. Леухин // М.: Просвещение, 1976. – 432 с.

2. Закон ВР УРСР «Про народну освіту» від 1 жовтня 1974 р.//ВВР. – 1982. Ст. 657. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T742778.html

3. Звід законів Української РСР [Текст] / Президія Верховної Ради УРСР, Рада Міністрів УРСР. – К. : Політвидав України, 1982. – Т. 1. – 1982. – 503 с.

4. Конституція (Основний Закон) Української Радянської Соціалістичної Республіки [Текст]: прийнята на позачерговій сьомій сесії Верховної Ради Української РСР дев'ятого скликання 20 квітня 1978 р. / УРСР. Конституція. – К.: Політвидав України, 1986. – 46 с.

5. Про освіту : Закон України від 23 травня 1991 р. № 1060-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1060-12. – Назва з екрана.

6. Радянська енциклопедія історії України. – Том 3. – К.: АН УРСР. – 1972. – 576 с.

7. Радянська енциклопедія історії України. – Том 4. – К.: АН УРСР. – 1971. – 576 с.

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ АУТСОРСИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сень Марія
Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут

Анотація. У роботі досліджено поняття аутсорсингу, розкриті його концептуальні засади, переваги та недоліки використання підприємствами у сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: аутсорсинг, ІТ-аутсорсинг, аутсорсинг персоналу, виробничий аутсорсинг, офшорний аутсорсинг, аутсорсинг бізнес-процесів, аутсорсинг управління знаннями.

Постановка проблеми. На сучасному етапі однією з найбільш популярних моделей бізнесу є аутсорсинг. Ця форма співпраці дає можливість зосередитися на виконанні стратегічно важливих функцій підприємства, уникнути додаткових витрат і збільшити прибутковість завдяки зменшенню кількості виконуваних функцій, скороченню штату співробітників, оптимізації організаційної структури і системи управління, таким чином – підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку [1] .

Аналіз основних досліджень. Поняття аутсорсингу та його поширення в Україні розглядаються у працях В. В. Красношапка, І. І. Трохимець, Б. А. Анікіна, А. Г. Загороднього, І. Л. Рудая, С. Н. Лєпіхіної, О. О. Нестерової, Т. Н. Шкоди, О. М. Зорій, Т. В. Коваленко та інших науковців.

Мета. Метою цієї статті є розгляд поняття аутсорсингу як феномену світової економіки, розкриття концептуальних засад, переваг та недоліків використання аутсорсингу у діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Термін «аутсорсинг» («outsourcing») походить від англійського «outside resource using» – використання зовнішніх ресурсів. Уведення цього терміна в теорію менеджменту Б. Анікін і деякі інші вчені пов’язують із використанням ресурсів зовнішніх організацій або провайдерів (від англ. «to provide» – «надавати послуги»). Аутсорсинг набув розповсюдження у зв’язку з розвитком інформаційних систем і технологій. Початок «епохи аутсорсингу» пов’язують з 60-х рр. XX ст., зокрема з 1962 р., коли було засновано Electronic Data System Corporation (EDS) [2].

Однак особливо активно іноземні корпорації почали застосовувати його як інструмент зниження витрат та підвищення якості послуг 20 років тому [3].

Аутсорсинг – це інструмент управління підприємством, спрямований на підвищення ефективності та конкурентоспроможності діяльності, який передбачає укладання контракту між замовником і постачальником (аутсорсером) з метою виконання останнім як основних, так і другорядних бізнес-функцій замовника за певну плату, що зумовлює реорганізацію і оптимізацію підприємницької діяльності і, за необхідності, залучення тимчасового персоналу. Так, «аутсорсинг – це широке поняття, що об'єднує різні форми взаємовигідного співробітництва» [4].

Результати досліджень Headhunter, UCMS Group та Intercomp показують, що наразі аутсорсинг є найбільш популярним серед великих компаній. Так, залежно від розмірів компаній, в організаціях з чисельністю персоналу менше ніж 50 осіб, 42% використовують аутсорсинг для оптимізації власної діяльності, в той час як цей показник становить вже 33% для компаній зі штатом більше ніж 500 співробітників. Також, аутсорсинг є, здебільшого, особливістю іноземних компаній, розташованих в Україні – 55% з поміж усіх підприємств з іноземним капіталом активно використовують аутсорсинг для скорочення витрат своєї діяльності [5].

Ефективність використання аутсорсингу у діяльності підприємств підтверджує той факт, що сьогодні він розвивається швидкими темпами у всьому світі. Так, компанія Toyota здійснює лише проектування, складання і реалізацію продукції, у той час як багато комплектуючих деталей виробляють інші організації. Це зумовлено тим, що компанія передала на аутсорсинг значну кількість виробничих процесів, а в окремих випадках й усі[6].

Виділяють декілька основних напрямків або видів аутсорсингу. Наприклад, IT-аутсорсинг охоплює розробку та тестування програмних продуктів, сервісне обслуговування, локалізацію програмного забезпечення, мережеві послуги, IT-консалтинг. Аутсорсинг інформаційних технологій (IT- аутсорсинг) – це передача спеціалізованій компанії повністю або частково функцій, пов'язаних з інформаційними технологіями [11].

16 лютого 2015 року Міжнародна асоціація IAOP опублікувала рейтинг кращих аутсорсингових компаній – The 2015 Global Outsourcing 100, який об'єднує 75 компаній лідерів ринку і 25 висхідних зірок. У список увійшли 4 українські IT-компанії – Eleks, Miratech, Softengi і SoftServe, а також 5 іноземних компаній з найбільшими офісами розробки в Україні – швейцарський Luxoft, російська Artezio, американські Intetics, TEAM International Servicesi Softjourn. Softengi (Київ) і Eleks (Львів) отримали високу оцінку в категорії «Якість послуг». Також Eleks та їх львівські колеги SoftServe отримали високий бал в категорії «Соціальна відповідальність» за розвиток співробітників і роботу з IT-спільнотою України.

Компанію Miratech (Київ) відзначили за інновації в аутсорінг. У цій категорії оцінювали роботу аутсорсера з бізнесом клієнта і гнучкість компанії в умовах змін. За підсумками 2015 року від часу продажу IT-продуктів і послуг Україна отримала понад $ 2,5 млрд експортної виручки – на 25% більше, ніж у

минулому році. Про це повідомила директор Департаменту інновацій та інтелектуальної власності Міністерства економічного розвитку і торгівлі Олена Мініч. Інші експерти діляться з Forbes ще більш оптимістичними показниками. На їхню думку, загальний обсяг експорту IT-послуг за рік міг перевищити $ 3 млрд Але навіть якщо спиратися тільки на офіційну статистику, абсолютні цифри зростання вражають – $ 0,5 млрд за рік. Зростають не тільки доходи IT-сектора, але і кількість працюючих у ньому. Активну еміграцію професіоналів в США і Європу (за останні два роки Україну залишили до 9000 айтішників) компенсує приплив молодих фахівців і тих, хто вирішив змінити колишню професію на спеціальність програміста, дизайнера або розробника. За підсумками 2015 р. у країні налічувалося близько 90 000 – 100 000 осіб, зайнятих в IT – сфері. Це один з найвищих показників у Європі, але, навіть незважаючи на це, фахівців в Україні не вистачає.

У п'яти найбільших IT-компаніях країни – EPAM, SoftServe, Luxoft, GlobalLogic і Ciklum – працюють вже 17 000 співробітників, як підрахувало інтернет-видання Dou.ua. У минулому році їх було 15 000. Відкритих вакансій близько 1400, а всього в 25 найбільших українських IT-компаніях дефіцит кадрів перевищує 2200 фахівців. У найближчі п'ять років галузі будуть потрібні ще 100 000 працівників. Якщо вона збереже темпи зростання виручки, про які говорить Мініч, на той час айтішники зможуть заробляти на експорті $ 7 млрд Відомий американський інвестор Джордж Сорос купив частку інвестиційного фонду Horizon Capital в компанії Ciklum, яка замикає п'ятірку найбільших IT-аутсорсерів країни [8].

Виробничий аутсорсинг – це передача зовнішньому постачальнику виробничих функцій або частини завдання, пов'язаного з виробництвом продукції. Аутсорсинг виробництва можна розділити на два типи:

1. Аутсорсинг виробничих операцій (постачальнику передається: процес виробництва, транспорт, підготовка до виробництва, ремонт обладнання);

2. Аутсорсинг напівфабрикатів та компонентів (третій компанії передаються виробничі завдання і операції, монтажне обладання на стороні клієнта) [9].

Цей вид підприємства дозволяє: зосередитися на розробці нових продуктів і послуг, що важливо в умовах технологій, які стрімко змінюються, і попиту для забезпечення конкурентної переваги; збільшити гнучкість виробництва – на невеликих заводах простіше займатися перебудовою виробничого процесу та диверсифікувати продукцію, яка випускається; використовувати додаткові переваги від ведення бізнесу на ринках з дешевою робочою силою.

В Україні цей вид аутсорсингу не надто розвинений. Найбільш розвиненим він є у Китаї, де є дешева робоча сила. Тим не менше, виробничий аутсорсинг може швидко розвиватися, якщо залучити інвесторів на український ринок.

Аутсорсинг бізнес-процесів включає управління інтелектуальними ресурсами, надання гарантійних, фінансових і бухгалтерських послуг, створення call-центрів або центрів прийому і обслуговування дзвінків, управління персоналом (аутсорсинг персоналу), здійснення лізингових і логістичних операцій, проведення рекламних заходів [10]. Економія на аутсорсингу за рахунок передачі функції у регіони з більш низькими зарплатами поки що не впроваджена в

Україні. Передача процесів за межі України практично не можлива, так як облік має свою специфіку, до того ж, складно виділити рутинні операції, а ринок аутсорсингу всередині України ще недостатньо розвинений за обсягом, щоб провайдери будували власні загальні центри обслуговування віддалено. Багато компаній в Україні віддають на аутсорсинг розрахунок заробітної плати. Причин, за якими вони це роблять, кілька, проте часто ця процедура «випадає» з інших фінансових процесів, а також не аналізується сам алгоритм розрахунку зарплати. Наприклад, підприємство може компенсувати співробітникам витрати на бензин за допомогою премій, а не карток на паливо. У результаті це призводить до підвищення середньої заробітної плати і додаткових витрат при оплаті відпусток і лікарняних. При передачі на аутсорсинг компанії часто не звертають уваги на такі моменти, продовжуючи працювати за старими схемами і несучи непотрібні витрати. Розрахунок заробітної плати передається на аутсорсинг, але компанія в усіх інших фінансових напрямках намагається працювати так само, як і раніше.

Не приділяється належна увага взаємодії між внутрішньою бухгалтерією, кадрами й аутсорсинговим провайдером. У співробітників відсутнє розуміння процесів, що відбуваються, їх посадові інструкції не змінюються. Такий підхід не дає можливості отримати максимальну користь, домогтися підвищення ефективності підприємства [7].

Висновок. Технології аутсорсингу в Україні поки що не широко поширені, проте практика свідчить – у підприємницькому середовищі країни поступово виникає розуміння, що аутсорсинг є ефективним способом зниження витрат, доступу до новітніх технологій і можливістю сконцентруватися на веденні основної діяльності. Незважаючи на окремі недоліки й обмеження, аутсорсинг дозволяє забезпечити скорочення витрат, високу якість, визволення ресурсів для концентрації на основному напрямку бізнесу.

Враховуючи на значний потенціал у сфері ІТ-аутсорсингу, доцільним було б відкриття підрозділів всесвітньо відомих компаній і в Україні. Такий вид співпраці міг би бути прибутковим для обох сторін – світові компанії могли б зекономити значну частину коштів на оплату праці робітників, а молодь мала б можливість реалізувати її потенціал в умовах міжнародного партнерства. Тому, з метою залучення інвесторів, необхідно внести правки на законодавчому рівні та створити сприятливі умови для виходу іноземних компаній на ринок України. Також можна розвивати виробничий аутсорсинг, але для цього також необхідні значні інвестиції та зміна законодавства.

Література

1. Зорій О. М., Коваленко Т. В. Особливості застосування аутсорсингу // Економічний аналіз: зб. наук. праць/ Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 14. – № 3. – С. 18-28. – ISSN 1993-0259.

2. Аалдерс Р. Аутсорсинг: практическое руководство / Р. Аалдерс: – М. : Альпина Бизнес Букс, 2003. – 470 с.

3. Загородній А.Г., Партин Г.О. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємств / А.Г. Загородній // Фінанси підприємств. – 2009. — №9. – С. 87–97.

4. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: Учеб. пособиет М.: ИНФРА. – М. 2006. – 288 с.

5. Specialized business resource «KMP.UA» [електронний ресурс]. Режим доступу до сторінки – http://kmp.ua/ru/newsletters/792-outsourcing (accessed 17 May 2015).

6. Ґудзь Ю. Ф. Аутстаффінг та аутсорсинг як інструменти підвищення ефективності господарської діяльності малих підприємств харчової промисловості// Національний університет харчових технологій; Київ – и[електронний ресурс]. Режим доступу до сторінки – www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/78454.doc.htm.

7. Офіційна сторінка журналу «Генеральний директор» [електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки – http://director.com.ua/upravlenie/mirovye-trendy-autsorsinga-biznes-protsessov.

8. Офіційна сторінка журналу Forbes [електронний ресурс]. Режим доступу до сторінки – http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1412695-umnye-dengi-naskolko-vygodny-investicii-v-ukrainskie-it-proekty.

9. Офіційна сторінка «Кадрова агенція» [електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки – http://workintense.com.ua/novyny-ta-statti/virobnichiy-autsorsing-peredacha-virobnichih-funkciy.

10. Загородній А. Г., Партин Г. О. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства/ А. Г. Загородній, Г. О. Партин // Фінанси України. – 2009. – №9(166). – С. 87–97.

11. Podlevskii A. A. (2010). Outsourcing as factor of increase the competitiveness of enterprises. Visnik Natsionalnogo universytetu vodnogo gospodarstva ta pryrodokorystuvannia, 1(49), 162–168.

КОВОРКІНГ: ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ПРОСТОРУ

Гайдамаха Ірина
Тернопільський кооперативний торговельно-економічний коледж

Анотація. Розглянуто сутність поняття «коворкінг», причини його популярності. Проведено аналіз переваг і недоліків коворкінгу, запропоновано рекомендації з його організації.

Ключові слова. Бізнес, офіс, інновації, коворкінг, оренда робочого місця, необхідні для роботи умови, перспективний рух, новаторська послуга, колівінг, фріланс.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку суспільства зумовив створення нових форм економіки та управління, заснованих на досягненнях прогресу й передових інструментів діяльності людини. Унаслідок фінансової кризи в

Україні багато підприємств були змушені відмовитися від оренди великих офісів і перевести частину працівників на дистанційну роботу. Відповідно, для орендодавців і частково вивільнених працівників оптимальним варіантом організації роботи став коворкінг (від англ. co-working – ті, що працюють спільно).

Мета. Проаналізувати ключові складові коворкінгу, переваги та недоліки, напрямки розвитку, а також визначити можливість використання даної моделі в сучасному підприємництві.

Виклад основного матеріалу. Коворкінг – це модель роботи, в якій учасники, залишаючись незалежними й вільними, використовують загальний простір для своєї діяльності. У коворкінгу не існує відносин субординації та підпорядкованості, а кожен учасник вільний в умовах приєднання і відмови від участі. Важливо відзначити, що учасники коворкінгу можуть бути об'єднані спільною основоположною метою для ситуативного співробітництва, а можуть і зберігати повну індивідуальність і незалежність.

Коворкінг з'явився порівняно недавно. Документально автором формулювання цілей і завдань даної моделі існування бізнесу й підприємства є Бред Ньюберг. Так, за його словами, в 2005 р. у процесі свого кар'єрного росту він зіткнувся із сучасною й актуальною проблемою вибору. «Зараз мій вибір – або офісна робота з її передбачуваністю і спілкуванням із співробітниками, або фріланс з його свободою і незалежністю. Але чому я не можу отримати і те, й інше?» – став розмірковувати він – і поєднав обидва варіанти.

У даному випадку необхідно відзначити, що фріланс розглядається виключно як модель роботи кожного конкретного індивіда, а не як модель побудови бізнесу або організації виробництва в рамках окремого підприємства або цілої галузі.

Тобто така модель роботи спочатку будувалася на співпраці фрілансерів – приватних фахівців, як правило, позаштатних співробітників, які використовують у своїй роботі принципи незалежності, вільного графіку, виконання лише своєї роботи, балансу приватного та професійного життя і т.д. У результаті Бред Ньюберг орендував відповідне приміщення в офісному центрі й запропонував використовувати його для роботи таким же фрілансерам, як і він сам. Створену модель Ньюберг вирішив назвати коворкінгом, спочатку сприймаючи і розвиваючи її тільки як схему організації робочих місць і взаємини між роботодавцем і співробітниками.

Модель коворкінгу базується на спільному перебуванні певного кола людей на території спільного офісу. Такий офіс є одним великим приміщенням із переліком виділених зручностей, а саме: кухня, кімната для переговорів і зона відпочинку. Крім того, офіс повинен бути обов'язково оснащений усією необхідною інфраструктурою: офісна техніка, безлімітний Інтернет і всі потрібні засоби зв'язку, витратні матеріали і т. д.

Важливо відзначити, що будь-який бажаючий використовувати спільну площу на постійній основі повинен щомісяця вносити визначену суму. Розмір внеску безпосередньо залежить від того набору благ і послуг, якими бажаючий буде користуватися протягом місяця, а також від того, чи буде за ним закріплено

визначене робоче місце, або ж будуть використовуватися будь-які вільні робочі місця в конкретний момент часу.

У коворкінгах поширена система пробного доступу (безкоштовний перший день роботи), знижкова система оплати, заснована на авансових внесках, а також інші маркетингові моделі монетизації послуг.

Згодом модель коворкінгу еволюціонувала із спільної праці фрілансерів до чітко структурованого алгоритму оптимізації витрат підприємства та підвищення його комерційної ефективності. Так, географічно великі підприємства з неповороткою бюрократичною структурою управління оцінили можливість оптимізації витрат на менеджмент і адміністрування шляхом організації спільних робочих зон для співробітників, які розкидані не тільки по всьому місту, а й навіть по всій країні.

Як і будь-яка інша модель, коворкінг має ряд переваг і недоліків.

До основних *переваг* можна віднести:

- економію на вартості одного робочого місця в порівнянні з витратами на організацію повноцінного офісу;
- можливість постійного професійного зростання шляхом постійного знаходження в співтоваристві професіоналів у найрізноманітніших галузях. Також багато коворкінг–майданчиків проводять додаткові тренінги й навчання для своїх клієнтів;
- взаємодопомогу та співпрацю. Використовуючи, як правило, безкорисливу допомогу і досвід інших учасників коворкінгу, дуже просто зібрати команду однодумців для реалізації якогось проекту або навіть отримати професійну пораду;
- атмосферу й мікроклімат. Перебуваючи в робочій атмосфері, набагато простіше налаштуватися на продуктивний лад, ніж коли перебуваєш будинку. Також важливу роль відіграє комфортний мікроклімат і знаходження в колі високомотивованих людей.
- робота в коворкінгу це реклама. Наприклад, у коворкінгу працює програміст та веб-дизайнер. У процесі роботи вони оцінюють можливості один одного. І потім, коли програміст отримує нове завдання і дізнається, що у проекті потрібен ще й дизайнер, він порадить свого товариша по коворкінгу.

Серед основних *недоліків* можна виділити такі:

- підвищення транспортних витрат за рахунок необхідності оплати дороги від місця проживання до коворкінг-офісу й назад;
- підвищені ризики безпеки. Перебування в середовищі, по суті, незнайомих людей зумовлює ймовірність крадіжки, причому не тільки матеріальних речей;
- атмосфера і «білий шум». Робота у групі людей завжди несе за собою імовірність того, що оточуючі будуть неприємні, між ними і вами можуть виникати тертя і конфлікти, а також ті, що оточують можуть вносить дисгармонію у внутрішню мотивацію. Крім того, робота в коворкінг-офісі завжди супроводжується певним рівнем шуму, що може впливати на продуктивність;

У коворкінгах є свої тонкощі: тут немає особистого простору, і навіть для банальних телефонних переговорів необхідно або виходити, або бронювати окремі кабіни, що не завжди зручно.

Послуги зазвичай диференційовані: одні працівники офісу орендують повні місця з комп'ютером, інші можуть відмовитися від більшості послуг й платити тільки за використання wi-fi, столу й чаю-кави, приходячи зі своїм ноутбуком. У США багато коворкінг-офісів дозволяють кожному прийти й попрацювати без оплати, але якщо людина стає постійним відвідувачем, її просять оплатити робоче місце.

Вартість робочого місця у вільному офісному просторі варіюється. Ціна залежить від рівня комфорту. Найдоступнішим є так зване «динамічне робоче місця» – це коли люди приходять зі своїми ноутбуками і займають будь-яке вільне місце. Найдорожчий варіант – оренда окремого приміщення зі спеціальними допоміжними послугами, наприклад, такими, як юридична або бухгалтерська підтримка.

Різновидом коворкінгу виступає колівінг – так звана бізнес-комуналка. Тут люди не лише працюють, а й живуть. Крім робочого місця їм надають ліжкомісце. Люди живуть і працюють у колівінгу, а натомість допомагають прибирати, облаштовувати побут центру.

Висновки. Таким чином, можна констатувати еволюцію моделі коворкінгу, її високу адаптаційну здатність до сучасних ринкових викликів і перспективність для підприємства.

Експерти прогнозують, що розвиток коворкінг-центрів в Україні – напрям перспективний. Компаніям, що скоротили штат до мінімуму, вигідніше орендувати тимчасові робочі місця, а не витрачати гроші за оренду цілого офісу.

Утім, і самі «піонери» коворкінг-бізнесу не сидять склавши руки. Наприклад, зовсім недавно вони створили Асоціацію коворкінг-центрів СНД. Тепер орендарі одного коворкінг-центру безкоштовно можуть користуватися послугами центру-партнера.

Література

1. Вартапетова, А. Е. Принципи організації сучасного офісного простору [Текст] / А.Є. Вартапетова // ACADEMIA. Архітектура і будівництво. – 2010. – № 2. – С. 38–42.

2. Еліс Девіс, Кетрін Толлервей. Стиль Коворкінг: сучасний загальний робочий простір. – Prestel видавництво, 2013. – 159 с. – ISBN 978-3-8442-8509.

3. Женев'єва В. ДеГузман, Ендрю І. Тан. Працюючи в Unoffice: Керівництво по коворкінг для працівників малого бізнесу та некомерційних організацій. – Сан-Франциско: Night Owls Press, 2011. – 380 с. – ISBN 9781937645007.

4. Матіас Шурман. Коворкінг-простір: потенційна бізнес-модель для роботодавців та працівників. – Берлін: Rocket Publishing, Lucerne – Gmbh, 2014. – ISBN 978-3-8442-8509-3.

5. Мініофіс: новий тренд в сфері оренди офісних приміщень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vkrizis.ru/biznes/miniofisy-novyy-trend-v-sfere-arendy-ofisnyh-pomescheniy/.

АБОНЕНТСЬКЕ ЮРИДИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ

Чайка Сергій
Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж

Анотація. У даній роботі проведено дослідження особливостей абонентського юридичного обслуговування. Слід зазначити, що воно є одним із видів аутсорсингу – передачі підприємством другорядних функцій стороннім виконавцям на основі договору.

Ключові слова: абонентське юридичне обслуговування, консультування, представництво.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку світової економіки конкуренція між суб'єктами господарювання постійно зростає. Тому підприємства змушені вести жорстку економічну політику, спираючись при цьому на міцний юридичний супровід. Саме абонентське юридичне обслуговування є надійною опорою підприємства в його діяльності, оскільки потребує мінімум капіталовкладень і має набагато вищу ефективність порівняно зі штатним юристом, але поки що не набуло значного поширення в межах нашої держави.

Аналіз основних досліджень. Для написання даної роботи використано інформацію про абонентське юридичне обслуговування з веб-сайтів відповідних компаній, бесід із практикуючими юристами та результатів відвідування юридичних фірм м. Херсона.

Мета. Цілі дослідження специфіки абонентського юридичного обслуговування наступні: розглянути основні недоліки та переваги цієї послуги, визначити продуктивність і рентабельність такого обслуговування порівняно з роботою штатного юриста, з'ясувати, який із вищезазначених видів юридичного супроводу є більш вигідним для клієнтів.

Виклад основного матеріалу. Абонентське юридичне обслуговування – це комплексне юридичне обслуговування юридичних та фізичних осіб з усіх правових питань, що виникають у процесі здійснення підприємницької діяльності, за фіксовану плату на регулярній основі, яке дає можливість уникнути ухвалення необачних рішень, знизити фінансові та комерційні ризики і вирішити вже існуючі проблеми.

Залежно від договору про юридичне обслуговування клієнт може отримати наступні послуги:

- юридичне консультування та рекомендації з питань господарської діяльності;
- підготовка та експертиза правових документів (договорів, угод, зовнішньоекономічних контрактів тощо);
- розробка внутрішньої юридичної документації (установчих документів, трудових договорів, посадових інструкцій, наказів, положень та ін.);
- досудове вирішення господарських, корпоративних, податкових, трудових та інших спорів;

- представництво клієнта в судових установах, органах державної влади, місцевого самоврядування, підприємствах, інших установах та організаціях із питань захисту законних прав та інтересів клієнта, що охороняються законом, у відносинах з контролюючими та/або наглядовими органами;
- інші види юридичних послуг за домовленістю.

Ціна обслуговування залежить від обсягу роботи та її складності. Деякі фірми встановлюють погодинну оплату, але на практиці вона практично не зустрічається. Так, спеціалісти юридичної компанії «Стефан і партнери» стосовно встановлення цін на юридичні послуги в межах абонентського обслуговування вважають, що ціна залежить від обсягу та складності завдання, а не від часу, витраченого на виконання певної роботи. Щоб з'ясувати, скільки коштує абонентське юридичне обслуговування, було здійснено порівняльний аналіз цінової політики фірм у м. Херсоні. Перейдемо до розгляду результатів дослідження (таблиця 1).

Як виявилось, у м. Херсоні досить низькі ціни на абонентське юридичне обслуговування: для мікропідприємств – близько 2000 грн. До того ж усі юридичні фірми без винятку надають юридичні послуги, не передбачені договором про абонентське юридичне обслуговування, зі знижкою (фіксованою або договірною), яка зростає залежно від ціни попереднього абонентського обслуговування.

Таблиця 1

	Адвокат Ігнатов Д.І.	«Стефан і партнери»	«Жованник і партнери»	«Ліга-Профіт»	Незалежна юридична служба
Мінімальна ціна АЮО (для ФОП)	1500 грн	2000 грн	2000 грн	500 грн	500 грн
Ціна АЮО для мікропідприємств (до 2 млн євро)	2500–3000 грн	2500–3000 грн	2000–3000 грн	1500–1700 грн	1800–2000 грн
Знижка на послуги, не включені до пакету послуг у межах договору	договірна	договірна	договірна	договірна	7%

Отримавши якомога більше інформації про абонентське юридичне обслуговування, ми порівняли ефективність роботи штатного юриста та юридичної компанії, яка здійснює абонентське юридичне обслуговування на мікропідприємстві.

Таблиця 2

Критерій порівняння	Штатний юрист	Абонентське юридичне обслуговування
Спеціалізація	Вузька	Широка
Оперативність	Висока	Достатня
Вартість за місяць	Від 3000 грн	Від 1500 грн
Кількість фахівців	1	Мінімум 2
Обладнання робочого місця	Так	Ні
Оплата відпусток, лікарняних, декрету	Так	Ні
Забезпечення нормативною базою та спеціалізованою літературою	Так	Ні
Сплата податків	Так	Ні
Підвищення зарплати	Можливо	Ні
Звільнення	Так	Ні
Банкрутство або ліквідація	Ні	Так

Нами було проведено розрахунок витрат підприємства (за рік) , якщо на ньому працює штатний працівник і якщо підприємство користується послугами абонентського юридичного обслуговування.

Таблиця 3

Витрати	Штатний працівник – юрист	Пакет «Базовий» 500 грн на місяць	Пакет «Консультант +» 1500 грн на місяць
Заробітна плата за місяць – 2000, 00 грн	11 місяців – 22 000,00 грн	–	–
Нарахування на заробітну плату	22000,00×22% = 4840,00 грн	–	–
Лікарняні (2 лікарняних листи по 5 днів)	Розрахунок лікарняних – 24000/365×10 = 657,53 грн Заробітна плата за місяць – 2000/22×12 = 1090,91 грн Разом: 1748,44 грн	–	–
Нарахування на лікарняні і заробітну плату	1748,44×22% = 384,66 грн	–	–
Витрати на обладнання робочого місця	2000,0 грн	–	–
Усього сума витрат	30973,10 грн	500 грн× ×12 міс = 6000,00 грн	1500 грн× ×12 міс. = 18 000,00 грн
Економія		**24973,10 грн**	**12973,10 грн**

Як можна побачити з аналізу, економія дійсно є, а, отже, ці кошти можна використати на закупівлю нового обладнання, підвищення заробітної плати тощо. Але якщо покласти їх на депозит під 18% річних, а термін вкладу – 6 місяців, то можна побачити, що в результаті, хоча кошти не є великими, проте є додатковим джерелом доходів, що в подальшому можливо використати на розвиток підприємства, юридичної фірми.

Таблиця 4

Сума коштів	Розрахунок депозиту	Економічна вигода
1 варінт – 24 973,10 грн	24 973,10×9%	2247,58 грн – 18% податок з доходів – – 1,5% військовий збір (438,28 грн) = 1809,28 грн
2 варіант – 12 973,10 грн	12 973,10×9%	1167,58 грн – 18% податок з доходів – – 1,5% військовий збір (227,68 грн) = = 939,9 грн

Отже, основними перевагами абонентського юридичного обслуговування є наступні: клієнт економить грошові кошти при сплаті податків і обов'язкових платежів на заробітну плату штатного юриста, а також звільняється від додаткових господарських витрат (утримання робочого місця юриста, забезпечення його нормативною базою та спеціалізованою літературою); на клієнта працюватиме ціла команда, а він сплачує за послуги одного юриста; кваліфіковані фахівці завжди нададуть відповідь на будь-які запитання клієнта; юридична фірма не йде у відпустку, не хворіє і не звільняється з метою кар'єрного зростання і вищої заробітної плати; юридична фірма гарантує конфіденційність, якість та своєчасність надання послуг, оскільки несе за це господарсько-правову відповідальність і відповідає за це своєю репутацією.

Проте абонентське юридичне обслуговування є не завжди достатньо оперативним, оскільки штатний юрист завжди знаходиться на робочому місці у вашому офісі, а фахівці з юридичної фірми в цей час можуть брати участь у судових засіданнях чи обслуговувати інших клієнтів. Слід мати на увазі, що штатний юрист може піти у відпустку чи на лікарняний і, в такому разі, нічим не зможе вам допомогти.

Окрім того, нами було виявлено, що в основному юридичне абонентське обслуговування не застосовується у практичній діяльності приватних адвокатів та ФОП з надання юридичних послуг. Виникло запитання: чому? На прикладі приватного практикуючого адвоката Петрової О. О. було визначено, що даний адвокат в основному спеціалізується на цивільних справах, а юридичне абонентське обслуговування більше стосується юридичної особи. А, отже, господарських справ. Якби адвокат Петрова О. О. почала використовувати у своїй практиці юридичне абонентське обслуговування, це забезпечило би їй розширення спеціалізації, збільшення кількості клієнтів, а в подальшому і доходів.

Розглядаючи практичну діяльність адвоката Лагоди А. А., було встановлено, що він з острахом відноситься до даного виду послуг. Як виявилося,

адвоката не влаштовує фіксована оплата послуг за абонентське обслуговування, враховуючи кризове становище фінансів в Україні та постійне зростання курсу валют. Проте, можна заперечити думку адвоката, бо укладання договору про надання юридичного абонентського обслуговування є гарантією одержання стабільного доходу протягом року, а для адвокатської діяльності це є дуже важливим.

Окрім цього, досвід надання юридичного абонентського обслуговування можна використати і в межах підприємств споживчої кооперації. Так, юрист Херсонської обласної спілки споживчих товариств може надавати в комплексі юридичні послуги іншим підприємствам споживчої кооперації. Для цього необхідно по кожному підприємству розробити комплекс видів юридичних послуг, що дозволить не тільки якісно, а й оперативно виконувати свою роботу.

Для випускників-юристів вищих навчальних закладів це реальна можливість працевлаштування. Чим якісніше будуть надаватися юридичні послуги, тим більше буде клієнтів, а значить збільшуватимуться доходи юридичної фірми. Окрім гарантованого працевлаштування, випускник правознавчого відділення коледжу ще й здобуде досвід практичної діяльності майже у всіх сферах діяльності, що в подальшому стане хорошим стартом для заснування власної справи.

Висновки. Абонентське юридичне обслуговування є більш надійним та економічно обґрунтованим видом юридичного супроводу, що дозволяє клієнту самостійно визначати обсяги юридичних послуг, необхідні для задоволення потреб його підприємства.

Такий вид обслуговування має ряд переваг порівняно з роботою штатного юриста і є дуже вигідним для підприємства, в першу чергу через низьку вартість. Але надійність такого обслуговування, на мою думку, є значно важливішим, оскільки дозволяє уникнути великої кількості ризиків для підприємства, що в свою чергу запобігає виникненню непередбачених витрат та збитків.

Література

1. Конституція України від 28.06.1996 р. // Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80. – Дата звернення: 01.03.2016 р.

2. Цивільний Кодекс України від 16.01.2003 р. // Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/435-15. – Дата звернення: 01.03.2016 р.

3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. // Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15. – Дата звернення: 01.03.2016 р.

4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. // Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. – Дата звернення: 01.03.2016 р.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПОРТРЕТУ НЕПОВНОЛІТНІХ ЗАСУДЖЕНИХ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ ТА ВНАСЛІДОК ВПЛИВУ КРИМІНАЛЬНОЇ СУБКУЛЬТУРИ

Носик Ілля
Новомосковський кооперативний коледж економіки і права ім. С. В. Литвиненка

Анотація. У роботі розглядається соціально-психологічні ознаки, визначаються типові риси сучасного кримінологічного портрету неповнолітніх злочинців, які формуються в умовах сьогодення та внаслідок впливу кримінальної субкультури.

Ключові слова: соціально-психологічний портрет, криміногенність, адиктивна поведінка, злочин, субкультура, самооцінка.

Постановка проблеми. При визначенні соціально-психологічного портрету неповнолітніх засуджених необхідно врахувати вплив багатьох факторів, провідним місцем серед яких є кризові процеси в сім'ї, соціальна напруга в суспільстві, економічна криза, широкий кримінальний фон суспільного життя. Забезпечення нормального розвитку дітей та підлітків знаходиться у певному причинно-наслідковому зв'язку зі злочинністю в цілому.

Аналіз основних досліджень. Теоретичними аспектами системного аналізу у своїх дослідженнях приділяло увагу багато вчених, зокрема Голіна В. В., Головкін Б. М.[1], Замула С. Ю.[3], Пірожков В. Ф. [5], Синьова В. М. [6].

Мета. Метою даної статті є дослідження сучасного стану злочинності серед неповнолітніх, а також суб'єктивних та об'єктивних факторів які впливають на особистість неповнолітнього злочинця.

Виклад основного матеріалу. На даний час питання вивчення злочинів неповнолітніми є безумовно актуальним. Це обумовлено тим, що проблема злочинності серед неповнолітніх осіб набула для населення особливого значення. Дана проблема стала соціальним лихом, яке загрожує безпеці підлітків. На особистість дитини впливають різноманітні негативні чинники: кризові процеси в сім'ї, соціальна напруга в суспільстві, шкільне неблагополуччя, широкий кримінальний фон суспільного життя.

На сучасному етапі становлення України як правової держави особливу увагу слід приділяти забезпеченню нормального розвитку дітей та підлітків, оскільки відома певна залежність злочинності в цілому від злочинності неповнолітніх, яка зараз викликає особливе занепокоєння у суспільстві.

Під соціально-психологічним портретом неповнолітніх засуджених варто розуміти сучасний, цілісний, систематизований комплекс інформації щодо соціально-демографічних, кримінально правових, морально-психологічних характеристик неповнолітніх засуджених, які відбувають покарання, головним чином, у вигляді позбавлення волі.

Щороку в Україні за злочини до позбавлення волі засуджується близько 2,5 тисяч підлітків. На сьогодні в установах утримуються близько півтори тисячі неповнолітніх правопорушників. За останні п'ять років у виховних колоніях (далі

ВК) відбували покарання майже 16 тис. неповнолітніх. За даними офіційної статистики Генеральної Прокуратури України за 2005 – 2015 роки злочинність серед неповнолітніх йде на спад. [2]

Рис. 1. Стан злочинності серед неповнолітніх за 2005–2015 роки

Злочинність серед неповнолітніх за 2013 – 2015 роки в залежності від виду вчинення злочинів розподілилась наступним чином: злочини проти власності в 2015 році займають лідируючі позиції, проте порівняно з 2013 роком вони значно зменшилися, така ж тенденція спостерігається і серед злочинів проти життя та здоров'я особи а також серед злочинів у сфері обігу наркотичних засобів.[2]

Сучасний криміногенний та соціально-демографічний склад неповнолітніх засуджених складає лише окрему частину соціально психологічного портрету. Але на особливу увагу нашого питання заслуговують індивідуально-психологічні особливості неповнолітніх засуджених та характеристика їх мікросередовищ [4, 32].

Аналізуючи спрямованість сучасних мешканців ВК, слід відзначити, що для багатьох із них характерні адиктивні прояви поведінки, до яких належать нікотинова, алкогольна, наркотичні залежність, прояви статевого збочення та ін. Перебування у колонії не тільки не допомагає неповнолітнім змінити ціннісні орієнтації, але й поповнює їхній негативний досвід додатковими стереотипами негативних поведінкових реакцій [4, 39].

Як відомо, юнацький вік в буквальному розумінні слова є «третім світом», що існує між дитинством та дорослістю. Він характеризується емоційною нестабільністю, імпульсивністю поведінки та глибокими, якісними змінами всього процесу психічного розвитку організму, які в психологічній літературі іменуються «кризою перехідного віку». І від того, наскільки безконфліктно підліток перенесе цей складний період, залежить все його подальше життя.

Сучасний кримінологічний портрет неповнолітніх злочинців в Україні виглядає таким чином. У більшості випадків це педагогічно занедбані юнаки, які відзначаються стійкою антисоціальною спрямованістю, мають низький освітній рівень і є вихідцями з неблагополучних сімей або й зовсім не мають батьків. Що значною мірою відрізняє нинішніх підлітків від підлітків, наприклад Радянського Союзу, коли відсоток дітей які не мали батьків був значно менший. Кожна дитина була задіяна в гуртках, культурно-масовій роботі. Підліток почував себе потрібним не тільки для сім'ї, але й для держави в цілому. Всі ці аспекти впливали на рівень злочинності серед неповнолітніх, який в період Радянського Союзу був значно меншим.

В період з січня по березень 2016 року неповнолітніми було скоєно 6568 злочини. В залежності від виду вчинених злочинів маємо такі статистичні дані: злочинів проти власності зареєстровано 4419; зафіксовано 243 фактів посягання на життя і здоров'я; встановлено 287 випадки злочинів в сфері безпеки руху та експлуатації транспорту. [2] Найбільш численними є злочини проти власності.

В умовах економічної кризи, в якій перебуває Україна і практично кожна сім'я нашої держави, це закономірно, а додавши до фінансових проблем особливості підліткового віку маємо теоретичне підтвердження практичних подій.

Як свідчать статистичні дані найбільша кількість злочинів вчиняється у віці з 16 до 17 років. [2] Це перш за все обумовлюється тим, що в даному віці починається стабілізація особистості, яка припадає на рубіж звичного шкільного і нового дорослого життя.

Види покарань які в нашій країні можуть застосовуватись до неповнолітніх визначені в ст. 98 ККУ (штраф, громадські роботи, виправні роботи, арешт, позбавлення волі на певний строк). Необхідно відзначити, що види покарань які застосовуються в Україні, відносно неповнолітніх злочинців, значно відрізняються від тих які застосовують до даної категорії засуджених, наприклад в США, де законодавством передбачено покарання навіть у вигляді смертної кари. Подібну міру покарань практикують також ЮАР, Танзанія та Ізраїль. Також в США можлива заміна смертної кари – довічним позбавленням волі, без права на дострокове звільнення, коли в Україні, відповідно до ст. 64 ККУ – довічне позбавлення волі, не застосовується до осіб, що вчинили злочин у віці до 18 років.

За останні роки відбулися суттєві зміни в психофізичному та соціальному розвитку неповнолітніх, що в свою чергу вплинуло на мотивацію їх поведінки, в тому числі і злочинної. Якщо в минулому столітті злочини проти власності вчинялися, в домінуючій більшості випадків, з мотивів солідарності з друзями, бажанням самоствердження, то на сьогодні домінуючою є корислива мотивація.

Хоч і спостерігається тенденція до зниження злочинності серед неповнолітніх, але для них сьогодні стають характерними елементи жорстокості, знущання над жертвою, вчинення злочинів з використанням вогнепальної зброї та під впливом наркотичних засобів.

Таким чином кількість злочинів в цілому зменшується, але соціальна і психологічна занедбаність неповнолітніх зростає. Збільшується кількість вчинення неповнолітніми особливо тяжких злочинів. Неповнолітні злочинці – це переважно особи з антисоціальною спрямованістю і схильністю до стійких стереотипів антисоціальної поведінки. Високо оцінюються неповнолітніми такі якості, як фізична сила, хитрість, незалежність. Крім того, перебування в колонії означає не тільки особливий правовий статус засудженого, але й особливий спосіб життя.

Таким чином, у місцях позбавлення волі формується соціальне середовище зі своїми цінностями, антигромадськими потребами та інтересами; це середовище об'єктивно спрямоване на закріплення й розвиток антигромадських потреб, цінностей вихованців, що обов'язково слід враховувати в організації профілактичної діяльності. Серед основних причин, що призводять до формування у ВК кримінальної субкультури, є низький рівень або повна відсутність моральної та правової культури неповнолітніх як компонента світогляду сучасного підлітка. Дослідження показують, що 78% неповнолітніх мають неадекватну самооцінку, переважно занижену.

Кримінальна субкультура неповнолітніх характеризується багатьма рисами, ідеологією, поведінковими елементами, як і кримінальна субкультура дорослих, що свідчить про органічний взаємозв'язок. Слід зазначити, що дана субкультура тільки зовні схожа на кримінальну субкультуру дорослих, внутрішньо вона є значно складнішою. Кримінальна субкультура неповнолітніх відрізняється від субкультури дорослих більшою жорсткістю і жорстокістю, це зумовлено тим, що у віці 14–18 років особистість ще знаходиться на стадії формування. Проте і в цьому віці існує індивідуальність з властивим їй егоцентризмом.

Засуджені підлітки проявляють тенденцію до застосування жорстокіших санкцій за порушення тюремних традицій. Таким чином, кримінальна субкультура – феномен не тільки культурний, але і соціальний.

Як сказав Антуан де Сент-Екзюпері «Всі ми родом з дитинства» і всі проблеми, які ми маємо в дорослому житті, здебільшого «приходять» до нас з нього. Правильне виховання молоді – це міцний фундамент для квітучої нації. Запобігання злочинності неповнолітніх є вкрай важливою та складною для суспільства і держави проблемою. Як говорить українське прислів'я: «Дитя – це скриня, що в нього покладеш, те потім і дістанеш».

Висновки. У результаті досліджень встановлено, що в переважній більшості неповнолітні вчиняють злочини майнового характеру, в останній час зросла кількість особливо тяжких злочинів. Середовище в якому опиняються неповнолітні засуджені після оголошення вироку справляє на них руйнівний вплив, породжує бажання у переважної кількості вихованців виховних колоній продовжувати злочинну «кар'єру».

Література

1. Голіна В. В., Головкін Б. М. Особистість неповнолітнього злочинця : сучасний кримінологічний портрет (на матеріалах м. Харкова) // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2006. – № 1. – С 42-53.

2. Дані офіційної статистики ГПУ за 2015рік.

3. Замула С. Ю. Профілактика впливу кримінальної субкультури на неповнолітніх засуджених як соціально-педагогічна проблема / С. Ю. Замула // Наукові записки : зб. наук. пр. / [редкол. : В. П. Андрущенко, Б. І. Андрусишин]. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011.– Вип. 94. – С.112–119.

4. Пірожков В. Ф. Криминальная психология. – М., 2001. – С. 17.

5. Синьова В.М. Основи пенітенціарної педагогіки і психології : навч. посіб. Біла Церква : КОІПОПК, 2003. – 102 с. – (авт.: С. 1–20; 30–53).

6. http://www.kvs.gov.ua

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КОУЧИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ТОВ «СТІМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП»

Сухорада Анна
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі досліджено основні поняття коучингу, та проведена оцінка впровадження технології коучингу як інструменту мотивації працівників підприємства.

Ключові слова: підприємство, коучингові технології, мотиваційний потенційний бал, нематеріальна мотивація, мотивуючі чинники.

Постановка проблеми. У сучасних умовах динамічного розвитку зовнішнього середовища конкурентоспроможність підприємств багато у чому зумовлює залежність від людського чинника і ефективності праці працівників. Так, для успішної діяльності на світових ринках підприємства змушені впроваджувати систему менеджменту якості і проходити відповідну сертифікацію. В умовах демографічної та економічної кризи підприємствам доводиться вирішувати проблеми, пов’язані з нестачею кваліфікованих фахівців і високим ризиком їх втрати. Усе це висуває свої вимоги до системи нематеріальної мотивації на підприємстві та ефективності праці її співробітників. А саме тому, що нематеріальна мотивація є тим мотиваційним ресурсом керівника підприємства, який дозволяє використовувати унікальні засоби залучення, утримання і розвитку персоналу, суттєво знизити ризик звільнення фахівців, підвищити ефективність праці співробітників підприємства, а як наслідок – максимізувати прибуток підприємства.

Аналіз основних досліджень. Системі нематеріальної мотивації на підприємствах приділяли увагу багато українських і зарубіжних дослідників і практиків. Так, питання вивчення системи нематеріальної мотивації на під-

приємствах знайшли своє відображення у роботах: Ф. Тейлора, Е. Мейо, А. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. Макклеланда, П. М. Керженцева та ін.

Мета: Головною метою роботи є оцінка ефективності впровадження технології коучингу як інструменту мотивації працівників ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП».

Виклад основного матеріалу: Сучасний етап економічного розвитку України вимагає вирішення практичних завдань управління трудовою діяльністю персоналу підприємства шляхом застосування нових соціально-економічних методів мотивації праці, які надали б змогу підвищити економічну зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати.

Для забезпечення ефективного господарювання, істотним є визначення цілей створення і функціонування підприємства. Головну мету підприємства, тобто чітко окреслену причину його існування, у світовій економіці прийнято називати «місією». Місією ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» є досягнення найвищої задоволеності споживачів шляхом реалізації високоякісних запчастин, устаткування та післяродажних послуг.

ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» поєднує висококваліфікованих фахівців у галузі інжиніринга промислових систем, зокрема, таких, як:

- пароконденсатні системи;
- системи пневмотранспорту та дозування продукту.

На сьогодні ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» є авторизованим дилером компаній Spirax Sarco Inc. (Великобританія), АКО Armaturen & Separationstechnik GmbH (Німеччина) і представляє інтереси цих підприємств на ринку України. Інженерний склад підприємства пройшов спеціальне навчання і готовий надавати технічні рішення, які забезпечать стабільну роботу підприємства.

Слабкими сторонами підприємства є відсутність стимулів до підвищення продуктивності, відсутність кваліфікованої маркетингової політики, відсутність відділів, що опікуються інноваційною діяльністю тощо, але усього цього можна уникнути, використовуючи наявні у підприємства можливості.

Так, основний персонал у ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» – це спеціалісти, саме від їх роботи залежить ефективна діяльність підприємства та отримання ним прибутку. Не дивлячись на зниження частки спеціалістів у загальній кількості персоналу у 2014 р. до 54%, ця категорія посідає найбільшу частку у структурі персоналу.

Негативним моментом є відсутність у 2014 р. на підприємстві преміальних виплат за основні результати праці, що негативно вплинуло на ефективність праці всього підприємства, основну частку у структурі заробітної плати працівників складала оплата за тарифом – 79,7%, 75,0% та 78,8% у 2012-2014 рр. відповідно.

Коефіцієнт співвідношення темпів зростання фонду оплати праці та темпів зростання виручки від реалізації продукції у 2014 р. дорівнювало 0,9, це свідчить про те, що система матеріального стимулювання праці персоналу забезпечує зростання продуктивності праці. На підприємстві у 2014 р. 3,7% витрат на оплату праці припадало на чистий дохід, що на 0,2% більше, ніж у 2013 р., та на 0,5 менше, ніж у 2012 р. Це свідчить про споживання незначної частини доходів та

про можливість підприємства забезпечити оплату праці у разі незначного зменшення доходів. Виплати на оплату праці на підприємстві у 2014 р. склали 21,4% у складі загальних витрат підприємства, що на 1,5% менше, ніж у 2012 р., та на 5,6%, ніж у 2013 р. У разі зниження доходів чи збільшення інших витрат, на підприємстві можуть виникнути проблеми з фінансування оплати праці.

Діагностика фонду оплати праці ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» допомогла виявити тенденцію зменшення витрат на оплату праці підприємства. Зміни такого характеру відбулися за рахунок скорочення чисельності працюючих.

Проведене дослідження у сфері системи мотивації та оплати праці дозволило зробити висновки про сфери стимулювання персоналу підприємства, структуру компенсаційного пакету і методи як матеріальної, так і нематеріальної мотивації.

Слід зазначити, що ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» має на меті забезпечення ефективності мотивації, де наголос варто зробити на інструментарії нематеріальної мотивації (коучинговий інструментарій).

Актуальність застосування на підприємстві методу коучингових технологій стає усе більш значущою у силу наявних обмежених можливостей підвищення заробітної плати в умовах кризи.

Згідно з проведеними дослідженнями виявлено, що спостерігається зниження мотиваційної функції заробітної плати, у зв'язку з цим, нами пропонується додатковий метод нематеріального стимулювання працівників – коучинг.

Коучинг – це технологія, яка сприяє формуванню внутрішньої мотивації і є найважливішим інструментом у системі мотивування. Таким чином, керівник, застосовуючи коучинг в управлінні персоналом, створює відповідні умови для формування ефективної мотивації. Впровадження коучингу на підприємстві приносить користь як йому самому, так і співробітникам, які отримують підтримку власної ініціативи, самостійності, усвідомлення можливостей свого подальшого розвитку, що є ключовими чинниками для формування ефективної мотивації персоналу [1]. Підриємство при цьому отримує мотивованих, ефективних, лояльних співробітників.

Забезпечення ефективної мотивації співробітників можливо на підприємствах, де керівник бере на себе роль коуча. Тоді у співробітників збільшується бажання підвищити свою результативність і зміцнюється їх лояльність до підприємства. Згідно з визначенням коучінгу, його мета полягає у тому, щоб допомогти людині вчитися самостійно, а не навчити його. Це саме те, що дозволяє коучінгу базуватися на розвитку самонавчального підприємства.

На ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» запропоновано до впровадження коучингові інструменти. Як показує практика підприємств, що активно використовують коучинг, керівник отримує безпосередню віддачу від вкладених у коучинг ресурсів у вигляді кількох цілком конкретних результатів: підвищення поточної продуктивності працівників; вивільнення часу керівника; появи кандидатів для обіймання керівних посад; посилення мотивації працівників; оптимізації мікроклімату у колективі.

Для дослідження впливу коучингових інструментів на мотивацію співробітників ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП», нами проведено дослідження поточного стану справ за допомогою показників мотивації до і після впровадження інструментів коучингу в управлінні персоналом.

Розрахунок показників мотивації на ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» проводився за допомогою оцінки мотиваційного потенційного балу Хакмана [2], що відображає, якою мірою зміст роботи мотивує працівника (формула 1). Результати аналізу подані у табл. 1.

$$\text{МПБ} = \frac{(PP) + (ЗР) + (ВР)}{3} \times АР \times ЗЗР \qquad (1)$$

де *PP* – різноманітність роботи;
ЗР – завершення роботи;
ВР – важливість роботи;
АР – автономність роботи;
ЗЗР – зворотній зв'язок від роботи.

Таблиця 1

Показники середніх значень мотиваційного потенційного бала
[розраховано автором]

Етапи	Показники середніх значень (первинне дослідження):			Значення середніх показників (після впровадження коучинга в управління):			Таблиця норм за Р. Хакманом		
	керівник	спеціаліст	служ-бовець	керівник	спеціаліст	служ-бовець	менеджер	спеціаліст	середня ланка
Різноманітність роботи	5,2	4,3	4,3	5,8	4,8	4,9	5,6	5,4	4,7
Завершення роботи	5,1	4,5	4,4	5,6	4,9	4,8	4,7	5,1	4,7
Важливість роботи	5,6	5,0	4,8	5,8	5,1	5,2	5,8	5,6	5,5
Автономність	5,3	4,6	4,5	5,3	6,1	5,1	5,4	5,4	4,9
Зворотній зв'язок	5,1	4,5	4,7	5,4	5,4	5,3	5,2	5,1	4,9
Мотиваційний потенційний бал	143,26	95,22	95,18	164,09	162,50	134,25	156	154	128

Як свідчать дані табл. 1, помірним вважається мотиваційний потенційний бал роботи – 122 (на підприємстві він склав 111,22), який показує, що персонал

має низьку мотивацію до роботи. Значення мотиваційного потенційного балу спеціалістів і службовців нижче, ніж значення помірного мотиваційного потенційного бала. Оцінка мотиваційного потенційного балу після проведення заходів з впровадження коучингових інструментів управління на підприємстві показала його збільшення на 42,39 бали (його середнє значення склало 153,61 бали).

Висновки. Проведене дослідження показало позитивні результати та дозволило зробити висновок, що застосування у ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» коучингових інструментів сприяє зростанню задоволеності співробітників і формує нематеріальну мотивацію співробітників на підприємстві.

Головний висновок, отриманий у процесі дослідження, полягає у тому, що технологія формування мотивації з використання коучингу не тільки сприяє організаційному і особистісному розвитку, але і є важливим інструментом для виходу підприємства на новий виток розвитку.

Література

1. Уитворт Л. Коактивный коучинг / Л. Уитворт, Г. Кимски-Хауз, Ф. Сандал. – М.: Международная академия коучинга, 2011. – 354 с.

2. Hackman J. R., Oldham G. R. Motivation through the design of work. 1976. Vol. 16. Organizational Behavior and Human Performance.

ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Назаренко Світлана
Філія «Черкаський кооперативний економіко-правовий коледж»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У статті досліджується ефективна діяльність підприємства, яка прямо пов'язана із грамотним управлінням персоналу. Незважаючи на значну кількість методів управління персоналом, на сьогодні безліч підприємств зіштовхнулися з тим, що більшість із них не завжди приносять відчутний ефект. Тому необхідно вміти грамотно управляти персоналом та його організовувати.

Ключові слова: управління персоналом, скринінг, рекрутинг, хедхантинг, аутстаффінг, нетрадиційні методи управління персоналом, інновація, інноваційні технології.

Постановка проблеми. Успіх інноваційної діяльності сучасного підприємства багато в чому зумовлюється рівнем ефективності управління персоналом. Володіючи особливими стратегічними та оперативними функціями, людський чинник відіграє провідну роль в інтелектуалізації та інформатизації підприємництва.

Мета. Метою даної статті є уточнення сутності та значення управлінських інновацій, визначення основних проблем, що стримують поширення управлінських інновацій на підприємствах та обґрунтування доцільності їхнього впровадження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інновації в управлінні персоналом – цілеспрямована діяльність керівників і фахівців підприємства щодо забезпечення ефективних темпів і масштабів відновлення кадрової роботи на основі нововведень у відповідності з перспективними і поточними цілями розвитку підприємства [1, с. 28].

Останнім часом на підприємствах особлива увага приділяється організації системи й процесу управління персоналом. Внаслідок цього багато підприємств починають перебудовувати існуючі системи управління персоналом.

До основних завдань системи управління персоналом можна віднести:

- допомогу організації в досягненні її цілей;
- забезпечення організації кваліфікованими і зацікавленими спів робітниками;
- ефективне використання майстерності та здібностей персоналу;
- удосконалення мотиваційної системи;
- підвищення рівня задоволеності працею всіх категорій персоналу;
- розвиток і підтримка на високому рівні системи підвищення кваліфікації персоналу та професійної освіти;
- зберігання сприятливого морального клімату;
- управління внутрішньо організаційним рухом персоналу до взаємної вигоди співробітників і організації, суспільства;
- планування кар'єри – просування по службі;
- вплив на творчу активність персоналу, допомога в реалізації інноваційних планів підприємства;
- удосконалення методів оцінки діяльності персоналу та атестація управлінського і виробничого персоналу, зв'язок управлінського персоналу з усіма співробітниками;
- забезпечення високого рівня життя, що робить бажаною роботу на певному підприємстві.

Інноваційні підходи до управління персоналом проти традиційних варто розглядати за всіма окремо обраними системами, зокрема в системі підбору персоналу. При традиційному підході обсяг роботи з набору визначається в значній мірі різницею між наявним рівнем забезпечення робочою силою та прогнозованою потребою в ній [4]. В інноваційній діяльності, яка характеризується невизначеністю та значним ризиком, складно прогнозувати майбутні потреби в робочій силі: необхідно оцінити відповідність можливостей працівників з погляду їх адаптації до стохастичних соціальних процесів та рівня їх кваліфікації – змісту інноваційної діяльності. Інноваційний тип сучасного виробництва по-новому формулює проблему професійної успішності, а у зв'язку із цим формує особливу систему відбору, перенавчання та соціальної адаптації працівника.

Вбачаючи в кожному працівнику індивідуальність, підприємство дасть поштовх для таких напрямків в роботі управління персоналом, як:

1. *Розвиток персоналу та управління діловою кар'єрою*. Програма навчання будується на визначенні невідповідності між кваліфікаційними вимогами та реальними компетентностями співробітників.

2. *Формування корпоративної культури*. Усвідомлення кожним працівником базових цінностей і місії підприємства позитивно позначається на результатах праці.

3. *Розробка моделі компетенцій*. Таке нововведення покликане регламентувати поліфункціональність ряду робочих місць і грамотно побудувати технологічний ланцюжок, що дозволяє запобігти виникненню конфліктів і орієнтує на якість і оперативність праці.

4. *Комп'ютерні технології в управлінні*. Програмні продукти дозволяють не тільки вести облік кадрів за різними параметрами, але і формувати необхідні звітні документи.

5. *Планування та кадровий аутсорсинг.* Якщо допустити помилки в кадровому плануванні результатом буде дефіцит потрібних працівників на підприємстві. Це може призвести до фінансових збитків підприємства. Для підвищення ефективності бізнесу, оптимізації витрат на управління персоналом та вирішення проблем, пов'язаних з утриманням персоналу підприємства. Аутсорсинг – передача деяких непрофільних функцій спеціалізованому підприємству. Тобто підприємство-провайдер укладає трудові відносини з персоналом і на відшкодувальній основі надає надалі цей персонал підприємству-замовникові.

Скринінг – «поверхневий підбір», який здійснюється по формальних ознаках: освіта, вік, рід, досвід роботи.

Рекрутинг – «поглиблений підбір», який враховує особистісні характеристики і ділові якості претендента.

Хедхантинг – це пошук висококваліфікованих спеціалістів (найвищі щаблі управління). Тобто: топ-менеджери, програмісти з IT-сфери, юристи. Щоб мати на своєму підприємстві таких людей підприємство замовляє кадровим агентствам.

Аутстаффінг – це звільнення працівника з одного підприємства та оформлення в штат іншого, де він отримує офіційну заробітну плату, платить податки і т.д, але при цьому працює на колишньому підприємстві і виконнує свої колишні обов'язки [3].

6. *Ефективна аттестація персоналу* (оцінювання одного працівника або групи працюючих буде проходити з урахуванням результатів виробництва як окремого структурного підрозділу, так і підприємства в цілому).

7. *Розробити ефективну систему мотивації персоналу.* Інноваційна діяльність залежить від власної ініціативи та зацікавленості персоналу в результатах. Важливим питанням при цьому є створення такого режиму праці на підприємстві, який був би максимально наближеним до творчого режиму і сприяв би виникненню інноваційних рішень. Мотивація інноваційної діяльності є бажаною функцією підприємства.

Основна мета всіх перетворень – підвищення ефективності роботи персоналу і, як наслідок, успішність підприємства.

Інноваційні структури вимагають від працівника особливої гнучкості мислення, ефективної системи сприйняття, внутрішньої потреби у творчості, своєрідної форми самореалізації та інтеграції до соціальної системи. Вони

зорієнтовані в першу чергу на висококваліфіковану робочу силу, центральною ланкою якої є особистість новатора-вченого або новатора-менеджера.

Ключовою фігурою в інноваційній діяльності стає інтелектуал, для якого найбільше значення набувають значеннєва важливість праці та високий рівень внутрішньої мотивації. Особливі вимоги до ключової фігури новатора повинні поєднуватися з удосконаленням комунікативних процесів та міжособистісних відносин. Паралельно із цим, при формуванні колективу може стати в нагоді методика LAB-profile, яка дає можливість будувати мета-програмні профілі працівників та кандидатів на вакантні посади. Цей метод ґрунтується на психологічних інструментах управління персоналом і дає можливість побудувати мета-програмний портрет особистості, за допомогою якого виявляються найважливіші характеристики стилю мислення співробітника, що дає можливість спрогнозувати, як успішно він впорається з тим чи іншим видом діяльності, якими ресурсами він володіє.

Хочеться виділити ще один прогресивний підхід до управління персоналом – Investors in People (у перекладі стандарт «Інвестори в Людей») – інноваційна система якісного менеджменту, інтеграція стратегії управління людьми в стратегію управління підприємством, міжнародний еталон якості управління людьми, формула взаємодії менеджерів і персоналу, з метою ефективнішого досягнення цілей і завдань підприємства.

Інноваційні технології в управлінні персоналом можна розглядати з двох позицій: як нові, що підвищують ефективність діяльності підприємства, прийоми управління людськими ресурсами (власне інноваційні технології кадрового менеджменту), і як традиційні технології впровадження в кадрову роботу підприємства нововведень(традиційні управлінські технології впровадження інновацій) [5].

Сучасна спрямованість інновацій у кадровій сфері, на нашу думку, пов’язана з такими завданнями: 1) підвищення рівня продуктивності діяльності; 2) ефективне навчання і розвиток персоналу; 3) поліпшення робочих взаємин і створення творчого середовища; 4) поліпшення якості трудового життя; 5) стимулювання креативних ідей; 6) звільнення менеджерів від рутинних функцій, краще використання майстерності і здібностей людей; 7) підвищення сприйнятливості та адаптивності персоналу до нововведень; 8) залучення і лояльність персоналу, згуртованість колективу; 9) забезпечення балансу інтересів підприємства та співробітника.

Висновки. Система управління персоналом необхідна на кожному підприємстві. На основі проведеного дослідження можна сказати, що, крім традиційних методів управління персоналом, існують також і нестандартні методи, які найчастіше приносять більше користі, незважаючи на певний рівень ризику. В умовах сьогоденного розвитку економіки, класичні методи управління застарівають і не приносять значного позитивного ефекту. Світ змінюється, змінюються і люди, тому має відбуватися і зміна методів управління.

Література

1. Червінська Л. П. Управління інноваційною діяльністю персоналу: монографія /Л. П. Червінська. – К.: КНЕУ, 2014. – 194.

2. Кудрявцева Е. И. Инновационные технологии в кадровом менеджменте / Кудрявцева Е.И., Голянич В.М. // Управленчиское консультирование. – 2013. – № 2. – С. 5–16. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: www.sziu.ru/publication/650/rossijskij-nauchno-praktichesrij-zhurnal-upravlencheskoe-konsultirovanie.

3. Безручук С. Л., Лайчук С. М. Аутсорсинг, лізинг персоналу або послуги з бухгалтерського обліку: критична оцінка термінів Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 3(12) с.41 http://eztuir.ztu.edu.ua/4268/1/41.pdf.

4. Карпунь І. Н. Мотивація і стимулювання інноваційної діяльності підприємства / І. Н. Карпунь // Проблеми економіки та управління. – Л. : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2008. –С. 529–533.

5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.bcgperspectives.com/Images/Creating_People_Advantage_Oct_2013_tcm80-147615.pdf.

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРАЦІВНИКІВ ЗІ ЗНАННЯМ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Васильєва Олена
Львівський кооперативний коледж економіки і права

Анотація. У доповіді розкрита актуальність та важливість володіння іноземною мовою в сучасному суспільстві та на ринку праці.

Ключові слова: інноваційний шлях розвитку бізнесу, кадровий потенціал, корпоративне навчання, корпоративні клієнти, корпоративний курс.

Постановка проблеми. Збільшення кількості західних партнерів та інвестицій спонукає підприємства до підбору кадрів зі знанням англійської мови та його важливість в інноваційному розвитку бізнесу.

Мета. Метою даної статті є розкрити значення та важливість впровадження інновацій шляхом формування кадрового потенціалу працівників підприємства зі знанням іноземної мови.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні ефективна інноваційна діяльність є основою економічного зростання як окремо взятого підприємства чи галузі, так і регіону чи країни загалом. Найбільших комерційних успіхів досягають економічні суб'єкти, що функціонують на принципах інноваційної діяльності. Забезпечення постійного потоку нововведень у виробництво, їх реалізація сприяє залученню іноземних інвестицій в економіку України.

Кадрова складова ресурсного потенціалу підприємств відіграє одну з вирішальних ролей у забезпеченні економічного зростання країни, підвищенні ефективності інноваційного розвитку, виробництва матеріальних і нематеріальних благ та якості життя населення.

Для розвитку міжнародного підприємництва важливою є співпраця спеціалістів однієї галузі в різних країнах, що стає неможливим без досконалого володіння фахівцями англійською мовою.

Знання англійської мови – одна з умов працевлаштування в компаніях, що працюють на закордонних ринках або мають іноземних партнерів (а таких в Україні все більше). Причому така вимога ставиться не тільки перед кандидатами на «топові» позиції, але і перед співробітниками середньої ланки [1, с. 27]. У 30% оголошень про вакансії роботодавці вимагають від кандидата знання базової, розмовної або ділової англійської мови – в залежності від позиції. Перевірка цих знань, як правило, відбувається вже на стадії розгляду резюме і першої співбесіди.

За даними Ради Європи володіння іноземною мовою є ключовою компетентністю для успішного працевлаштування. У порівнянні з іншими європейськими країнами, Україна відстає в готовності населення спілкуватись іноземною мовою.

З метою реалізації національної програми вивчення та популяризації англійської мови серед населення 2016 рік оголошений роком англійської мови в Україні. Сьогодні, вперше за багато років, перші особи України, президент, прем'єр – міністр, більшість членів уряду і парламенту володіють іноземними мовами. Зокрема Адміністрація Президента з жовтня 2015 р. на керівні посади приймає виключно фахівців зі знанням англійської мови. Для співробітників, які вже працюють на керівних посадах, ця норма починає діяти з 1 січня 2017 року. Але цього недостатньо, тому що знання іноземної мови має стати нормою для всіх громадян.

У рамках року англійської мови реалізується спільний проект Міністерства освіти і науки України, Британської Ради в Україні та неурядової ініціативи Go Global «Вчителі англійської мови – агенти змін», метою якого є перекваліфікація вчителів англійської мови. В рамках проекту було підготовлено 170 тренерів, які будуть передавати свій досвід вчителям англійської мови та підвищувати їх рівень до такого, який відповідає стандартам Ради Європи.

В Україні діє національна програма популяризації іноземних мов «Україна speaking». Її метою є підвищення попиту на вивчення англійської мови, також переорієнтація інформаційного простору на англійську мову в усіх сферах діяльності. Результати досліджень демонструють, що рівень знання англійської підвищує ВВП на душу населення країни, збільшує потенціал експорту та спрощує роботу бізнесу.

Сучасне суспільство увійшло в ту стадію, коли підприємства почали відчувати так званий «кадровий голод». Виражається це в тому, що вкрай складно знайти заміну якомусь спеціалісту, який звільнився, оскільки всі роботодавці шукають фахівців певного рівня. Найбільш просунуті керівники, а також HR-менеджери серйозних компаній, останнім часом усе більше й більше усвідомлюють необхідність загального розвитку вже працюючих у них співробітників, підвищення їх потенціалу й можливостей.

В Україні знання іноземної мови все частіше стає однією з обов'язкових вимог при прийомі на роботу. За даними рекрутингового порталу rabota.ua, в 12%

вакансій, розміщених на їхньому сайті, зазначено вимогу знання англійської мови. Багато роботодавців, хоча і не заповнюють потрібне поле на сайті, але в у вимогах до кандидатів на вакантні місця прописують про надання переваги фахівцям, які володіють англійською мовою. При цьому серед сфер, в яких знання англійської мови підвищує середню заробітну плату працівника, порівняно з середньою зарплатою фахівця без знання мови, є безпека та охорона (майже в 6 разів), медицина і фармацевтика (утричі), а також промислове виробництво (майже в два з половиною рази) та сфера інформаційних технологій (більш, ніж вдвічі).

Вивчення іноземної мови персоналом – це частина стратегії розвитку успішного підприємства. Сьогодні легко налагоджуються зарубіжні партнерства і здійснюються продажі через Інтернет, розробляються нові технології та освоюються нові ринки, відстані і кордони вже не мають великого значення. В таких умовах необхідність знання іноземної мови для роботи сприймається вже не як бонус, а як інструмент роботи. До того ж, корпоративне навчання іноземної мови – це не тільки інвестиції в компетентність співробітників і процвітання бізнесу, але й можливість заощадити час і гроші .

Переважна більшість керівників іноземних компаній в Україні (в тому числі і у Львові) вважають необхідним володіння англійською мовою для своїх співробітників у рамках обміну професійною інформацією (наприклад, такі компанії як Softserve, Software, Product development technologies та багато інших). Навіть якщо їхні фахівці прямо не взаємодіють з англомовними керівниками тут, в Україні, вони, як правило, є одними з основних гравців, які реалізують той чи інший міжнародний проект в рамках свого підрозділу на підприємстві. Тому керівники постійно забезпечують можливість для вивчення англійської мови для своїх співробітників, як правило:

- працюючи з онлайн-провайдерами, що дає можливість комфортного вивчення мови для персоналу;
- укладаючи контракт з мовними школами з метою отримання якісної освіти (яких у Львові достатня кількість – Green Forest, Step Up, D’elite School, EverBest, Руна, American English School та інші).

Найголовніший фактор вивчення мови – мотивація. Зовнішньою мотивацією може бути можливість кар'єрного росту або закордонних відряджень. Одним зі шляхів підвищення кваліфікації або ступенів загального розвитку співробітників є послуга «англійська для корпоративних клієнтів». Це означає, що вивчення мови проводиться «корпоративно» для всіх співробітників за рахунок компанії або за рахунок співробітників, які бажають підвищити рівень своїх знань[2, с. 42]. До таких співробітників відносяться фахівці, які:

- взаємодіють з міжнародними фірмами або фондами;
- працюють із зарубіжними партнерами, постачальниками;
- спілкуються з іноземними клієнтами;
- перспективні для розвитку зарубіжного бізнесу за наявності перспективи відкриття філій;
- пов'язані з іноземними інвестиціями;
- беруть участь у міжнародних виставках, форумах, конференціях.

Крім результатів вивчення англійської мови, це відмінний спосіб підвищити професійний рівень співробітників, відкрити нові перспективи для компанії, використовуючи знання, отримані в ході корпоративного навчання.

Корпоративне навчання англійської мови – це відмінний бонус, яким можна заохотити перспективних співробітників, утримати їх, виділити на тлі інших колег, змусити скасувати рішення про перехід на інше місце праці.

Знання англійської мови підвищує інтерес кандидатів до роботодавця, рейтинг компанії порівняно з конкурентами підіймається. Зростає також повага партнерів, клієнтів, інших зацікавлених у співпраці осіб. Направлені на навчання співробітники повинні мати можливість отримати навички саме в тому напрямі, який буде потрібен їм у роботі в подальшому [3, с. 53]. Це може бути акцент на ділову переписку, вільне усне спілкування або комплексне навчання. Залежно від поточних і перспективних потреб бізнесу викладачі роблять акцент на:

- розвитку розмовних навичок (не лише у межах побутової та суспільно-політичної тематики, але й навичок практичного володіння мовою у конкретній галузі);
- ділове листування (при цьому враховується не тільки рівень роботи з мовою документа, а й належний рівень оформлення ділових листів);
- особливостях ведення ділових переговорів (враховуючи психологічні та етичні норми ділового спілкування з іноземними партнерами, стратегію та тактику компанії в ділових переговорах);
- умінні вести розрахунки, робити презентації тощо.

Важливо звернути увагу на навчання за профільними програмами, а саме англійська мова для: фінансистів, PR-менеджерів і маркетологів, бухгалтерів та юристів, архітекторів, дизайнерів, будівельників, обробників, проектувальників, операторів обладнання та спецзасобів, секретарів, референтів, асистентів керівника тощо.

У наданні послуг вивчення ділової англійської спеціально розробляють і пропонують інтенсивні тренінги з вузьких дисциплін (ведення переговорів і зустрічей, ділового листування, співбесід, ведення телефонних розмов тощо). Адже знання англійської – це не просто вкладення коштів, а інвестиції в майбутнє компанії. Необхідним є знання англійської мови для участі у волонтерських проектах. Українці можуть брати участь у проектах, які реалізуються в усіх країнах Євросоюзу, а також в Ісландії, Ліхтенштейні, Норвегії та Туреччині. Зазвичай строки таких волонтерських турів становлять від 6 до 12-ти місяців, але можна підібрати проект і на три місяці – найкращий варіант під час літніх канікул для студентів. У рамках Євросоюзу створена унікальна організація, що здійснює фінансування волонтерських проектів по всій Європі – Європейська волонтерська служба (EVS – European Voluntary Service). Міжнародний досвід є вагомим чинником для побудови успішної кар'єри. Особливо він важливий для тих, хто в майбутньому хоче здобувати освіту за кордоном і працювати в міжнародних компаніях, що стане неможливим без досконалого володіння англійською мовою.

Висновки. В сучасному світі, в час активного впровадження інноваційних технологій, володіння іноземною мовою працівниками є пріоритетом при успішному працевлаштуванні. Працівники зі знанням іноземної мови мають

більше можливостей отримання високооплачуваної роби, кар'єрного росту та підвищення професійної майстерності Отже, знання іноземної мови – це не тільки компетентність співробітників але й плідна, ефективна співпраця з західними партнерами та процвітання бізнесу.

Література

1. Воронкова В. Г. Кадровий менеджмент: Навч. посіб. – К.: ВД «Професіонал», 2004.

2. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2002.

3. Савельєва В. С. Управління персоналом: Навч. посіб. – К.: ВД «Професіонал», 2005.

4. Хміль Ф. Г. Управління персоналом: Підр. для студ. вузів. – К.: Академвидав, 2006.

5. Балабанова Л. В. Управління персоналом: Навч. посіб. – К.: ВД «Професіонал», 2006.

6. osvita.ua.

МАСОВА МІГРАЦІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН ЄВРОПИ

Самченко Юлія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У дослідженні розглядається сучасна міграція до Європи, яка істотно корелює з різними сферами життя регіону, а особливо з соціально-економічними, міжнаціональними та міжкультурними відносинами.

Ключові слова: міграція, міграційна квота, біженці, туризм, безпека туризму, культура, міграційна криза.

Постановка проблеми. Масова міграція біженців з Північної Африки та Близького Сходу до країн Європи поставила перед урядами країн багато проблем, особливо соціально-економічну та міжкультурних відносин.

Аналіз основних досліджень. Різні особливості проблем міграційних процесів досліджували багато науковців, зокрема, С. М. Козинський, В. О. Костенко, Е. М. Лібанова, С. М. Макуха, О. А. Малиновська, Ю. М. Пахомов, О. В. Позняк, М. Д. Романюк, М. О.Шульга, Б. М.Юськів та ін. Західні вчені, такі як Р. Адамс, В. Волес, Е. Тейлор, Т. Шульц та інші, здійснили вагомі напрацювання з пояснення причин і напрямків міграції. Незважаючи на значну кількість публікацій на дану тематику, ще недостатньо досліджень присвячених процесу і, особливо, наслідкам масової міграції в Європу, яка потребує постійного моніторингу, аналізу і прогнозу наслідків її впливу на соціально-економічні та міжкультурні відносини, в тому числі і для України.

Метою статті є характеристика причин та сучасного стану міграційних процесів у європейських країнах, їх впливу та прогнозу наслідків на соціально-економічний розвиток полікультурної Європи.

Виклад основного матеріалу. У щорічній доповіді УВКБ ООН «Глобальні тенденції» відзначене стрімке зростання числа осіб, які вимушені залишати свою країну: наприкінці 2014 р. 59,5 млн осіб стали вимушено переміщеними особами (порівняно з 51,2 млн 2013 р. і 37,5 млн у 2014 р.). Це найвищий показник зафіксований з 2013 р.

Значний приріст зафіксовано на початку 2011 р., коли почалась війна в Сирії, і стала найбільшою у світі причиною масової міграції. У 2014 р. щодня близько 42 500 осіб ставали біженцями, шукачами притулку, або внутрішньо переміщеними особами – чотирикратне зростання за останні чотири роки. Нині у всьому світі одна людина з 122 є або біженцем, або внутрішньо переміщеною особою, або шукає притулок.

У доповіді підкреслено, що тільки в 2014 р. знову переміщеними особами стали 13,9 млн осіб – у чотири рази більше, ніж в 2010 р. В усьому світі зараз зареєстровано 19,5 млн біженців (порівняно з 16,7 млн в 2013 р.), 38,2 млн переміщені в межах своїх країн (порівняно з 33,3 млн в 2013 р.), і ще 1,8 млн осіб чекають вердикту за клопотаннями про притулок (порівняно з 1,2 млн в 2013 р.).

У кінці 2014 р. Сирія була основним постачальником внутрішньо переміщених осіб (7,6 млн) і біженців (3,88 млн). Іншими найбільшими країнами в результаті біженців стали Афганістан (2,59 млн) і Сомалі (1,1 млн). У цілому, в 2014 р. кількість біженців і внутрішньо переміщених осіб зросла в Європі на 51%, на Близькому Сході і Північній Африці – на 19%, в Азії – на 31%, в субекваторіальній Африці (за винятком Нігерії) – на 17%, в Америці – на 12% [6].

Адже лише за останні п’ять років виникли або відновились 15 конфліктів: вісім в Африці (Кот-Д’Івуар, Центрально-Африканська Республіка, Лівія, Малі, Нігерія, Південний Судан, Бурунді), три на Близькому Сході (Сирія, Ірак, Ємен), один в Європі (Україна) і три в Азії (Киргизстан, М’янма, Пакистан). Лише деякі з цих криз були врегульовані, але більшість генерують нові міграції [8].

Конфлікт в Україні, рекордні 219 000 осіб, які перетнули Середземне море, і велике число сирійських біженців у Туреччині (яка в 2014 р. стала найбільшою країною прийому біженців – 1,59 млн сирійських біженців в кінці 2014 р.), підвищили суспільний інтерес, позитивний і негативний, до питань, що стосуються біженців.

В ЄС більшість клопотань про притулок були подані до Німеччини та Швеції. В цілому, наприкінці 2014 р. загальне число переміщених осіб в Європі досягло 6,7 млн порівняно з 4,4 млн наприкінці 2013 р. Євросоюз поки що не здатний подолати кризу з біженцями. Швидкий приплив мігрантів в Європу загрожує серйозно змінити політичну конфігурацію і економіку Союзу.

За даними UNHCR [9], станом на червень 2015 р. найбільше біженців було із Сирії – понад 4 млн, із Афганістану – понад 2,5 млн, Сомалі – понад 2 млн, Південного Судану та ДР Конго – понад 0,5 млн, із ЦАР, М’янми – близько – 0,5 млн, Еритреї, Іраку – біля 0,4 млн осіб. Значна кількість, як правило, направляється до Європи.

За оцінками ООН, з січня по серпень 2015 р. включно до Європи прибуло понад 300 тис. осіб. Глави МВС країн Євросоюзу більшістю голосів ухвалили план введення квот на розміщення 160 тис. біженців у всіх 28 державах Євросоюзу. Квоти встановлюють залежно від розміру економіки, чисельності населення та низки інших параметрів. При такому механізмі найбільше мігрантів прийме Німеччина (40 тис.) та Франція (32 тис.). Чотири країни на сході Євросоюзу – Угорщина, Словаччина, Румунія і Чехія – виступили категорично проти квот.

За 2015 р., за даними EUROSTAT [7], окремі країни прийняли таку кількість біженців: Німеччина – понад 420 тис., Швеція – понад 150 тис., Угорщина – 148 тис., Італія – близько 70 тис., Австрія – понад 60 тис., Франція – близько 50 тис., Нідерланди, Бельгія – по 40 тис., Фінляндія, Швейцарія – по понад 30 тис., Норвегія – 29 тис., Великобританія – 27 тис. осіб.

Прагнення Німеччини зайняти позицію відкритих дверей щодо біженців з Близького Сходу багато пояснюють демографічними проблемами країни. Населення Німеччини скорочується внаслідок низької народжуваності: з 2008-го по 2013 рік у країні була зареєстрована найнижча народжуваність у світі.

Відсутність єдиного підходу країн ЄС до вирішення проблеми контролю над міграцією у зв'язку з масштабним припливом біженців в ЄС призвів до того, що деякі країни почали оголошувати про закриття меж або про відновлення контролю на шенгенських кордонах. За законами ЄС окремі країни можуть тимчасово відновлювати прикордонний контроль на своїх ділянках у рамках єдиного шенгенського простору в особливих випадках. Після серії вибухів у Парижі контроль за міграціями став більш жорстким.

Загроза терактів і політична нестабільність – чинники, завдяки яким можна про закінчення подорожей навіть найвідомішими туристичними напрямками. До країн з високою ймовірністю терактів відносять Австрію, Бельгію, Німеччину, Францію, Єгипет, Туреччину, Туніс. Свої кордони закрили Болгарія, Угорщина, Хорватія, Мальта, Франція, Норвегія. Австрія призупинила дію Шенгенської угоди, Данія закрила кордон з Німеччиною, а Швеція – з Данією. Вже у травні 2016 р. Європарламент призупинив обговорення безвізового режиму для Туреччини. Відміна віз – частина угоди про біженців згідно якої Туреччина має виконати 72 вимоги Євросоюзу. На початку травня Брюссель пригрозив Угорщині штрафом у € 250 тис. за кожного повернутого мігранта, а парламент Угорщини проголосував за референдум (восени 2016 р.) з питань квот на розподіл біженців у ЄС. Крім цього, Угорщина та Словаччина оскаржують систему квот у Європейському суді у Люксембурзі.

Незважаючи на те, що мігранти з нестабільних країн «третього світу», приїжджаючи на тимчасове або постійне місце проживання в країни Європи, знаходять довгоочікуване відносне благополуччя, вони стають достатньо вибухонебезпечною масою, що володіє високим соціально-деструктивним потенціалом. Мігрантів з Африки та Азії в Європу прибуває більше, ніж потрібно для заповнення існуючих вакансій. По-друге, багато мігрантів і не думають про працевлаштування, бо сподіваються на соціальні або на численні шляхи кримінального заробітку. У сукупності з вимушеною зайнятістю в непрестижних

і низькооплачуваних сферах прикладання праці, або з безробіттям і маргінальним становищем, це культурне відчуження сприяє соціальній ізоляції мігрантів від приймаючої сторони [4].

У цілому на території країн Західної Європи присутні мігранти з більшості країн світу, найбільші проблеми виникають з вихідцями з країн Близького Сходу та Африканського континенту. Відзначаються серйозні культурні відмінності між європейцями і вихідцями з Північної Африки, Близького Сходу і Південної Азії. Вихідці з цих регіонів найчастіше фігурують у кримінальних зведеннях правоохоронних органів європейських держав, а також беруть участь у різних масових заворушеннях, поповнюють ряди екстремістських угруповань та реальних (потенційних) злочинців.

Президент Чехії М. Земан вважає, що тероризм та міграційна криза взаємопов'язані. Міграційна криза має характер організованого вторгнення. Воно добре організоване, добре оплачене і його метою є розвал європейських структур. Тому, над традиційною європейською культурою нависла загроза пригнічення такою культурою, яка несумісна з європейськими цінностями.

Подібну позицію підтримує український вчений Ю. М. Пахомов: «Мусульмани в Європі тримаються своїх коренів і поводяться вкрай агресивно. Відмова законної європейської влади (Німеччина, Франція, Великобританія) від колишньої толерантності і мультикультуралізму лише додатково загострила ситуацію: мігранти налаштовані вороже і не проти підірвати ситуацію в Євросоюзі зсередини. До того ж основний склад мігрантів, що прибувають, – це агресивна і відчайдушна молодь. Усе це зараз хворобливо накладається на ерозію традиційної європейської державності і на зростаюче число проблемних країн. У такій ситуації для повноти вражень Євросоюзу бракує тільки деградуючої України. Тобто, сумнівів немає, Європі скоро буде не до нас» [3, с. 158].

Висновки. Велика частка біженців прагне до Європи, оскільки там існує програма допомоги, соціальні виплати та інші блага, що дозволяють прибулим жити за рахунок ресурсів тієї країни, де вони осідають. Однак, наплив мігрантів призводить до наростання криміногенної ситуації, що наносить шкоду людському потенціалу країн Європи. На сьогоднішній день з огляду на етнічно-культурне різноманіття народів Європи досить важливо зберігати їх національну своєрідність та традиції, в тому числі, і з точки зору туристичної привабливості і неповторності.

Література

1. Великое переселение народов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://expert.ru/expert/2015/40/velikoe-pereselenie-narodov-2_0/ (дата звернення 10.11.2015). – Назва з екрана.

2. Куклина И. Международный диалог по проблемам миграции: тенденции и перспективы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.perspektivy.info/ book/mezhdunarodnyj_dialog_po_problemam_migracii_tendencii_i_perspektivy_2010-03-26.htm (дата звернення 10.11.2015). – Назва з екрана.

3. Пахомов Ю. Н. Близкие и отдаленные последствия международной миграции (у т.ч. для Украины) / Ю. Н. Пахомов // Соціально-економічні та етнокультурні наслідки міграції для України: зб. матеріалів наук.-практ. конф. (Київ, 27 вересня 2011 р.) / упоряд. О. А. Малиновська.– К.: НІСД, 2011. – С. 155–158.

4. Полонский И. Миграционная проблема Европы в свете французских событий: есть ли решение? / И. Полонский [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://oko-planet.su/politik/politikmir/267707-migracionnaya-problema-evropy-v-svete-francuzskih-sobytiy-est-li-reshenie.html (дата звернення 10.11.2015). – Назва з екрана.

5. Стригунов К. Миграционный удар по Европе / К. Стригунов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.warandpeace.ru/ru/ commentaries/view/105299/ (дата звернення 10.11.2015). – Назва з екрана.

6. УВКБ ООН предупреждает о новом опасном периоде глобального перемещения населения [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nnm.me/blogs/bredsmi/uvkb-oon-preduprezhdaet-o-novom-opasnom-periode-globalno-go-peremesheniya-naseleniya/ (дата звернення 10.11.2015). – Назва з екрана.

7. Migrant integration statistics – active citizenship [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php (дата звернення 13.05.2016). – Назва з екрана.

8. UNHCR Media page for Global Trends Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.unhcr.org/2014trends/ (дата звернення 10.11.2015). – Назва з екрана.

9. UNHCR Mid-Year Trends 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.unhcr.org/56701b969.html/ (дата звернення 13.03.2016). – Назва з екрана.

ПРАВОВИЙ СТАТУС АВТОНОМНОЇ РЕСПУБЛІКИ КРИМ

Гузак Роксолана
Чернівецький кооперативний економіко-правовий коледж

Анотація. У роботі досліджено конституційно-правовий статус Автономної Республіки Крим, а також норми законодавства України, міжнародного права, на підставі яких територія України може бути змінена.

Ключові слова: автономія, референдум, територія, міжнародний договір, іноземна держава, національне законодавство.

Постановка проблеми: Крим періодично стає простором політичних конфліктів. Ще пам'ятні ті часи, коли Росія й Україна конфліктували з приводу військово-морського флоту. Після врегулювання питання щодо флоту деякі російські офіційні особи (і навіть законодавчий орган Росії) продемонстрували сумнів у державній приналежності Криму.

Аналіз основних досліджень. Проблемами адміністративно-територіального статусу Криму займається значна кількість сучасних науковців. Такі вчені, як Велігодський В. М., Копиленко О. Л., Мамонова В. В. та багато інших

вивчають питання територіального статусу Автономної Республіки Крим (АРК). Проте, в умовах нових геополітичних проблем безпеки необхідність адміністративно-територіального реформування автономії в Україні вимагає нових підходів у переосмисленні та розробках шляхів удосконалення конституційно-правового статусу АРК.

Мета. Метою даної статті є дослідження норм законодавства України, Російської Федерації та міжнародних норм щодо законності переходу території Автономної Республіки Крим до складу Російської Федерації.

Виклад основного матеріалу. Автономна Республіка Крим є невід'ємною складовою частиною України. Зміст автономії Криму визначено у статтях 134—139 Конституції України, якими встановлено повноваження Автономної Республіки Крим, а також її відповідних органів [3].

Фактично вихід Криму зі складу України нинішньою Конституцією України не допускається.

Реалізація цієї ініціативи стосується зміни І розділу Конституції України, а саме ст. 2 Конституції України, в якій зазначено: «Україна є унітарною державою. Територія України в межах існуючого кордону є цілісною і недоторканною».

16 березня 2014 року на території Криму і міста Севастополя пройшов референдум про статус півострова.

Тут виникає питання, на яких підставах було проведено цей референдум? Згідно чинного законодавства України, а саме Конституції України, референдум можна провести лише на підставі закону. Однак, закону, який регламентував би проведення місцевого референдуму, в Україні не існує. Це означає, що проводити будь-які місцеві референдуми в Україні неможливо.

Згідно ст. 7 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» предметом місцевого референдуму може бути будь-яке питання, віднесене Конституцією України, до відання місцевого самоврядування [2].

Отже, вихід будь-якої частини України з її складу не може бути предметом місцевого референдуму, так як дане питання не належить до відання місцевого самоврядування [3].

Згідно ст. 73 Конституції України та ст. 3 Закону України «Про всеукраїнський референдум» територія України може бути змінена лише за рішенням всеукраїнського референдуму [1].

Верховна Рада Криму перевищила свої повноваження, суд визнав її рішення про референдум незаконним.

Генпрокуратура подала позов до Окружного адмінсуду столиці про визнання протиправним і скасування зазначеної постанови, яким кримський парламент, ігноруючи конституційні принципи та порушуючи законодавство, постановив увійти до складу Російської Федерації і призначив місцевий референдум з цього питання.

Окружний адміністративний суд Києва зупинив дію постанови Верховної Ради Автономної Республіки Крим «Про проведення загальнокримського референдуму» (Ухвала від 14.03.2014 р.).

Відповідно до частини п'ятої статті 118 Кодексу адміністративного судочинства України, виконання ухвал суду з питань забезпечення адміністративного позову здійснюється негайно.

Зважаючи на зупинення адміністративним судом дії постанови Верховної Ради АР Крим про проведення референдуму, вчинення будь-яких дій, направлених на його підготовку, є «незаконними та вважаються такими, що вчинені без відповідних правових підстав».

Дії Росії з приєднання Криму до своєї території суперечать й національному законодавству Росії.

Насамперед, приєднання Криму суперечить нормам Конституції Російської Федерації, тому що в ст. 65 зазначено: «прийняття до складу Росії нового суб'єкта Російської Федерації можливо тільки на добровільній основі, при цьому до складу Російської Федерації може бути прийнята як іноземна держава, так і її частина, і в основі такого рішення (який оформлюється прийняттям спеціального федерального конституційного закону) повинен лежати в тому числі і міжнародний договір з даними державою, що укладається виключно з ініціативи останнього.

Конституційний Суд Російської Федерації, розглянувши «справу щодо перевірки конституційності міжнародного договору, який не набрав чинності, між Російською Федерацією та Республікою Крим про прийняття до Російської Федерації Республіки Крим та утворення у складі Російської Федерації нових суб'єктів» ухвалив Постанову від 19 березня 2014 року № 6-П, якою визнав цей договір таким, що відповідає Конституції Російської Федерації, визнавши таким чином міжнародну правосуб'єктність адміністративно-територіальної одиниці України.

Даючи у зазначеній постанові оцінку конституційності договору між Російською Федерацією і так званою «Республікою Крим», Конституційний Суд Російської Федерації знехтував принципами та положеннями Меморандуму щодо подальшого розвитку всебічних взаємовигідних українсько-російських відносин, забезпечення верховенства права, основних прав і свобод людини, взаємної поваги, довіри та співробітництва.

21 березня 2014 року Російська Федерація ухвалила закон «Про прийняття до Російської Федерації Республіки Крим та утворення у складі Російської Федерації нових суб'єктів – Республіки Крим і міста федерального значення Севастополя». Підставами для його ухвалення є, зокрема, стаття 4 закону РФ від 17 грудня 2001 року «Про порядок прийняття в Російську Федерацію і утворення в її складі нового суб'єкта Російської Федерації», яка проголошує, що прийняття до РФ іноземної держави чи її частини як нового суб'єкта РФ здійснюється за взаємною згодою РФ й цієї іноземної держави згідно з міжнародним (міждержавним) договором про це, укладеним РФ з цією іноземною державою. Як відомо, такої угоди Україна з Російською Федерацією не укладала.

А частина І статті 6 згаданого вище російського закону проголошує, що ініціатором пропозиції про прийняття до РФ іноземної держави чи її частини має бути ця ж іноземна держава. Однак таких ініціатив з боку України не було.

Також у законі РФ 21 березня 2014 року «Про прийняття до Російської Федерації Республіки Крим та утворення у складі Російської Федерації нових суб'єктів – Республіки Крим і міста федерального значення Севастополя» вказано ось яку підставу для прийняття Криму до РФ: «результати загальнокримського референдуму, проведеного 16 березня 2014 року в автономній республіці Крим і місті Севастополі, на якому підтримане питання про возз'єднання Криму з Росією на правах суб'єкта Російської Федерації». Та оскільки Республіка Крим не булла окремим державним утворенням, то й волевиявлення її населення не могло бути підставою для прийняття до РФ. Більш того, Республіка Крим, перебуваючи під юрисдикцією України, не була суб'єктом міжнародного права, тобто не мала права укладати угоди з іншими державами. Згідно зі Статутом ООН, таке право належить винятково державам.

Приєднання Криму до російської території є розширенням території РФ за рахунок України. А це не дозволяється Статутом ООН. Так, стаття 2 глави І цього документа проголошує: «Усі члени мають у своїх міжнародних стосунках утримуватися від загрози чи використання сили проти територіальної недоторканості й політичної незалежності будь-якої держави». Частина ж 4 статті І статуту націлює держави – члени ООН на збереження миру й безпеки, на застосування ефективних колективних заходів задля попередження й усунення загроз миру. Та Російська Федерація ухвалила національне законодавство, яке сприяє порушенням принципів міжнародного права, передбачених згаданою статтею Статуту ООН [6].

Парламентська асамблея Ради Європи ж у квітні ухвалила резолюцію, якою прямо засудила анексію Криму, пославшись на норми міжнародного права, в тому числі Статут ООН, Гельсінський акт ОБСЄ та Статут й Ради Європи.

Висновки. 1. Вихід будь-якої частини України з її складу не може бути предметом місцевого референдуму, так, як дане питання не належить до відання місцевого самоврядування;

2. Закону, який регламентував би проведення місцевого референдуму, в Україні не існує;

3. Референдум у Криму – нелегітимний, тому що територія України може бути змінена лише за рішенням всеукраїнського референдуму.

4. Законодавство Російської Федерації не дозволяє приймати не суб'єкта міжнародного права, а Республіка Крим, перебуваючи під юрисдикцією України, не булла суб'єктом міжнародного права.

5. Дії Росії з приєднання Криму до своєї території суперечать національному законодавству Росії та нормам міжнародного права.

Таким чином, це анексія (Анéксія (лат. *Annexio*–приєднання) – це насильницьке приєднання державою всієї або частини території іншої держави в односторонньому порядку. За міжнародним правом анексія – один з видів агресії і спричиняє міжнародно-правову відповідальність).

Література

1. Закон України «Про всеукраїнський референдум» від 06.11.2012 р. // Відомості Верховної Ради України. – 201. – №33.

2. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.1997 р. зі змінами // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24.

3. Конституція України від 28 червня 1996р. Відомості Верховної Ради України. – 1996р. – №30.

4. Конституційне право України: Підручник / за заг. ред. В.Л. Федоренка.- 4-е вид., перероб. І доопр. – К.: Видавництво Ліра-К, 2012.

5. Конституційне право України. Повний курс: навч. посібник. / О. В. Совгирія, Н. Г. Шукліна. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Юрінком Інтер, 2012.

6. Статут Організації Об'єднаних Націй від 26 червня 1945 року.

АНАЛІЗ ЗАКОНУ УКРАЇНИ «ПРО ОБ'ЄДНАННЯ СПІВВЛАСНИКІВ БАГАТОКВАРТИРНИХ БУДИНКІВ»

Базан Світлана
Філія «Білгород-Дністровський економіко-правовий коледж»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі досліджено вагомість створення об'єднань співвласників багатоквартирних будинків, різницю між діяльністю служби ЖКГ та ОСББ.

Ключові слова: ОСББ, ЖКГ, законодавство, власник.

Постановка проблеми. З 1 липня 2016 року громадяни мають зробити вибір чи створювати власне ОСББ, чи вступати в об'єднання, яке їм запропонують.

Мета. Метою даної статті є дослідження різниці у роботи ЖКГ та ОСББ, визначити на яких принципах здійснюватиме свою діяльність об'єднання власників багатоквартирних будинків.

Виклад основного матеріалу.

1. Загальні положення про ОСББ. Об'єднання співвласників багатоквартирного будинку – юридична особа, створена власниками квартир та/або нежитлових приміщень багатоквартирного будинку для сприяння використання їхнього власного майна та управління, утримання і використання спільного майна.

Об'єднання створюється для забезпечення і захисту прав співвласників та дотримання їхніх обов'язків, належного утримання та використання спільного майна, забезпечення своєчасного надходження коштів для сплати всіх платежів, передбачених законодавством та статутними документами.

В одному багатоквартирному будинку може бути створено тільки одне об'єднання. Власники квартир та нежитлових приміщень у двох і більше багатоквартирних будинках, об'єднаних спільною прибудинковою територією, елементами благоустрою, обладнанням, інженерною інфраструктурою, можуть створити одне об'єднання.

Об'єднання може бути створено лише власниками квартир та нежитлових приміщень у багатоквартирному будинку (багатоквартирних будинках). Установчі збори об'єднання у новозбудованих багатоквартирних будинках можуть бути проведені після державної реєстрації права власності на більше половини квартир та нежитлових приміщень у такому будинку.

Опис ОСББ вперше з'явився в 1992 році, коли був прийнятий закон «Про приватизацію державного житлового фонду». У ньому йшла річ про те, що власники приватизованих квартир мають право створити власні об'єднання з управління будинками. Такі управління існують у всьому світі й у більшості випадків звуться кондомініумами. Відповідно, прийнятий у нас термін ОСББ – синонім цього відомого поняття. ОСББ є юридичною особою. Воно створюється власниками приміщень для використання їх власного майна й управління ним, утримання неподільного спільного майна – коридорів, ліфтів, горищ і підвалів. У ОСББ є своя власна печать, банківський рахунок, право підписувати цивільно-правові договори. Але об'єднання не має права вести будь-яку додаткову комерційну діяльність. ОСББ, на відміну від ЖКГ, самостійно вирішує, коли робити ремонт, яких спеціалістів наймати, скільки їм платити і головне – контролює якість роботи.

2. Плюси та мінуси ОСББ. Жителі на власний ризик створюють ОСББ, тому що місцева влада вбереже комунальний ЖКГ від банкрутства, а ОСББ від цього не застраховане; в ЖКГ є професіонали, в той час як ОСББ часто керують випадкові люди; ЖКГ має можливість отримати кошти на утримання будинків з місцевого бюджету.

У висотних новобудовах, де рівень доходів власників квартир вищий, пристойні надходження можна забезпечити за рахунок збору коштів з мешканців, а ось у випадках, якщо більшість проживаючих у будинку – пенсіонери, вижити ОСББ буде складно.

Додаткові кошти можуть залучатися через здачу в оренду підвалів і горищ.

Ще один спосіб заробити – вкласти в ремонт мансардного поверху для здачі в оренду як студію або житлові апартаменти. Грамотні управлінці примудряються здавати в оренду навіть упорядкований сміттєзбірник під господарські приміщення. Якщо будинок новий і не вимагає ремонтів, зібрані кошти можна розміщувати на депозити або придбати на них житлові або нежитлові приміщення для здачі їх в оренду.

До речі, варто врахувати, що якщо ОСББ займається комерційними видами діяльності, то воно сплачує відповідні податки. Не обкладаються податками платежі і внески мешканців. У підсумку, якщо врахувати всі варіанти заробітку, за рік у будинку цілком можна зробити ремонт.

Плюси:

✓ Держава виділяє фінансову допомогу на ремонт будинку. За законом, перед передачею житла власникам за рахунок місцевого бюджету буде проведено капремонт.

✓ Управління своїм житлом на власний розсуд. Можна самостійно вирішити, що потрібніше: поставити лавочки під під'їздом або відремонтувати ліфт.

✓ Самостійне встановлення тарифів. Можна вибирати більш дешеві послуги підрядних організацій.

✓ Отримання більш якісних послуг за рахунок самостійного вибору виконавців.

✓ Економія за рахунок встановлення лічильників. У цьому випадку нарахування буде проводитися не за загальними нормами, а рівномірно ділитися на всіх мешканців.

✓ Самостійно визначається розмір квартплати. На загальних зборах мешканці самі вирішують, скільки грошей здавати у «фонд дому».

✓ Оперативне реагування на проблеми. Мешканці краще комунальників знають, що насамперед потрібно зробити в будинку і можуть вирішувати такі питання без тяганини.

✓ Економія на податках. ОСББ, на відміну від ЖКГ, не платить ні податку на прибуток, ні ПДВ.

✓ Можливість заробити і залучити в будинок додаткові гроші. Мешканці можуть здавати в оренду підвали або фасади і упорядковувати будинок за рахунок цих грошей;

✓ Підвищується відповідальність. Мало хто буде руйнувати те, що ремонтували за власний рахунок.

Мінуси:

✓ Старі проблеми. Ті проблеми, які свого часу не вирішив ЖКГ, «переходять у спадщину» до ОСББ.

✓ Монополізм у сфері ЖКГ. Воду, газ і електрику городянам продають тільки компанії-монополісти, що зводить нанівець можливість самостійного вибору постачальника.

✓ Спільна оплата комуналки. Тепер немає поняття особистого боргу – ОСББ розраховується з комунальниками за всі спожиті ресурси спільно: газ, воду і електрику. Отже, щоб не допустити заборгованості, мешканцям доведеться платити за тих, хто цього не може або не хоче робити, або змушувати платити сусідів.

✓ Екстрений ремонт за свій рахунок (особливо актуально для старих будинків). Після того, як будинок увійшов у ОСББ, чиновники перестають відповідати за його стан.

✓ Квартири обов'язково повинні бути приватизовані. Це тягне за собою чергові витрати – часу і грошей.

✓ Відповідальність не тільки за свою квартиру, а й за всю територію будинку. Тепер доведеться доглядати за всією прибудинковою територією, навіть якщо раніше цим ніхто не займався.

✓ Ринкові ціни. Розраховуватися з підрядниками доведеться не за «державною», а вже за ринковою ціною, яка, як правило, значно вище.

Цілком зрозуміло, що створенням ОСББ чиновники на місцях хочуть перекласти відповідальність за стан будинків на самих мешканців (тим більше, що 70% житлового фонду потребує негайного капітального ремонту) та покращити «активи свого владного портфелю». Тоді простіше буде займатися лише «корисною» справою: відчужувати комунальну власність, будувати платні парковки, роздавати міську землю своїм – робити все те, заради чого вони так рвалися до влади.

Так що ж для них краще: стабільні грошові потоки «зароблені» на бездіяльності комунальних підприємств, чи безтурботне систематичне і цілеспрямоване грабування у майбутньому?

3. Мій будинок. Сьогодні, обираючи виконавця послуг з утримання будинку та прибудинкових територій ми маємо два варінти: ЖКГ чи ОСББ. На прикладі свого будинку, який розміщений у м. Білгород-Дністровському, вул. Сонячна 7, я хочу наглядно показати у чому полягає різниця між роботою цих двох служб.

З 1 січня 2016 року мешканцями мого будинку було створено та почало працювати ОСББ, і вже за чотири місяці відбулися суттєві зміни. Наприклад, був проведений ремонт даху, який ЖКГ не міг відремонтувати протягом останніх десяти років. Проте, таке задоволення коштувало мешканцям додаткових витрат, адже вони за власні кошти купували матеріали та оплачували послуги представникам будівельної компанії. Наразі, у моєму будинку тривають ремонтні роботи під'їзду. Мешканці будинку охоче здають гроші, оскільки вони самі потім їх використовують для благоустрою своєї домівки та явно бачуть результат. Загалом робота ведеться таким чином: поводяться збори мешканців, на яких приймається рішення стосовно робіт, які необхідно провести. Плата за утримання будинку залишається такою ж, як і при роботі ЖКГ (навіть менше).

Позитивну оцінку створення ОСББ, яке діє протягом 7 років, хочу також продемонструвати на прикладі сусідніго будинку, оскільки він є показовим у нашому районі, як і його прибудинкова територія. Для керування справами ОСББ обраний один з мешканців цього будинку, який збирає кошти на оплату житлово-комунальних послуг, на ремонт та обслуговування. За надання цих послуг йому мешканці виплачують заробітну плату. Оскільки, управитель даного ОСББ сам є мешканцем цього будинку, тому він зацікавлений у найкращих послугах, які надаються. Як результат роботи ОСББ бачимо кращий будинок району міста.

Висновки. Отже, підведемо підсумки. Згідно Закону України «Про управління житловими будинками» монополія ЖКГ на надання житлово-комунальних послуг закінчиться у липні 2016 року. Мешканцям багатоповерхівок необхідно обирати: чи створювати власне ОСББ, чи вступати в об'єднання, яке їм запропонують. Для багатьох українців цей процес і досі є незнайомим, але не знання закону не звільняє від відповідальності.

Перехід до ОСББ – це вже практично наша реальність. Реформуючи ЖКГ, держава обрала курс, спрямований на роздержавлення цієї сфери. Та як бачимо на прикладах, які я запропонувала, процедура створення ОСББ проста і не вимагає великих тимчасових витрат.

Література

1. Конституція України 28 червня 1996 р.

2. Закон України «Про об'єднання співвласників багатоквартирних будинків» від 29 листопада 2001 р.

3. Закон України «Про приватизацію державного житлового фонду» від 19 червня 1992 р.

4. Постанова Кабінету Міністрів Про реалізацію Закону України «Про об’єднання співвласників багатоквартирного будинку» від 11 жовтня 2002 р. № 1521

5. Порядок державної реєстрації об’єднань співвласників багатоквартирного будинку (документ затверджено в постанові Кабінету Міністрів України «Про реалізацію Закону України «Про об’єднання співвласників багатоквартирного будинку» №1521 від 11.10.2002 р.)

ДО ПИТАННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я

Мацьків Галина
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. Обґрунтовано, що фінансування охорони здоров'я населення призводить до низки важливих ефектів соціально-економічного характеру. Узагальнено підходи до трактування фінансування системи охорони здоров’я і розкрито його зміст, мету, і завдання.

Ключові слова: фінансування, охорона здоров’я, модернізація , інвестиції в людський капітал.

Постановка проблеми. Якісні параметри здоров’я населення територіально-суспільної системи віддзеркалюють стан розвитку її базових соціальних інститутів, передусім системи медичного обслуговування. Нині глобального обрису набувають виклики, пов’язані, з одного боку, з удорожчанням послуг системи охорони здоров’я на тлі їх урізноманітнення та ускладнення в технологічно-кваліфікаційному сенсі, і з другого боку, зі збільшенням чисельності носіїв попиту на такі послуги у зв’язку з приростом населення та його постарінням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні вітчизняні дослідження проблем фінансового забезпечення охорони здоров’я присвячені реформуванню державного управління фінансуванням [1], недержавному фінансуванню [2], децентралізації в системі фінансування [3], новим підходам до фінансування [4], залежності втрат людського капіталу від практики фінансування [5]. Однак низка питань теоретико-методологічного характеру, зокрема тих, що пов’язані із фінансовим забезпеченням медичної сфери України в умовах економічних і політичних потрясінь, залишається малодослідженими. Потребує уточнення й сутність фінансування системи охорони здоров’я.

За мету ставилось уточнення сутності фінансового забезпечення системи охорони здоров’я.

Виклад основного матеріалу. Загальновідомо, що вкладення фінансових ресурсів у систему охорони здоров’я призводять до значних ефектів соціально-економічного характеру, сприяючи зміцненню демографічного потенціалу у результаті зниження захворюваності і смертності, подовження тривалості активного життя населення, покращенню його репродуктивної функції та поліпшення генофонду.

Фінансове забезпечення системи охорони здоров'я не варто ототожнювати з її інвестуванням. Інвестиції розглядають у двох зрізах: перший – витрат часу й сили (певний вид діяльності); другий – вкладення коштів. Лише частина ресурсів, які залучаються у медичну сферу, піддаються безпосередньому вартісному оцінюванню. Натомість обсяги фінансування пов'язують з потоком коштів. Розуміння фінансування системи охорони здоров'я нами розкривається з позицій змісту, мети і завдань (рис. 1).

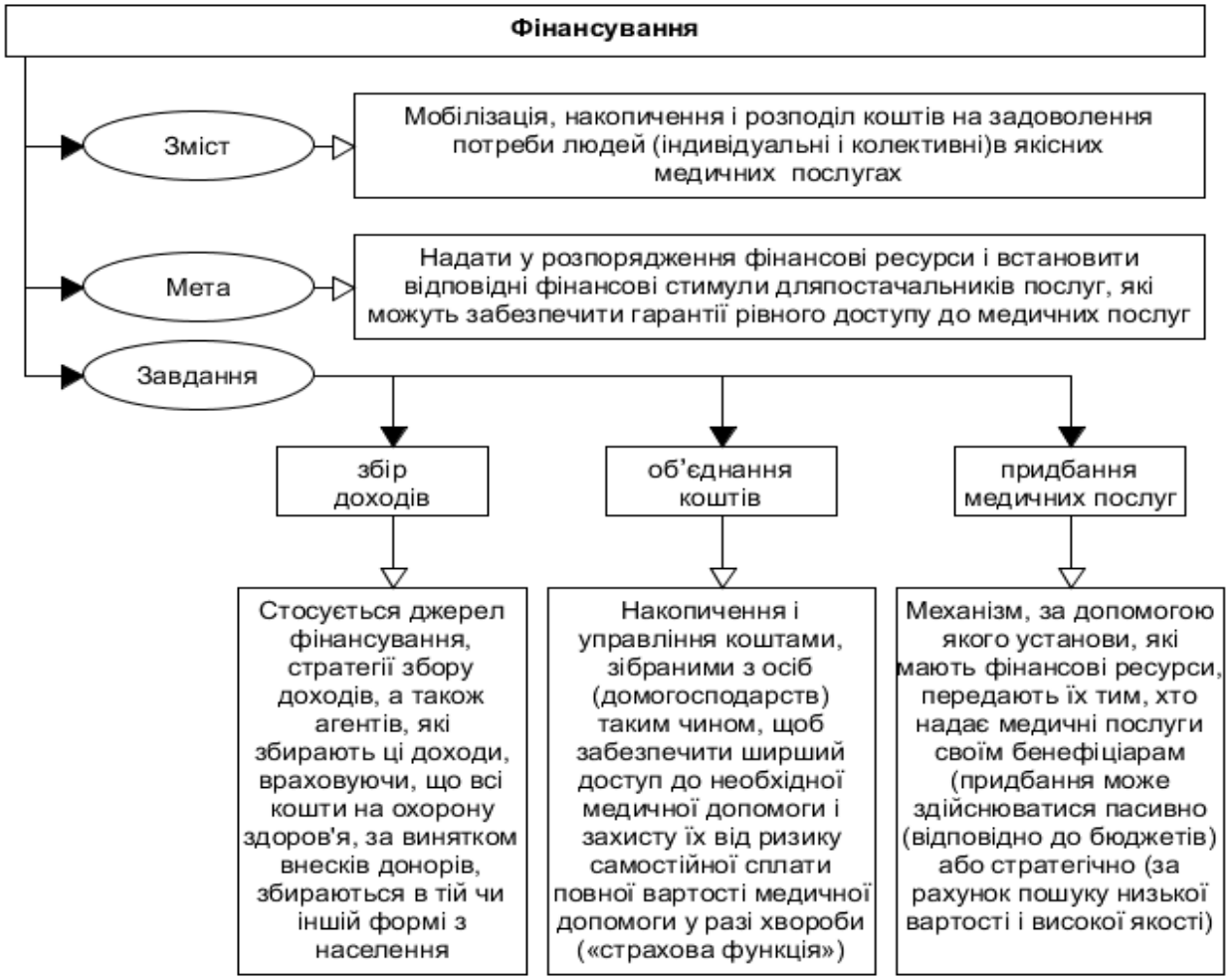


Рис. 1. Зміст, мета і завдання фінансування системи охорони здоров'я

У широкому розумінні фінансове забезпечення системи охорони здоров'я можна розглядати як підсистему фінансового механізму, котра ґрунтується на принципах, джерелах і формах фінансування тих суб'єктів господарювання, які мають на меті охорону, збереження, зміцнення та відновлення здоров'я громадян і розвиток самої системи охорони здоров'я.

Характеризуючи фундаментальні постулати якісного фінансового забезпечення сфери охорони здоров'я, передусім слід акцентувати на рівному і справедливому доступі до послуг цієї сфери. Кожен громадянин повинен мати доступ до необхідного мінімального рівня послуг, у межах якого медична допомога визначатися не фінансовими можливостями пацієнта, а потребами в ній.

Населення має забезпечуватися від фінансових наслідків захворювання, проте плата за такий захист повинна залежати від доходу особи, а не від індивідуального ризику. Окрім того, слід акцентувати на оптимізаційному збалансу-

ванні максимізації якості послуг системи охорони здоров’я й ступеню задоволення її отримувачів при мінімально можливому рівні затрат ресурсів. Також вимогою є запровадження про якісної моделі секторального розподілу потоків коштів суспільної системи, економічно виправдані й належним чином проконтрольовані обсяги вилученого капіталу суспільства.

Висновки. Систематизація праць вітчизняних науковців [1–5] дозволяють окреслити основні напрями покращення фінансування системи охорони здоров’я: зміцнення фінансової основи медичної сфери шляхом ефективізації моніторингу стану здоров’я; імплементація соціально адаптованих і економічно раціональних форм залучення позабюджетних коштів у систему; розширене фінансування заходів, спрямованих на комплексне покращення здоров’я населення; децентралізація системи на ефективнізації функціонування медичних установ.

Література

1. Авраменко Т. П. Реформування державного управління фінансуванням системи охорони здоров'я в Україні під час змін / Т. П. Авраменко // Теорія та практика державного управління. – 2014. – Вип. 1. – С. 89–95.

2. Гальків Л. І. Недержавне фінансування системи охорони здоров’я в Україні / Л. І. Гальків //Функціонування економічних систем в умовах постіндустріального розвитку : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф. (22-25 жовтня 2015 року). – Харків : Українська інженерно-педагогічна академія, 2015. – С.122–125.

3. Павлюк К. В. Децентралізація в системі фінансування охорони здоров’я / К. В. Павлюк, О. В. Степанова // Фінанси України. – 2015. – № 4. – С. 67–85.

4. Філонова І. Б. Нові підходи до фінансування вітчизняної сфери охорони здоров’я / І. Б. Філонова // Економіка України. – 2015. – № 3. – С. 76–83.

5. Гальків Л. І. Оцінка втрат людського капіталу: теорія, методологія, практика : [монографія] / Л. І. Гальків – Львів : ІРД НАН України, 2011. – 444 с.

Додаток

Концептуальні напрямки державного регулювання сфери туризму [4]

Напрямки регулювання	
Законодавчі	• затвердження дієвих стратегічних програм розвитку туризму з визначенням особливого статусу туризму, пріоритетності внутрішнього туризму; • створення вільних економічних зон і територій пріоритетного розвитку; • вдосконалення норм сертифікації та стандартизації послуг, системи ліцензування; • оптимізація процедур ведення реєстру територій сфери туризму; • налагодження відносин партнерства з іноземними державами щодо обміну досвідом з приводу розбудови і розвитку туризму; • спрощення земельного законодавства (відвід земельних ділянок для будівництва об’єктів туристичної інфраструктури, нормативи в орендних відносинах); • проведення тендерів на використання для туризму заповідних територій
Адміністративні	• розподіл повноважень спеціалізованих органів управління туризмом; • аудиторські перевірки туристичних суб’єктів; • розробка дієвих програм залучення інвестицій; • створення баз даних основних суб'єктів туристичного ринку; • формування сучасної системи статистичних показників; • підвищення ефективності підготовки спеціалістів сфери туризму; • активізація рекламно-інформаційної політики держави і регіонів, популяризація на міжнародному і національному рівнях; • розробка нових туристичних маршрутів за умов взаємодії із закладами культури
Економічні	• забезпечення умов кредитування, субсидування суб’єктів туризму, що створені в напрямку пропозиції соціальних туристичних послуг; • пільгове оподаткування суб’єктів туризму, які здійснюють значний внесок у розвиток внутрішнього і в’їзного туризму; • фінансування наукових досліджень щодо розробки технологій ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу країни

Зміст

Стор.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВЕЛИЧИНИ ПИТОМОЇ ПОВЕРХНЕВОЇ ПОТУЖНОСТІ НА ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСУ ДВОСТОРОННЬОГО ЖАРЕННЯ М'ЯСА ПІД ТИСКОМ
Похитон Оксана
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ОРГАНІЧНОЇ КИСЛОМОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА
Герасименко Валентина
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 6

СЕРТИФІКОВАНА ОРГАНІЧНА ПРОДУКЦІЯ – ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ
Семченко Ярослав, Бурдан Адріана, Вовк Дмитро
Львівський торговельно-економічний університет 10

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВ «ЛУБЕНСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ ЗАВОД»
Мазур Анастасія
Полтавський кооперативний технікум 15

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЖІНОЧОГО ПЛАТТЯ
Шпіка Наталія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 18

БЕЗПЕЧНІСТЬ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ З ДЕРЕВИНИ
Осипчук Інна
Львівський торговельно-економічний університет 22

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ ПО ДОГЛЯДУ ЗА ШКІРОЮ
Синьогіна Анастасія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«*Полтавський університет економіки і торгівлі* 25

ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ МОРОЗИВА «ПЛОМБІР» ЗА ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ
Мурзак Максим, Панченко Анна, Страшко Дмитро
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 28

ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ МОРОЗИВА ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ
Шамало Людмила
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 31

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ, ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ТА АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ПОЛТАВСЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД «ПІВДЕННИЙ»
Могила Анна
Полтавський кооперативний технікум 35

ІННОВАЦІЙНИЙ БІЗНЕС-ПРОЕКТ І ОБГРУНТУВАННЯ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ
Куніцька Сусанна
Вінницький кооперативний інститут 40

УКРАЇНСЬКА ВИТИНАНКА
ЯК ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНЕ МИСТЕЦТВО
Писаренко Тетяна
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 44

ДИТЯЧІ ІГРАШКИ ЯК ОБ'ЄКТ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
Бінницький Юрій
Львівський торговельно-економічний університет 47

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА
Пік Богдан
Львівський торговельно-економічний університет 51

ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ
Солдатов Микита
Вінницький кооперативний інститут 54

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ
Карась Лілія
Кіровоградський кооперативний коледж економіки і права імені М. П. Сая 59

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ ЗА РАХУНОК ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ ТОВАРІВ
Крат Ольга
Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж 63

СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ
Горяінова Єлизавета
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 66

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ
МОЛОДІЖНОГО ВЗУТТЯ
Кордубан Ярослава
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 69

ОКРЕМІ ПИТАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ДАВАЛЬНИЦЬКОЮ СИРОВИНОЮ
Гродзіцька Софія
Львівський торговельно-економічний університет …… 73

МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ – ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
Алієв Руслан
Харківський кооперативний торгово-економічний коледж …… 77

МИТНІ АСПЕКТИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ
Полажинець Мирослава
Мукачівський кооперативний торговельно-економічний коледж …… 83

КЛАСТЕР, ЯК ФОРМА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРКООПСПІЛКИ
Вансович Антоніна
Вінницький кооперативний інститут …… 86

КОНТРАКТ ЯК ОСНОВНИЙ ВИД ТРУДОВОГО ДОГОВОРУ
Гречка Катерина
Миколаївський коледж бізнесу і права
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» …… 90

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ – КЛЮЧОВА ЛАНКА ВНУТРІОРГАНІЗАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ: ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНИЙ СТАН
Тремтій Катерина
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» …… 94

ІДЕНТИФІКАЦІЯ СИСТЕМНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА
Ціцяла Андрій
Львівський торговельно-економічний університет …… 98

ЛЕГАЛІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ЕЛЕМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ
Боклах Світлана
Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж …… 102

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
Довбня Надія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» …… 107

ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ У МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ
Бондарчук Анна
Львівський торговельно-економічний університет …… 112

КОМП'ЮТЕРНИЙ ТРЕНАЖЕР ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «ДИФЕРЕНЦІАЛЬНІ РІВНЯННЯ»
Безмєнов Едуард
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» …… 115

ФОРМУВАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ЧЕСНОСТІ СТУДЕНТІВ
Бровко Ірина, Славко Ігор
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» …… 119

ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІДЕОЛОГІЧНОГО КОНТРОЛЮ НАД ОСВІТОЮ В УРСР (1937-1991 РОКИ)
Сало Вікторія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» …… 122

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ АУТСОРСИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
Сень Марія
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут …… 127

КОВОРКІНГ: ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ПРОСТОРУ
Гайдамаха Ірина
Тернопільський кооперативний торговельно-економічний коледж …… 131

АБОНЕНТСЬКЕ ЮРИДИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ
Чайка Сергій
Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж …… 135

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПОРТРЕТУ НЕПОВНОЛІТНІХ ЗАСУДЖЕНИХ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ ТА ВНАСЛІДОК ВПЛИВУ КРИМІНАЛЬНОЇ СУБКУЛЬТУРИ
Носик Ілля
Новомосковський кооперативний коледж економіки і права ім. С. В. Литвиненка …… 140

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КОУЧИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ТОВ «СТІМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП»
Сухорада Анна
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» …… 144

ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
Назаренко Світлана
Філія «Черкаський кооперативний економіко-правовий коледж»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» …… 148

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРАЦІВНИКІВ ЗІ ЗНАННЯМ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ
Васильєва Олена
Львівський кооперативний коледж економіки і права 152

МАСОВА МІГРАЦІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН ЄВРОПИ
Самченко Юлія
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» 156

ПРАВОВИЙ СТАТУС АВТОНОМНОЇ РЕСПУБЛІКИ КРИМ
Гузак Роксолана
Чернівецький кооперативний економіко-правовий коледж 160

АНАЛІЗ ЗАКОНУ УКРАЇНИ «ПРО ОБ'ЄДНАННЯ СПІВВЛАСНИКІВ БАГАТОКВАРТИРНИХ БУДИНКІВ»
Базан Світлана
Філія «Білгород-Дністровський економіко-правовий коледж»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» 164

ДО ПИТАННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я
Мацьків Галина
Львівський торговельно-економічний університет 168