

Київський національний торговельно-економічний університет
Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених



**Матеріали
Студентського Міжнародного Форуму**

**«Торгівля та сфера послуг: світові освітні та наукові
тренди»**

16-17 травня 2018 року

Київ 2018

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

**Торгівля та сфера послуг: світові освітні та наукові тренди
: матеріали Студентського міжнародного форуму (Київ, 16-17
травня 2018 р.). К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 277 с.**

Матеріали Студентського міжнародного форуму містять результати наукових досліджень присвячених розкриттю актуальних питань торгівлі та сфери послуг у контексті світових освітніх та наукових трендів. Матеріали подано в авторській редакції. Відповідальність за зміст та достовірність матеріалів несуть автори.

Організатор, редакція і видавець Київський національний торговельно-економічний університет, адреса: вул. Кіото 19, м. Київ, Україна, 02000.

E-mail: ndch@knteu.kiev.ua

Видано за рекомендацією Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених КНТЕУ (протокол № 5/2 від 15.05.2018).

Передрук і переклади матеріалів, опублікованих у матеріалах Форуму, дозволяються лише зі згоди автора та редакції.

З М І С Т

Платформа 1 Торгівля та сфера послуг: освітній контент

БАЙРАМОВ Б.	Психологічні технології подолання професійних конфліктів в торговельній організації	9
БУРИЛКІНА О. Є.	Економічне співробітництво України з Німеччиною та США	14
ГЕРАСИМЧУК А. В.	Особливості розвитку сфери послуг в Україні	19
ГУЗЬ В. О.	Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення	23
DOVZHENKO D.	Global development goals	27
ЗАХАРОВ Д. М.	Вплив освіти на формування соціального капіталу	30
СОКОЛЕНКО О. С.	Нематеріальні методи стимулювання працівників сфери туристичних послуг	33
ТАРАСОВА В. М., КІПОРЕНКО М. А.	Перспективи використання освітнього контенту підприємствами торгівлі в Україні	36
УМАНЦІВ В. Ю.	Конкурентні переваги країн центральної та східної Європи на глобальному ринку інвестицій	41
ЧЕПЛЯКА К. О.	Управління комерційною діяльністю підприємств в сфері туристичних послуг	46

Платформа 2

Практична підготовка фахівців: сучасні тренди вітчизняного та зарубіжного досвіду

БАНДИЛКО О. І.	Сучасний бухгалтер в Україні: інформаційні вимоги до професії	49
БОНДАР Б. В.	Дуальна освіта як спосіб практичної підготовки студентів	51
ДМИТРІЄНКО О. В.	Запозичення іноземної методики у програмах дистанційного навчання	54
ЖУК В. В.	Система вищої освіти в Польщі	58
ІВКОВА Н. І.	Практична підготовка майбутніх фахівців в КНТЕУ	62
КОНОНОВА К. С.	Практична підготовка економістів: реалії України та зарубіжний досвід	65
KASIANOVA A., DASHVHENKO L.	Creating a value driver tree as an element of influence on the indicators of the financial state of the enterprise	69
МАКОТКІНА О. В., ВАРЕНИК В. М.	Критичний аналіз найзатребуваніших професій в Україні, країнах СНД та сучасній Європі	74
МИСНИК Г. О.	Реструктуризація підходу до навчання студентів у закладах вищої освіти	79
ОМЕЛЬЧУК А. В.	Особливості інтеграції системи вищої освіти України в світовий освітній простір	81
ОТРОШ І. Г.	Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях	86
ПІЩАЛОВА В. С.	Використання digital – технологій в економічній освіті	90
ПОХИЛ Ю. Г.	Методологічні засади впровадження системи КРІ на підприємстві	95

СЕМКА Р. В.	Дуальна освіта, досвід закордонних ЗВО	98
ТИТЮК А. І.	Цифрові компетенції менеджера	100
ШИЛАК В. А.	Дуальне навчання в Польщі та перспективи впровадження в Україні	103
ШПИТА О. А.	Вплив тенденцій розвитку ринку праці на підготовку молодих фахівців	107

Платформа 3

Студентська наука в умовах цивілізаційних змін

BON B.	The critical comparison of the british and ukrainian education	111
ДОЛІД О. О.	Студентська наука і освіта в українських реаліях сьогодення	114
KUZNETSOV K. A.	Prospects of students' science development in digital society: the goldfish effect and hyperbolic discounting	120
МАЗУРКЕВИЧ А. С.	Розвиток студентської науки в Україні	123
ШАХБАЗОВА Е. С.	Чи дійсно важливі, а головне - необхідні реформи в галузі освіти ?	128

Платформа 4

Європейські цінності глобального економічного простору

АВРАМЧУК Н. О.	Імплементація зарубіжного досвіду гарантування фінансової безпеки в практику українських підприємств	131
ANDRIEIEVA V., DZIUBA A.	European view on small and medium business development	134
БАРМІН Б. С.	Економічні та технічні аспекти розвитку електромобілів в Україні і світі	137
VASYLENKO A.	Strategy of company's current assets financing	142
ВЕРБА З. В.	Організація облікової політики бюджетних установ: реалії та проблеми формування	147
ВЛАСЕНКО М. І., СЛЮСАР В. О.	Соціальні цінності як основа днк цінностей українських підприємств	151
ГУСАР М. М.	Напрями розвитку підприємства в системі соціально орієнтованої економіки	155
DERII OLHA	European value of small and medium enterprise development in global economic space as a model for Ukraine	159
ДИЧЕНКО А. О.	Реформування аудиторської діяльності в Україні до європейських стандартів	163
DRAZDOVA D. A., ВУКОВА Е. У.	Branding as a basis to develop effective sales dairy products	166
ДРОБОТ М. О.	Фінансове забезпечення підприємств України	170
ІВАХІВ А. Б.	Європейські цінності в системі вищої освіти	173

KADET ANA	Improvement of marketing mechanism for product sales development	177
КАЛІНІЧЕНКО Є. А.	Актуальність інтеграції України в світову та європейську транспортно-логістичні системи	180
КАРПЕНКО В. А.	Проблемні аспекти процесу виходу вітчизняних підприємств на ринок ЄС в умовах євроінтеграції та глобалізації	184
KOSTOPRALOVA A. A., BYKOVA E. Y.	Evaluation of advertising campaigns of the dairy organizations of the republic of Belarus	189
КОШЕЛЯ О. Й.	ІТ-аудит в умовах глобального економічного простору	193
КУСЕВИЧ О. М.	Антимонopolьна діяльність: світовий досвід та України	197
ЛОПУГА В. В.	Цифровізація економіки. європейський зразок для України	201
МАЛИНОВСЬКА А. М., МАМОНОВА А. В.	Перспективи запровадження обліку операцій із криптовалютами в Україні	205
MATRYUSHINA V., BYKOVA E.	Recommendations for the formation of effective marketing policy	208
PAVLENKO V.	Directions for increasing efficiency of production activities of the organization in market conditions	211
PAKON O. D., IVONIAK N. D.	Determination of eu values through comparison with other regional unions	214
ПЕТРИНА І. В.	Аудит у забезпеченні євроінтеграції України	218
ПУСТОВОЙЧЕНКО А. О., ХРАМОВА А. Ю.	Мотивація кадрового потенціалу організації: європейський досвід	223
РОДЕНКО О. А.	Проведення інновацій на підприємствах роздрібної торгівлі: досвід європейських країн	228

САКЕВИЧ М. Є.	Формування європейських цінностей в системі освіти та науки України	231
СУХИЙ О.	Бюджетна політика України в контексті інтеграції до європейських цінностей	236
ТИМОШЕНКО А. О.	Концепція створення спільних цінностей: практичний досвід компаній	240
ТИМОШЕНКО С. О.	Як вижити організації в час VUCA?	245

Платформа 5

Підприємництво: традиції та модель економічного зростання

БОЙКО В. О.	Товарознавча експертиза цукатів	250
ЄМЦЕВА Д. В.	Споживні властивості редьки, яка вирощується в Україні	252
КАІКА Е.	Oorganic products: Ukraine-EU	254
MOROZ N., KORSHUK V.	Assessment of the market of fruit and containment industry of the republic of Belarus	258
ПОНОМАРЕНКО А. В.	Споживні властивості чаю, що реалізується на ринку м. Харкова	261
ПОРТНОВА О.Є.	Особливості визначення фінансових результатів сільськогосподарських підприємств	264
ROSKLADKA N., SABOGAL A., SEZER M.	Food safety risk analysis from the supply chain perspective	270
SARANTSEVA O.	Technologies to provide quality and safety of drinking water in Ukraine	274

Платформа 1

Торгівля та сфера послуг: освітній контент

Байрамов Б.
Київський національний торговельно-економічний університет

ПСИХОЛОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПОДОЛАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОНФЛІКТІВ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Постановка проблеми. Складна система відносин у торговельній сфері Азербайджану сприяє виникненню найрізноманітніших конфліктів, які мають специфічний характер щодо змісту, етнопсихологічних, економічних та соціокультурних особливостей взаємодії. Тому є необхідність вивчення практичного досвіду і обґрунтування технології подолання професійних конфліктів в торговельній організації.

Аналіз останніх наукових досліджень. Аналіз наукових досліджень показує, що специфіка роботи працівників торговельних підприємств передбачає постійну взаємодію з людьми, що становить від 80 % до 96 % робочого часу. Тому ефективність комунікативної взаємодії з оточуючими суттєво залежить від адекватної психодіагностики та психокорекції щодо розв'язання професійних конфліктів, що зумовлює позитивні результати не тільки в плані успішного вирішення актуальних виробничих проблем, прийняття оптимальних рішень, але й в плані збереження позитивного соціально-психологічного клімату та результативності діяльності всієї організації (С. Ємельянов, А. Мазаракі, С. Максименко, Г. Ложкін, М. Пірен, В. Яценко, К. Şahbazov, М. Мəmmədov, Н. Нəсənov, Ü. Şəfi).

Проблемам конфліктів та засобам їх розв'язання, загальним теоретико-методологічним аспектам приділяли увагу багато вчених, у тому числі: П. Блонський, Л. Виготський, Г. Костюк, А. Леонтьєв, М. Пірен; типи конфліктів і способи їх розв'язання в організаціях з'ясовували Ф. Бородкін, Л. Карамушка, Н. Коряк, О. Креденцер; проблемами конфліктів в освітянській діяльності – С. Максименко, Л. Карамушка, Б. Хасан; питаннями про природу, феномен конфліктних ситуацій займалися – А. Анцупов, А. Шипілов, С. Ємельянов, Н. Грішина, І. Ващенко, О. Громова, Г. Ложкін, Б. Хасан; досліджували міжособистісні конфлікти в управлінській діяльності В. Гризунов, Л. Карамушка; вивчали конфлікти у військовому середовищі

М. Корольчук, В. Корольчук, С. Миронець, В. Осьодло, В. Стасюк; акцентували увагу на конфліктологічній компетенції у професійній підготовці - Є. Клімов, Н. Самсонова, М. Савчин, Н. Чепелева; навичками ефективного поведінки, управління конфліктами займалися – І. Ващенко, Н. Гришина, Л. Долинська, У. Мастенбрук, Г. Парсонс, М. Сміт, Р. Фішер, К.А.Şahbazov, Н.С.Нәсәнов, М.Н. Мәммәдов.

Особливості внутрішньоособистісних конфліктів у вчителів у контексті професійного вигорання досліджувала Л. Березовська; формуванню психологічної готовності менеджерів торговельних підприємств до розв'язання професійних конфліктів була присвячена робота К. Арзуманян.

Водночас поряд з цим у прямій постановці комплексно не вивчалась проблема особливостей психологічних технологій подолання професійних конфліктів в торговельних організаціях Азербайджану.

Виклад основного матеріалу. За результатами аналізу наукових джерел з'ясовано, що нині існує декілька ефективних способів управління конфліктами. Їх, як правило, розділяють на дві групи, а саме: структурні та міжособистісні. Відомо, що керівники не повинні розглядати причину конфліктної ситуації тільки на підставі характерологічних відмінностей. Звичайно, ця різниця може бути причиною конфлікту в конкретній ситуації, і це є однією з детермінант конфлікту [2, 5, 8, 9, 12, 13, 14].

Отже, керівник має комплексно підійти до визначення детермінант конфлікту та на цих підставах визначати ефективні психологічні технології профілактики та розв'язання конфліктної взаємодії у торговельній сфері.

Серед структурних методів існує чотири основних щодо розв'язання конфліктів. В основу структурних методів покладено роз'яснення потреб в роботі, використання скоординованих і інтегрованих методів, зосередження уваги працівників на загальних організаційних цілях та використання системи винагороди [17, 19].

Уточнення потреб в роботі передбачає визначення функціональних обов'язків і результатів кожного з співробітників та кожного відділу організації, що вважається одним з кращих способів уникнути дисфункціонального конфлікту. Необхідно чітко визначити рівень результатів, які повинні бути досягнуті цією функціональною структурою організації конкретні імена осіб, які мають отримувати професійну інформацію, параметри, систему повноважень і відповідальності, а також політики, правила і процедур прийнятих в організації.

Лідер також роз'яснює, уточнює та навчає особливостям діяльності і взаємодії працівників торговельної організації в нестандартних ситуаціях.

Скоординовані і інтегровані механізми. Інший спосіб розв'язати конфліктну ситуацію – використання скоординованих механізмів. Одним з найбільш поширених механізмів є алгоритм команд. Як стверджують більшість вчених, встановлення ієрархії влади регулює взаємодію людей, регулює прийняття рішень і потік інформації в організації. Якщо два або більше підлеглих приходять до розбіжностей з певної проблеми, вони можуть звернутися до свого безпосереднього керівника, щоб розв'язати та уникнути конфлікту. Принцип самозабезпечення полегшує використання ієрархій в конфліктних ситуаціях, оскільки ті, хто підпорядкований, знають, хто буде слідувати їх рішенням [17, 18].

Дуже корисні інструменти інтеграції, такі як: ієрархія управління і розв'язання конфліктів з використанням взаємопов'язаних функціональних груп організації, цільових груп та міжвідомчих нарад.

Дослідження показали, що організації, які підтримують інтеграцію на необхідному рівні, більш ефективні, ніж інші організації, які не використовують цей метод. Наприклад, якщо є конфлікт між співробітниками організації, які функціонально взаємодіють один з одним, то керівники відділу продажів і виробництва можуть розв'язати проблему, скоординувавши функціональні обов'язки працівників. Ця ситуація пов'язана з відділом продажів і виробничим відділом, що розв'язує конфлікт взаємодії працівників та впливає на попит і пропозицію на товари, навантаження, оцінку і графік поставок [18, 19].

Загальні цілі організації. Визначення загальних організаційних цілей – це ще один структурний метод розв'язання конфліктів. Для ефективного досягнення цих цілей потрібно об'єднати зусилля двох або більше співробітників, групи чи відділу організації. Усвідомлення перспективних цілей позитивно впливає на досягнення актуальних та загальних цілей всієї організації. Наприклад, співробітники, що працюють у трьох підрозділах виробничого відділу, знаходяться в конфлікті між собою. Щоб уникнути цього конфлікту, потрібно визначити загальні цілі для всього виробничого відділу, а не тільки для кожного підрозділу. Тобто такі ж конкретні і точні цілі для всієї організації дозволять керівникам відділу приймати рішення, які будуть відповідати інтересам всієї організації, а не тільки для окремих підрозділів відділу [9, 15, 19, 20].

Розроблення перспективних високих принципів і цінностей з організаційної точки зору уточнює складні цілі організації. Працівники організації у цьому випадку мають спільні цілі, які зводять до мінімуму

ймовірність конфлікту та сприяють узгодженості й функціонуванню всього персоналу організації. Наприклад, професори Паскаль і Атос, які розробили перспективну і складну мету для McDonald's, спрямували імперію швидкозростаючих ресторанів орієнтуватись не тільки на якість, але і на перспективні ринки. Керівництво компанії вважало, що вони дійсно обслуговують американців з обмеженими ресурсами. Ця «соціальна місія» привела до більшої концентрації на оперативних цілях. Під маркою McDonalds шеф-кухарі та офіціанти на підприємстві виглядають як хороший приклад реалізації стратегічних цілей і служать ефективною системою контролю якості.

Структура системи винагороди. Встановлено, що одним із ефективних способів розв'язання конфліктів є адекватна і об'єктивна система винагороди. Працівники, які вносять особистий вклад в складні організаційні цілі, допомагають іншим функціональним групам організації та інтегруються в процес прийняття рішень, щодо винагород у вигляді соціальних пакетів, кадрового та професійного зростання. Водночас, система винагород має функціонувати таким чином, щоб створювати позитивну мотивацію до професійної діяльності, яка не призводила до конфліктів та неконструктивної поведінки інших працівників чи відділів організації [3, 5, 8, 9, 14, 19, 20].

Висновки. За результатами аналізу наукової літератури та емпіричного дослідження встановлено, що в основі психологічних технологій подолання професійних конфліктів в торговельній організації лежать міжособистісні та структурні методи розв'язання конфліктів. Серед структурних методів існує чотири основних щодо розв'язання конфліктів. В основу структурних методів покладено роз'яснення потреб в роботі, використання скоординованих і інтегрованих методів, зосередження уваги працівників на загальних організаційних цілях та використання системи винагороди. Подальшою перспективою роботи є дослідження міжособистісних методів розв'язання конфліктів.

Список використаних джерел

1. Бодров В. А. Психология профессиональной пригодности: [учеб. пособ. для вузов] / В. А. Бодров. - [2-е изд.]. – М.: ПЕРСЭ, 2006. - 511 с.
2. Бородкин Ф. М. Внимание: конфликт! / Ф. М. Бородкин, Н. М. Коряк. - Новосибирск: Наука, 1983. – 144 с.
3. Ващенко І. В. та ін. Загальна конфліктологія / під заг. ред.

- І. В. Ващенко, С. П. Гіренка. – Х.: Оригінал, 2001. – 384 с.
4. Гришина Н. В. Психология конфликта / Н. В. Гришина. – СПб.: Питер, 2005. – 464 с.
 5. Долинська Л. В. Психологія конфлікту: навч. посібник / Л. В. Долинська, Л. П. Матяш-Заяц. – К.: Каравела, 2010. – 304 с.
 6. Емельянов С. М. Практикум по конфликтологии / С. М. Емельянов. – СПб.: Питер, 2004. – 2-е изд. – 400 с.
 7. Карамушка Л. М. Психологія управління: навч. посібник / Л. М. Карамушка. – К.: Міленіум, 2003. – 344 с.
 8. Корольчук М. С. Психологія: схеми, опорні конспекти, методики: навч. посібник для студентів вищ. навч. закл. / М. С. Корольчук, В. М. Крайнюк, В. М. Марченко; за заг. ред М. С. Корольчука. – К.: Ельга, Ніка –Центр, 2012. – 320 с.
 9. Ложкин Г. В. Практическая психология конфликта: учеб. Пособие / Г. В. Ложкин, Н. И. Повякель. – [2-е изд., стереотип]. – К.: МАУП, 2002. – 256 с.
 10. Максименко С. Д. Теорія і практика психолого-педагогічного дослідження / С. Д. Максименко. – К.: НДП, 1990. – 239 с.
 11. Методологічні та теоретичні проблеми психології: навч. посібник / [М. С. Корольчук, Ю. Л. Трофімов, В. І. Осьодло та ін.] – К.: Ніка-Центр., 2013. – 336 с.
 12. Підприємство: психологічні, організаційні та економічні аспекти : навч. посіб. / С. Д. Максименко, А. А. Мазаракі, Л. П. Кулаковська, П. Ю. Кулаковський. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 720с.
 13. Пірен М. І. Основи конфліктології / М. І. Пірен. – К., 1997. – 270 с.
 14. Практична психологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. С. Корольчук, В. М. Корольчук, С. М. Миронець та ін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 728 с.
 15. Скотт Д. Г. Способы разрешения конфликтов / Д. Г. Скотт. – СПб.: ВИС, 1994. – 210 с.
 16. Яценко В. Поведение человека в производственных конфликтах / В. Яценко // Менеджер по персоналу, 2011. – 11-14 с.
 17. К. Şahbazov, M. Məmmədov, N. Nəsənov Menecment Bakı 2005 (K. Шахбазов, М. Мамедов, Х. Гасанов Менеджмент Баку 2005. – с. 250.)
 18. K.A.Şahbazov, N.S.Nəsənov, M.N. Məmmədov – İdarəetmə qərarları. Bakı 2014. (K. A. Шахбазов, Г. X. Гасанов, М. X. Мамедов – Управленческие решения. Баку 2014. – с. 280.)
 19. A.N Abbasbəyli, P.Q Darabədi, Ə.G.İbrahimov Konfliktologiya Bakı 2006 (A. M. Аббасбейли, П. К. Дарабади, А.Г.Г Ибрагимов

- Конфликтология Баку 2006. – с. 314.)
20. Ü. Şəfi Konfliktologiya Bakı 2002 (У.Шафи Конфликтология Баку 2002. – с. 212.)

Бурилкіна О. Є.
Київський національний торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З НІМЕЧЧИНОЮ ТА США

На сучасному етапі розвитку економіка України знаходиться у кризовому становищі. Зазначеній ситуації сприяють як об'єктивні фактори такі, як: анексія РФ частини території України □ Криму; бойові дії на сході країни; низький рівень підтримки державою національних суб'єктів підприємництва. Так і суб'єктивні фактори, як: диспропорції між виробництвом і споживанням, а також між нагромадженням і споживанням; загальний дефіцит матеріальних засобів виробничого та невиробничого призначення; дисбаланс між грошовими заощадженнями населення та їх товарним покриттям; чимала залежність внутрішнього споживчого ринку від імпорту; низька конкурентоспроможність вітчизняних товарів, які експортувалися на світовий ринок; значна залежність економіки країни від країн-імпортерів енергоносіїв тощо. Однак, незважаючи на вищезазначені проблеми, в останні роки помітна певна стабілізація економічних процесів. Розбудова стратегічних партнерських відносин з інтеграційними об'єднаннями та окремими країнами дозволить взаємодіяти між собою і матиме важливе значення для розвитку національної економіки.

Важливими партнерами України мають стати країни Європейського Союзу, зокрема, Німеччина, відносини з якою мають давню історію. Відносини України та Німеччини є неймовірно важливими. На шляху до Європи Німеччина є найближчим сусідом для України та надійним торговим партнером. Вона надає Україні найбільшу з США двосторонню допомогу. А, враховуючи те, що Україна має вигідне геополітичне положення та потенціал зовнішньоекономічного розвитку, то Німеччина також відводить важливу роль для співробітництва із Україною.

Аналіз двосторонньої торгівлі товарами та послугами між Україною та Німеччиною за останні три роки показав позитивну тенденцію. Так, порівняно з 2015 роком цей показник зріс на 4,1% і досягнув більше, ніж 6,5 млрд. дол. США [2].

У 2015 році експортні поставки до Німеччини склали 10,2% (електричні машини, одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, механічні машини) [1]. Найбільші імпорتنі поставки серед країн ЄС здійснювалися із Німеччини – 25,9% від загального обсягу імпорту (палива мінеральні, нафта і продукти її перегонки, механічні машини, засоби наземного транспорту, крім залізничного) [1]. Експортні поставки зросли на 6,9% з 1,78 млрд. дол. США у 2015 до 1,9 млрд. дол. США у 2016, імпорт – на 3,0% з 4,5 млрд. дол. США у 2015 до близько 4,6 млрд. дол. США у 2016. (табл. 1). Особливо значні можливості зростання торгових об'ємів мають сільськогосподарська продукція та постачання продукції машинобудування та комплектуючих. Проте аналіз свідчить, що сальдо двосторонньої торгівлі зберегло негативне значення, зрісши відносно 2015 року на майже 13 млн. дол. США до 2,7 млрд. дол. США [4].

Таблиця 1

**Показники двосторонньої торгівлі товарами та послугами
України з Німеччиною (млн. дол. США)**

Показник торгівлі	<i>2015 рік</i>	<i>2016 рік</i>	<i>Абсолютне відхилення, млн. дол. США</i>	<i>Відносне відхилення, %</i>
Товарообіг	6294,6	6554,7	260,1	4,1
Експорт	1779,9	1903,5	123,6	6,9
Імпорт	4514,7	4651,2	136,4	3,0
Сальдо	-2734,9	-2747,7	-12,8	□

Статистичні дані німецької сторони також засвідчили позитивну тенденцію: товарообіг зріс на 13,5% до приблизно 6,0 млрд. дол. США, експорт українських товарів зріс на 6,2% склав майже 2,0 млрд. дол. США, імпорт, відповідно, на 17,4% до 4,0 млрд. дол. США [2].

У сфері послуг у 2016 р. обсяг двосторонньої торгівлі скоротився на 18% і склав близько 810 млн. дол. США [1]. Експорт послуг з України до ФРН зріс на 6% до 480 млн. дол. США (порівняно з 452 млн. дол. США у 2015 році), імпорт скоротився на 38% до 330 млн. дол. США (538 млн. дол. США у 2015 році). Сальдо у торгівлі послугами зберігає позитивне значення і складає 150 млн. дол. США, порівняно з негативним значенням у попередньому році [2].

Обсяг інвестицій з Німеччини змінився більш позитивною тенденцією, що свідчить про повернення довіри у німецьких інвесторів. Так, станом на 01.10.2016 р. кумулятивний обсяг інвестицій з Німеччини склав 5,4 млрд. дол. США, що становить 12% від загального обсягу надходження іноземного капіталу в економіку України. Протягом першого півріччя обсяг інвестицій з Німеччини збільшився на 32 млн. дол. США [2].

Також варто відзначити прямі інвестиції з України до Німеччини. Українськими підприємствами інвестовано в економіку Німеччини 2,38 млн. дол. США. Близько 50% українських інвестицій спрямовано до промисловості Німеччини [2]. Таким чином, приплив німецьких капіталів, активна участь відомих фірм ФРН у модернізації багатьох перспективних українських підприємств набуває вирішального значення.

Історія плідної співпраці на сучасному етапі, досягнений високий рівень взаєморозуміння між народами, спільні інтереси у розбудові мирної та стабільної Європи сприятимуть подальшому більш динамічному розвитку українсько-німецьких зв'язків. Важливо і надалі інтенсифікувати наші економічні відносини та поліпшувати умови для торгівлі й інвестування.

Ще одним стратегічним партнером для України є беззаперечно США. Співробітництво із США однозначно надає низку певних переваг, які відкривають нові можливості для України на світових ринках.

Однією із таких можливостей є членство України в GSP (Generalized System of Preferences). Україна є вигодонабувачем за Загальної системи преференцій США (GSP), українські експортери і американські імпортери можуть скористатися перевагами безмитного режиму для близько 3800 продуктів з України. За оцінками експертів, у рамках GSP Україна щорічно експортувала до США товарів на суму від 70 до 200 млн. дол. США. Такими товарами є: титан, пігменти та заготовки на основі діоксиду титану, галій, цукор та сировина для кондитерських виробів, м'яса, окремі види нафтопродуктів, карбід бору, феромарганець, алюміній, вироби з дерева, вентилятори, бурильні інструменти та обладнання, традиційні народні вироби, а також окремі види оптики та шоколадної продукції. Використання механізму GSP могло б збільшити обсяг вітчизняного експорту до США додатково на 50–100 млн. дол. США щорічно. Крім того, з урахуванням позбавлення Росії наприкінці 2014 року доступу до GSP як країни, яка вже не відповідає критеріям цієї програми, Україна могла б претендувати на додаткові вивільнені продуктові ніші [3].

Динаміка змін економічних показників України за підсумками 2016 року, загальний товарообіг між США та Україною впав на 5,4% (або на 57,4 млн. дол. США) порівняно з 2015 роком і склав 1655,5 млн. дол. США. Дефіцит двосторонньої торгівлі наразі становить 500,5 млн дол. США (табл. 2).

Таблиця 2

**Динаміка змін товарообігу між США та Україною
за 2014–2016 рр. (млн. дол. США)**

Показник	2014	2015	2016
Експорт	934	850,8	577,5
Імпорт	1239,8	862,1	1078,0
Сальдо	-305,8	-11,3	-500,5
Коефіцієнт покриття експортом імпорту, %	0,75	0,98	0,53

Як бачимо відбулось падіння експорту українських товарів до США на 32,1% (або на 273,3 млн. дол. США), що на кінець 2016 року становить 577,5 млн. дол. США. У той же час, імпорт американської продукції в Україну зріс на 25% (або на 215,9 млн. дол. США) та склав загалом на кінець 2016 року □ 1078 млн. дол. США. Торговельний баланс був максимально приближений до 1 в 2015 році, проте, впав на 0,45% у 2016 році [1].

У 2016 році Україна купила товарів майже на 3 млрд. доларів США більше, ніж продала. Експорт товарів скоротився на 4,6% або на 1,764 млрд. доларів США.

Отже, можна зробити висновок, що імпорتنі товари витіснили експортну продукцію. За даними служби статистики негативне сальдо зовнішньої торгівлі України товарами у 2016 році становило 2,886 млрд. дол. США тоді, як у 2015 році воно було позитивним у розмірі 610,7 млн. дол. США. У 2015 році девальвація дала позитивний ефект сальдо. У 2016 році цей ефект значно понизився, інфляція стала менш рухомою і, таким чином, внутрішнє споживання та інвестиції почали відтворюватись, що і спричинило негативне сальдо [1].

Щодо зростання обсягів іноземних інвестицій в Україні значною мірою залежить від реалізації розпочатих урядом України системних реформ у різних галузях. Дії української влади у цьому напрямі користуються підтримкою Сполучених Штатів, які надають всебічне сприяння Україні у сфері підтримки реформ та лібералізації економіки, розвитку сприятливого для торгівлі та інвестицій бізнес- клімату, розширення і диверсифікації торгівлі товарами і послугами [5]. Зокрема, Агентство США з міжнародного розвитку USAID реалізує в

Україні проекти, спрямовані на створення сприятливого клімату для підприємницької діяльності, кредитування бізнесу, створення прозорої надійної фінансової системи і розвиток ринку капіталів. Так у 2016 році прямі іноземні інвестиції із США в Україну склали всього 85,2 млн. дол. США, що становить близько 2% від загального обсягу іноземних інвестицій в Україну.

Реалії демонструють, що для зацікавленості американських інвесторів в Україні слід відкрити повноцінний ринок землі, що може забезпечити близько 100 мільярдів доларів надходжень в економіку за 4–5 років, і відродити довіру інвесторів до фінансового сектору України. На даний момент ринок землі знаходиться під мораторієм і землі використовуються неефективно. Спеціалісти стверджують, що синергії з США можна досягти у військово-промисловому комплексі, ІТ і легкій промисловості.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Посольство України у Федеративній Республіці Німеччина: торговельно-економічне співробітництво між Україною та Німеччиною. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://germany.mfa.gov.ua/ua/ukraine-de/trade>
3. Офіційний сайт посольства США в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.usa.mfa.gov.ua
4. Інститут світової політики. Україна-Німеччина: Як ситуативне партнерство перетворити на пріоритетне. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://iwp.org.ua/ukr/public/1918.htm>
5. Людмила Чекаленко Україна – США: Дилеми стратегічного партнерства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.americanstudies.history.knu.ua/wpcontent/uploads/2017/01/%D0%A7%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE-%D0%9B.pdf>

Герасимчук А. В.
Національний університет біоресурсів
і природокористування України

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Сфера послуг є важливим сектором економіки розвинутих індустріальних країн і займає все більш стійкі позиції в світовому господарстві. Для багатьох країн характерними є тенденції збільшення обсягів виробництва послуг, зростання доходів від сервісної діяльності, зростання зайнятості в цій сфері, загострення конкуренції, збільшення експорту та імпорту послуг. Зміни, які відбуваються в сервісному секторі в світовому масштабі, настільки суттєві, що сучасну економіку визначають як «сервісну» або «економіку послуг».

Із початку 30-х років ХХ ст. послуги в окремих країнах світу стають основним об'єктом товарно-грошових відносин у результаті четвертого великого суспільного поділу праці – відокремлення сфери послуг від матеріального виробництва, внаслідок чого сфера послуг набуває найдинамічнішого розвитку.

Як вважає дослідник тенденцій розвитку вітчизняної економіки В. Козик, в Україні існує загальноприйнята думка, що бурхливе економічне зростання в країні можна забезпечити лише за рахунок розвитку важкої промисловості – металургії, хімії, машинобудування, енергетичного сектора [6, с.177]. Тим часом усі розвинуті й низка країн, що розвиваються, протягом останніх десятиліть переорієнтували структуру економіки від виробництва товарів на виробництво послуг. Саме послуги є джерелом довгострокового економічного зростання країн, що розвиваються, причому важливішим, ніж промисловість.

Фактори, що сприяють стрімкому розвитку сфери послуг, доцільно розглядати з двох позицій:

- з точки зору розвитку матеріального виробництва;
- з точки зору змін, що відбулися в економічній поведінці домогосподарства[3].

З першої позиції, мова йде про науково-технічний прогрес.

По-перше, з другої половини ХХ ст. нові технології, в тому числі інформаційні, різко підвищили вимоги до складу та якості робочої сили, рівня менеджменту й маркетингу на підприємствах. Підготовку таких спеціалістів може забезпечити тільки розвинена сфера послуг.

По-друге, в оснащенні та результатах матеріального виробництва

помітну роль стали відігравати складна техніка й обладнання, що спричинило підвищення рівня технічного обслуговування виробництва, створення сервісних центрів, тобто розширення зовнішньої і внутрішньої діяльності в сфері послуг; зріс попит на виробничі (монтаж, інжиніринг, лізинг) та післяпродажні послуги (кредит, ремонт).

По-третє, автоматизація виробничих процесів зумовила суттєве зростання продуктивності праці, що, в свою чергу, призвело до абсолютного витіснення робочої сили за межі матеріального виробництва, переміщення її в сферу послуг.

Дослідження факторів розвитку сфери послуг дозволяє зрозуміти її роль в сучасних умовах. Отже, роль сфери послуг проявляється в тому, що вона:

- є важливим сектором національного і світового господарства;
- відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу;
- впливає на функціонування й розвиток матеріального виробництва;
- сприяє збільшенню вільного часу;
- створює можливості для більш повного задоволення та розвитку потреб людей і суспільства;
- є найважливішим елементом формування сучасної якості життя;
- забезпечує якість економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності країни [2].

Загалом, сучасній українській економіці властиві соціальні ризики, валютна нестабільність, корупція, бюрократизм, нестійкий характер власності та інші політичні чинники, що сповільнюють темпи залучення в розвиток сфери послуг. Розвиток сфери послуг залежить на 70% від успішного функціонування виробничої сфери й лише на 30% від доходів домогосподарства. Отже, для подолання економічної кризи в сфері послуг необхідно, перш за все, стабілізувати політичні негаразди в країні, відновити робочі місця, налагодити роботу промислових підприємств [1].

Також для розвитку сфери послуг в Україні необхідне залучення додаткових інвестицій, зокрема іноземних. Залучення іноземного капіталу забезпечує не тільки надходження необхідних фінансових ресурсів, але й передових, технічно-ефективних методів реалізації послуг, яке сприятиме підвищенню їх якості, культури обслуговування, підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних виробників послуг, що значно зміцнить позиції України на світовому

ринку послуг.

Виконання поставленого завдання, як відмічає М. Цебенко [4], можливе лише при структурній трансформації економіки країни в інноваційну із залученням і активізацією регіональних полюсів росту. Підводячи підсумки можна сказати, що розвиток ринку послуг може надати додатковий поштовх загальному розвитку української економіки. Для цього необхідно створити підґрунтя для реалізації механізму саморегулювання вітчизняного ринку послуг і посилити конкурентоспроможність послуг на міжнародних ринках. Розробити комплекс стратегічних цілей, метою якого є створення сучасної інфраструктури та фінансово новітніх технологій. Сформувати й дотримуватися стратегічних корпоративних цілей, норм, стандартів обслуговування споживачів суб'єктами бізнесу невиробничої сфери. Підтримувати розвиток економічної культури та якісного сервісу.

Сьогодні ці процеси відбуваються в Україні досить повільно, що пов'язано з кількома вагомими чинниками: більшість бізнес-процесів підприємств сфери послуг знаходиться «у тіні»; існує суттєва проблема нестачі професійних кадрів (відсутність кваліфікованих фахівців зі спеціальною освітою); низька платоспроможність населення, пов'язана з девальвацією гривні; неготовність вітчизняних споживачів до високого рівня якості послуг і сервісу; суттєвий вплив політики на бізнес-процеси тощо.

Тому для здійснення успішного бізнесу у сфері послуг і формування позитивного іміджу (бренду), підприємства, що функціонують у цій сфері, повинні виконувати всі свої обіцянки, що надаються ними споживачу, оскільки під їх впливом відбувається формування очікувань споживачами тих переваг послуг, які можуть не справдитись [5]. У цьому аспекті необхідно професійно допомагати споживачам позитивно оцінити надані їм послуги. Також слід приділяти значну увагу мінімізації споживчих ризиків на ринку послуг, які пов'язані з мінливістю послуг, відсутністю гарантій і складністю окремих операцій, що стримують чи навпаки, стимулюють споживача зробити вибір на користь послуг основного конкурента.

Отже, для подальшого розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань: - формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг; - створення економічного та правового середовища; - вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування; - залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг; - створення реальних можливостей кожному підприємству доступу до виробничих, матеріально-технічних та фінансових ресурсів; - подальший розвиток комерційної системи інформаційного

забезпечення підприємницької діяльності; - застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності у сфері послуг; - здійснення заходів у галузі інвестиційної політики та сприяння інноваційному інвестуванню підприємств; - підтримка в перспективі на відповідній науковій основі розвитку мережових та кластерних структур безпосередньо сервісного характеру (транспортно-логістичні, туристично-рекреаційні, культурно-розважальні).

Список використаних джерел

1. Маркс К., Енгельс Ф. Твори / К. Маркс, Ф. Енгельс ; 2-ге вид. – М. – Т. 23. – С. 189-190.
2. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг : [навч. посіб.] / В.В. Апопій [та ін.]. – К. : Академія, 2006. – 312 с.
3. Романків І.Я. Розвиток ринку послуг в Україні / І.Я. Романків // Фінанси України. – 2011. – № 11. – С. 38-45.
4. Цебренко М. Інноваційна модель розвитку національної економіки України / М. Цебренко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iweir.org.ua/cebrenko.rtf>.
5. Тімар І.В. Особливості формування іміджу відчизняних підприємств сфери послуг / І.В. Тімар // Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку» (23-24 квітня 2015 року) Т. 9. – Дніпропетровськ: Вид. Біла К.О. – 2015. – С. 20-23
6. Козик В. В. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини : практикум / В. В. Козик, Л. А. Панкова, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. — К. : Вікар, 2006. — 589 с.

Гузь В. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

В Україні багато підприємств перебуває у складному фінансовому становищі та потребує проведення заходів щодо підвищення рентабельності. Значна частка підприємств є збитковими, неплатоспроможними або спостерігається поступове зменшення прибутковості їх діяльності. В сучасних умовах господарювання, підприємствам необхідно вжити заходів, що сприятимуть зростанню рентабельності їх діяльності.

Рентабельність – показник ефективності, що характеризує співвідношення між прибутком та ресурсами, що використані для його формування [1, с.556]. Показники рентабельності є важливими характеристиками факторного середовища формування прибутку підприємства. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства.

Таблиця 1

Шляхи збільшення прибутку і рентабельності продукції[2]

Шляхи збільшення	
Рентабельності	Прибутку
Зниження собівартості продукції.	Поліпшення якості продукції.
Підвищення продуктивності праці.	Продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду.
Скорочення невиробничих витрат.	Зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу.
Скорочення адміністративно-управлінського персоналу.	Диверсифікація виробництва.
Зниження втрат від браку	Розширення ринку продажу

Зростання прибутку та рентабельність має велике значення не

тільки для подальшого розвитку одного окремого підприємства, але й усього господарства України, оскільки є джерелом коштів для формування доходної частини державного бюджету. В табл. 1 зазначені шляхи збільшення прибутку і рентабельності, щоб зробити виробництво більш ефективним.

Рентабельність підприємства напряму залежить від його прибутку. Для одержання максимального прибутку підприємство повинно максимально ефективно використовувати ресурси, що знаходяться в його розпорядженні. Збільшення випуску знижує витрати на одиницю продукції, тобто витрати на її виготовлення в розрахунку на одиницю продукції знижуються, а отже, знижується собівартість, що в підсумку веде до збільшення прибутку від реалізації продукції.

Для підвищення рівня рентабельності, ефективності та прибутковості підприємства повинні проводитися певні заходи:

- організаційні (удосконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);
- технічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється)
- економічні важелі та стимули (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів тощо). Якщо почати проводити зміни не в такому порядку, то позитивні зрушення у ефективності діяльності будуть малопомітними, або відсутніми взагалі[3, с.39].

Важливим чинником зростання рентабельності підприємства є підвищення продуктивності праці. З ростом продуктивності праці знижуються витрати в розрахунку на одиницю продукції, а отже, зменшується і питома вага заробітної плати в структурі собівартості. Для цього підприємство повинне активно використовувати різноманітні мотиваційні засоби:

- 1)перевести якомога більше працівників на відрядну форму оплати праці;
- 2)працівникам погодинної форми у більшому розмірі оплачувати роботу в понадурочний час;
- 3)забезпечувати доставку працівників на роботу та з роботи за узгодженими маршрутами;
- 4)надавати матеріальну допомогу працівникам з нагоди ювілейних та інших визначних дат;
- 5)залежно від виду діяльності слід також проводити профілактичне оздоровлення та медичне обстеження працівників за рахунок

- підприємства;
 б) організувати санаторно-курортне лікування для працюючих та інвалідів праці.

Таблиця 2

Рентабельність операційної діяльності великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за 2016 р.[4]

Вид економічної діяльності	Результат від операційної діяльності	Витрати операційної діяльності	Рівень рентабельності (збитковості) %
сільське, лісове та рибне господарство	109638,7	338045,6	32,4
промисловість	96856,9	2331111,2	4,2
будівництво	-714,9	181765,2	-0,4
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	59328	376671	15,8
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	18864,4	370177,1	5,1
тимчасове розміщування й організація харчування	-219,4	26903,4	-0,8
інформація та телекомунікації	10047,9	118558,9	8,5
фінансова та страхова діяльність	-3765,1	78583,8	-4,8
операції з нерухомим майном	-9824,4	120935,8	-8,1
професійна, наукова та технічна діяльність	38489	218523,1	17,6
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-2516	65033,1	-3,9
освіта	134,9	2428,2	5,6
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	621,5	13885,5	4,5
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-1958,6	11856,8	-16,5
надання інших видів послуг	201,8	3963,6	5,1

В 2015 році найбільш рентабельним є сільське, лісове та рибне господарство з показником рентабельності 32,4%. В 2015 році цей показник становив 42%, що свідчить про спад рентабельності цих видів економічної діяльності. Крім того, найменш рентабельними видами є мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, операції з нерухомим майном, а також фінансова та страхова діяльність.

Для того щоб постійно забезпечувати зростання прибутковості, необхідно шукати невикористані можливості її збільшення, тобто резерви зростання прибутку. Резерви виявляються на стадіях планування та безпосереднього виробництва і реалізації продукції.

Рентабельність в перший рік роботи підприємства, як правило, дуже низька, хоча наступні декілька років роботи підприємства спостерігається її зростання. Однією з причин збільшення рентабельності може бути збільшення об'ємів виробництва. Визначення резервів збільшення прибутковості базується на науково обґрунтованій методиці розробки заходів щодо їх мобілізації[3].

Отже, для успішного розвитку будь-якого підприємства необхідно приділяти увагу таким якісним показникам, як прибуток і рентабельність. Важливе значення для забезпечення умов невинного зростання прибутку і рентабельності має якість їх планування. підприємства повинні активно шукати всі можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, що повинно сприяти зростанню прибутку та рентабельності підприємства.

Список використаних джерел

1. Економіка підприємства / І. О. Чаюн, Г. М. Богославець, Н. С. Довгаль, Л. Л. Стасюк. – Київ: Київський національний торговельно- економічний університет, 2005. – 569 с.
2. Шляга О. В. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва [Електронний ресурс] / О. В. Шляга. – 2014. – Режим доступу:
http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_075.pdf.
3. Кучерява А. С. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення / А.С. Кучерява. – Київ: Національний авіаційний університет, 2015. – 329 с.
4. Рентабельність операційної діяльності великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за 2016 р. [Електронний ресурс] // Держстат України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу:
http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/fin/rodp/rodp_ed/rodp_ed_u/rodp_ed_0416_u.htm.

Тези написано під науковим керівництвом ст. викл. Мельник В. В.

Dovzhenko D.

Kyiv National University of Trade and Economics

GLOBAL DEVELOPMENT GOALS

At the present the main problems are hunger and poverty. Therefore one of the goals of today it is to overcome this. But the scientists invented genetically modified products that allow to develop new and improve existing products. Even the Bill Gates Foundation is actively investing in the development of genetic engineering technology . Especially we should pay attention to what has been allocated significant funds for the green revolution, which led to an increase in products for the hungry in Africa. But the question that such products are not harmful to the human body and the environment is staying unresolved.

What is a GMO? Is it good or bad?

GMOs - are genetically modified organisms that result from the use of genetic engineering technologies which allow to insert genes from one organism to another. But it is possible to use such products.

- Some advantages of GMOs:

- GM foods can have improved flavour, texture and nutritional value.
- GM foods can have a longer shelf life
- GM organisms can be resistant to diseases and pests
- GM plants can be more resistant to herbicides and fungicides
- GM plants can grow in a wider range of climatic conditions: strains of rice, for example, have been developed with increased drought tolerance
- Environmentally «friendly» bio-herbicides and bio-insecticides can be produced

- Disadvantages of GMOs:

- Also the effect on human health can be made by «new» proteins appearing in modified plants. The stability of the plant's genome is disturbed, that leads to appearance of toxic properties of the product.
- The possible adverse effects of chemical contamination. This is a real threat for the human body, which results in allergic diseases and disorders of metabolism.
- The constructed genes will be transmitted with pollen close to the wild species, and their hybrid offsprings will acquire the properties of increased seed productivity and the ability to compete with other plants;
- Transgenic agricultural plants will become weeds and will supplant plants that grow near;
- Transgenic plants will be a direct threat to humans, domestic and wildlife (for example, due to their toxicity or allergenicity).

But scientist state that the overwhelming majority of genetically modified (GM) crops suggest that they are safe. In Europe, the influence of these giants is weaker. The European Commission has funded 130 research projects that have carried out more than 500 independent studies on the safety of GM crops. They did not find any special risks. Therefore, many scientists consider it incorrect not to use the potential of GM crops to feed the population of our planet, especially African countries.

David Zilberman professor of the University of California at Berkeley argues that the benefits of using GM crops significantly outweigh the health risks that still remain theoretical.

"The use of GMOs has reduced the cost of products and allows farmers to use pesticides in less number. Genetic engineering has increased the production of corn, cotton and soya at 20-30% in the United States. **If GMOs are widespread in the world, the cost of food will decrease, and fewer people will die of hunger** " [1]

We must point out that there are **different approaching to GMO metter in the world.**

Nearly two-thirds of all genetically modified crops are grown in the United States, so there are most liberal transgenic laws. GMOs in America are considered safe, they are equated with conventional products.

Something similar is observed in Canada. In China, such products are manufactured illegally. But in Japan, all products containing GMOs are subject to labeling.

In the African countries, in the last few years, the import of products with genetically modified components has been banned.

The territory of the European Union prohibits the production and importation of products containing genes resistant to antibiotics, as well as baby food. In Russia it forbidden to grow genetically modified plants, but some producers import these products because they are officially authorized - some types of corn, soybeans, rice, potatoes and sugar beet. [1]

In Ukraine, the use of genetically modified organisms is allowed but the norms on GMO content to be only 0.9%. Thus this percentage is not harmful for our body.[2]

According to analysts, 200 million hectares of genetically modified cultures were planted in 2015 and in the future 250 million hectares occupit. The experts predict that in 2050, almost 100% of products and technical crops used by humans will have containe impregnated genes.

In Ukraine, growing GM crops in open soil is prohibited. But, according to analysts, we have significant areas of land under GM plants. **According to some estimates, from 30% to 50% of soy and corn grown in Ukraine are transgenic.**

The largest number of GM crops registered in the USA is 106 (63% of the total number registered in the world), in the EU - 29 (17%), in the Russian Federation - 18 lines of GMOs.[3]

Modern biotechnology of plants is a new stage in the development of technology of plant breeding.

The contribution of biotechnology plant cultivation is to facilitate traditional plant breeding methods, to develop new technologies that increase the efficiency of agricultural production.

The methods of gene and cellular engineering created highly productive and resistant against pests, diseases and other negative factors of varieties of agricultural plants.

The technique of plant remediation from infections is developed, which is especially important for vegetatively propagated crops. One of the topical issues of biotechnology is the process management of the possibility of introducing the relevant genes into the genome of cultivated plants.

Conclusion

Since the creation and practical use of GMOs it can cover such important areas as human health and safety. Genetic engineering studies have always attracted increased attention and debate. Many special studies have been conducted that completely refute the notion of negative effects of GMOs. Such studies have helped to raise the level of confidence in GM products, but even now, due to the lack of access to information, there are certain reservations about GMOs in a large part of society. One thing is certain: the scientific research conducted in a large number of scientific laboratories around the world, and the practical experience of using GMOs, suggests that, as of today, no negative consequences for the environment have been noted from those genetic engineering . GMO is not only an instrument for solving global problems, but also a subject of study of modern scientist whose task is to provide access to the necessary information for the population in order to cover the properties of new genetically engineered products comprehensively.

In my opinion , we can't argue that GMO foods are absolutely safe. Some of the harm and the risk of after use is still present. But, if we use these products in the permitted quantity, it will be not so harmful.

In any case the harmful of GMO is one of most effective methods to stop famine in poorer countries and Africa, that will be a pledge to **sustainable development**.

References

1. <https://givzdorov.com/pravilnoe-pitanie/gmo-spasut-nas-ot-golodali-pogubyat/>

2. <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1103-16>
3. <https://www.radiosvoboda.org/a/1498062.html>
4. file:///C:/Users/User/Downloads/Vlca_2013_13_10.pdf

Abstracts have been written under the guidance of
Senior Lecturer Chykun N. Yu.

Захаров Д. М.
Житомирський державний технологічний університет

ВПЛИВ ОСВІТИ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Соціальний капітал є необхідною складовою для створення конкурентоспроможності економіки. Розвиток перестав залежати від наявності лише матеріальних ресурсів та кваліфікованих кадрів, сьогодні важливішими є нематеріальні факторів: знання, інновації, інституційне середовище, а також рівень соціального капіталу: довіра, соціальні норми, соціальна мережа.

Освіта є одним з головних джерел формування соціального капіталу. Вона не лише створює висококваліфіковані кадри для ринку праці, але і утворює неформальні соціальні зв'язки. Вивчення зв'язку соціального капіталу та освіти починається від початку виникнення даного поняття.

Згідно з визначенням П'єра Бурдьє, соціальний капітал являє собою сукупність реальних або потенційних ресурсів, пов'язаних з володінням стійкою мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства і визнання - іншими словами, з членством в групі [1]. Джеймс Коулман, який популяризував поняття «соціальний капітал», визначив його як деякі аспекти соціальної структури, які можуть бути використані акторами в якості ресурсів для досягнення своїх цілей [2]. З точки зору Френсіса Фукуями, соціальний капітал можна визначити просто як набір неформальних цінностей або норм, які поділяються членами групи і які роблять можливим співробітництво всередині цієї групи [3].

Поняття соціального капіталу, незважаючи на його неоднозначність трактування, надзвичайно важливе при вивченні економічного значення довіри і репутації. Інтерпретувати соціальний капітал можна як сукупність корисних для індивіда знань про

суспільство, в якому він живе. Зокрема, знання повинні стосуватись можливості комунікації з іншими індивідами, цінностей і цілей інших індивідів, а також знання інших членів суспільства про індивіда, тобто його популярність в тих чи інших групах, наявність звань, рівень репутації, яка визначає довіру до нього.

Освіту, так само як і соціальний капітал, можна розглядати з двох точок зору – як ресурс кожної людини і як ресурс всього суспільства в цілому. На рівні окремого індивіда освіта, як і соціальний капітал, виступає приватним благом. У міру розширення соціальних взаємодій, при переході на рівень соціальної групи або суспільства і освіта, і соціальний капітал набувають властивостей суспільного блага. Тому вони за своєю суттю не можуть бути виключно індивідуальною потребою, особливо в сучасному суспільстві. Отримання високого рівня освіти, встановлення соціальних зв'язків, накопичення соціального капіталу кожен з нас пов'язує з очікуванням будь-яких вигід від участі в соціальних мережах.

Соціальний капітал проявляється через зміцнення довіри, формування соціальних норм та правил, а також створення соціальних мереж. Довіра є важливим елементом для розвитку як підприємства, так і суспільства, оскільки завдяки довірі можлива мирна і взаємовигідна співпраця. Однак, якщо довіра обмежується рамками певної групи індивідів, соціальний капітал цієї групи буде направлений на досягнення виключно її інтересів. Економічні наслідки такої довіри будуть несприятливими та деструктивно вплинуть на соціальну мережу.

Розвиток освіти є не лише важливою умовою передачі і накопичення знань в суспільстві, а й формує систему цінностей і соціальних зв'язків, які сприяють її модернізації. Накопичення соціального капіталу відбувається в результаті взаємодії індивідів, а спільне навчання в групах є однією з найважливіших форм даної взаємодії. Рівень освіти потрібно розглядати в якості фактору, що здійснює позитивний вплив на здатність індивіда до ефективної діяльності. Освіта розширює кругозір людини, формує її здатність приймати раціональний вибір, дозволяє їй зрозуміти важливість соціальних норм та правил.

Професійна освіта є не просто передачею певних фактів, знань та методик, а процес навчання моральним нормам, завдяки яким професійні стандарти стають вищими за власні інтереси професіонала. Одна із переваг, яку дає вища освіта, полягає у тому, що вона культивує певні норми, які стають важливим джерелом соціального капіталу [4].

Завдання освіти не повинно обмежуватися формуванням соціального капіталу. Ефективна система освіти повинна бути

способом освіти населення, підвищення рівня компетентності людей. Економічне значення освіти полягає в тому, що ті хто навчаються отримують можливість накопичувати соціальний капітал, а диплом є підтвердженням для роботодавців про потенційні навички та вміння.

Освіта створює позитивний вплив на соціальний капіталу вигляді підвищення довіри та навчання соціальним нормам. Така соціальна орієнтація системи освіти є принципом формування ефективної соціальної ринкової економіки. Дотримання цього принципу вимагає вдосконалення структури і якості взаємодії в першу чергу держави, підприємців і системи освіти з урахуванням інтересів усіх суб'єктів соціально-економічної діяльності.

Ефективність реалізації програм довгострокового соціально-економічного розвитку залежить від якості соціального капіталу, а його формування, в свою чергу, належить освітнім системам, розвиток яких має бути скоординовано з розвитком соціальної та економічної сфер суспільства.

Дослідження соціального капіталу вказують на те, що індивіди вибирають освіту зіставляючи свої вигоди і витрати. Вигоди постають у вигляді культурних та інших нематеріальних цінностей поряд з підвищенням доходів і отриманням більш престижної роботи, а витрати визначаються головним чином альтернативною вартістю цих інвестицій.

При дослідженні впливу освіти на соціальний капітал важливо вивчати реальні мотиви отримання освіти. У даній сфері, як і в будь-якій іншій сфері діяльності, індивіди прагнуть в першу чергу до власної вигоди і хочуть вдосконалити систему освіти таким чином, щоб вона відповідала їхнім інтересам. Але інтереси одних індивідів природним чином відрізняються від інтересів інших, і завдання системи освіти повинно полягати в пошуку можливостей узгодження цих інтересів.

Сучасна освіта повинна бути спрямована на саморозвиток особистості, формування набору особистісних компетенцій, а головне компетенцій самоосвіти, самостійного пошуку і аналізу інформації. Вища освіта сьогодні стикається з абсолютно новою системою пізнання, зберігання і відтворення знань. Сьогодні моделі традиційного університету, які були запропоновані в умовах індустріальної реальності не сприяють формуванню соціального капіталу. Модель університету, яка направлена на масовий потік і масову передачу знань втратила свою ефективність. Сучасна освіта повинна бути спрямована на масовий потік і на індивідуальну передачу знань, що формує

необхідність індивідуальних консультаційних занять, постійну індивідуальну систему підвищення кваліфікації. Важливо створити інфраструктуру в університеті для самостійної роботи студента на всіх рівнях. Оволодіння кожним вищим рівнем освіти, спонукає до більш високого рівня віддачі соціального капіталу, який дозволяє не тільки опанувати нові компетенції, а й розширити соціальні зв'язки, сформувати соціальну свідомість та громадянську активність.

Список використаних джерел

1. Bourdieu, P. (1986) The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) Hand book of Theory and Research for the Sociology of Education (New York, Greenwood), 241-258. URL: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>
2. Coleman, J. S. (1988), Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, n. 94, 95 – 120.
3. Фукуяма Ф. Великий разрыв: / Ф. Фукуяма. – М.: АСТ, 2003. – 474 с.
4. Фукуяма Ф. Что такое социальный капитал? Киевская лекция Френсиса Фукуямы [Электронный ресурс] / Френсис Фукуяма // День. – 2006. – № 177. – URL: <http://www.day.kiev.ua/ru/article/podrobnosti/chto-takoe-socialnyy-kapital>

Соколенко О. С.
Льотна академія
Національного авіаційного університету
м. Кропивницький, Україна

НЕМАТЕРІАЛЬНІ МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туризм – сфера діяльності, яка має нематеріальний характер. Процес розробки, створення та реалізації виробленого туристичного продукту цілком залежить від діяльності працівників фірми. Успішне функціонування підприємства залежатиме не тільки від рівня заробітної плати та системи економічних стимулів, а й від зацікавленості працівників у розвитку та досяганні цілей турфірмою.

Стимулювання праці передбачає створення механізму, при якому

активна трудова діяльність, дає певні, заздалегідь зафіксовані результати, стає необхідною і достатньою умовою задоволення значимих і соціально обумовлених потреб працівника, формування у нього мотивів праці [4].

У вивчення проблеми стимулювання праці найманих робітників істотний внесок зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. В Україні найбільш відомими із цієї тематики стали публікації таких вітчизняних науковців, як Д.П. Богиня, О.А. Грішнова, В.М. Данюк, А.Л. Єськов, А.В. Калина, А.М. Колот, Е.М. Лібанова, В.М. Петюх, та інші [1].

Нематеріальні стимули засновані на моральних цінностях людини, усвідомленні працівником своєї праці як обов'язку перед суспільством, цінуванні і корисності цієї праці. До даної категорії відносять також спонукальні мотиви, пов'язані з творчою насиченістю і змістовністю праці, відносно сприятливими його умовами, взаємовідносинами в трудовому колективі, відносинами між працівником і його керівником, можливістю професійно-кваліфікаційного зростання, самовдосконалення та самовираження.

Одна з переваг негрошових винагород – вони не включаються в оподатковувану базу співробітника (крім, хіба що, коштовних подарунків). Таким чином, блага, передані співробітнику в готовому виді, виявляються відносно більш дешевими для нього, ніж якби він придбав їх за гроші. Крім того, організації, що направляють засоби на програми соціальної підтримки співробітників, можуть претендувати на податкові пільги по цих засобах [1].

Серед форм нематеріального стимулювання можна виділити наступні:

- негативні – незадоволення, покарання, загроза втрати роботи;
- моральні – грамоти, почесні знаки, представлення до нагород, дошка пошани і ін. (моральні форми найбільш численні);
- патерналізм (турбота про працівника) – додаткове соціальне і медичне страхування, створення умов для відпочинку;
- організаційні – умови роботи, її зміст та організація;
- залучення до співволодіння та участі в управлінні.

В результаті аналізу нематеріальної мотивації трудової активності персоналу підприємств слід констатувати, що найбільш ефективним способом нематеріального стимулювання персоналу є залучення працівників до управління справами виробництва, що особливо актуальне у корпоративних організаціях. Концепція партисипативного управління в роботі покладена в основу заходів з удосконалення механізму стимулювання персоналу як структуруюча ідея розбудови цього механізму [3].

Деяких робітників можна успішно стимулювати з допомогою чітких і досяжних цілей. Так, менеджери мають великі шанси досягти успіху, якщо вони точно знають, з чого складається цей успіх: те ж саме вірно і для окремих працівників.

Практичні заходи щодо приведення в дію нових резервів підвищення трудової активності найманих працівників безпосередньо пов'язані з гуманізацією праці. Саме остання, як свідчить досвід, нині є основною ланкою нематеріальної мотивації праці.

Класична програма гуманізації праці включає складові: забезпечення змісту праці (суміщення функцій робітників основного й допоміжного виробництва, основних функцій і функцій контролю за якістю продукції); групування різнорідних операцій тощо; розвиток колективних форм організації праці; створення доцільних умов праці; демократизація управління, залучення працівників до управління виробництвом; раціоналізація режимів праці і відпочинку, впровадження гнучких графіків роботи.

Теорії очікувань свідчать, що люди прагнуть у будь-якій ситуації отримати максимум бажаного. Тому в процесі роботи людина прагне до отримання різноманітних винагород і максимального задоволення потреб. До таких потреб належать пересування по службі та знання перспектив свого росту. Очікуючи, що вибраний тип поведінки приведе до досягнення бажаного, людина розподіляє свої зусилля і прагне досягнення оптимального співвідношення в системі «затрати – результати - винагорода – валентність».

Із теорії справедливості випливає, що, коли працівники бачать залежність (щодо себе) між рівнем ефективності роботи і просуванням по службі, це сприяє їхній трудовій активності [2].

Багато компаній використовують різноманітні форми заохочень, щоб відзначити гарних робітників. Це подарунки, грамоти або медалі, обіди, поїздки й інші види визнання.

Також застосовуються чотири основні форми залучення працівників до управління:

- участь працівників в управлінні працею і якістю продукції на рівні цеху (дільниці);
- створення робітничих рад або спільних комітетів робітників і менеджерів;
- запровадження систем участі персоналу у прибутках;
- участь представників найманої праці в роботі директорів корпорацій.

Існують й наступні методи нематеріального стимулювання, що будуть ефективними для турпідприємства: удосконалення робочих місць і розширення сфери діяльності працівників; гнучкий графік

роботи; телекомунікація і домашні офіси; скорочений робочий час і розподіл функціонального навантаження [4].

Отже, вирішальним чинником результативності будь-якої діяльності людей, в тому числі і туристичної, є їх стимулювання та мотивація. Часто, розробляючи систему мотивації на туристичному підприємстві, враховується лише її матеріальна, а точніше – грошова складова. Оскільки оплата праці працівників належить до витрат виробництва, а зниження собівартості продукції є одним з чинників підвищення конкурентоспроможності турпідприємства, але керівники при побудові системи мотивації повинні приділяти значну увагу нематеріальним методам стимулювання працівників.

Список використаних джерел

1. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручн. / А. М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
2. Балабанова Л. В. Управління персоналом / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
3. Мотивація в туризмі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://pidruchniki.com>
4. Механізм стимулювання праці в туристичній сфері [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://tourlib.net>.

Тарасова В. М.,
Кіпоренко М. А.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ОСВІТНЬОГО КОНТЕНТУ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Контент – це вміст сторінки сайту, зокрема, чи всього Інтернет-ресурсу в цілому. Відвідувачі веб-ресурсу йдуть саме за інформацією на сайт. Це – тексти різного плану: статті, замітки; зображення: графіки, таблиці, фотографії, картинки, картки товарів; відеоматеріали та аудіо; файли [4].

Контент умовно ділять на три види: такий, що продає; розважальний та освітній (інформаційний). Це інструмент, за допомогою якого можна досягти поставлених цілей.

Найефективніше залучають користувачів картинки, відео і тільки потім текст.

Нами зроблена спроба узагальнити інформацію про те, як виглядає кожен вид контенту, де і в яких випадках його використовують.

Призначення контенту, що продає, – продавати товари або послуги. Тексти, що продають, виявляють проблему покупця і пропонують її рішення. Такий контент повинен займати приблизно 30% всього контенту [3].

При його застосуванні слід відмовитись від складних термінів і незрозумілих довгих пояснень; викладати інформацію так, ніби розмовляєте з друзями або знайомими; передбачити варіанти, при яких потенційні покупці можуть не погодитися з вами, і відповісти на їх заперечення і питання.

Наприклад, читачі можуть порахувати, що ціна на ваш товар занадто висока. Запропонуйте варіанти купівлі в розстрочку або кредит, пообіцяйте знижку по акції «Приведи друга» або роздробити суму на менші частини.

Є кілька способів створювати контент, що продає. Зазвичай тексти пишуться за моделлю AIDA, де кожна літера позначає ключову дію: необхідно привернути увагу (Attention), пробудити інтерес (Interest), викликати бажання (Desire) і закликати до дії (Action). Увага залучається за допомогою заголовка, пробуджує інтерес перший абзац; для виклику бажання придбати товар або послугу використовується основна частина тексту, а закликає до дії останній абзац або кнопки «Купити / Замовити / Підписатися» [3].

Подати інформацію можна і за структурою ODC–пропозиція (offer), обмеження за часом (deadline) і заклик до дії (calltoaction).

Наприклад, «Весільні сукні від 2 000 гривень. Пропозиція дійсна до 30 квітня. Телефонуйте прямо зараз за телефоном ...».

Ґрунтуючись на цій моделі, можна написати майже всі тексти – оголошення, комерційну пропозицію, опис продукту тощо.

Даний контент використовується для: посадкових сторінок; комерційних пропозицій; текстів на головній сторінці; в акціях, знижках, вигідних пропозиціях; текстів «Про послуги»; текстів для розділів каталогу; описів товарів.

Розважальний контент – це матеріали, що викликають позитивний настрій. Вони розраховані на те, що викликають посмішку і бажання поділитися постом або статтею з друзями. Розважальний контент займає приблизно 20% загального обсягу [4].

Безпосередньо до продажу такий контент не веде. Його завдання – забезпечити охоплення аудиторії і впізнаваність марки.

Навіть корисну і нудну інформацію можна оформити сучасно і яскраво у вигляді картинок або інфографіки.

До видів розважального контенту відносяться: трендові меми; жарти, що стосуються певного продукту або області, в якій він використовується; цікаві факти; опитування та тести; інфографіки; конкурси та розіграші; цитати; спільні марафони, флешмоби; провокаційні заяви; добірки картинок-демотиваторів; смішні відео.

Публікуються такі матеріали частіше в соціальних мережах, на відеохостингу або в блозі сайту [1].

Освітній контент допомагає зміцнити статус експерта в обраній ніші, розширює ваш вплив і прекрасно привертає цільову аудиторію. Його використовують люди, вже зацікавлені у вашому продукті. Іноді їм потрібно вирішити проблеми, а допомогти може саме ваш продукт.

Цей контент займає приблизно 50% загального обсягу[3].

Основними видами освітнього контенту є: думки експертів; аналітика ринку; докладні посібники та інструкції по даній або суміжній темі; огляди товарів, сайтів, матеріалів, галузевих заходів; новини галузі; думки експертів; FAQ; відеоінструкції; добірки книг; тренінги; буклети в PDF-форматі; переклади зарубіжних публікацій.

Такі матеріали доречні в блозі вашого сайту, соціальних мережах, для розміщення відеофайлів, інтернет-виданнях. Там можна публікувати останні новини та тенденції даної галузі, ділитися своїми успіхами, перетворюючи їх в Лайфхак, розміщувати корисні інструкції.

Вибираючи, де і який вид контенту публікувати, слід орієнтуватися на інтереси читачів, їхні проблеми, потреби, страхи; дотримуватись балансу між усіма видами; не боятися впроваджувати нове; постійно чергувати форми подачі матеріалів; не забувати про поставлені цілі.

Який контент потрібен вашим клієнтам, щоб вони купували і рекомендували вас знайомим?

Як стати поза конкуренцією, збільшити швидкість руху вашого бізнесу і перестати залежати від платного розміщення реклами?

На ці запитання може дати відповідь контент-маркетинг, який на сьогоднішній день являє собою як гідну альтернативу традиційним методам Інтернет-реклами, так і чудове до них доповнення.

За одним із визначень, контент-маркетинг – це «...залучення та утримання клієнтів за допомогою створення для них корисної інформації по темі вашого бізнесу» [2].

Сам термін «контент-маркетинг» з'явився приблизно пару років тому в США.

Виділяють дві основні причини зростання контент-маркетингу.

Перше, це «фундаментальна криза реклами», яка утворилася на тлі інформаційної перевантаженості. Люди щодня отримують дуже великий потік інформації і, щоб хоч якось відгородити себе від зовнішніх каналів комунікації, люди навчилися миттєво фільтрувати інформацію, і реклама – це перше, на що спрацьовує цей фільтр. Наприклад, щоб отримувати приблизно такий же ступінь залученості й охоплення аудиторії, багатьом великим підприємствам доводиться з року в рік в рази збільшувати свої рекламні бюджети на ТБ рекламу [5].

Друга світова причина популярності контент-маркетингу безпосередньо пов'язана з Інтернет-середовищем, а саме, з трендами пошукових технологій. Популярні Яндекс і Google постійно змінюють свої пошукові алгоритми ранжирування сайтів. Зараз не можна, як раніше, закупити купу посилань на свій сайт і вивести його на перші рядки пошукової видачі. Всі пошукові системи на чільне місце поставили такий критерій, як «контент», «соціальна активність».

В умовах нового світу споживачі прагнуть знайти те, що дійсно представляє цінність в їх очах.

За прогнозами фахівців, за наступні 10 років відбудеться практично повна міграція реклами в онлайн, включаючи і телевізійну рекламу, адже телебачення через 10 років буде теж інтерактивним. Через 10 років інтернет вже перетвориться в головний канал поширення інформації для більшості брендів. Таким чином, найближчими роками відкриють золотий вік контент-маркетингу.

Основними трендами, які визначатимуть розвиток контент-маркетингу, зокрема в торгівлі України, в найближчій перспективі, є:

- стратегічне поширення контенту, яке дає підприємствам перевагу в конкурентному контент-маркетинговому середовищі; оптимізація контенту для пошуковиків і мобільних пристроїв; побудова довгострокових відносин з відомими виданнями, а також співпраця з лідерами думок;

- зростання взаємозалежності контент-маркетингу та SMM. Соціальні мережі – це генератор контенту. На даний момент 94% маркетологів відзначають, що соціальні мережі є невід'ємним елементом їх контент-маркетингових стратегій, адже точні механізми таргетування платформ в соціальних мережах збільшать охоплення цільової аудиторії і допоможуть згенерувати більше успішних лідів;

- зменшення нав'язливості реклами, оскільки маркетологи будуть віддавати перевагу рекламі, яка буде інтегрована в контент-рекламні агентства будуть пропонувати клієнтам більше реклами, інтегрованої в об'ємний контент, замість класичних рекламних слоганів і матеріалів; видавці та рекламісти будуть тісно

співпрацювати з метою збільшення впливу платного контенту на користувальницький досвід, а також його органічної інтеграції в існуючий контент;

- підприємства, які зможуть ефективно використовувати контент-маркетинг, отримують свій SEO рейтинг–хороший контент генерує посилання, репости, а також інші елементи посилення бренду, які, в свою чергу, покращують рейтинг сайту підприємства в пошукових механізмах;

- зростання попиту на гостьові блоги, які здатні на більше, ніж просто генерувати посилання, оскільки це не статті, які оплачені, а якісний та релевантний контент для провідних видань;

- рекордне збільшення бюджетів на контент-маркетинг. Адже чим більше маркетологи і власники підприємств одержують віддачі від контент-маркетингу, тим більше вони інвестують у нього. Додаткові кошти підуть на створення самого контенту і на його поширення через платні (paidmedia) і безкоштовні (earnedmedia) комунікаційні канали;

- покращення якості e-mail-маркетингу – зменшення купівель товарів, які пропонуються споживачам в електронних листах, а також зростаюча кількість розсилок і брак часу на їх читання говорить про те, що контент-маркетологам слід серйозно працювати над тим, щоб створювати релевантний контент, який спонукає користувача здійснити купівлю [5].

Таким чином, контент-маркетинг на сьогоднішній день являє собою як гідну альтернативу традиційним методам Інтернет-реклами, так і чудове до них доповнення. При цьому, як і будь-яка інша технологія Інтернет-маркетингу, контент-маркетинг вимагає високого професіоналізму від виконавців, щоб його дія була дійсно ефективною.

Список використаних джерел

1. Кречетов И. А. Требования к разработке образовательного контента в современных условиях / И. А. Кречетов// Дистанционное и виртуальное обучение. – 2013. – № 3. – С. 89-92. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://library.ksu.kz/download/PBD/St/Kreschetov_I_A.pdf
2. Рыжков О. В. Какой контент нужен вашим клиентам, чтобы они покупали и рекомендовали вас знакомым? / О. В. Рыжков. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cossa.ru/155/57019/>
3. Три вида контента: какой, где и для чего. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://spark.ru/startup/1c-umi/blog/29480/tri-vida->

kontenta-kakoj-gde-i-dlya-chego

4. Что такое контент? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prosait63.ru/chto-takoe-kontent-sayta>
5. Чубукова О. Ю. Основні тренди контент-маркетингу на теперішній час в Україні/ О.Ю. Чубукова // Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління: тези доповідей III Всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів, 13 листопада 2015 року. – К.: КНУТД, С. 8-9. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biblio.knutd.edu.ua/conference/2015/ActualMarketing2015.pdf>

Уманців В. Ю.

Київський національний торговельно-економічний університет

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ ІНВЕСТИЦІЙ

В умовах глобальної конкуренції на ринку інвестицій країни Центральної та Східної Європи (ЦСЕ) протягом останніх двох десятиліть залишаються привабливими для інвестування перш за все завдяки ефективному законодавчому і регуляторному середовищу, розвинутій інфраструктурі, динамічній фінансово-банківській системі, суттєвій підтримці національних агенцій сприяння іноземним інвестиціям і торгівлі. Країни цього регіону постійно здійснюють заходи, спрямовані на створення більш сприятливого бізнес-середовища для інвесторів.

Основними складовими формування сприятливого інвестиційного клімату є низка інституційних характеристик економік країн регіону, які забезпечують стійкий фундамент для розвитку як інвестиційних процесів, так і стабільності економічного розвитку країни [1, с. 20-25]. Проведений аналіз основних чинників формування таких переваг дає змогу виділити основні з них.

Політична та економічна стабільність. Усі країни дотримуються демократичної моделі розвитку, а економічна політика є передбачуваною і послідовною. Незалежні центральні банки проводять виважену монетарну політику, яка сприяє стабільності національних валют. Членство низки країн в Організації економічного співробітництва та розвитку і членство чи асоціація з ЄС обмежують простір для дискримінаційної політики і вимагають надання рівних

прав для національних та іноземних підприємств. Разом з тим, до недавнього часу Словаччина мала спеціальні стимули тільки для іноземних інвесторів, а деякі зі стимулів передбачалися для великих інвесторів на індивідуальній основі, що не повністю відповідало регуляторним нормам ЄС.

Використання геостратегічного потенціалу. Розширення ЄС на схід значно підвищило привабливість країн з транзитивною економікою для іноземних інвесторів. Це забезпечило доступ нових членів співтовариства до структурних фондів ЄС, що прискорює модернізацію місцевої інфраструктури і спрощення процесу транспортування і логістики для іноземних багатонаціональних компаній. Крім того, країни цього регіону володіють низкою специфічних активів, серед яких, значний людський капітал, розвинена інфраструктура, сприятливе бізнес середовище, зручне розташування в центрі величезного європейського ринку, що передбачає високу здатність країн регіону конкурувати з великими ринками.

Відсутність дискримінації іноземних юридичних осіб. Національний режим для іноземних інвесторів є основною правовою нормою в країнах Європи. В усіх країнах юридично закріплено однакове ставлення до іноземних та національних юридичних осіб в усіх сферах, зокрема, і в процесі приватизації державного майна, за винятком, здебільшого, оборонної сфери. Національний режим для іноземних інвесторів гарантує їм вільний доступ на внутрішні ринки і дозволяє брати участь у приватизації.

Захист інвестицій та прав власності. Заходи щодо створення сприятливого інвестиційного клімату на національному рівні доповнені укладенням міжнародних угод, спрямованих на забезпечення додаткових гарантій лібералізації і правового захисту для іноземних інвестицій. Країни уклали значну кількість двосторонніх інвестиційних угод і угод про уникнення подвійного оподаткування з більшістю важливих інших країн.

Відсутність обмежень на переказ і конвертацію валюти для поточних операцій (або для прямих іноземних інвестицій). Капітал може бути вільно репатрійований після ліквідації суб'єкта господарювання на території країни інвестування. Зазвичай відсутні також обмеження для кредитів як від місцевих фінансових установ, так і від зарубіжних.

Репатріація капіталу. У зазначених країнах відсутні обмеження на розподіл і вивезення капіталу підприємствами до материнських іноземних компаній. Питання оподаткування дивідендів, роялті та відсоткових доходів регулюються відповідними двосторонніми

угодами щодо уникнення подвійного оподаткування.

Зниження адміністративних бар'єрів для реєстрації бізнесу. У сфері дозвільної системи з часу вступу до ЄС кількість процедур реєстрації бізнесу у країнах регіону суттєвим чином скорочена, а також зменшено час, необхідний для реєстрації нової компанії.

Більшість країн ЦСЄ мають системи інвестиційних стимулів. Це є ознакою досить інтенсивної конкуренції за іноземні інвестиції серед країн регіону. Лідерами за таким стимулюванням є Чехія і Словаччина. Крім субсидій на національному рівні, місцеві органи влади пропонують додаткові стимули, які не координуються централізовано й іноді надаються інвесторам на індивідуальній основі [2, с. 6-11].

Використання певних стимулів для інвесторів визначається у першу чергу завданнями вирішення існуючих структурних та соціальних проблем економіки країни чи окремого регіону. Наявність стимулів залежить від типу й обсягу інвестиції, місця розташування інвестиції та ряду інших чинників. Велику роль у залученні іноземних інвестицій відіграють спеціалізовані державні агентства стимулювання інвестицій, на які покладено низку обов'язків, спрямованих на спрощення інвестиційного процесу, включаючи забезпечення інформацією про інвестиційні можливості, встановлення зв'язків з постачальниками, і надання послуг інвесторам із супроводження інвестицій на початковому етапі, а також після здійснення інвестицій.

Економічний розвиток в умовах трансформаційних перетворень можливий за умови формування відповідного механізму, що забезпечує передачу позитивного імпульсу від зовнішніх і внутрішніх чинників та обумовлює перетворення організаційної структури, якісних і кількісних характеристик економічної діяльності. Для активізації розвитку інвестиційного потенціалу країн необхідною є стратегія макроекономічного регулювання інвестиційного потенціалу на основі підготовки, прийняття та реалізації рішень щодо формування та максимального використання інвестиційного потенціалу [3].

За таких умов досягнення високих прибутків не є основною метою економічного розвитку на засадах сталості. Мета об'єднує економічні, так і соціальні, екологічні та інші аспекти та може бути визначена як створення стійких передумов для функціонування в майбутньому на конкурентному зовнішньому та внутрішньому ринках галузі або території. Для підвищення ефективності макроекономічного регулювання інвестиційного потенціалу необхідними є досягнення балансу інтересів усіх суб'єктів економіки; єдність науково-технічної та інноваційно-інвестиційної політики; узгодженість дій різних рівнів влади; забезпечення різноманітності інструментів і методів, що

застосовуються; публічність, відкритість і передбачуваність управління. Управління може бути ефективним лише за умови досягнення балансу інтересів усіх суб'єктів національної економіки [4].

Аналіз інвестиційного клімату України та динаміки надходжень прямих іноземних інвестицій, свідчить, що для сталого соціально-економічного розвитку України необхідно залучити достатній обсяг коштів як із внутрішніх, так і з зовнішніх джерел. Залучені інвестиції дозволяють створювати нові робочі місця, а внаслідок цього – збільшувати обсяг податкових надходжень, що сприятливо вплине на формування додаткових джерел фінансування соціально-економічного розвитку.

Тому пріоритетні напрями економічних реформ щодо модернізації національної економіки мають передбачати розроблення механізмів щодо вдосконалення системи державного регулювання ПІІ для поліпшення інвестиційного клімату на території України. Система державного регулювання прямих іноземних інвестицій в Україні перебуває у процесі активного розвитку, що зумовлено як тенденціями розвитку світової економіки, зокрема новими явищами, які привнесла глобальна економічна криза, так і процесами та реформами, що відбуваються всередині країни. В умовах модернізації вітчизняної економіки постають принципово нові завдання, зокрема, щодо централізації й децентралізації державних функцій у сфері регулювання прямих іноземних інвестицій, тобто про добровільне передавання частини повноважень держави як на місцевий, так і наднаціональний рівні регулювання.

Проведений аналіз особливостей залучення прямих іноземних інвестицій у країни ЦСЄ дає змогу зробити цілий ряд висновків. Світовий досвід показує, що країни з ринками, які формуються, не здатні вийти з економічної кризи без залучення й ефективного використання іноземних інвестицій. Адже іноземні інвестиції, акумулюючи підприємницький, державний та змішаний капітали, сприяють формуванню національних інвестиційних ринків товарів і послуг. Зокрема, особливо актуальне вивчення зв'язку між припливом прямих іноземних інвестицій в економіку й структурними зрушеннями в ній, що зумовлена швидкими темпами зростання та розвитку транснаціональних компаній і посиленням процесу реструктуризації світової економіки.

У цьому контексті для України може виявитись у край важливим досвід центральноєвропейських країн, яким вдалося активно залучати іноземний капітал шляхом формування сприятливого інвестиційного

клімату та за відносно короткий час трансформувати свої економіки і стати повноправними членами європейського співтовариства. Серед таких країн виокремлюється Вишеградська четвірка у складі Польщі, Словаччини, Угорщини та Чехії, досвід яких у трансформаційних процесах загалом і використанні інвестиційних переваг, зокрема, є вкрай показовим для України [5, с. 129-135].

Одним із невідкладних завдань, що стоять перед Україною, є поліпшення інвестиційного клімату. Для цього передусім потрібно вжити заходів із запровадження системи безпеки інвесторів та захисту прав їхньої власності, а також інвестиційних стимулів (привабливе законодавство для ведення підприємницької діяльності; надання іноземним інвесторам супроводжувальних, технічних, консалтингових і роз'яснювальних послуг тощо) [6, с. 51-55].

Спрощення умов інвестування та провадження підприємницької діяльності є стратегією, що дасть змогу активізувати залучення прямих іноземних інвестицій та отримати довгостроковий макроекономічний ефект від цього, оскільки дає можливість скасувати недосконалі правила державного регулювання; забезпечити ринок праці гнучкими й сучасними рішеннями, що сприяють пожвавленню підприємництва; послабити обмеження щодо придбання іноземної власності та репатріації отриманих дивідендів; зменшити кількість адміністративних, податкових і митних бар'єрів; передбачити належне інфраструктурне забезпечення тощо.

Список використаних джерел

1. Тарасевич В. М. Інноваційно-інформаційна економіка: постіндустріальність, генераційність, відкритість / В. М. Тарасевич, О.О. Завгородня // Економіка України. – 2018. – №4. – с. 18-29.
2. Мельник Т. Національні підприємства у глобальних ланцюгах створення вартості / Т. Мельник, Ю. Конрад // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2017. – №5. с. 5-20.
3. Investor's Guide – Poland, How to do Business. Polish Investment & Trade Agency. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.paih.gov.pl/publications/how_to_do_business_in_Poland
4. Foreign Direct Investment Statistics: Data and Analysis. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.oecd.org/investment/statistics.htm>
5. Юрчишин В. Інвестиційна активність у країнах Вишеградської групи: виклики для України // В. Юрчишин, К. Маркевич // Міжнародна економічна політика. – 2015. – №2. – с. 126-148.

6. Квач Я. Економічні перспективи світової інвестиційної системи / Я. Квач, В. Коваль, А. Грималюк // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2018. – №1. – с. 49-60.

Чепляка К. О.
Льотна академія
Національного авіаційного університету
м. Кропивницький, Україна

УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин глобалізаційні процеси охопили всі сфери світового господарства, в тому числі і світовий ринок туристичних послуг. Як наслідок, відбувається зростання рівнів інтегрованості туристичних галузей та окремих підприємств різних країн, з одного боку, та загострення конкурентної боротьби між країнами за розподіл туристичних потоків, з іншого. Водночас, сучасною тенденцією в економіці розвинених країн є зростання частки туристичних послуг як у структурі валового внутрішнього продукту, так і в структурі споживання.

Для здійснення успішної економічної діяльності в сучасних умовах значного загострення конкуренції, глобалізації та регіоналізації господарських зв'язків туристичним підприємствам недостатньо володіти факторами виробництва. Їх міжнародні конкурентні переваги залежать і від того, у якому середовищі вони функціонують. При цьому туристичні підприємства повинні бути не тільки інформованими про зовнішнє середовище, але й вміти його аналізувати, оцінювати та враховувати у своїй діяльності.

Важливою складовою комерційного середовища здійснення зовнішньоекономічної діяльності туристичними підприємствами є правові передумови – сукупність міжнародних конвенцій, договорів, чинне національне законодавство країни у сфері туризму, двох- і багатосторонні міжурядові угоди і договори, міжнародні угоди окремих туристичних підприємств, що регулюють їх відносини з іноземними партнерами. Істотною умовою, що може як активізувати, так і гальмувати розвиток зовнішньоекономічної діяльності туристичної галузі країни, є стан міжнародного та національного законодавства. Перетворення туризму на потужну галузь світової

економіки викликало потребу у максимальній уніфікації національних законодавств у цій сфері, а також усунення перешкод на шляху міжнародної торгівлі туристичними послугами, зокрема спрощення візового режиму, митних процедур, удосконалення режиму перетину кордонів та ін. Для України, туристичний потенціал якої використовується лише незначною мірою, таке удосконалення правової бази є актуальним [2].

Комерційна діяльність в міжнародному туризмі виступає не тільки як джерело надходження прибутків для продавців та задоволення духовних і фізичних потреб покупців, але й як зв'язуюча ланка між країнами, міжнародними регіонами, діловими колами різних держав, джерелом поширення інформації про них на зовнішніх ринках. Туристичні господарства практично всіх країн світу так чи інакше залучаються до процесу глобалізації. Спостерігається тенденція до формування глобальної цивілізації зі спільними уподобаннями, цінностями та суспільною свідомістю, не останню роль у поширенні яких відіграє туризм.

Слід зазначити, що через зовнішньоекономічні відносини відкривається можливість експортувати такі товари і послуги, які в іншому випадку не могли б знайти збуту на зовнішньому ринку. Туризм, зокрема, є „єдиним каналом продажу за валюту таких послуг, як розміщення в готелях, харчування у ресторанах, транспортні послуги, екскурсії, відвідування театрів, музеїв, картинних галерей” тощо [3].

Метою комерційної діяльності в зовнішньоекономічних умовах туристичного підприємства є надання різного роду туристичних послуг і продаж товарів туристичного попиту іноземним туристам в країні базування та вітчизняним туристам за рубежем.. Заходами з її реалізації виступають проведення переговорів та укладання контрактів з первинними виробниками туристичних послуг – готелями, ресторанами, музеями, транспортними організаціями і т.д., а кінцевим результатом є отримання прибутків туристичними підприємствами та задоволення культурних, ділових та інших потреб споживачів туристичних послуг. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств є у багатьох випадках лише продовженням їх внутрішньогосподарської діяльності. Лише потужні транснаціональні корпорації у сфері туризму виходять за національні межі, організовуючи свій бізнес на території значної кількості країн, надаючи туризму дійсно міжнародного характеру. Діяльність же частини малих і середніх туристичних підприємств істотно залежить від впливу ТНК [4].

В цілому комерційна діяльність в зовнішньоекономічних умовах

туристичних підприємств є важливим джерелом надходження валюти. Тут варто зазначити, що поряд із контрактними надходженнями валюти від туристичної діяльності (т. зв. невидимий експорт), існує ще й “внутрішній експорт” – купівля за валюту іноземними туристами сувенірів та інших товарів на внутрішньому ринку за роздрібними цінами.

Всю сукупність чинників, які впливають на характер та особливості зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств за умов глобалізації можна розділити на дві групи – зовнішні та внутрішні.

Зовнішні чинники ЗЕД туристичних підприємств – це зовнішні по відношенню до діяльності туристичних підприємств умови господарювання, середовище розвитку туристичного бізнесу. Вони пов’язані із діяльністю транснаціональних корпорацій, міжнародних організацій, державних органів, іноземних та вітчизняних конкурентів, кон’юктурою ринку. Внутрішні чинники – це внутрішні фактори, що безпосередньо пов’язані із туристичною діяльністю підприємства. У свою чергу, зовнішні чинники можна поділити на 124 глобальні та національні (прямого й опосередкованого впливу), внутрішні – на об’єктивні та суб’єктивні.

Комплексним показником, що характеризує внутрішні об’єктивні чинники є зовнішньоекономічний потенціал туристичного підприємства, тобто рівень його готовності для здійснення ЗЕД, а саме – рівень забезпеченості необхідними ресурсами та відповідність туристичних продуктів вимогам зовнішнього ринку.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В., Германчук А. М. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика. – навч. посібник. - К.: ВД "Професіонал", 2004. - 288с.
2. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства: навч. посібник / Р. І. Балашова. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 184 с.
3. Васильєв Г. А., Осипова Л. В. Комерційна діяльність промислової фірми. – М.: Економічна освіта, 2008. – 345 с.
4. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика: Навчальний посібник / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 436 с

Платформа 2

Практична підготовка фахівців: сучасні тренди вітчизняного та зарубіжного досвіду

Бандилко О. І.
Житомирський державний технологічний університет

СУЧАСНИЙ БУХГАЛТЕР В УКРАЇНІ: ІНФОРМАЦІЙНІ ВИМОГИ ДО ПРОФЕСІЇ

Професія бухгалтера має великий спадок і є однією з найдавніших професій. Проте сьогодні ми можемо згадувати минуле лише як історію, оскільки зі стрімким плином часу вона набуває значних змін, а її представники постійно удосконалюються.[3,с.56]

Бухгалтери відіграють життєво важливу роль в наданні доказової і достовірної інформації, яка необхідна для прийняття управлінських рішень. Тому сьогодні бухгалтер повинен забезпечувати ефективну роботу облікової служби, контроль за правильністю ведення бухгалтерського обліку на підприємстві, організувати облік відповідно до потреб внутрішніх і зовнішніх користувачів.[1,с.23]

В умовах господарської самостійності підприємств значення бухгалтерської служби та облікової інформації помітно зросло. Крім того, бухгалтер, сьогодні, повинен бути не тільки економістом, але і юристом. Вся його діяльність регламентується тими або іншими нормативними документами, сукупність вимог яких дозволяє говорити про бухгалтерське право.[1,с.286]

Сучасний бухгалтер має постійно змінювати, розширювати і удосконалювати нові методи і форми роботи, підвищувати свій професійний рівень, швидко навчатися, миттєво пристосовуватися до нових умов. На сьогоднішній день бухгалтери працюють переважно з програмами електронної звітності, і при цьому програмне забезпечення оновлюється частіше, ніж ми встигаємо до нього звикнути. Навіть за умов уміння правильно розраховувати всі дані, незмінним є знання електронного обліку, правильного внесення інформації в бази даних.

Цифрові технології пропонують бухгалтерам сучасні методи автоматизації простих ділянок ведення обліку, а це значить, що в навчальній програмі бухгалтера має з'явитися час на вивчення прикладних бухгалтерських систем або програмних комплексів.

Сучасний бухгалтер — це вже не той співробітник, який працює з

однією програмою бухгалтерського обліку (нехай поки і найпоширенішою) ще з часів навчання у ВНЗ протягом десятків років. Сучасний бухгалтер приймає різноманітність програм для ведення бухгалтерського і податкового обліку, вільно орієнтується в їх перевагах і сам обирає краще рішення для свого підприємства.[4]

Він створює бізнес-процеси й ставить розробникам завдання відповідно до облікових політик підприємства. Він управляє новою технологією.

Таким чином, бухгалтерія в сучасному світі вже давно стала не просто вмінням правильно працювати з цифрами. Тепер це - переплетення знань з різних сфер діяльності (в тому числі, юриспруденції та інформаційних технологій), які досвідчений і далекоглядний бухгалтер прагне засвоїти якомога швидше.[5]

Тому сучасний бухгалтер має бути високоосвіченою, компетентною людиною, з кваліфікацією, яка відповідає вимогам професії. Разом з тим він має бути всебічно розвиненою особистістю, що постійно удосконалює свій професійний рівень і прагне до самовдосконалення.[2]

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник. Вид. е, доп. і перероб. - Житомир, ЖТІ, 2000. - 640 с.
2. Кодекс етики професійних бухгалтерів. Сайт міністерства фінансів України: www.minfin.gov.ua
3. Чижевська Л.В. Бухгалтерський облік як професійна діяльність: Монографія. - Житомир: ЖДТУ, 2007. - 528 с.
4. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту. 4-е вид. [Електронний ресурс] / С. В. Івахненко. – Режим доступу: http://pidruchniki.com.ua/00000000/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/informatsiyni_tehnologiyi_v_organizatsiyi_buhgalterskogo_obliku_ta_audit_u_-_ivahnenkov_sv
5. Кельдер Т. Л. Системи обробки економічної інформації / Т. Л. Кельдер [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.zsu.zp.ua/lab/mathdep /tte/ГУ /soei/soei11.htm>.

Бондар Б. В.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ДУАЛЬНА ОСВІТА ЯК СПОСІБ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ

Національна система освіти має багаторічний досвід поєднання роботи з навчанням як у форматі здобуття освіти за вечірньою або заочною формою навчання, так і у форматі практичної підготовки здобувачів вищої освіти денної форми навчання та здобувачів професійно-технічної освіти на реальних робочих місцях. Проте у період ринкової трансформації економіки та масовізації вищої освіти відбулось знецінення традицій практичної підготовки здобувачів освіти, поширився формальний підхід до проходження практики, чимало організацій взагалі відмовляються працювати зі студентами, посилюючись на збереження комерційної таємниці або складні конкурентні обставини. Внаслідок корпоратизації та приватизації держава втратила більшість важелів адміністративного впливу на підприємства, які дозволяли розглядати практичну підготовку студентів, а податкові та інші ринкові преференції не набули сталості і після впровадження швидко скасовуються з міркувань бюджетної консолідації.

Впродовж тривалого часу важливими чинниками, які обмежують гостроту проблеми, є: робота випускників закладів освіти не за фахом (і тоді взагалі неможливо сформулювати критерії готовності до самостійної професійної діяльності) та здобуття надмірної для певного робочого місця формальної кваліфікації (широко розповсюджені ситуації, коли молодший спеціаліст працює на робітничій посаді, бакалавр виконує характерні для молодшого спеціаліста функції, магістр або спеціаліст працюють там, де було б достатньо бакалавра, що дозволяє компенсувати брак виробничих навичок за рахунок більш високого рівня соціальної адаптації).

Проблемою, яка потребує розв'язання, є недостатній рівень готовності багатьох випускників закладів вищої та професійно-технічної (професійної) і фахової передвищої освіти до самостійної професійної діяльності на відповідних здобутій освіті первинних посадах. Ця проблема стала наслідком тривалого впливу ряду факторів, наприклад:

- система формальної освіти не вмотивована на розвиток у здобувачів освіти затребуваних роботодавцями навичок;

- брак надійної інформації про поточні та майбутні потреби роботодавців у компетентностях працівників;

- брак або повна відсутність у закладах вищої та професійно-технічної (професійної) освіти сучасного обладнання та технологій, до використання яких необхідно підготувати фахівця;

Як наслідок, з'явилися наступні прояви цієї проблеми:

- вимоги до наявності досвіду самостійної професійної діяльності (або хоча б стажу будь-якої роботи) у випускників закладів вищої та професійно-технічної (професійної) освіти, які влаштовуються на роботу;

- неефективна робота закладів вищої та професійно-технічної (професійної) освіти, включаючи неефективне використання бюджетних коштів, оскільки надмірно велика частка їх випускників не працюють за здобутим фахом;

- неефективне використання трудових ресурсів роботодавцями, які завищують формальні кваліфікаційні вимоги до випускників закладів вищої та професійно-технічної (професійної) освіти, чим намагаються компенсувати недостатній рівень їх готовності до роботи в колективі.

Щоб вирішити дану проблему, 26 січня 2018 року на Розширеному засіданні Колегії Міністерства освіти і науки України було прийнято Концепцію підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти в Україні[2]. У цій Концепції передбачається встановлення рівноправного партнерства закладів вищої, фахової передвищої, професійно-технічної (професійної) освіти, роботодавців та здобувачів освіти з метою набуття останніми досвіду практичного застосування компетентностей та їх адаптація в умовах реальної професійної діяльності. Розроблена концепція використовує німецький досвід дуальної форми здобуття освіти.

Термін «дуальна система» був введений у педагогічну термінологію в середині 60-х років минулого століття у Німеччині – як нова, більш гнучка форма організації професійного навчання. Дуальність як методологічна характеристика професійної освіти передбачає узгоджену взаємодію освітньої та виробничої сфери з підготовки кваліфікованих кадрів.

Основне завдання упровадження елементів дуальної форми навчання – усунути основні недоліки традиційних форм і методів навчання майбутніх кваліфікованих робітників, подолати розрив між теорією і практикою, освітою й виробництвом, та підвищити якість підготовки кваліфікованих кадрів. Це поєднання роботи і навчання, коли молодого спеціаліста навчальний заклад готує разом з

підприємством. Компанія визначає потрібні їй спеціальності й замовляє вищу. Студент поєднує навчання і стажування на підприємстві. При цьому отримує стипендію, близьку до заробітної плати.

Для прикладу в Німеччині, щоб потрапити у вищу дуальну школу, абітурієнт має отримати закінчену середню або спеціалізовану середню освіту. Студентів відбирають на конкурсних засадах. Також кожен учень повинен знайти партнера серед підприємств, це головна умова.

У Вищій дуальній школі Гера-Айзенах навчання триває шість семестрів – три роки. Кожен семестр ділять на три місяці теорії і три – роботи на підприємстві. Хоча в інших закладах для отримання теоретичних знань студенту достатньо 1-2 дні на тиждень відвідувати виш, а також працювати самостійно. Решта підготовки – робота на підприємстві.

У компанії студент має наставника. Впродовж трьох місяців він займається разом зі студентами проектами, які мають безпосередній зв'язок з підприємством. Але є і традиційні контрольні роботи та домашні завдання. Дуальна освіта закріплена на законодавчому рівні. Однак після завершення навчання випускник не зобов'язаний працювати в компанії, яка його вчила [3].

На сьогоднішній день Міністерством освіти і науки України затверджено наказ «Про впровадження елементів дуальної форми навчання у професійну підготовку кваліфікованих робітників» [1]. Даний наказ затверджує перелік професійно-технічних навчальних закладів для впровадження дуальної форми навчання та план упровадження елементів дуальної форми навчання у професійну підготовку кваліфікованих кадрів.

Дана форма освіти дасть змогу вчити студентів тим навичкам, які насправді потрібні на сьогоднішній день працівникам, що є позитивним як для студентів, так і для працівників. Однак існують побоювання що дана форма навчання не виправдає себе. Перш за все, це професії, які насправді потрібні ринку праці. На даний момент ринок праці перенасичений економістами, фінансистами та юристами, а от за виробничими, технічними професіями є нестача. Далі одним із чинників є те, що в більшості випадків абітурієнти не знають ким вони хочуть працювати і йдуть у ті вузи, які їм сказали батьки, чи в які вони пройшли за балами ЗНО.

Вищевикладене свідчить, що дуальна модель навчання пропонує альтернативний підхід до традиційного викладання і навчання в університетах. Вона включає в себе матрицю відносин між

зацікавленими сторонами – роботодавцем, викладачем та студентом (працівником), що беруть участь у навчанні, в роботі і формуванні знань і навичок. Таким чином, формується взаємна мотивація між учасниками навчального процесу, що, в свою чергу, є запорукою розвитку взаємовигідного співробітництва між вищим навчальним закладом і підприємством.

Список використаних джерел

1. Про впровадження елементів дуальної форми навчання у професійну підготовку кваліфікованих робітників: Наказ Міністерства освіти і науки України від 23.06.2017 № 916.
2. Дуальна освіта в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2390411-dualna-osvita-v-ukraini.html>.
3. Що таке дуальна освіта і навіщо вона українцям [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reform/54683>.

Дмитрієнко О. В.
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ЗАПОЗИЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МЕТОДИКИ У ПРОГРАМАХ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

На даному етапі розвитку людства інформація з кожним днем грає все більш важливу роль що неминуче веде до необхідності адаптації особистості до суспільства, в якому персональний комп'ютер стає підґрунтям для отримання знань і пізнання новітніх технологій. Персональний комп'ютер, підключений до мережі, дозволяє здійснювати новий тип освіти, який значно зменшує витрати фактору людської праці, а також впливає на еволюцію освіти в цілому.

До засобів дистанційного навчання «першого покоління» можна віднести рукописний і друкований матеріал, висланий поштою, проте пізніше завдяки книгодрукуванням з'явилася можливість випускати недорогі підручники. У доповнення до підручників випускалися спеціальні навчальні посібники, які містили списки необхідної літератури і питання, складені для учнів. Така форма навчання широко

використовується в сучасній освітній практиці (кейс-технології) [1].

Багато істориків говорять, що вперше дистанційне навчання з'явилася у Великобританії, а саме в «Відкритому університеті». Ідея створення даного університету полягала в тому, щоб надавати якісні послуги у навчанні людей, які вже були забезпечені трудовою зайнятістю. У 1975 р перший віце-канцлер і засновник Відкритого Університету сер Уолтер Перрі оцінив Відкритий Університет як стимулятор створення нової структури освіти з університетами, які запропонують програми навчання, що охоплюють все життя людини, а не тільки період, необхідний для засвоєння первинних професійних знань і навичок[2].

Даний науковий прорив спровокував бум поширення інформації за допомогою використання стенографів, пошти, а також радіо. Вже у 1960-х роках завдяки ЮНЕСКО дистанційне навчання отримало міжнародне визнання. За образом і подобою Британського Відкритого університету стали створюватися університети в Австралії, Німеччині (ФРН), Ізраїлі, Індії, Іспанії, Канаді, Нідерландах, Пакистані, США, Туреччині, ПАР та інших країнах. Всього за період з 1970 по 1984 рр. в різних регіонах світу (Африка, Півн. Америка, Півд. Америка, Азія, Європа, Океанія) було створено 187 нетрадиційних університетів[3].

Україна не була винятком у впровадженні дистанційної форми навчання. Вона регулюється Концепцією розвитку дистанційної освіти в Україні, Положенням про дистанційне навчання МОН України, а також Указом Президента України «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» від 25 червня 2013 року №344 / 2013[4].

Однак, стан розвитку дистанційної форми навчання в Україні значно відстає від зарубіжних країн. Відповідно до наказу МОН №446 від 25.04.2013 року, завдання дистанційного навчання є забезпечення громадянам можливості реалізації Конституційного права на здобуття освіти та професійної кваліфікації, підвищення кваліфікації незалежно від статі, раси, національності, соціального и майнового стану, роду та характеру зайняти, світоглядних переконань, належності до партій, ставлення до релігії, віросповідання, стану здоров'я, місця проживання відповідно до їх здібностей[5].

Важливо також розуміти, що дистанційне навчання гостро необхідно для людей з обмеженими можливостями, інвалідам, людям які бажають здобути вищу освіту, однак не можуть з причин віддаленості вищого навчального закладу або мають напружений робочий графік. Крім того, дистанційне навчання може стати шансом для людей які проживають на тимчасово окупованих територіях.

Дистанційне навчання - це можливість ВУЗам розширити кількість студентів, а для студентів це сфера отримання та засвоєння максимального обсягу інформації та необхідних знань. На даний момент часу в Україні існує 31 вищий навчальний заклад, який має можливості надавати дистанційне навчання. Більшість з них з м. Києва та м. Харкова. У м. Маріуполі першим університетом, який відкрив відділення дистанційного навчання був Приазовський державний технічний університет.

Нами було проведено опитування п'ятдесяти студентів денного відділення, щодо їх відношення до дистанційної форми навчання. Треба зауважити, що більшість з студентів, хотіли б отримати другу вищу освіту у дистанційній формі навчання, задля об'єднання можливостей отримання перспективної роботи та освіти.

За результатами опитування, 64% студентів віддають перевагу традиційній формі навчання, а 36% вважають за краще дистанційну форму навчання ніж традиційну. У графічному вигляді результати опитування наведено на рис. 1.



Рис. 1. Бажана форма навчання, за результатами опитування

Слід зазначити, що більшість зарубіжних вузів, які фігурують на ринку дистанційного навчання розраховують на залучення основних студентів не за рахунок місцевого населення, а за рахунок зарубіжних студентів. Дане питання є досить актуальним для України так як в країні спостерігається великий вплив фактора «відтоку мозків», що може призвести до втрати вітчизняних фахівців. Головними причинами відтоку мозків є більша привабливість інших країн, а саме: можливість підвищення кваліфікації та розвитку свого

професіоналізму на засадах меритократії; підтримка у впровадженні наукових досягнень з боку держави; комфортне, безпечне та екологічне існування у країні.

За даними Державної служби статистики України:

- з 2010 по 2016 рік кількість працівників наукових організацій зменшилась на 84 тисячі 572 наукових робітника, тобто на 46,35%.
- в 2016 році у порівнянні з 2012 роком державне фінансування наукової діяльності скоротилось на 45,3 млн. грн., що склало 20% а з урахуванням інфляції 60%.
- питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП складає лише 0,64% [6].

Дистанційне навчання є шляхом до вирішення проблеми удосконалення системи навчання України та збереження вітчизняних кадрів. Однак, існує відрив мобільності використання дистанційного навчання. Так, студенти закордонних дистанційних курсів можуть отримувати відповіді на свої листи вже через кілька годин, оскільки викладачів в країнах зі значним досвідом впровадження ДО набагато більше, ніж студентів [7]. На жаль, в Україні склалася протилежна ситуація - бажаючих отримати дистанційну освіту у нас багато, а досвідчених викладачів, знайомих з новітніми технологіями дистанційного спілкування, обмаль.

Таким чином, для того щоб удосконалити систему дистанційного навчання України необхідно: по-перше, осмислити на державному рівні та органами державної влади необхідність та важливість впровадження дистанційних форм навчання; по-друге, підвищувати кваліфікацію викладачів у навчанні за допомогою дистанційних методів, організовуючи міжнародну співпрацю ВНЗ з питань запозичення методології і технік в дистанційному навчанні студентів, а також забезпечити доступність і гнучкість у здобутті освіти за допомогою дистанційних носіїв для всіх жителів України.

Список використаних джерел

1. Пьяников М. М. К вопросу об истории дистанционного образования. *Учёные записки ЗабГГПУ*. 2011. С.119-124
2. Прокофьева Т. Ю. Становление и развитие дистанционного обучения в мире. *Проблемы местного самоуправления*. 2008. №5(29). С.9
3. Монахов Н. В. Эволюция дистанционного образования и теоретические основания построения инструментальной модели: канд. пед. наук. Москва. 2003. С.155

4. Муренко Е. Л. Концепция развития дистанционного образования в Украине. *Вестник НТУ "ХПИ"*. 2014. С.310
5. Про затвердження Положення про дистанційне навчання: Наказ МОН України від 25.04.2013 № 466. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0703-13> (Дата звернення: 21.04.2018)
6. Державна служба статистики: Економічна статистика / Наука, технології та інновації. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/indu/2002.html (Дата звернення: 21.04.2018)
7. Кузьміна І. Проблеми та переваги дистанційного навчання. *Новітні освітні технології*: матеріал наук.-практ. конф. Київ 2015.

Жук В. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

СИСТЕМА ВИЩОЇ ОСВІТИ В ПОЛЬЩІ

Свій матеріал я вирішив поділити на дві частини. Перша – об'єктивна, або інформація яку можна знайти на просторах інтернету, в офіційних документах, тобто основні характеристики системи вищої освіти в Польщі. Друга частина – це узагальнене суб'єктивне порівняння основних моментів процесів навчання в Україні та Польщі, на основі мого досвіду та досвіду моїх знайомих.

Об'єктивна інформація:

Система вищої освіти в Польщі (так само як і Україні) належить до Болонського зразка. Вищі навчальні заклади використовують ECTS (Європейська кредитна система). Як відомо це система трансферу і накопичення кредитів з метою надання, визнання, підтвердження кваліфікацій та освітніх компонентів і сприяє академічній мобільності здобувачів вищої освіти.

Для польських громадян навчання в державних вищих закладах є безкоштовним. Всі іноземні студенти оплачують навчання (безкоштовно навчаються учасники програм обміну або ті, хто вступав до вишу на тих самих засадах, як і польські громадяни). Навчальний рік поділений на два семестри: осінній та весняний. Осінній семестр розпочинається на початку жовтня і включає зимову екзаменаційну

сесію. Весняний семестр проходить з середини лютого до середини червня, включаючи літню екзаменаційну сесію. Навчання проводиться у формі лекцій, семінарів, лабораторних робіт і дискусій. 60 кредитів ECTS відповідають річному навантаженню середнього студента на повний робочий день (денна форма навчання). Найчастіше робоче навантаження студента коливається від 1500 до 1800 годин у навчальному році, а це означає, що один кредит відповідає 25-30 годин роботи.

Для того, щоб успішно закінчити семестр, студентові необхідно отримати прохідні бали на всіх іспитах. Найпоширеніша система оцінювання: відмінно (5); добре з плюсом (4,5); добре (4); задовільно з плюсом (3,5); задовільно (3); незадовільно (2). Відповідно до Європейської Кредитної Системи ECTS, повна кількість кредитів надається за кожний предмет, незалежно від оцінок, отриманих на іспиті.

Вища освіта в Польщі ділиться на два щаблі - бакалаврат (перший ступінь, перший цикл освіти) і магістратура (другий цикл освіти). Навчання в бакалавраті триває не менше 6 семестрів (3 роки), а для інженерних професій - не менше 7 семестрів, після чого випускник захищає випускню роботу на присвоєння ступінь бакалавра або інженера. Навчання в магістратурі в цілому (разом з проходженням програм бакалаврату) має тривати 5-6 років. Після захисту дисертації в магістратурі студенту присвоюється ступінь магістра.

Після завершення магістратури магістри можуть продовжити навчання в докторантурі (аналог аспірантури). Захист дисертації на цьому рівні знаменується присвоєнням ступеня доктора філософії (PhD). Після цього доктор може пройти процедуру хабілітації (ще однієї захисту докторської дисертації) - на здобуття наукового ступеня Doctor Habilitat (аналог Доктор Наук).

Суб'єктивна оцінка відмінностей:

Називати ВНЗ в якому навчався не буду, так як не хочу робити йому реклами або антиреклами. Деякі деталі стосуватимуться саме магістерської програми.

Перш за все хочеться порівняти процес навчального процесу. Як і в Україні все передбачувано – лекції, семінари та лабораторні. Але те, що можна виділити – це величезні проекти з більшості дисциплін, які мають виконуватись на протязі семестру. Якщо це економічна дисципліна – то проводиться аналіз на задану тематику на прикладі існуючого підприємства, якщо це дисципліна з інформатики – то майже з кожного предмету в кінці має бути готова невеличка програмна розробка (в залежності від специфіки дисципліни). Після закінчення університету – це може бути використано студентами у вигляді

власного портфолію.

Так як і в Україні, в польських вишах студент отримує «студентський» на якому зафіксованого його ідентифікаційний номер. Тільки на відміну від українського варіанту, цей номер відіграє значну роль в студентському житті. За допомогою нього студент ідентифікується в системі університету, що дає йому наступні можливості:

- доступ до віртуального деканату. На сторінці віртуального деканату студент може бачити свій розклад та розклад всіх викладачів. На цьому сайті можна перевірити статус оплати за навчання та за проживання у гуртожитках університету. Також там студент анонімно може оцінити роботу викладачів.
- доступ до університетської платформи (moodle). На цій платформі можна знайти дисципліни, які вивчаються під час семестру, та записатись на них. Після запису на конкретний курс студент отримує доступ до всіх матеріалів, які викладач завантажує до свого предмету. Існує можливість задавати питання викладачам, проходити тести онлайн та завантажувати свої проекти та матеріали для перевірки.

Перед початком навчання всі студенти самостійно, на вибір мають записатись на одну іноземну мову. Групи формуються не по номеру академічної групи, а по рівню знань. Студент самостійно визначає свій початковий рівень (A1, A2, B1, B2, C1, C2). Такий поділ дає можливість як викладачу так і студентам максимізувати ефективність навчального процесу.

В польських, як і в українських, університетах існують дисципліни на вибір. Перед початком семестру студентів можуть бути запропоновані 2-3 пари предметів. Пари формуються по кількості кредитів ECTS.

Екзаменаційна сесія в деяких моментах відрізняється від української. Як відомо для успішного зарахування дисципліни необхідно отримати певний мінімум на іспиті. Зміни починаються після провалення екзамену чи заліку. В Україні (а саме в КНТЕУ) після невдачі на першому етапі студентів дається можливість спробувати свої сили на додатковій сесії. Якщо студент не зарахує іспит під час додаткової сесії – йому дається останній шанс перед комісією викладачів, після чого відрахування. В польських вишах це відбувається трохи по іншому. По перше хочеться відмітити, що додаткова сесія є на рівень складнішою від першого етапу, так як передбачається, що у студента є більше часу на її підготовку. Додаткова сесія це остання можливість студента зарахувати

дисципліни під час поточної екзаменаційної сесії. Але в разі невдачі, студент не відраховується, а має йти на повторення курсу в наступному (чи через один) семестрі. Повторення дисципліни вже не є безкоштовним. Ціна залежить від кількості кредитів ECTS. Студент може бути відрахований, якщо на поточній екзаменаційній сесії має більше двох дисциплін на повторення.

Цікавою відмінністю між системами освіти Польщі і України є значно вища охорона приватності під час навчального процесу. Перш за все це стосується результатів навчання. Всі результати іспитів та модулів можливо ідентифікувати тільки за допомогою власного студентського номеру, натомість в Україні існує практика коли результати зачитуються перед всією аудиторією.

Особисто для себе я виділив одну цікаву річ, а саме, що для кожного студента створюється електронна адреса з доменним іменем університету(для наглядності: номер_студенського@knute.kyiv.com). Не буду стверджувати, чи існує таке в українських вузах чи ні(особисто в КНТЕУ такого не зауважив) але це дає певні переваги. Велика кількість існуючих програмних продуктів потребують оплати за їх використання. Дуже часто студенти не мають можливості купити ліцензію. Тому багато компаній дають шанс студентам користуватись їхніми програмними розробками на протязі певного часу(наприклад рік). Саме для цього і потрібна електронна адреса з доменним іменем університету. Так компанії впевнюються, що особа є студентом і туди надсилається лінк для скачування програмного продукту.

В Польщі на відмінну від України існує всеуніверситетська система антиплагіату. Кожен студент зобов'язаний перед захистом дипломної роботи перевірити її на наявність плагіату. Існує відразу декілька коефіцієнтів оцінки плагіату. На їх підставі викладач приймає рішення про допуск чи недопуск роботи до захисту.

Польські вищі навчальні заклади беруть участь в програмах міжнародного обміну студентами SOCRATES / Erasmus. Переваги цих програм перераховувати немає сенсу – все на поверхності.

В кінці матеріалу хочеться лише додати, що після підписання Україною Болонської декларації – її система освіти не сильно відрізняється від загальноєвропейської. Так, відмінності є, але чи потрібні вони у вишах України? Особисто моя відповідь – так. Більшість відмінностей, які були перераховані вище, стосуються технологічної частини (електронні журнали, пошта, платформи та інше).

На мою думку, у сучасному світі потрібно динамічно підлаштовуватись до змін, а при ідеальному варіанті – бути на передовій та бути творцями цих змін. І тоді в майбутньому досвід

української системи освіти перейматимуть європейські студенти та університети.

Івкова Н. І.
Київський національний торговельно-економічний університет

ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ В КНТЕУ

В університетському середовищі важливою та практично невід'ємною складовою освітнього процесу є практична підготовка студентів. Вона є важливою та обов'язковою ланкою підготовки висококваліфікованого фахівця до майбутньої роботи, забезпечення його конкурентоспроможності й можливості працевлаштування на вітчизняному чи європейському ринку праці.

У Київському національному торговельно-економічному університеті починаючи з першого року навчання кожен студент має змогу відчувати майбутній фах та зрозуміти, які навички йому корисно та потрібно розвивати для успішного працевлаштування.

Студенти КНТЕУ отримують досвід у таких сферах майбутньої діяльності як готельно-ресторанна справа, туризм, міжнародні економічні відносини, менеджмент, журналістика, управління персоналом, право тощо.

Між Київським національним торговельно-економічним університетом та бізнес середовищем підписуються угоди про співробітництво, що дозволяє студентам ще в роки навчання знайти своє майбутнє місце роботи, виконати курсову чи магістерську роботу на матеріалах реально функціонуючого підприємства.

Так, 6 листопада 2017 року був підписаний меморандум про співпрацю між Київським національним торговельно-економічним університетом та Українською асоціацією зовнішньої політики. Метою меморандуму є співпраця та обмін інформацією, здійснення науково-дослідної та практичної діяльності у сфері міжнародних відносин та міжнародного права.

28 березня 2018 року між КНТЕУ та Microsoft Ukraine був підписаний меморандум про співпрацю, який забезпечує створення гарної платформи для надання студентам практичних навичок управління персоналом та володіння інформаційними технологіями.

Починаючи з 2018 року студенти всіх спеціальностей мають змогу отримати літню практику на посадах аніматорів та барменів-офіціантів від «МСN Company» у Туреччині. Звичайно, ця можливість є дуже актуальною для студентів факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу. Але, окрім готельно-ресторанної справи та туризму така практика розвиває організаційні здібності, навички управління персоналом та знання іноземних мов.

10 березня 2017 року відбулося підписання меморандуму про співпрацю між «Українською маркетинговою групою» та кафедрою маркетингу та реклами КНТЕУ. Компанія стала партнером нашого університету в підготовці фахівців зі спеціальності «Маркетинг».

12 квітня 2018 року відбулося підписання договору про співробітництво та меморандуму про партнерство освітніх програм з ТОВ "Лореаль Україна". Генеральний директор "Лореаль Україна" Марк Савчук подякував КНТЕУ за партнерство та зауважив, що компанія прагне співпрацювати з університетами такого рівня. Випускники університетів є головною метою набору персоналу компанії, яка завжди створює середовище, у якому молоді люди можуть досягти успіху. Завдяки цим заходам у компанії працює багато випускників КНТЕУ. Наразі студенти університету проходять стажування в компанії, по завершенні якого кращим буде запропоновано постійну роботу.

20 березня 2018 року був оголошений конкурс на навчання в університетах Польщі. Цю можливість отримали студенти таких спеціальностей як міжнародні економічні відносини, менеджмент, маркетинг, торгівля і біржова діяльність, фінанси, облік і оподаткування тощо.

Звичайно, цей список можна продовжувати, розповідаючи про практику студентів у Болгарії, Кіпрі, Німеччині, Франції, Польщі та інших країнах; про підписані меморандуми про співпрацю з профільними міністерствами та відомствами, з комерційними структурами – лідерами галузей.

Але, всі ми розуміємо, щоб отримати таку можливість, необхідно наполегливо навчатися, оскільки критерії відбору значні – починаючи від пунктуальності і завершуючи кількістю іноземних мов, якими володіє студент. Саме для тих, хто потребує досвіду, адміністрація Університету, керівництво факультетів та кафедр, Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених і Рада студентського самоврядування регулярно запрошують відомих економістів, юристів та громадських діячів, які проводять майстер-класи та лекції на цікаві теми.

Найголоснішою подією, яка буквально поглинула велику

кількість студентів, була співпраця Київського національного торговельно-економічного університету з компаніями Arricano Real Estate Plc. та Ekonomika Communication Hub, починаючи з 2016 року, в рамках проекту «B2S by Arricano». І цей проект розпочався з лекцій на тему «Прийшов час будувати і розвивати» та «Інноваційне мислення: відповідальність науковців чи кожного?». Лектори дають змогу створювати певні проекти та заохочують студентів до креативного мислення маленькими подарунками, а тих, хто дійсно має неабиякі здібності – запрошують на стажування.

Чому він нас поглинув? Цей проект навіть сьогодні дає нам мотивацію. Його учасники показують нам ті необхідні хитрощі, знаючи які, можна досягти своєї мети. Вони дають нам необхідну практику в сучасних тенденціях. Це – найголовніше!

Але освітні лекції існують і за межами цього масштабного проекту.

Хочу розповісти про лекцію відомого економіста Павло Шеремети «Співвідповідальність задля проекту», яка проводилася в стінах нашого університету восени 2017 року. Лектор розповів про успішне ведення бізнесу в Україні, досягти якого в сучасних умовах можна лише через бажання до прориву, постійне та безперервне навчання та наполегливу щоденну працю. І саме такі лекції мотивують навчатися, бо ми не чуємо гучних слів, а слухаємо про те, як це відбувається насправді.

19 квітня 2018 року до КНТЕУ завітав відомий журналіст, бізнесмен, громадський діяч Дмитро Гордон. Зустріч була надзвичайно динамічною й емоційною, адже майбутні журналісти мали змогу поставити питання відомому гуру цієї непростой справи, справи яка має йти від душі. Студенти КНТЕУ готувалися до зустрічі, і це було помітно. Хтось зачитував заздалегідь підготоване питання, хтось запитував спонтанно, деякі не зупинялися і на другому своєму запитанні, проте загалом аудиторія дізналася думку журналіста щодо всіх сфер діяльності країни, його особистого та професійного життя. Плідним виявилось спілкування з професіоналом, особливо для наших студентів - майбутніх журналістів!

Студенти Київського національного торговельно-економічного університету мають змогу отримати практичні навички в будь-яких напрямках діяльності. Так, наприклад, 21 квітня 2018 року в межах проекту [Rest.Art.Kitchen](#). відбувся майстер клас "Особливості приготування японських страв" Юрія Сім, автора програми Tsuposh та шеф-кухаря ресторана "Kin Ka". Величезним багажем цікавої інформації про започаткування японської кулінарії, історичні події та

традиції, культ споживання страв та вподобань країни близького сходу поділився помічник шефа Петро Желясков.

Отже, навчання в Київському національному торговельно-економічному університеті – це не тільки можливість отримати найкращу теоретичну підготовку, а також щоденні майстер-класів та лекції з практиками, співпраця з бізнес середовищем та можливість здобути практику за кордоном.

Кононова К. С.

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА ЕКОНОМІСТІВ: РЕАЛІЇ УКРАЇНИ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

У сучасній умовах політичного й економічного реформування держави, викликаного інтеграційними та глобалізаційними процесами, особливі вимоги висуваються до фахівця, що вимагає ґрунтовності його підготовки, вміння адаптуватися та ефективно працювати в умовах конкуренції – необхідної ознаки ринкової економіки.

В умовах формування ринку праці та його насиченості працівниками економічного напрямку, молодому фахівцю важко зайняти достойне місце у виробничих відносинах. Основною такою причиною є недостатня практична підготовка студентів, яка забезпечила б розширення обсягу базових понять у фінансово-кредитній галузі, сформувала економічне мислення у майбутніх фахівців. Водночас, ринок відчуває потребу у кваліфікованих фахівцях, обізнаних із сучасними науковими теоріями й законодавством та ознайомлених з економічними аспектами практичної діяльності організації. А відтак, метою освітніх закладів має бути не стільки підготовка кадрів із ґрунтовними знаннями, скільки глибоко мотивованих спеціалістів з розвиненими професійними навичками, готових до виконання відповідних до фаху розумових чи фізичних дій; творчих особистостей, здатних аналізувати соціально-економічні зміни у суспільстві та розробляти перспективні програми розвитку як окремо взятого підприємства, так і галузі чи держави [1].

Практика студентів – це сполучна ланка теоретичного навчання та майбутньої професійної діяльності, до якої студенти готуються завдяки низці практичних, семінарських, лабораторних занять, які дозволяють їм отримати навички професійної діяльності. Вона покликана забезпечити якісну підготовку майбутнього фахівця до

самостійного й творчого виконання основних професійних функцій.

Звичайно, кожна професія потребує оволодіння специфічними вміннями. Для економічних напрямів підготовки, де робота фахівця пов'язана в основному з вирішенням практичних завдань і прийняттям певних рішень в тих чи інших ситуаціях, а успіх полягає у здатності використовувати набуті знання у мінливих умовах виробництва, практична підготовка особливо важлива. Економіст як аналітик повинен уміти планувати свою діяльність, приймати оперативні рішення на основі аналізу ситуації, контролювати хід результатів праці. Уміння формуються в процесі повторення багато разів відповідних завдань з певних дисциплін [2].

Одне з основних завдань вищого навчального закладу полягає у підготовці студентів до майбутньої трудової діяльності. З одного боку – це озброєння їх основами знань, необхідними в роботі, а з іншого – формування професійних умінь та навичок.

Узагальнюючи підходи науковців щодо практичної підготовки студентів у вищих навчальних закладах можна визначити такі послідовні її етапи:

- практичні, лабораторні, семінарські заняття, на яких починається формування первинних навичок (із спеціальних дисциплін);

- навчальна практика, завданням якої є ознайомлення студентів із специфікою майбутньої спеціальності, отримання первинних професійних умінь і навичок із загально-професійних і спеціальних дисциплін, професій, передбачених навчальним планом відповідної спеціальності;

- виробнича практика, метою якої є ознайомлення студентів-практикантів безпосередньо на підприємствах, організаціях, установах із виробничим процесом і технологічним циклом виробництва, відпрацювання вмінь і навичок з професії та спеціальності, закріплення знань, отриманих при вивченні певного циклу дисциплін та набуття первинного практичного досвіду;

- переддипломна практика, яка є завершальним етапом навчання і проводиться з метою узагальнення й удосконалення знань, практичних умінь та навичок на базі конкретного суб'єкта господарювання, оволодіння професійним досвідом та готовності майбутнього фахівця до самостійної трудової діяльності, збору матеріалів для дипломного проекту (роботи) [1].

Вищі навчальні заклади для поліпшення практичної підготовки своїх студентів вводять до навчальних планів й інші види практик, наприклад, ознайомчу, яка включає ряд екскурсій на підприємство для

вивчення особливостей практичної діяльності, функцій тих чи інших фахівців економічного профілю. Також впроваджуються й такі види практик, як комп'ютерна або комп'ютерно-технологічна. Подібні види практик є важливою складовою підготовки висококваліфікованих фахівців, адже економічна діяльність неможлива без застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення. Мета комп'ютерної практики – закріпити теоретичні знання та набути практичних навичок використання сучасної електронної обчислювальної техніки, мереж та інформаційних технологій у діяльності економіста.

В той же час слід відзначити недоліки сучасної практичної підготовки студентів:

- незадоволення практичною підготовкою студентів роботодавцями, які наголошують на відсутності навичок практичної роботи за обраним напрямом або спеціальністю, знань сучасних технологій та обладнання підприємств, їх діючої нормативної бази і, як наслідок, збільшення часу адаптації випускників на первинних посадах, ускладнення працевлаштування й зниження престижу вищої освіти загалом;

- втрата зв'язків із відповідними галузями економіки, відновлення яких не проводиться належним чином, скорочення обсягів практичної підготовки на всіх етапах навчання за рахунок корегування навчальних планів, заміна практик на формальне перебування студентів у розпорядженні кафедр (відділень), а в окремих випадках – залучення студентів під час практики до господарських робіт як у навчальному закладі, так і за його межами;

- замість пошуку альтернативних моделей реалізації практичної підготовки, керівники більшості вищих навчальних закладів зайняли позицію очікування керівних вказівок та додаткового фінансування застарілих технологій практичної підготовки, нарікаючи на відсутність зацікавленості роботодавців у співпраці та зменшення державної складової у сучасній економіці, відсутність нормативної бази.

Звертаючись до питання дослідження практичної підготовки студентів вищих навчальних закладів, неможливо не торкнутися досвіду зарубіжних країн у підготовці майбутніх фахівців та її практичної складової.

Досвід підготовки фахівців у багатьох країнах світу свідчить, що в цілісній системі професійної підготовки практична підготовка виступає вагомим чинником поряд із теоретичною. При цьому значна увага приділяється формуванню практичних умінь і навичок, професійної етики та особистому розвитку й росту майбутніх фахівців.

У Франції після складання теоретичних іспитів в університеті

майбутні фахівці зараховуються в регіональний центр, де протягом 27 тижнів проходять практичну підготовку. Радниками в цих центрах працюють кращі фахівці, за якими закріплюються стажисти. Таким чином, в університетах Франції простежується чітке розмежування теоретичного й практичного навчання. Завдяки добре організованому керівництву, ретельному добору радників та баз, де буде проходити практика, чіткій взаємодії радників регіональних центрів та їх 22 незалежності від університетів вдалося досягти позитивних результатів у практичному навчанні студентів [1].

У сучасному світі однією з найбільш передових країн у розвитку економічної освіти є Німеччина. Університетська економічна освіта націлена на підготовку всебічно розвиненого економіста з широким світоглядом. Спеціальні (професійні) вищі навчальні заклади мають величезне значення в підготовці економістів. Вони випускають більше 70% німецьких економістів, до 50% фахівців у галузі інформатики, організації виробництва тощо. Ці навчальні заклади відрізняються скороченим циклом навчання, який передбачає теоретичну підготовку протягом трьох років і рік практичної роботи. Навчання в них максимально наближене до практики, всі викладачі обов'язково мають професійний досвід і тісні зв'язки із промисловими підприємствами. У більшості з них застосовується дуальна система.

Використання дуального принципу у вищій школі Німеччини має плюси як для навчальних закладів, студентів, так і для підприємств. Адже, як наслідок, вищі школи мають додаткове фінансування, підтримку персоналу та матеріальної бази. Підприємства отримують перспективу освіти та підвищення кваліфікації для своїх робітників, а також можливість відбирати майбутній персонал серед студентів. Щодо студентів, завдяки дуальному принципу вони мають двосторонній договір про навчання, фінансову впевненість під час навчання та перспективи працевлаштування після закінчення вищого навчального закладу. Також підкреслимо, що німецькі студенти отримують від підприємства свідоцтво про проходження практики [3].

Характерною рисою вищої економічної освіти США є тісне співробітництво освітніх установ, виробництва й бізнесу, що виявляється у підвищенні кваліфікації працівників фірм у вищих навчальних закладах, стажуванні випускників у фірмах та замовленні наукових розробок для бізнес-сфери у вищих навчальних закладах. Особливої уваги заслуговує організація в США навчання в школах бізнесу. І хоча останнім часом, бізнес-школи поширені в усьому світі (з'являються вони і в Україні), в Америці зосереджено близько 60% провідних бізнес-шкіл світу. Престижна бізнес-освіта, наприклад,

диплом MBA, отриманий в Америці, є, як правило, гарантією наступної вдалої кар'єри [4].

Отже, практична підготовка економістів, є одним із найважливіших етапів у системі професійної підготовки майбутнього фахівця, важливою ланкою формування професійних умінь і засвоєння навичок професії. Не зважаючи на ряд недоліків у системі освіти, навчальні заклади намагаються зменшити розрив між теоретичним та практичним навчанням, впроваджують комп'ютерні та інші практики. Вивчення специфіки освітніх систем зарубіжних країн дає змогу виявити нові тенденції, підходи та методи до навчання економістів. Їх впровадження на українському ринку призведе до покращення рівня кваліфікації фахівців, що відповідатимуть сучасному замовленню ринку праці.

Список використаних джерел

1. Шевчук Т.В. Практична підготовка студентів вищих навчальних закладів як невід'ємна детермінанта формування їхніх професійних компетенцій / Т. В. Шевчук, О. П. Сідельник // Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна. – 2017. – Вип. 27(2). – С. 189–193.
2. Павлова В.А. Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону / Про практичну підготовку студентів економічних напрямів. - 2011. - 283-285.
3. Amtsblatt der Freien Hansestadt Bremen. – № 109, 7. September 2007. 945-973 s.
4. Высшее образование в университетах и колледжах США // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globaldialog.ru/countries/universities/usa/>

Kasianova A.,
Dashvhenko L.

Kyiv National University of Trade and Economics

CREATING A VALUE DRIVER TREE AS AN ELEMENT OF INFLUENCE ON THE INDICATORS OF THE FINANCIAL STATE OF THE ENTERPRISE

This article contains information about current ways of using value driver tree as way to influence the indicators of the financial state of a

company. It is identified, how the application of value drivers tree is useful to increase the efficiency of a company by combining value drivers that are decomposed into key performance indicators.

Assessment of the financial status of an enterprise is one of the important elements in the management system and the adoption of various business decisions. It is of interest to investors, lenders, suppliers of logistics, government agencies and production managers [1]. One of the important financial tasks at an enterprise is to make the system of evaluation, analysis and decision-making simpler, more convenient and technologically efficient. The decision tree is a vivid example of solving this problem.

The purpose of writing this article is to analyze the Value driver model as a way of visualizing and analyzing the flow of value from one part of particular organization to another, regardless of an industry.

In corporate finance, value driver trees (VDTs) are used as an instrument in Value-Based Management. Value-Based Management is a concept which enables to enhance the techniques through which corporate value is improved.

Accordingly, relying on the source [3], we can generalize the main keypoints which characterize and give further explanation of value drivers as a value-based phenomenon.

Generally said, value drivers:

- are those attributes that distinguish successful companies and set them apart;
- reduce risks perceived in owning a business;
- increase the prospect and likelihood of future growth;
- create and drive sustainable value;
- make a company more valuable than another;
- enhance value and provide justification for a premium price [3].

According to A. Rappaport [1], who was the first to highlight this topic in literature in 1986, business value depends on the seven value drivers: sales growth rate, operating profit margin, income tax rate, working capital investment, fixed capital investment, cost of capital, and forecast duration. While these drivers are critical in determining the value of any business, they are too broad. To make them useful for many operating decisions, one needs to establish for each business the micro value drivers that influence the seven financial or macro value drivers [2].

An assessment of these micro value drivers at the business unit level allows management to focus on those activities that maximize value and to eliminate costly investment of resources in activities that provide marginal or no potential for creating value [1]. Isolating these key micro value drivers enables management to target business unit operations that have the most

significant value impact and those most easily controlled by management.

A business unit value driver analysis is accomplished in three steps [1]:

- The first step is to develop a value driver "map" (value driver tree) of the business. This involves identifying the micro value drivers that impact sales growth, operating profit margins, and investment requirements.
- Armed with a better understanding of micro value driver relationships, the next step is to identify the drivers that have the greatest impact on value.
- The third step in the assessment of the value drivers is to isolate drivers that management can influence [2].

So, value driver trees (VDTs) are used to model (parts of) a business and visualize the calculation of a business's value drivers, i.e., key performance indicators measuring the value added by a company's business activities.

So, using value drivers tree, we can select micro-key drivers and it will help analyze narrower branch of financial activity.

To apply the value-based models for influencing the indicators of the financial state of an enterprise, we can explore the free cash flow value chain based on financial statement of a public joint-stock company "Zhytomyr Milk-Processing Factory".

To determine the causal relationship between a main value driver and its purposes, there is a need to determine its middle-level value drivers. In certain cases, it is difficult to come up with quantitative relationships between a value driver node and its middle-level value drivers' nodes, because the empirical data for applying regression methods is not always available. So it's going to be in the case to use the Gordon model [5] that is based on estimating elasticity indexes of enterprise value.

It is necessary to assess the value of sensitivity to changes in its components to address the issue of effective levers of influence on the value of the company. For these purposes, it is convenient to consider the elasticity of cost in these variables.

The term "elasticity" shows the percentage change valuation of the company if the cost of the investigated factors *ceteris paribus* change by 1%. And the cost of the company on the Ukrainian market increases when the financial condition of the enterprise improves.

Elasticity of the cost of the company at the cost of capital is calculated by the formula below:

$$E_r = -\frac{r}{r-g} \quad (1.1)$$

Applying the formula to the data on the public joint-stock company "Zhytomyr Milk-Processing Factory", we obtain the following equation:

$$E_r = -\frac{0,37}{0,37 - 0,29} = -3,08$$

The negative sign of elasticity in formula (1.1) means that an increase in capital costs, with other conditions remaining equal, leads to a decrease in the value of the company.

The elasticity of the cost of the company for the cost of goods sold is as follows:

$$E_c = -\frac{1-T}{\frac{FCF}{C}} \quad (1.2)$$

$$E_c = -\frac{12317,4}{1326228} = -86.1$$

So, the greater share of the cost is in sales (the lower the profitability of production), the more effective the company action to reduce costs will be in order to improve the financial condition (if other conditions are not changed in process).

The elasticity of the value of cash flow by revenue is as follows:

$$E_s = \frac{1-T}{\frac{FCF}{S}} = \frac{1-0.2}{\frac{12317,4}{1774311}} = 115 \quad (1.3)$$

Equation (1.3) shows that an increase in sales revenue (other things being equal) leads to an increase in the value of the company, and the dependence is nonlinear, which means that the lower the profitability of sales, the stronger the percentage effect of revenue on the company's value change.

Elasticity on profit:

$$E_s = \frac{1-T}{\frac{FCF}{EBIT}} = \frac{1-0.2}{\frac{12317,4}{164373}} = 10.68 \quad (1.4)$$

From the expression (1.4) it follows that the increase in profits results in a proportional increase in the value of the company.

Elasticity of an enterprise by additional investments:

$$E_I = \frac{-1}{\frac{FCF}{I}} = \frac{-1}{\frac{12317,4}{119181}} = -9.68 \quad (1.5)$$

The minusin elasticity in formula (1.5) means that an increase in additional investments (with other conditions remaining equal) leads to a decrease in the value of the company.

According to the calculations of value elasticity of different factors, we can see that the largest influence have such drivers as revenue and cost of goods sold. Thus, in order to boost the cash flow potential of a company the most efficient will be company actions for optimizing the factors of revenue and cost of goods sold.

Conclusions. In summary, this case study was able to demonstrate the following: VDT model of the metrics and value drivers of the individual activities is a powerful means of understanding the true impact of decisions made on costs, production, and ultimately value. It exposes the business logic and, even more importantly, integrates all individual disciplines, activities, and variables across the full value chain so that the impact on value can be determined.

As noted above, building VDT allows to focus on key management points of the company. One of the most important factors in the growth of value is the ability of an enterprise to generate cash flows. An important component of management of cash flows is their analysis. The offered method of analysis includes the division of drivers according to the levels of influence and the analysis of the elasticity of the influence of factors on an enterprise value.

The study of the calculated indices allows to evaluate the efficiency of management of cash flows of an enterprise to establish positive and negative trends, as well as to create information base for the development of strategies for optimizing business processes in the course of financial and economic activity of an enterprise.

Reference

1. Rappaport A., *Creating Shareholder Value: A Guide For Managers And Investors/ A. Rappaport – 2013 – 112-115 p.*
2. Meier M, Sinzig W, Mertens P., *Enterprise Management with SAP SEMTM / Business Analytics / Meier M, Sinzig W, Mertens P – 2016. 118-120 p .*
3. R. Akkiraju and R. Zhou. *Measuring service solution quality in services outsourcing projects using value driver tree approach. In Proc. SRII Global Conference, SRII '12, pp. 191–200. IEEE*

- Computer Society, 2012. doi: 10.1109/SRII.2012.30
4. Brandenburg M., Quantitative Models for Value-Based Supply Chain Management / Brandenburg M. – 12 – 13 p.
 5. Yesipov V, Efimovich, M. Business Valuation: Tutorial. 3rd ed.,2016
 6. S. Hadlak, H. Schumann, and H.-J. Schulz. A survey of multi-faceted graph visualization. In EuroVis-STARs. Eurographics Association, 2015.
 7. Herman, G. Melancon, and M. S. Marshall. Graph visualization and navigation in information visualization: A survey. IEEE Trans. Vis. Comput. Graphics, 6(1):24–43, Jan. 2000. doi: 10.1109/2945.841119
 8. Kerren, H. C. Purchase, and M. O. Ward, eds. Multivariate Network Visualization, vol. 8380 of Lecture Notes in Computer Science. Springer, 2014. doi: 10.1007/978-3-319-06793-3
 9. H.-J. Schulz. Treevis.net: A tree visualization reference. IEEE Comput. Graph. Appl., 31(6):11–15, Nov. 2011. doi: 10.1109/MCG.2011.103
 10. C. Tian, R. Cao, W. Ding, H. Zhang, and J. Lee. Business value analysis of it services. In IEEE Int. Conf. Services Computing (SCC 2007), pp. 308–315, 2007. doi: 10.1109/SCC.2007.36

Макоtkіна О. В.,
Вареник В. М.
Університет імені Альфреда Нобеля

КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ НАЙЗАТРЕБУВАНІШИХ ПРОФЕСІЙ В УКРАЇНІ, КРАЇНАХ СНД ТА СУЧАСНІЙ ЄВРОПІ

Ринок праці не завжди має тенденцію до зміни. Професії, які були затребувані рік тому, сьогодні можуть навіть втратити свою популярність, замість тих з'являються нові спеціальності. За останні роки втратили актуальності та розмилися межі між такими професіями, як економіст та юрист. Проте з'являються все більше і більшениві вакансії із надзвичайно загадковими назвами як «Лайф-коуч» або навіть «SMM-менеджер». Потреба в фахівцях тієї чи іншої сфери відіграє найважливішу роль при виборі Вузу, спеціальності і факультету випускниками шкіл, ліцеїв, гімназій та ін. Це питання, до речі, стосується не тільки випускників, а і тих, хто бажає змінити рід

своєї діяльності або підвищити кваліфікацію. Вибираючи спеціальність, варто врахувати не тільки рейтинг та попит на неї, але і перспективи галузі, її конкурентоспроможність, можливість кар'єрного росту і рівень заробітної плати. Отже, до рейтингу найбільш затребуваних професій за даними кадрових порталів країн СНД і зарубіжжя входять наступні професії та спеціальності:

1. Фінансист. Ця професія – одна з найпрестижніших і найприбутковіших у всьому світі. Фінансисти різного рівня потрібні практично кожній організації та підприємству. Більшість фахівців з фінансів працюють в інвестиційних та фінансових фондах, біржових компаніях, фінансових компаніях, банках і державних відомствах. Серед фахівців цієї сфери є широка можливість знайти роботу бухгалтерам, аналітикам і банківським працівникам. А за рівнем заробітних плат лідирують фінансові аналітики та директора [2].

2. ІТ-фахівець. Всім відомо, що світ комп'ютерних технологій кожного дня рухається тільки вперед величезними кроками. Високі заробітні плати і різноманітна кількість пропозицій (в тому числі – від закордонних компаній) залучає в ІТ сферу все більше співробітників. За прогнозами провідних кадровиків, ця сфера діяльності буде на піку популярності ще мінімум десять років. А донайбільш привабливих напрямків ІТ-технологій входять: Перше місце з великим відривом посіла веб-розробка (тобто створення і підтримка якісних інтернет-сайтів і додатків). Зарплата початківця веб-розробника у великих містах СНД становить 500-600 доларів, більш досвідченого – від 1000. Друге місце ділять .NET і Java- програмісти. Причому перша спеціальність більш популярна в Україні, а друга – за кордоном. Трійку лідерів замикають Mobile і C++-програмісти. Залежно від кваліфікації, дохід спеціаліста у цій сфері становить від 500 до 3500 доларів. У числі переваг ІТ-професій

– можливість працювати на фрілансі з будь-якої точки світу.

3. Лікар. Медицина – це така сфера діяльності, яка завжди бути затребуваною. На жаль, в СНД співробітники державних медичних установ отримують зовсім небагато. Проте приватні клініки пропонують працівникам гідну винагороду. Найбільш високооплачуваними лікарями залишаються стоматологи. Але в найближчі десятиліття ситуація може різко змінитися. Сьогодні зростає попит на медиків вузького профілю: хірургів, гінекологів, дієтологів, офтальмологів, логопедів. На пострадянські простори перекочує мода на психологів, психотерапевтів і психоаналітиків. Розвиток фармацевтичної промисловості породжує попит на експертів у сфері медичних препаратів. Охорона здоров'я не обійшла стороною інформаційна революція. За прогнозами фахівців, ІТ-сфера буде

перетинатися з медициною в таких точках як кіберпротезування, комп'ютеризована мікрохірургія та архітектура осучасненого медичного обладнання. Незабаром роботодавців будуть цікавити вальвеологи і генні інженери.

4. Інженер. Зовсім недавно технічні спеціальності вважалися безперспективними, без значного попиту, неконкурентоспроможними і низькооплачуваними. Але в останні десятиліття ситуація змінилася. Зріст містобудування набирає обертів та обіцяє велике майбутнє професії інженера-проектувальника та архітектора. Завдяки розвитку нафтогазової промисловості зростає попит на фахівців з організації видобутку сировини. Хороші шанси побудувати кар'єру мають інженери-механіки. Їх робота полягає в проектуванні, виробництві та використанні технічного обладнання.

5. З одного боку, сільськогосподарські та аграрні спеціальності здаються не зовсім привабливими. Тим не менше, число вакансій в агросекторі продовжує зростати з кожним роком. Найбільш затребуваними залишаються фахівці з продажу сільськогосподарської продукції та техніки, деревообробки, агрономії і ветеринарії. Так як конкуренція серед них не зовсім велика, шанс отримати прибуткову роботу цілком є реальним.

6. Менеджер з продажу. Вже декілька років вакансії «продажників» залишаються найпоширенішими на сайтах пошуку роботи. Ця спеціальність популярна і не вимагає вузькопрофільного освіти. Але не кожен може стати першокласним менеджером з продажу. Щоб досягти успіху в цій справі, знадобиться неабияка сміливість, креативність і здатність переконати кого завгодно в чому завгодно і коли завгодно.

7. Маркетолог, менеджер з реклами. Кількість робочих місць у цій сфері зростає з завидною постійністю. У топі здобули пропозиції по роботі в інтернет-маркетингу та SEO-просування. Піднявся попит на послуги менеджерів з продажу, мерчандайзерів, графічних дизайнерів.

8. Адміністративний персонал. Оператори call-центрів, офіс-менеджери, секретарі – такі співробітники потрібні скрізь і завжди. Найбільші заробітні плати в даному секторі отримують особисті водії та асистенти-перекладачі. Крім того, багато великі підприємства відкривають специфічні вакансії як помічника керівника з функціями клієнт-менеджера.

9. Фахівець з логістики. Ринку логістики є що запропонувати тому, хто хоче отримати таку спеціалізацію. Найбільше вакансій адресовано фахівцям по складському господарству, менеджерам по

зовнішньо економічній діяльності і перевезень. Авжеж, починаючий працівник навряд чи отримає великий гонорар. Однак заробітні плати керівної ланки перевищують середній показник.

10. Менеджер з персоналу. В останні роки не можна не помітити приросту кількості вакансій в сфері HR (humanresources). Фахівці цього напрямку не тільки проводять співбесіди, а ще вони допомагають вибудовувати хороші стосунки всередині команди, мотивувати і розвивати персонал. Як правило, HR-менеджерами можуть стати психологи.

Справи на світовому ринку зайнятості йдуть трохи інакше. Як і в Україні, найбільш привабливими та перспективними відкриті можливості для ІТ-фахівців. Динамічно розвивається сфера біотехнологій і біомедицини, актуальності набуває професія нанотехнолога. Ця спеціальність об'єднує інженерію і біологію. Завдання нанотехнолога полягає в тому, щоб створювати з найдрібніших частинок нові матеріали, а також досліджувати мікроскопічні процеси в живих організмах. Зараз у цій сфері зайнято більше двох мільйонів експертів.

Не менш популярним залишається фахівець з екології. У топ затребуваних професій увійшли і лікарі — анестезіологи, психіатри, хірурги. В ногу з прогресом йде сфера хімії і енергетики, де знання нових технологій є гарантією працевлаштування. Як і в пострадянських країнах, без роботи не сидять кваліфіковані інженери і логісти. Що стосується гуманітаріїв, то найбільшим попитом користується праця журналістів та рекламистів. Для сверхпопулярної сфери туризму теж важливі знавці своєї справи. Туризм та сфера обслуговування – ще одна область діяльності, яка переживає стрімкий злет, адже сьогодні майже кожен американець і європеець може дозволити собі відпустку за кордоном. При цьому не обійтися без досвідченого менеджера з туризму, екскурсоводів, працівників готелів і ресторанів, готельно-ресторанній справи, а також обслуговуючого персоналу. Заможні люди щодня потребують послуги гувернанток, репетиторів, косметологів. Звичайно, сьогодні на таку роботу погодиться не кожен, але вона щедро оплачується. Не дивно, що сервіс-службовцям деколи вдається зібрати таки пристойний капітал.

Варто вибирати популярні професії. Вибір професії – справа непроста. Перед прийняттям доленосного рішення варто замислитися: чи так важливо встигнути за модою, або краще ступити на стежку, до якої лежить душа. Адже представники популярних професій часто стикаються з жорсткою і серйозною конкуренцією. У минулому десятилітті це сталося з випускниками юридичних та економічних вузів. Молодих фахівців у цих областях виявилось набагато більше,

ніж вільних робочих місць. Сучасний ринок праці стає все жорсткішим. Щоб досягти успіху в пошуках роботи, недостатньо мати профільну освіту. Знання англійської, вміння працювати в команді, особисті якості, креативне та аналітичне мислення у надзвичайних ситуаціях – всі ці обставини впливають на майбутнє здобувача. Працевлаштуватися допоможуть і вузькофахові навички.

Таким чином, вибираючи популярну професію, головним остається приготуватися до чималої конкуренції. Необхідно звернути увагу на наступні професії — можливо, одна з них стане справою життя: IT-генетик – професія на стику комп'ютерних технологій та біології. Робота цього співробітника полягає в програмуванні геному для лікування спадкових хвороб. Урбаніст-еколог буде займатися створенням і підтримкою нормального стану навколишнього середовища у великих містах. Молекулярний дієтолог – спеціаліст по створенню індивідуального раціону з урахуванням молекулярного складу харчових продуктів і особливостей організму кожного клієнта. Менеджер краудфандингових платформ буде організовувати діяльність сайтів по колективному фінансуванню тих чи інших проектів, а також оцінювати прибутковість цих ініціатив. Геронтолог-консультант — експерт з здорової старості. Буде розробляти оптимальну схему харчування, фізичних навантажень і способу життя для літніх людей. І не треба ніколи забувати — яку б професію не вибрали, успіх принесе тільки кропітка праця, терпіння і постійна робота над собою. Тоді роботу мрії не доведеться довго шукати: справжні професіонали потрібні скрізь і завжди[1].

Список використаних джерел

1. UKRMEDIA: останні події України, ключові новини світу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ukr.media>
2. Сайт про бізнес і заробіток. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://biznesua.com.ua>

Мисник Г. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДХОДУ ДО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Проаналізувавши загальні тенденції в освітній галузі, систему вищої школи у минулому та сучасний стан речей, вплив сучасного світу на цінність знань та їх необхідність, у матеріалі визначено орієнтовні напрями розвитку підходів до навчання студентів у вищих навчальних закладах.

Ключові слова: Україна, вища освіта, модернізація, інформаційне суспільство, конкурентоспроможність.

Історія вищої школи налічує уже більше, ніж тисячу років, адже прототипи сучасних університетів почали з'являтися ще у першому тисячолітті нашої ери, в тому числі і в Україні. З того часу, як перший студент переступив поріг Вищого Навчального Закладу поняття і університету, і студента, і самого навчання значно змінилося.

Зазначимо, що спочатку вища освіта була доступна тільки найбагатшому прошарку населення, дворянству, королівським нащадкам і т.д. Не всі діти забезпечених міщан мали можливість навчатися в університетах через те, що ця освіта вважалася надзвичайно дорогою та престижною. Ну, і звісно, освіта була доступна лише чоловікам, жінки отримували максимум початкові ази лічби та письма. Навчалися та проживали студенти на території університетів, виділяючи майже весь свій час на отримання освіти. Так як наука в ті часи розвивалася достатньо повільно, а деякі відкриття, через неможливість передавати інформацію швидко на великі відстані, робилися по кілька разів, то знання застарівали надзвичайно повільно і студенти могли спокійно присвячувати навчанню увесь свій вільний час не думаючи про те, що отримані знання уже нікому не будуть потрібні. По закінченню навчання ці люди ставали видатними вченими, державними та громадськими діячами або навіть керівниками країн. Висновок з цього короткий: в епоху зачаткування інституту вищої освіти вона була доступна та необхідна лише малому прошарку населення, який іноді міг обійтися і без неї - дуже часто у королів були освічені радники, щоб самі монархи при цьому мали змогу не витратити час на навчання в університетах. Також визначною рисою того часу було те, що університети знаходилися під повним контролем церкви і фінансувалися за її рахунок. Цей факт значно визначав напрям освіти, рідкість модернізацій та оновлень підходів до

навчання студентів. Читайте книжки, слухайте лекторів - і ви все будете знати.

У ХХ столітті настав був до отримання вищої освіти. По-перше, вона стала значно дешевшою і це відкрило для багатьох значні перспективи. По-друге, багато розвинутих держав почали пропонувати своїм студентам різноманітні гранти на безкоштовне навчання, що мотивувало школярів навчатися краще.

Освіта у ХХ стала вже світською, в програму почали вносити багато сучасних предметів, таких як: генетика, соціологія, психологія і т.д. Студенти отримали можливість звузити свою галузь знань та вивчати тільки те, що їм подобається. Тим не менш, вища освіта мала і ряд недоліків: у деяких країнах дисципліни цензурували, забороняли або викладали заангажовано (приклад, генетика, філософія та історія в СРСР).

У ХХ знання все ще застарівали достатньо повільно, тому студент мав можливість спокійно навчатися в університеті та отримати роботу за спеціальністю після нього. Молодих спеціалістів брали на роботу охоче, адже після ВНЗ вони приходили зі ще свіжою головою, новим поглядом та великою кількістю ідей для покращення діяльності практично будь-якої галузі. Але ситуація змінилася наприкінці ХХ століття.

Кінець ХХ – початок ХХІ століття яскраво демонструє геополітичну спрямованість сучасного цивілізаційного процесу, яка визначається його глобалізацією. Трансформаційні зміни в сучасній історії людства призвели до формування «інформаційного суспільства», «суспільства знань», в якому головним ресурсом виступають знання й інформація, що впливають на подальший розвиток сучасної цивілізації. В умовах глобалізації освіта перетворилася на пріоритетний чинник суспільного поступу, а суспільство – на таке, що постійно навчається. [1]

У добу глобалізації суспільство, як і окрема людина, може бути стабільно успішним та ефективним лише перебуваючи у динамічному розвитку, здійснюючи ті чи інші зміни на користь соціального поступу. Суспільство, яке не тільки змінюється, але й орієнтується на ідеал цих змін, тобто на лідерство в цивілізаційному змаганні, потребує нових освітніх орієнтирів. За баченням М. Фуллана, «громадяни як індивідуально, так і колективно у контексті динамічних, багатокультурних, глобальних змін повинні бути здатними упродовж всього життя здійснювати зміни, а не реагувати на них» [1]

В зв'язку з цим повинен змінюватися й інститут вищої освіти та надавати студентам тільки нові знання та можливості для розвитку.

Для того, щоб мотивувати студентів навчатися та розвивати їх у межах університету, на мою думку, необхідно здійснити такі кроки:

- внести в курси ВНЗ більше предметів за вибором;
- надати можливість студентам паралельно відвідувати курси підвищення практиків, проводити такі курси в стінах університетів;
- проводити онлайн-лекції та вебінари для студентів;
- скоротити години самостійного дистанційного навчання, так як психологи довели, що зараз самомотивація людини до навчання та роботи стала нижче, ніж у минулому столітті;
- додати у системі навчання більше інтерактивних та відеоформатів.

Інститут освіти є надзвичайно важливою ланкою у процесі формування особистості - остаточним етапом, який "огранює" діамант особистості. Саме тому питання вдосконалення та оновлення інституту вищої освіти має бути нагальним для суспільства на сьогодні.

Список використаних джерел

1. Калінічевська Г. Вища освіта України в контексті сучасних цивілізаційних змін [Електронний ресурс] / Г. Калінічевська // Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Омельчук А. В.

Київський Національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В СВІТОВИЙ ОСВІТНІЙ ПРОСТІР

Традиційна система освіти, ефективність якої за даними статистичних досліджень становить не більше 60%, не може бути реформована одночасно до всіх параметрів і потреб поступового розвитку – однієї з категорійних умов успішності нововведень в освітній сфері. Крім того, система, яка піддається реформуванню, за законом системності, деякий час буде функціонувати гірше.

Таким чином, будь-які нововведення в освіті мають починатися з створення та ухвалення фундаментальної наукової концепції, зміни парадигми навчання, нової розробленої філософії освіти, основи якої відповідають потребам часу.

На практиці спроба втілити чужий, навіть позитивний досвід або нові наукові досягнення може призвести до розвалу функціонуючої освітньої системи.

Із сукупності визначень сутності освітнього простору ми спираємося на наступне: «Освітній простір є живим соціально педагогічним організмом, історично створеним старшим поколінням для тих, хто підрастає. І як живий організм він володіє власною психологією поведінки, обумовленої внутрішніми і прихованими законами відтворення і підтримки самого організму». Саме це визначення дозволяє зрозуміти об'єктивний характер протиріч, що виникають при формуванні єдиного європейського освітнього простору [3].

Це протиріччя проявляються в таких системах, як:

- «Автономія (самоідентифікація) університету – уніфікація навчальних програм»;

- «Національні освітні традиції та особливості – міжнародна мобільність студентів»;

- «Національні «ремесла» (лідуючі галузі економіки) – єдина європейська рамка кваліфікацій» [3].

Відповідно, будь-які нововведення потребують достатньо критичного підходу і всебічного аналізу.

І тут, передусім, мова йде про глобальні зміни, які несе в собі євроінтеграція та інтеграція у світовий освітній простір: Болонська система, Зовнішнє незалежне оцінювання, дистанційне навчання та інше.

Більшість проблем, які виникають у ході реформування вітчизняної системи освіти пов'язані саме із спотворенням і нерозумінням самих механізмів перетворення та їх основної ідеї чи цілеспрямованості.

Сьогодні реформа вищої освіти є реальною підтримкою економічного розвитку і може сприяти підвищенню життєвого рівня населення.

Швидке впровадження зарубіжних стандартів в українську систему освіти реалізується досить складним та довгим шляхом. Відбувається це разом з скорочення державних коштів на науку, які в Україні становлять 0,3%, тоді як у розвинених країнах світу – це 3 - 7% від ВВП.

У травні 2005 року Україна офіційно приєдналася до Болонського процесу, основною метою якого є створення єдиного європейського простору вищої освіти. Така зміна системи вищої освіти мала б сприяти:

- вільному переїзду громадян з метою подальшого навчання

чи працевлаштування в Зоні європейської вищої освіти;

- зростання привабливості європейської вищої школи;
- розширення Європи і забезпечення її подальшого розвитку як стабільного, мирного, толерантного суспільства.

З часу приєднання до Болонського процесу в Україні проведено низку заходів, що свідчать про системне реформування вищої школи. Основні досягнення визначено в аналітичному звіті Болонського Секретаріату, підготовленому на основі Національного звіту із запровадження положень Болонського процесу в системі вищої освіти України. До таких, зокрема, відносять: впровадження ступеневої системи, стандартів і рекомендацій забезпечення якості вищої освіти відповідно до вимог званої міжнародної організації "Європейська мережа забезпечення якості", набуття урядового членства в Європейському реєстрі із забезпечення якості, введення європейської кредитно-трансферної системи, додатку до диплома європейського зразка, розробку національної системи кваліфікацій [5].

Таким чином Україна змогла здійснити структурне реформування вищої освіти за узгодженою системою критеріїв, стандартів та характеристик, які в подальшому дозволять її стати визнаною частиною освітнього та наукового європейського простору.

Важливо зазначити те, що Болонський процес призначений тільки для зміцнення та покращення взаєморозуміння між різними освітніми системами, він не має на меті створити повністю ідентичні системи освіти в різних країнах. Проте в Україні все ж відбулися достатньо серйозні структурні зміни в навчальному процесі. А саме – скоротилися і продовжують скорочуватися аудиторні години, запроваджена нова система оцінювання і нова тестова система оцінювання знань.

В рамках запровадження Болонської системи було заплановано надати студентам ряд можливостей: відкрити кордони держав – членів ЄС для працевлаштування з дипломом будь-якої країни, забезпечити можливість працевлаштування після першої ступені навчання при отриманні вищої освіти; надати можливість навчатися та стажуватися в будь-якій країні – учасниці з урахуванням попередніх періодів навчання (стажування) [1].

При цьому Болонська конвенція передбачає прозорість критеріїв оцінки знань, які повинна забезпечити кредитно – модульна система навчання.

Незважаючи на те, що модульна система в Україні вже давно запроваджена, ніяких офіційно заявлених статей Болонської угоди на практиці не виконується. На разі наші студенти не можуть продовжувати навчання не лише в зарубіжних вузах, а і не мають

можливості вільно переміщуватися з одного вищого навчального закладу в інший навіть в межах України.

Беззаперечно, з однієї сторони, українській освітній системі не можна відставати від світових процесів, та з іншої – потрібно досить критично і обережно ставитися до освітніх інновацій. Центр соціально – консервативної політики України (RUPor) доводить, що Болонська система освіти все ж програє радянській.

Виходячи з положень Болонського процесу в Україні було запроваджено тестову систему - Зовнішнє незалежне оцінювання, яке є інструментом контролю знань майбутніх студентів [2].

Зауважимо, що саме Світовим банком було рекомендовано систему Зовнішнього незалежного оцінювання.

Варто підкреслити, що жодна з європейських країн не використовує в своїй освітній системі тільки тестову систему оцінювання знань при вступі у вищі навчальні заклади. Найбільш складною є система вступу до вузу в Японії та Великобританії. Перелік інших країн в більшій чи меншій мірі контролюють результативність тестів різними за кількістю та якістю усними іспитами, а також рядом творчих письмових робіт.

Однією зі спроб реформування вищої освіти в Україні став Закон України «Про вищу освіту», що вступив в дію 06. 09. 2014 року. Основними нововведеннями цього закону вважаються наступні[4]:

1. Вводиться поняття «університетська автономія».
2. Створюється Національне агентство по контролю над якістю вищої освіти.
3. Навчання у вищих навчальних закладах здійснюється державною мовою.
4. Позбавлення наукових ступенів за плагіат.
5. В Україні не буде молодших спеціалістів та кандидатів наук.
6. Узаконено зовнішнє незалежне оцінювання.
7. Керівництво вузів будуть визначати в результаті проведення виборів.
8. 80 % державних місць будуть розподілятися на основі заявок вищих навчальних закладів.
9. Зменшується навантаження на студентів та викладачів.
10. Стипендії мають підвищитися до прожиткового мінімуму.

Таким чином новий закон суттєво розширює автономію вузів, а особливо фінансову автономію. Тепер, вуз може відкрити власний рахунок в державному банку і розпоряджатися своїми ж грошима, що надходять від контрактників, науково – дослідної роботи тощо.

Проте виникають і деякі складнощі: тепер вузи мають самостійно

продумувати систему доходів та витрат і шукати можливості додаткового заробітку для самофінансування.

Ще один позитивний момент – створення цільових фондів. Від тепер спонсори, бізнес – організації і підприємства самостійно і у відкритому доступі можуть допомагати вузу на законних основах.

Стає зрозуміло, що разом із фінансовою незалежністю приходить найголовніше – боротьба вузів за престижність. Відразу виникає здорова конкуренція, і якщо вузи хочуть отримати додаткову підтримку та замовлення, відповідно вони мають готувати висококваліфікованих спеціалістів. А це є основною метою функціонування та діяльності вищих навчальних закладів. Саме це дасть можливість вітчизняній системі вищої освіти конкурувати з зарубіжними вузами і здійснити якісну інтеграцію у світовий освітній простір.

Список використаних джерел

1. Болонська система [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uralistica.com/bolonskaya-sistema/>
2. Зовнішнє незалежне оцінювання [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://h.ua/story201391/>
3. Кириченко К. І. Проблеми інтеграції національної системи освіти до європейського освітнього простору/ К. І. Кириченко // Аспекти публічного управління. – 2015. – Вип. 11-12. – С. 106.
4. Програма розвитку освіти 06. 09. 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://semenchenko.ua/?p=229>
5. Хан Є. Інтеграція України у європейський простір вищої освіти як складова цивілізаційного вибору/ Є. Хан // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія. – 2015. – Вип. 3. – С. 54-57.

Отрош І. Г.
Льотна академія
Національного авіаційного університету
м. Кропивницький, Україна

ПРОГРАМНІ ПРОДУКТИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Маркетингове управління підприємством є одним з найбільш сучасних і перспективних підходів до управлінської діяльності в умовах швидко мінливого макро- і мікрооточення, що дає відповідь на питання, які стосуються діяльності всього підприємства: що виробляти; кому, як, скільки, де і за якими цінами продавати; які методи просування використовувати для підтримки продажів і як їх застосовувати [3].

Маркетингові дослідження поведінки споживачів, діяльності конкурентів, цільового сегменту є обов'язковим етапом стратегічного маркетингу. Саме на цільовий ринок і спрямовується основна маркетингова діяльність підприємства.

Роль маркетингових досліджень набуває особливої важливості при розробці програмних продуктів, призначених для масового використання.

Автоматизація маркетингової діяльності компаній, вибір конкретного програмного продукту або набору програмних засобів для розв'язання маркетингових задач залежать від характеру бізнесу, інфраструктури, сфери діяльності, масштабів підприємства.

Програмні продукти це закінчена технологія для вирішення маркетингових завдань, що дозволяє зберігати і аналізувати величезні інформаційні масиви, що включають в себе не тільки дані внутрішнього управлінського обліку, а й зовнішні дані: про покупців, конкурентів, макрооточення [3].

В сучасних умовах підприємства-розробники програмних продуктів повинні перш за все турбуватися про підвищення їх якості та покращення споживацьких властивостей товару. Маркетингові дослідження при розробці програмних продуктів дозволяють виявити споживацькі властивості, потрібну функціональність, визначити величину попиту та сформулювати основні вимоги до програмного продукту, який повинен бути розроблений.

Маркетинг супроводжує будь-який товар, в тому числі програмний продукт, на всіх стадіях життєвого циклу. Одним з перших

стратегічних рішень, які приймає підприємство-розробник програмного продукту, є визначення ринку, на якому воно буде вести конкурентну боротьбу.

Програмний продукт – це програмний засіб, призначений для постачання користувачу. Програмним продуктом можна вважати комплекс програм, що функціонують на ЕОМ та підтримують користувача в процесі вирішення його завдань без участі створювача [4].

Функціональна структура інформаційних систем маркетингу формується під потреби конкретного об'єкта автоматизації, проте можна визначити основні функції відділу маркетингу, які знаходять програмну реалізацію у вітчизняних і закордонних програмних продуктах. Такими функціями є:

- розроблення і ведення на підприємствах системи договірної обліку, що включає аналіз цін комерційних пропозицій, які надходять на підприємство, формування та укладання контракту, моніторинг виконання укладених угод з партнерами;

- пошук реальних і потенційних партнерів — постачальників сировини та матеріалів, обладнання, товарів, ведення історії угод з постачальниками;

- оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства з визначенням ринку збуту, темпів зростання ринку, а також з аналізом конкурентного середовища, в якому функціонує підприємство;

- збирання та аналіз інформації про реалізацію товарної продукції за визначеними цінами на кожному об'єкті карти ринку, а також облік маркетингових витрат для відповідної карти ринку;

- проведення сегментного аналізу прибутковості для визначених об'єктів карти ринку;

- вибір цільових сегментів ринку, на яких підприємство має концентрувати свої зусилля та ресурси;

- створення стратегічного плану маркетингу [4].

Аналізуючи стан ринку програмного забезпечення, необхідно відмітити значне зростання програмних продуктів для маркетингу як іноземного, так і вітчизняного виробництва та виділити такі їх класи:

- корпоративні інформаційні системи, в яких присутній модуль маркетингу;

- спеціалізовані програми, що дають змогу автоматизувати окремі маркетингові функції;

- програми, що мають маркетингову складову.

Корпоративні інформаційні системи (КІС) дають змогу виконувати комплексну автоматизацію діяльності підприємств, фінансових установ, організацій. Корпоративні інформаційні системи

мають низку суттєвих особливостей, обумовлених базовими принципами або концепцією їх побудови [1].

Концепція ERP (Enterprise Resource Planning) є фактичним стандартом для сучасних КІС у світі. ERP означає управління всіма ресурсами (виробничими, фінансовими ресурсами, замовленнями тощо) територіально розподіленого підприємства.

Відповідно до матеріалів Асоціації APICS (Американське об'єднання управління виробництвом і запасами) концепція ERP повинна включати:

1. Управління послідовністю поставок (Supply Chain Management, SCM; раніше застосовувався термін Distribution Resource Planning, DRP);

2. Удосконалення планування та складання розкладу — календарне планування (Advanced Planning and Scheduling, APS);

3. Модуль автоматизації продажу (Sales Force Automation, SFA);

Концепція SCM (Supply Chain Management) реалізує нову технологію управління, описану стандартом CSRП (Customer Synchronized Resource Planning), який передбачає наявність у системі можливостей управління зовнішніми щодо підприємства елементами.

SCM — управління розширеним виробничим процесом, тобто не тільки внутрішніми ресурсами підприємства, а й важливішими зовнішніми (наприклад, облік замовників у замовників та постачальників у постачальників). Метою такого підходу є управління повним циклом випуску продукції — від проектування до гарантійного та сервісного обслуговування після продажу [5].

Корпоративні інформаційні системи, розроблені в США, є придатнішими для впровадження на українських підприємствах. Більшість з них не належить до систем класів ERP і MRP II. Автоматизація з використанням цих систем найчастіше починається з бухгалтерського обліку, а потім відбувається нарощування модулів, які виконують інші функції управління, зокрема управління маркетингом.

До програм, що автоматизують функції маркетингового дослідження належать програми, які забезпечують маркетинговий аналіз ринку, товарів, оброблення даних опитування.

Програма БЕСТ-Маркетинг дозволяє проводити маркетинговий аналіз на підставі наявної в розпорядженні користувача розрізної інформації. Система пропонує конкретні рекомендації для поліпшення становища фірми на ринку, допомагає визначити фінансові перспективи проекту, проконтролювати виконання фінансових планів.

Система БЕСТ-Маркетинг використовує такі методи маркетингу:

- SWOT-аналіз - аналіз переваг і недоліків в порівнянні з

конкурентами (сила, слабкість, можливість, загроза);

- стратегія 4P (Product, Price, Place, Promotion) - визначення для кожної групи споживачів відповідного товару, ціни, місця продажу, способи просування товару;

- матриця Анзоффа - позиціонування товару на ринку;

- модель Розенберга - лінійно-компенсаційний метод, який використовується для оцінки будь-якого показника [4].

Програма «Project Expert» — комп'ютерна система, призначена для створення фінансової моделі нового або існуючого підприємства незалежно від його галузевої належності та масштабів.

Project Expert дає можливість:

- розробити детальний фінансовий план і визначити потребу в коштах на перспективу;

- визначити схему фінансування підприємства, оцінити можливість та ефективність залучення коштів із різноманітних джерел;

- розробити план розвитку підприємства або реалізації інвестиційного проекту, визначити найефективнішу стратегію маркетингу, а також стратегію виробництва, що забезпечує раціональне використання матеріальних, людських і фінансових ресурсів.

Програмний продукт «Marketing Expert» призначений для вивчення ринку товарів і послуг й орієнтований переважно на використання в середній або великій комерційній фірмі, де він може стати незамінним помічником для працівників, які займаються розробленням стратегії фірми в плані орієнтації на тих або інших постачальників товарів або на ті або інші ринки збуту.

Робота з програмою «Marketing Expert» здійснюється з допомогою зручного графічного інтерфейсу, який дає змогу побудувати модель компанії зі складною збутовою структурою, яка оперує одночасно на кількох ринках, має визначених конкурентів і заходи маркетингу (marketing mix) для визначених цільових груп споживачів [4].

В наш час майже неможливо вести бізнес без використання комп'ютерів та різноманітних інформаційних технологій. У зв'язку зі значним зростанням обсягів інформації, важливим є впровадження програмного забезпечення, яке дозволяє ефективно та в короткі строки опрацювати та систематизувати великі дані.

Список використаних джерел

1. Войчак А. В. Маркетингові дослідження: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К. : КНЕУ, 2008 – 119 с.

2. Ілляшенко С. М., Баскакова М. Ю. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / За ред. С. М. Ілляшенка. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 192 с.
3. Новак В.О. Інформаційне забезпечення менеджменту : навч. посіб. / В.О. Новак, Л.Г. Макаренко, М.Г. Луцький. – К. : Кондор, 2006. – 462 с.
4. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу: навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко Київ: КНЕУ, 2001.- 296с
5. Сосько С. П. Сучасні геоінформаційні системи як середовище управління маркетинговими базами даних / С. П. Сосько, І. В. Довгаль //Комп'ютерне моделювання та інформаційні технології в науці, економіці та освіті : збірник наукових праць. – К. : КЕІ КНЕУ, 2008. – С. 148 – 151.

Піщалова В. С.
Київський національний торговельно-економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ DIGITAL – ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКОНОМІЧНІЙ ОСВІТІ

Коли світ стоїть на межі четвертої технологічної революції, стає зрозумілим, що цифрові технології відіграють ключову роль в усіх сферах нашого життя. Без них неможливо уявити собі функціонування науки, систем управління, життєзабезпечення, навчання та підготовку кваліфікованих фахівців до повноцінної і ефективної участі в побутовій, суспільній та професійній областях. Потреба сьогодення - це постійні експерименти з новими бізнес- моделями, продуктами, ідеями та технологіями.

Сучасні наукові дослідження свідчать, що економічний ефект від вкладень у розвиток персоналу є більшим, ніж від капіталовкладень у засоби виробництва. За одними розрахунками 1 долар, вкладений у розвиток людських ресурсів, приносить 3–8 доларів доходу, за іншими – обертається тридцятикратними прибутками [1]. Тому все більше роботодавців приходять до розуміння, що успіх у бізнесі залежить від навичок і здібностей кваліфікованих фахівців. У зв'язку з цим, задачею вищого навчального закладу, є створення умов для підготовки такого фахівця, який здатен зробити внесок не лише у забезпечення

конкурентоспроможності свого підприємства, а і цілої галузі.

У процесі підготовки фахівців для економічної сфери особливого значення набувають сучасні digital-технології (спеціальні технології для роботи з інформацією за допомогою програмних та технічних засобів, таких як кіно-, аудіо- та відеозасоби, комп'ютери, та інші телекомунікаційні засоби), які можуть активно використовуватись у подачі навчального матеріалу. Такі засоби допомагають зробити прописні істини доступними для розуміння слухачів, тим шляхом, яким звикли студенти отримувати інформацію в повсякденному житті [2].

Майбутні фахівці сфери економіки повинні не тільки розумітися на сучасних digital-технологіях і комунікаціях, а й володіти досвідом і навичками роботи з ними. В процесі навчання вони можуть використовуватись при виконанні практичних завдань, самостійної роботи студентів з подальшою презентацією отриманих результатів в аудиторії. Така технологія отримала назву digital storytelling, що являє собою вид традиційної розповіді, що виконана в цифровому форматі. Вона є актуальним засобом комунікації, що об'єднує у собі візуальну, образну, музичну і словесні складові. За свідченням практиків, цифрова розповідь сприяє розвитку у студентів цілого ряду універсальних умінь: творчого і критичного мислення, постановки навчальних завдань та їх вирішення, використання прихованих можливостей людського розуму, роботи з інформацією з використанням цифрових технологій (не тільки знаходити, але й створювати власний контент), бути уважним до деталей, робити висновки з опрацьованого матеріалу, орієнтуватися і працювати з інформаційно-комунікаційними технологіями, грамотно використовувати усну та письмову мову, дотримуватись авторського права та створювати проектні роботи [3].

З точки зору викладання, digital-технології дозволяють створювати більш інтерактивні, цікаві, гнучкі навчальні матеріали в різних цифрових та мультимедійних форматах, а також робити їх доступними для студентів в мережі Інтернет, таким чином не обмежуючись безпосередніми зустрічами в аудиторії у встановлений час. Сучасні комп'ютерні технології і online-сервіси пропонують зручні інструменти розробки, а також ресурси (шаблони, колекції зображень, відео - та аудіо ефекти), що полегшують створення digital story і роблять цю технологію доступною для користувачів. Найвідомішими продуктами являються: PowerPoint, Prezi, Keynote, Animoto, JeyCut та інші [4].

Саме завдяки digital-комунікаціям студенти-економісти мають змогу інтерактивно спілкуватися в ході розробки проекту, узгоджувати

його структуру, зміст і стадію виконання. Кожен студентський проект - це унікальність, креатив та результат кропіткої роботи та пошуків. В майбутньому він може бути оцінений, не тільки за допомогою балів, як навчальна робота, а й у грошовому еквіваленті, як об'єкт інвестицій. Саме для розробки подібних проектів майбутні фахівці повинні вивчати digital-технології, digital- комунікації не тільки для референтного спілкування, а й для професійної діяльності. Таким чином, визнана в усьому світі, технологія «проектного навчання» доповнена сучасними цифровими технологіями виходить на новий якісний рівень.

Сьогодні ніхто не стане заперечувати високу активність студентства в соціальних мережах (які, також, є однією з форм digital-комунікації) - це необхідно і важливо використовувати в освітньому процесі. Не порушуючи особистого простору кожної людини, не нав'язуючи, але залучаючи студентів додатковою інформацією, даючи їм можливість вибору джерел інформації, форм соціального спілкування тощо [5]. З іншої сторони, соціальна мережа – це база даних, яку можна використовувати (при глибшому та професійному вивченні) для розробки стратегії діяльності підприємства, винайдення нових і привабливих рішень для потенційних споживачів, здатних привернути увагу до окремого підприємства, її товарам та послугам.

У вітчизняних вищих навчальних закладах все більше отримують визнання дистанційне навчання, яке і стало можливим завдяки використанню інформаційних технологій. За рахунок створення єдиного інформаційного простору з'являється можливість значно скоротити час, відведений на аудиторні заняття, залишивши педагогу концептуальну складову навчального процесу. Перехід на викладання з використанням інформаційних технологій передбачає розробку інформаційно-комп'ютерної підтримки навчальних курсів. Відтак, І. Захарова дослідила можливості застосування гіпер- текстової технології для створення гіпертекстових електронних підручників і авторських освітніх Веб-сайтів силами викладачів з метою активізації професійної підготовки майбутніх спеціалістів. Вчена наполягає, що в навчальних закладах, які готують майбутніх спеціалістів, для студентів повинні бути створені сприятливі умови використання технологічних можливостей сучасних комп'ютерів і засобів зв'язку, пошуку й отримання інформації, розвитку пізнавальних і комунікативних здібностей, умінь швидко приймати рішення у складних ситуаціях і т.д. На думку дослідниці, задані способи здатні значно підвищити рівень професійної взаємодії викладача та студентів завдяки можливості виконання спільних проектів, в тому числі

телекомунікаційних[1].

Нова цифрова епоха та мережа Інтернет подарувала ще одну можливість для випробовування набутих знань, а саме економічні симулятори. Економічний симулятор (від англійського *economic simulation game*) - це жанр комп'ютерних ігор, який ґрунтується на відображенні економічних, ринкових процесів. Симулятори сьогодні набули зростаючу популярність, оскільки дають можливість потренуватися у віртуальному середовищі, щоб не допустити помилок в реальності. Наприклад, у програмі навчання MBA в Гарвардському університеті бізнес-симулятори грають важливу практичну роль[5].

В нинішній час спостерігається стабільний ріст підприємництва у сфері торгівлі. Як і всі інші галузі, вона переживає трансформацію, в зв'язку з розширенням застосування цифрових технологій:

1. Бурхливий розвиток електронної роздрібної торгівлі.
2. Оплата товарів в роздрібній торгівлі, в значній мірі, вже здійснюється безготівковим шляхом, із застосуванням платіжних карт.
3. Розрахунок клієнтів за придбані товари без участі касирів – каси-самообслуговування (селф-чекауті).
4. Розвиток сучасних автоматизованих методів управління взаємовідносинами з клієнтами.
5. Реклама все більше переміщається до Інтернету та соціальних мереж [6].

Тому майбутні фахівці у даній сфері мають володіти навичками роботи з прогресивними digital-технологіями, зокрема такими як :

- електронний документообіг в професійній діяльності (вміти: розробляти і оформляти технічну і технологічну документацію в сфері торгівлі за допомогою автоматизованих систем).

- сучасні інформаційні технології в сфері торгівлі (способи підвищення ефективності професійної діяльності з допомогою ІКТ; електронна комерція, використання автоматизованого торгового обладнання; інтелектуальні інформаційні технології).

- автоматизованими системами для управління освітнім і технологічним процесом в сфері торгівлі (автоматизація стратегічних завдань управління торгівлею на прикладі проектування маркетинг-плану мережевого комерційного підприємства; автоматизоване управління процесом навчання фахівців торгівлі) тощо [7].

Отже, digital-технології, як професійно-орієнтована концепція підготовки майбутніх фахівців набуває найважливіших характеристик, а саме:

- результативності (високий результат досягається кожним студентом);
- економічності (за одиницю часу ефективно засвоюється більший

обсяг навчального матеріалу без значних зусиль як студента, так і викладача);

- ергономічності, психогігієнічності (навчання відбувається в умовах співпраці, позитивного емоційного мікроклімату, без перевтоми та перевантажень);

- розвитку загально навчальних і професійно спрямованих навичок;

- навчально-методичного забезпечення, що гарантує активну мисленнєву діяльність студентів;

Таким чином, можна виділити три основні аспекти, які змінила інтеграція digital-технологій в сферу освіти.

В першу чергу, мова йде про фундаментальну зміну доступу до навчання. Студенти отримали можливість змінити місце, темп та спосіб навчання. Зростає використання змішаного навчального забезпечення, гібридних та повністю online-курсів дистанційного навчання роблять освіту більш гнучкою та інтегрованою відносно інших аспектів життя.

По-друге, існує принципова зміна щодо способу отримання студентами знань, навичок та компетенцій через використання digital-технологій, що буде корисним для їх майбутнього працевлаштування у сучасному цифровому світі.

І, нарешті, digital-технології дають можливість налагоджувати зв'язки як з однолітками (для обміну досвідом) так і педагогами з усього світу, що підтримує поглиблення їх культурної свідомості та участь у глобалізаційних процесах.

Список використаних джерел

1. Набока О. Г. Дослідження професійно орієнтованих технологій навчання майбутніх економістів: стан розробленості проблем / О. Г. Набока // Педагогічна освіта: теорія і практика. - 2015. - №10. – С. 206-211.
2. Беспалова А.Г. Использование digital-технологий и коммуникаций в образовательном процессе вуза // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). – 2017. – № 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.a-factor.ru/>
3. Подліняєва О.О. Медійні технології в освіті: створення та використання цифрової розповіді (Digital Storytelling) // Фізико-математична освіта: науковий журнал. – 2017. – Випуск 4(14).- С. 256-260.

4. The role of technology in the education of the future / World economic forum. / Education and skills. - 10 May 2017. - Режим доступу: <https://www.weforum.org/agenda/2017/05/science-of-learning>
5. Is digital technology changing learning and teaching? / Digifest 2017// Jisc. – Режим доступу: <https://www.jisc.ac.uk/news/is-digital-technology-changing-learning-and-teaching-15-mar-2017>
6. Никитина Н. Ю. Проблемы предпринимательского образования в эпоху развития цифровых технологий/ Н. Ю. Никитина // Journal of modern competition. Vol.12. - 2018. - № 1 (67). – С. 16-27.
7. Переверзев П. П., Богатенков С. А., Богатенков Д. С. Проектирование информационной подготовки специалистов торговли / П. П. Переверзев, С. А. Богатенков, Д. С. Богатенков // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». - Том 8, № 3. – С. 92-97.

Похил Ю. Г.

Київський національний торговельно-економічний університет

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ КРІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від вітчизняних підприємств активних дій з підвищення ефективності їх функціонування. У зв'язку з кризою з'являється необхідність концепцій управління виробничим процесом, нових методів підвищення ефективності господарської діяльності.

Аналіз наукової літератури свідчить, що питання ефективності підприємства щодо досліджень питань оцінки, вимірювання результатів діяльності, оцінювання рівня ефективності та управлінського потенціалу, перспективності управлінських рішень, дістали розвитку в працях К. Адамса, Г. Атаманчука, М. Болріджа, К. Вайс, Е. Ведунга, В. Дзюндзюка, А. Дронова, А. Гошко, Р. Каплан, О. Кілієвича, М. Кеннерлі, Н. Мельтюхової, Е. Нілі, Д. Нортон, О. Оболенського, В. Тертички, А. Урсула та ін.

Однак, питання адаптації та запровадження розроблених методик у практику діяльності вітчизняних підприємств розглянуті ще недостатньо. У зв'язку з цим, метою статті є дослідження та розробка рекомендацій щодо використання сучасних методів управління ефективністю на підприємстві, зокрема системи КРІ[1].

Слід зазначити, що КРІ (англ. Key Performance Indicators) – це ключові показники діяльності, а саме система оцінки, яка допомагає підприємству оцінити свій стан, визначити досягнення запланованих цілей. КРІ - це аббревіатура, і у кожного, що входить в неї слова - ряд значень. Так, «Key» - це ключ, ключовий, «Performance» - робота, виконання, звершення, вчинок, спектакль, продуктивність, трюки, «Indicators» - індикатор, показчик, лічильник, стрілка. При з'єднанні цих слів виходить безліч комбінацій, а відповідно, і смислових відтінків [2]. Саме таке різноманіття характеристик і складових даної системи робить її привабливою для використання.

Вперше концепція управління за цілями була згадана в 1954 р. у книзі «The Practice of Management» Пітера Друкера [5]. В ній описуються загальні принципи управління за цілями і рекомендації з постановки і контролю виконання цілей.

Окрім того показники КРІ дають змогу проводити контроль ділової активності співробітників і підприємства в цілому в реальному часі.

Система КРІ – це кількісні параметри, наперед виявлені та узгоджені, і в той же час головні чинники успіху підприємства. Актуальність застосування системи КРІ зумовлена необхідністю формування зрозумілої і прозорої для підприємства системи показників ефективності роботи.

Принциповим моментом у застосуванні системи КРІ в управлінні організацією підприємствам є чітке розуміння призначення цієї технології та її обмежень, оскільки вона водночас виступає ефективним інструментом інформаційного забезпечення процесу прийняття рішень [4].

Для того щоб побудувати систему КРІ з урахуванням специфіки підприємства, дуже важливо навчитися ідентифікувати та оцінювати чинники, які на неї впливають. Ця система повинна відповідати вимогам [3]:

- включати обмежену кількість показників;
- бути єдиною для організації в цілому;
- забезпечувати вимірність, можливість кількісного вираження показників;
- відображати прямий взаємозв'язок із найважливішими факторами успіху;
- забезпечувати можливість впливати на численні фактори;
- бути стимулом для працівників

Отже, застосування технології «ключових показників ефективності» на підприємстві є одним з можливих ефективних

варіантів оцінки роботи співробітників, що сприяє вирішенню низки проблем. Це передбачає поліпшення якості як керівного складу, оскільки завдяки делегуванню відповідальності і контролю за ключовими параметрами керівники самостійних підрозділів можуть сфокусувати увагу на головному, так і персоналу, оскільки система виявляє об'єктивно сильних і слабких, активізує творчість та ініціативу, бажання розвиватися; планомірно прогнозувати діяльність та встановлювати цільові орієнтири. Отже, ефективність підприємства складна характеристика. Для того, щоб повноцінно проаналізувати діяльність підприємства, зробити чіткі висновки про його стан, необхідно розглядати систему показників в сукупності. Адже якщо той або інший показник залежить від іншого прямо або побічно, його значення змінюється. Показники, що характеризують підприємство, необхідно аналізувати як порівняльну динаміку. Оптимальним періодом для порівняння показників вважається відрізок часу в три–п'ять років. Саме за цей час можна чітко відстежити ту або іншу динаміку, виявити певні закономірності й сформулювати план дій щодо усунення існуючих відхилень.

Сучасна економічна наука розробила цілий ряд методик оцінювання ефективності діяльності підприємства, однієї з найбільш прогресивних можна вважати систему КРІ. Саме система КРІ в процесі функціонування підприємства дозволяє об'єктивно та комплексно проаналізувати ефективність, з урахуванням специфіки його діяльності та виявити резерви його удосконалення.

Список використаних джерел

1. Каплан Роберт С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 304 с.
2. Лаврененко В. В. Концепція ключових показників ефективності (КРІ) в управлінні підприємствами / В. В. Лаврененко // Стратегія економічного розвитку України. Збірник наукових праць. – 2010. – № 26-27. – С. 151–156.
3. Гольдфарб А. Г. Проблемы внедрения системы мотивации на основе ключевых показателей эффективности на предприятии / А. Г. Гольдфарб // Бізнес Інформ. Науковий журнал. – 2011. – №4. – С. 131–134.
4. Drucker P. F. (2006). The Practice of Management, 404 [Електронний ресурс] / P. F. Drucker. – Режим доступу : <http://harpercollins.com/browseinside/index.aspx?isbn13=9780060878979>

5. Цюцюра С. В. Показники ефективності. Принципи розробки ключових показників ефективності / С. В. Цюцюра, О. В. Криворучко, М. І. Цюцюра // Управління розвитком складних систем : зб. наук. пр. КНУБА. – К. : КНУБА, 2012. – Вип. 10. – С. 87–91.

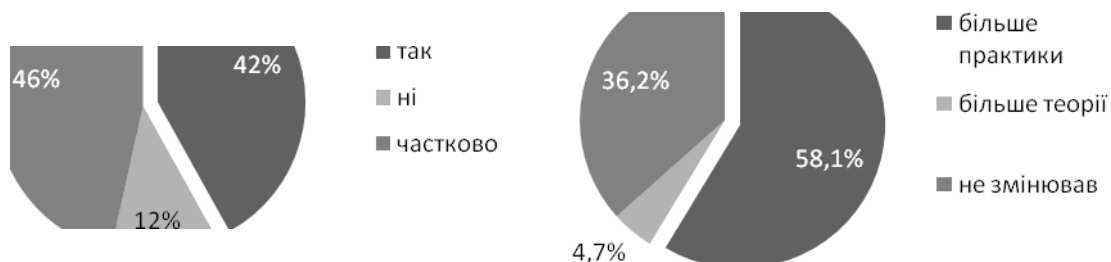
Семка Р. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

ДУАЛЬНА ОСВІТА, ДОСВІД ЗАКОРДОННИХ ЗВО

У сучасних умовах освіта є одним із найважливіших факторів, що забезпечують економічний розвиток України. Саме освіта значною мірою обумовлює завтрашній день планети та світового співтовариства. Освіта виступає у ролі інструмента стійкого розвитку та забезпечення добробуту людей. Ж. Дантон казав: «Після хліба найважливіше для народу - школа.»

Зараз перед Україною постала гостра проблема забезпечення необхідних практичних знань у навчальному процесі для студента. Щоб розкрити цю проблему, мною було проведено опитування студентів, за результатами якого було виявлено що: навчальним планом задоволені лише 42% опитуваних; 58,1 % студентів додали б більше практичних занять у навчальний план.



Діаграма 1. Задоволення студентами зміни навчальним планом

Діаграма 2. Побаження щодо навчального плану

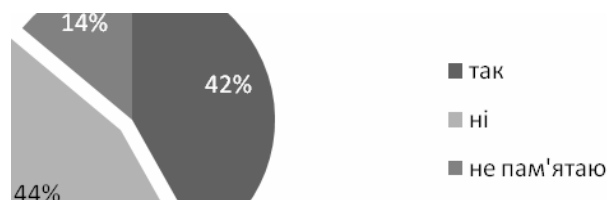
Такі результати можна пояснити тим що в Україні освіта та ринок праці розвиваються окремо один від одного, програма вищих навчальних закладів не зовсім відповідає потребам роботодавці. В українських школах і вишах учні та студенти здебільшого здобувають сукупність знань без розуміння того, як це може допомогти їм реалізуватися в житті. Навчальний процес у закладах професійно-технічної та вищої освіти відірваний від потреб ринку праці.

Щоб подолати ці проблеми необхідно популяризувати дуальну освіту. Конкурентоспроможність будь-якої держави на світовому ринку та якість життя її населення напряму залежить від рівня професійної підготовки кадрів. Одним із провідних світових лідерів у сфері підготовки кваліфікованих кадрів на сьогодні виступає Європейський Союз, який завдячує цьому дуальній системі професійної освіти і навчання. Дуальність як методологічна характеристика професійної освіти передбачає узгоджену взаємодію освітньої та виробничої сфери з підготовки кваліфікованих кадрів певного профілю в рамках організаційно-відмінних форм навчання. Дуальна освіта спрямована на усунення недоліків традиційних форм навчання, подолати розрив між теорією і практикою(освітою і виробництвом), підвищити якість підготовки кваліфікованих кадрів із урахуванням вимог роботодавців.

Міністерством освіти України упродовж 2015-2017 років здійснювався експеримент з організації навчально-виробничого процесу з елементами дуальної форми навчання на базі Вищого професійного училища №33 м. Києва (професія «Кухар»), Вищого професійного художнього училища м. Львова (професія «Маляр»), Вищого професійного училища машинобудування м. Запоріжжя (професія «Токар»).

Перший випуск трьох експериментальних груп, засвідчив позитивні результати упровадження елементів дуальної форми навчання: високий рівень працевлаштування – до 97%, підвищення якості професійної підготовки на 12-17%, додаткові фінансові надходження – до 50 тисяч гривень у кожному ПТНЗ, зменшення витрат на комунальні послуги та витратні матеріали, більш стійка та взаємовигідна співпраця з роботодавцями.

Проте, досі більшість освітян ще не знають про систему дуальної освіти, за даними проведеного мною опитування лише 42% студентів чули про цю систему:



Діаграма 3. Обізнаність студентів стосовно дуальної освіти

Тому слід проводити заходи спрямовані на популяризацію дуальної освіти, ознайомлювати ВНЗ та підприємства з цією системою, сприяти на державному рівні укладанню договорів про співпрацю між університетами та роботодавцями.

У освітній сфері Німеччини й Норвегії є можливість для випускників шкіл одночасно навчатися і працювати. В такий спосіб ті, хто навчаються, не лише отримують практично закріплені фахові знання, налагоджують контакти, а й зароблять свій прожитковий мінімум. Дуальна система професійної освіти в Німеччині та Норвегії відрізняється від професійної освіти в училищах, як це заведено в Україні. Студенти проходять практику на виробництві (3-4 дні на тиждень), теоретична професійна підготовка відбувається протягом 1-2 днів на тиждень. Фінансування навчання здійснюється підприємствами, які виплачують студентам грошову винагороду, і державою, яка матеріально підтримує ці навчальні заклади.

Саме тому необхідно сприяти подальшому розвитку експорту елементів дуальної форми підготовки кваліфікованих кадрів та прискорити запровадження її елементів у систему професійної освіти України. Внаслідок дуальної системи професійної освіти частка не працевлаштованої молоді значно менша.

Список використаних джерел

1. Міністерство освіти і науки України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/profesijno-tehnicna-osvita/dualna-osvita> .
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> .
3. Денисенко М. Вища освіта в Україні: проблеми та перспективи /М.Денисенко, С.Береус// Вчені записки Університету «КРОК».- 2013 - Випуск 33 – С.17-20.
4. Палисюк О. Основні проблеми системи вищої освіти в Україні та шляхи їх вирішення / О. Палисюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.osvitata.com/osvita-ta-vlada/osnovni-problemi-sistemi-vischo-osviti-v-ukra-ni-ta-shlyachi-ch-virishennya.html>.

Титюк А. І.

Київський національний торговельно-економічний університет

ЦИФРОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ МЕНЕДЖЕРА

В умовах динамічних трансформацій сучасної соціально-економічної сфери актуалізуються питання професійної

компетентності фахівця. Ми є свідками виникнення абсолютно нового типу виробництва, який ґрунтується на так званих великих даних і їх аналізі, повній автоматизації виробництва, технологіях доповненої реальності, інтернеті речей.

Цифрова економіка кардинально змінює ситуацію і в торгівлі: основним ресурсом стає інформація, торгові площі в Інтернеті не обмежені, а клієнт стає особою королівської крові.

Четверта промислова революція – Індустрія 4. 0, таку назву отримала нинішня епоха інновацій, коли передові технології радикально змінюють цілі галузі економіки швидкими темпами.

Цифрова компетентність або цифрова «грамотність» (Digital Competence) визнана ЄС однією з 8 ключових компетенцій для повноцінного життя та діяльності.

У 2016 р. ЄС представив оновлений фреймворк Digital Competence (DigComp 2.0), що складається з основних 5 блоків компетенцій, які в свою чергу містять 21 компетенцію. Наведемо ці основні блоки цифрових компетенцій 21 століття [1]:

1. Інформаційна грамотність та грамотність щодо роботи з даними;
2. Комунікація та взаємодія через використання цифрових технологій;
3. Вміння створювати цифровий контент;
4. Безпека;
5. Вміння вирішувати проблеми з комп'ютерною технікою.

Такий показник як *DQ* – *цифровий інтелект* ділиться на три складових [1]:

- ❖ цифрове громадянство – безпечне, свідоме й ефективне використання цифрових технологій і медіа;
- ❖ цифрова творчість – можливість стати частиною цифрової екосистеми шляхом спільного створення контенту і втілення ідей в життя за допомогою цифрових інструментів;
- ❖ цифрове підприємництво – використання цифрових медіа та технологій для вирішення глобальних завдань.

Дослідження говорять про прямий вплив рівня цифрової грамотності на успішність в різних видах діяльності.

Отже, щоб бути успішною як в професіональному, так і в особистому плані, сучасний менеджер повинен мати великий об'єм різноманітних знань і навичок. Випереджаючі компетенції менеджера в будь-якій сфері сьогодні та найближчі 5 років напряду залежать від 10 основних навичок, що були названі в січні 2017 року на конференції у Давосі, а саме [2]:

1. Комплексне багаторівневе рішення проблем (Complex

problem solving);

2. Критичне мислення (Critical thinking);
3. Креативність в широкому сенсі (Creativity);
4. Уміння управляти людьми (People management);;
5. Взаємодія з людьми (Coordinating with others);
6. Емоційний інтелект (Emotional intelligence);
7. Формування власної думки та прийняття рішень (Judgment and decision-making);
8. Клієнтоорієнтованість (Service orientation);
9. Уміння вести переговори (Negotiation);
10. Гнучкість розуму (Cognitive flexibility).

До 2020 року Четверта промислова революція принесе значні зміни у наше звичне життя у вигляді робототехніки та автономного транспорту, штучного інтелекту та навчання за допомогою машин, біотехнології та геноміки. «Ці зміни торкнуться як нашого життя, так і роботи. Деякі професії зникнуть, натомість з'являться нові, яких сьогодні не існує. Саме тому, щоб бути кваліфікованим на ринку праці, необхідно йти в ногу з прогресом і розвивати та набувати нових навичок.» – до такого висновку дійшли учасники щорічного Всесвітнього економічного форуму в Давосі (Швейцарія) [1].

Цифрові компетенції менеджера в економічній сфері, як і в будь якій іншій, до 2035 року майже повністю будуть ґрунтуватись на наданні цифрових послуг та загальному веденні бізнесу. На думку віце-президента Alibaba Group Гао Хунбінь, до 2035 року цифрова економіка за обсягом перевищить виробничий сектор і становитиме четверту частину від загальної світової економіки, що зокрема полегшить роботу менеджерів з управління персоналом. Цифрові технології, наприклад, хмарні сервіси, розвиток штучного інтелекту в майбутньому будуть все більше замінювати людську працю [3].

В наші дні керівник перебуває в умовах постійних змін і невизначеності. Частина його завдань змінюється, швидко втрачає свою цінність і зникає, інші модернізуються, в чомусь змінюються. Одночасно з'являються нові завдання, які вимагають ще більшої перебудови професійної діяльності. У той же час, організації відчувають гостру потребу в нових методах управління, в професійних керівниках і менеджерах, в нових цифрових компетенціях. Бізнесу потрібні лідери, які будують свої відносини з організацією і співробітниками на принципах професіоналізму, співробітництва, взаємної поваги і залученості, а також чіткого розуміння взаємних зобов'язань [4]. Згадайте Стіва Джобса або Джека Уелча, у кожного з них були недоліки, але також у них були 1-2 цінні здатності, розвинуті

до екстраординарного рівня. Саме вони зробили їх видатними керівниками, тому потрібно постійно слідкувати за новими технологіями та розвитком менеджменту в своїй сфері, розвивати свої цифрові та інші компетенції.

Таким чином, Індустрія 4.0 робить цифрові навички (компетенції) майбутніх управлінців ключовими серед інших навичок. Завдяки ним можна швидко і ефективно адаптуватися і набувати компетенцій в багатьох інших сферах. Саме такі фахівці будуть головними дійовими особами майбутньої економіки.

Підтримуючи випереджуючий та безперервний розвиток цілого ряду компетентностей, які сприяють інноваційному потенціалу людини, університет може розраховувати на ширші переваги своїх випускників на ринку праці інноваційного суспільства, забезпечивши молодому поколінню основу для працевлаштування, особистої реалізації та розвитку, соціальної інтеграції та активного громадянства.

Список використаних джерел

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К.Шваб. – М.: Эксмо. 2016. – 208 стр.
2. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. – режим доступу: <https://www.weforum.org/agenda/2017>
3. Зінчук Н. А. Проблеми розвитку управлінської компетентності менеджерів / Н. А. Зінчук // Обрії. – 2008. – № 1 (26). – С. 54–57.
4. Менеджмент XXI века : пер. с англ. / под ред. С. Чоудхари. – М. : 2012. – 606 с.
5. Совершенна І.О. Digital competence (цифрові навички) сучасного менеджера / І.О.Совершенна // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики» (Полтава, 11-12.05.2017). – Полтава: Полтавська державна аграрна академія. – 2017. - с.41-44.

Шилак В. А.

Жешувська Політехніка ім. Ігнація Лукасевича, Польща

ДУАЛЬНЕ НАВЧАННЯ В ПОЛЬЩІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Конкурентоспроможність будь-якої держави на світовому ринку та якість життя її населення напряму залежать від рівня професійної підготовки кадрів. Одним із провідних світових лідерів у сфері

підготовки кваліфікованих кадрів на сьогодні виступає Європейський Союз, який завдячує цьому дуальній системі професійної освіти і навчання.

Термін «дуальна система» (від лат. *dualis* – подвійний) був введений у педагогічну термінологію в середині 60-х років минулого століття у ФРН – як нова, більш гнучка форма організації професійного навчання. Дуальність, як методологічна характеристика професійної освіти, передбачає узгоджену взаємодію освітньої та виробничої сфери з підготовки кваліфікованих кадрів певного профілю в рамках організаційно-відмінних форм навчання.

Основне завдання впровадження елементів дуальної форми навчання – усунути основні недоліки традиційних форм і методів навчання майбутніх кваліфікованих робітників, подолати розрив між теорією і практикою, освітою й виробництвом та підвищити якість підготовки кваліфікованих кадрів із урахуванням вимог роботодавців у рамках нових організаційно-відмінних форм навчання [4].

Дуальне навчання в Польщі інтенсивно розвивається з кожним роком та підтримується Міністерством вищої освіти та науки.

Ця система освіти передбачає собою отримання студентом теоретичних знань у вищому навчальному закладі лише 1-2 дні на тиждень, а також самостійне опрацювання матеріалу. Рештою підготовки є робота на підприємстві [2].

Дуальна освіта за своїми принципами надає право підприємцю формувати індивідуальний розклад занять для студента, а також забирати зайві, на їх думку, предмети і навіть приймати іспити. Однією з переваг такої системи є стипендії, наближені до заробітної плати. Таким чином у молодого спеціаліста відпаде потреба шукати компроміс між навчанням і підзаробітком [3].

Національним центром досліджень та розробок (NCBR) у 2018 році було виділено 100 мільйонів польських злотих на реалізацію дуального навчання.

Систематично вносять зміни для поліпшення якості освіти в польських університетах законодавчі рішення, запропоновані в інноваційних статутах та Конституції.

Директор Національного центру досліджень та розробок (NCBR) проф. Мачей Хоровскі звертає увагу на видиму потребу точно відповідати навчальним програмам, що впроваджуються в університетах, до змін очікувань ринку праці. Тому особливу увагу в польській освіті приділяють практичному аспекту дослідження. Оскільки практика, підтверджена досвідом, є безцінним капіталом для молодих вчених і шанс для економічного зростання, заснованого на

інноваціях [1].

Що стосується України, то у 2017-2018 навчальному році:

- розпочали впровадження елементів дуальної форми навчання 52 заклади професійної (професійно-технічної) освіти за 54 професіями;
- внесено зміни до змісту освіти та графіка навчально-виробничого процесу відповідно до запитів роботодавців з урахуванням вимог державних стандартів з конкретних робітничих професій;
- розроблено 19 проектів освітніх стандартів на основі компетентного підходу та блочно-модульної побудови навчального процесу;
- розпочато тісну співпрацю із роботодавцями з метою розширення кількості закладів професійної (професійно-технічної) освіти, переліку професій для впровадження елементів дуальної форми навчання у 2018-2019 н.р. у понад 100 закладів освіти та збільшення переліку робітничих професій, за якими здійснюється підготовка з елементами дуальної форми навчання.

Позитивні показники дуального навчання:

- ✓ організація співпраці політиків, бізнесу, соціальних партнерів;
- ✓ розробка законодавчого підґрунтя для визнання національних стандартів якості професійної освіти;
- ✓ навчання учнів під час трудової діяльності;
- ✓ залучення кваліфікованого персоналу з виробництва до педагогічної діяльності (інструктори, викладачі);
- ✓ здійснення інституційних досліджень і консультування (моніторинг якості надання освітніх послуг у сфері професійної освіти, оновлення освітніх стандартів);
- ✓ врахування конкретних запитів підприємств до змісту та якості професійної освіти [4, 5].

Розвиток дуальної освіти, коли в підготовці молодих фахівців беруть участь і навчальний заклад, і підприємство, може стати саме тим поштовхом, що необхідний українській освіті для підвищення якості навчання і її відповідності стандартам та запитам ринку праці. Впровадження дуальної освіти в Україні найперше чекають виробнича, аграрна та ІТ-сфери. Студенти, які навчаються за цими напрямками, більше потребують практики, ніж теорії. На жаль, технічна база вітчизняних вишів застаріла. Тим часом, бізнес вкладає гроші в інновації, а тому може навчити студентів виробничим процесам. Згідно з принципами дуальної освіти, підприємці можуть впливати на формування навчальних програм, тем курсових і дипломних проектів,

розкладів занять, приймання контрольних заходів у студентів тощо. Також сплачувати високу стипендію, наближену до зарплатні. Таким чином, молодим спеціалістам не потрібно шукати компроміс між навчанням і підзаробітком [6].

Дуальні форми навчання вже підтвердили свою ефективність. Вони не тільки сприяють модернізації змісту освіти, підвищенню рівня конкурентоздатності молоді на ринку праці та шансів на знаходження першого робочого місця, але й дають можливість підприємствам готувати для себе кваліфіковані кадри, полегшуючи пошук (молодих) талановитих спеціалістів. Університет, у свою чергу, підвищує якість освітніх послуг та свої рейтинги. Для держави ж якісно підготовлена робоча сила – запорука економічного зростання та розвитку. У цьому полягає значення дуальної системи як моделі організації професійної освіти, яка дає змогу долати неузгодженості між виробничою та освітньою сферами у процесі підготовки кадрів.

Список використаних джерел

1. NCBR: 100 mln zł dla uczelni na realizację studiów dualnych [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C27631%2Cncbr-100-mln-zl-dla-uczelni-na-realizacje-studiow-dualnych.html>
2. Studia dualne - czyli jak połączyć edukację akademicką z praktycznym doświadczeniem zawodowym [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.nauka.gov.pl/aktualnosci-ministerstwo/studia-dualne-czyli-jak-polaczyc-edukacje-akademicka-z-praktycznym-doswiadczeniem-zawodowym.html>
3. Studia dualne to szansa na sukces zawodowym [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.perspektywy.pl/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=1253:studia-dualne-to-szansa-na-sukces&Itemid=119
4. Дуальна освіта [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/profesijno-tehnicna-osvita/dualna-osvita>
5. Дуальна освіта: 50 на 50 – навчання і робота [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://impuls.vntu.edu.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3546%3A-50-50-&catid=9%3A2014-02-09-08-50-23&Itemid=1&lang=en
6. Дуальна освіта: навчання і робота – два в одному [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pedpresa.ua/3740-dualna-osvita->

navchannya-i-robota-dva-v-odnomu.html

Шпита О. А.

Київський національний торговельно-економічний університет

ВПЛИВ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ НА ПІДГОТОВКУ МОЛОДИХ ФАХІВЦІВ

Сьогодні діяльність вищої школи пов'язана з тенденціями трансформування світового освітнього простору із зростаючою відкритістю суспільства, його становленням через процеси соціальної та міжкультурної комунікації, відкритістю новим знанням, новим технологіям, культурам, умовам життя і діяльності, новим способам спілкування та засобам реалізації творчого потенціалу. Сфера вищої освіти не може не змінюватися відповідно до змін та вимог тих підприємств та організацій, підготовку фахівців для яких вона проводить.

Університети ґрунтуються на цінності знання як такого; питання про прикладний характер такого знання стоять в другій черзі, але такою є специфіка саме університетської освіти. Університет не може постійно визначати свою ефективність лише тим, наскільки здобуті в ньому знання та відкриття носять безумовний прикладний характер та мають безумовне практичне застосування [1].

Проте освітні програми та їх компоненти не можуть ігнорувати принцип єдності навчальних теоретичних знань та практичних навичок студентів. Наявність практичних навичок, умінь працювати в команді, здатність вирішувати проблемні ситуації та володіння навичками роботи з клієнтами – те, чого на думку роботодавців, нерідко бракує молодим спеціалістам. В умовах швидких змін внаслідок глобалізаційних процесів, посилення конкуренції підприємства більш гостро відчувають недостатню компетентність молодих випускників вищої школи.

Ще декілька років тому експерти у сфері управління персоналом (директори з персоналу провідних компаній та фахівці у цій сфері) підтверджували наявність розриву в тих навичках, які отримує випускник ВНЗ, і тими навичками, які необхідно мати вже працівнику компанії [2].

Вже сьогодні, в умовах мегатехнологічного розвитку, на ринку праці відбуваються фундаментальні зміни: виконання робочих завдань стає автоматизованим, роботи займають робочі місця людей.

Відповідно, змінюються очікування компаній від співробітників. Ці зміни ставлять перед HR-службами нові організаційні виклики та створюють перешкоди у пошуках талантів, підштовхують до несподіваних рішень і змушують працювати в умовах безпрецедентних ризиків, дестабілізації та соціальних потрясінь.

Темп цих змін наростає, як і жорсткість конкуренції в боротьбі за «таланти». При цьому саме значення слова «талант» більше не несе в собі те ж значення, що 10 років тому; ролі, уміння та посади завтрашнього дня не відомі достеменно нікому. Разом з тим, проводяться активні дослідження перспектив розвитку ринку праці [3], нових професій, які очікуються в майбутньому, з використанням технологій форсайт [4], та на які доцільно орієнтуватися вже сьогодні навчальним закладам та студентам.

Заслуговує на увагу дослідження компанії PwC Україна, проведене спільно з Інститутом науки і цивілізації Джеймса Мартіна при Школі бізнесу ім. Саїда Оксфордського університету, в якому наведено прогноз майбутнього ринку праці. При підготовці Звіту було проведено опитування 10 000 респондентів з Китаю, Індії, Німеччини, Великобританії та США [3].

В прогнозованих моделях розвитку враховується людський фактор, а також передбачається різноспрямований вплив протидіючих сил колективізму й індивідуалізму, інтеграції та фрагментації.

Структура ринку може проявлятися в наступному:

- фрагментація – великі підприємства втрачають панівну роль, оскільки для споживачів не важливий розмір підприємства. Перевага надається фрагментації ринку, де відбувається кооперація малих та середніх підприємств з метою реалізації спільних цілей;
- інтеграція – великі підприємства посилюють свою позиції та збільшують власне значення на міжнародних ринках.

Задоволення попиту може бути реалізоване через:

- колективізм – створення єдиної системи, за рахунок якої задоволення потреб має масовий характер, без індивідуального спрямування. Таким чином, принцип єдності та соціальної справедливості превалює над інтересами індивіда;
- індивідуалізм – задоволення потреб кожного окремого споживача, виходячи з його індивідуальних потреб, за рахунок чого зменшується значення соціальної справедливості та збільшуються можливості підприємств у варіаціях задоволення потреб.

Поєднання представлених напрямів по-різному впливає на ринок праці.

1. Фрагментація та колективізм. Соціально орієнтований бізнес

стає домінуючим принципом господарській діяльності. Єдність та системність надають бізнесу можливість сталого розвитку і формують бачення, при якому людина стає головною цінністю будь-якої діяльності. Кооперація праці та принцип єдності створює систему, при якій кожен спеціаліст є затребуваним і відіграє важливу роль в діяльності.

2. Фрагментація та індивідуалізм. При послабленні позицій великих підприємств, малий та середній бізнес спрямовують свою діяльність на задоволення потреб окремих суб'єктів, груп. За даним сценарієм втрачається глобальність бачення та розвитку, що призводить до уповільнення інноваційних процесів. Відбувається переважання індивідуальних навичок, вузького профілю підготовки над універсальністю спеціаліста, який залучається до роботи.

3. Інтеграція та колективізм. Великі підприємства спрямовують свою діяльність на вирішення глобальних проблем. Питання загального характеру посилюють позиції бізнесу на рівні держави та світу. Ідеологія компанії стає складовою діяльності кожного співробітника. Єдність та розуміння кожного зі спеціалістів дає можливість досягати цілей із максимізацією можливостей.

4. Інтеграція та колективізм. Великі підприємства спрямовують свою діяльність на окремі групи та суб'єкти, зменшує значення соціальної справедливості та створює значне розмежування верств населення. Дана тенденція поширюється не лише на соціум держави, а й на внутрішню структуру компанії. Спеціалісти стають тимчасовим ресурсом підприємства, що має велику кількість альтернатив. Індивідуальні навички та вузька спеціалізація насичують ринок праці спеціалістами за відповідними напрямками, таким чином створюється постійний тиск на кожного молодого спеціаліста на підприємстві.

Прогнозується, що розвиток ринку праці протягом найближчого десятиліття може відбуватися за такими сценаріями [3]:

1. Інновації на чільному місці: червоний світ. У світі, в якому діє небагато правил, сформувався динамічний ринок вузькоспеціалізованих фахівців і підприємців, що конкурують за увагу окремих споживачів і їхніх впливових груп.

2. Царство корпорацій: синій світ. На сцену виходять великі корпорації. На чільному місці - вибір споживача. Кар'єра в корпорації визначає матеріальне становище і соціальний статус.

3. Корпоративна турбота: зелений світ. Суспільна свідомість отримує потужний імпульс для розвитку. Працівники і споживачі демонструють лояльність тим організаціям, які дотримуються високих моральних стандартів поведінки стосовно співробітників і всього іншого світу.

4. Людина - головна цінність: жовтий світ. Справедливе соціальне забезпечення стає імперативом. Соціально орієнтоване підприємництво і ремісники стають центром ринку, що бурхливо розвивається, де панують сильні етичні і моральні принципи.

Будь-який розвиток подій на ринку праці вимагатиме універсальності спеціаліста, який є основним ресурсом, ресурсом інтелектуальним, з первинними навичками за обраним напрямом, які підприємство має конкретизувати під власну діяльність. Важливим є чітке розуміння молодим спеціалістом своєї позиції у відповідній ієрархії бізнес-структури. Саме тому, взаємодія бізнесу та студентства, або інакше кажучи «B2S», є одним із пріоритетних напрямів соціальної діяльності компаній. Університети ж, в свою чергу, повинні сприяти такій взаємодії та враховувати можливі аспекти розвитку подій. Володіння інформацією про те, як потенційно може виглядати майбутній ринок праці, дозволить планувати розвиток університету сьогодні, щоб бути успішним завтра.

Список використаних джерел

1. Федорченко Ю. Університет чи вища професійна школа? 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
2. <http://osvita.ua/vnz/reform/60629/>
3. Кашин А., Польщикова Є., Сахно Ю. Київський міжнародний інститут соціології. Звіт: Випускники українських ВНЗ очима роботодавців [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.yourcompass.org/docs/Employees%20on%20University_Gra duates.pdf
4. PWC. Майбутнє ринку праці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/workforce-of-the-future-ukr.pdf>
5. Атлас новых профессий. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/SKOLKOVO_SEDeC_Atlas.pdf

Платформа 3

Студентська наука в умовах цивілізаційних змін

Bon B.
University of Leeds

THE CRITICAL COMPARISON OF THE BRITISH AND UKRAINIAN EDUCATION

Abstract. This paper is intended to provide the critical analysis of differences between the two different educational systems: British and Ukrainian ones. The author of this paper has graduated from the Kyiv National University of Trade and Economics (the **KNUTE**) with law degrees of LLB, LLM and MSc in Banking and Finance. After the graduation the author pursued the LLM International Banking and Finance Law degree at the University of Leeds, which is 8th ranked Law School in the UK. The analysis and comparison of both educational systems became an inspiration for this paper.

Introduction

The difference between two educational systems are drastic, both in the educational process and scientific research matters, however, it can be argued that each of them have their own advantages and the combination of pros while elimination of disadvantages can serve a great role for improving Ukrainian education and KNUTE's in particular.

This paper has three main sections: introduction, body paragraphs with analysis of the key differences (global exposure, critical thinking, intellectual property, educational process) and conclusions with short proposals on KNUTE's educational system improvement. Given the limitations, this paper will be a short introductory discussion, while it can be developed into wider and rather practical process with the implementation of below-mentioned. The author is highly interested in cooperation and unite efforts of KNUTE's educational process improvement.

Key difference: Global Exposure

Every process and action should start from an understanding of objectives and aims. For an educational process, it is submitted, that globalisation and internationalisation of every profession require a great understanding of the global economy, underlying processes and orientation for future. The KNUTE's education by extensive development was reluctant

to improve intensive part and it is the right time to change this system.

Firstly, artificial intelligence and tendency of automatisisation will abolish all technical professions. The adaptation to this processes is more crucial for educational institutions as their product - quality of education should be regarded in 4-5 years perspective, the time when the schoolboys/girls will graduate.

Secondly, Ukraine's efforts towards joining of European Union will undoubtedly contribute to the higher demand for international specialists: international economists, lawyers, managers etc. Relatively local market-oriented education in KNUTE should be adjusted to international trends.

Thirdly, in order to diversify education, KNUTE may improve its international activity by engaging in the networking activities with universities from abroad. EU programmes like Erasmus are not enough for this purpose, as it provides a possibility to Ukrainian students to study abroad and not vice versa. Providing competitive half-year course designed by top-practitioners from Ukraine with emphasis on Ukrainian economy in a global context is what can attract foreign students and make KNUTE's outlook more preferable and recognisable.

In conclusion, international exposure is a key educational concept as it provides scholars with an understanding of the global economy, processes and prepares them for future of globalised and highly-integrated Ukraine.

Key difference: Critical Thinking

Highly likely that knowledge from university, despite its practical orientation, can be of less applicability in real professional life, thus it should provide students with an ability to think in a way which can resolve challenges, rather than educate what challenges are. In general, it calls critical thinking - the ability to critically analyse, compare, contrast and criticise.

Ukrainian educational system, which is based on Soviet academia heritage, in pursue of Europeanisation became a quasi-education, where real liberty of education is not achieved, while broad, systematic and challenging Soviet education has faded.

It can be argued, that general tendency towards implementation of the European education system is right and some additional efforts may be made. Firstly, liberty of thinking cannot be achieved without a liberal schedule and class choice. This will be broader discussed later in *Educational Process* section. Secondly, the examination process cannot be based on technical remembering of facts, it should require analysis and criticism of the issue based on broad knowledge. For instance, question what

are the remedies under the Ukrainian Civil Code according to Article 16 is conceptually wrong as it requires technical list of remedies, while question of what is the difference between remedies under Ukrainian Civil and Commercial Codes (or remedies under the European legislation), are they harmonically complement or overlap each other. The latter will require deep understanding of both statutes and will require individual analysis and critic of the student, which cannot be borrowed from any source.

In conclusion, KNUTE should slightly amend the objective of education in this outstanding institution - instead of teaching what is process, it should teach how, why the process is operating and how it can be improved.

Key difference: Intellectual Property

The intellectual property in Ukraine, especially in an educational sphere, is not well-respected, which cause low quality student research.

Firstly, liberal attitude towards plagiarism and uniqueness threshold for student papers is unacceptable and strategically damaging practise. Every idea borrowed from someone, should be properly referenced and used only to synthesise own conclusion. Any deviation from the rule should be severely punished as it undermines the whole idea of an educational process.

Secondly, excluding from free excess educational literature will increase the value of university and its library collection in particular and will increase scholars motivation to produce a high quality academic product (as it will benefit them financially).

In conclusion, intellectual property respect will ensure a higher quality of students research and will benefit both universities and scholars.

Key difference: Educational process

Above mentioned Soviet heritage dramatically contributed to the educational process in Ukraine. Students have no ability to choose the class of their interest instead they study the same despite personal interest, intellectual abilities etc. In England, the bachelor's 3-years course consists of 10-12 classes. While in Ukraine in 4 years the author did 59 courses. It is very arguable, that sufficient amount of information for each class is still remembered. While the English system ensures higher density of knowledge in particular sphere.

Also, the examination system differs a lot. Apart from exams questions, discussed above, Ukrainian system does not assess provisional knowledge, as we do not have small electronic tests prior to every class which significantly improve remembering process.

Finally, the concept of reading before the class seems to be beneficial as a valuable time of a professor is not spent to explain simple concepts as in current system but can be devoted to more complicated issues, which is hard to understand for students even after sufficient reading. So the classes purpose is to structure already acquired knowledge and explain sophisticated concepts instead of presenting general and simple basics.

In conclusion, it can be argued, that there are certain arguments advocating for decreasing of classes amount and amending of the classes and exams structure.

To generally conclude, it is submitted, that Ukrainian and KNUTE's educational system, in particular, have certain benefits and advantages, while it can be complemented by European and English concepts, such as tendency towards global exposure, teaching how to think critically, respect to an intellectual property, targeted, individually oriented educational process.

Долід О. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

СТУДЕНТСЬКА НАУКА І ОСВІТА В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ

Постановка проблеми. Глобалізований світ в умовах цивілізаційних змін напрацював цілі сталого розвитку (ЦСР), яких на сьогодні дотримуються всі країни світу. Власне, це 17 цілей і 169 конкретних завдань. Перелік ЦСР був офіційно затверджений на засіданнях Генеральної Асамблеї ООН в кінці вересня 2015 року. Одна з цілей сталого розвитку: «Забезпечення всеохоплюючої освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх»[1].

На сьогоднішньому етапі розвитку сучасної освіти Україна посідає не перші місця серед країн розвиненого світу. У ВНЗ України відбувається реформування освіти, що має призвести до стрибку на вищі щаблі розвитку даної сфери діяльності нашої країни. Сучасна класична структура науки не може забезпечити прогресуючого розвитку освіти, адже має певні недоліки.

У більшості країн західного спрямування запропоновано та впроваджено модульні й рейтингові системи навчання, введено оцінювання знань, яке нині також використовується в Україні. Але важливо пам'ятати, що українська система впровадження

вищезазначених систем є умовною та поверхневою, тому вони також включаються як негативні фактори на вплив якості нашої системи. Для підвищення якості освіти потрібно насамперед розглянути, які шляхи вирішення цього питання запроваджено у провідних університетах світу, дослідити досвід та інновації, які доречно застосувати, а який негативний досвід слід уникати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій [2,3]. На якість освіти впливають багато факторів. В американських і європейських ВНЗ, скорочений робочий тиждень, але там вирішальну роль грає самостійна робота студентів. Ще одним важливим чинником є науково-дослідна робота (НДР), яка є як для суто позитивної характеристики студента, так і окремо для викладача. Важливо пам'ятати, що такі види діяльності розділені, адже кожний із ієрархії освіти показує свій рівень знань у своїй ієрархічній складовій. Якщо викладач виконує такий вид діяльності разом зі студентом він вимушений грати роль або суто наукового консультанта, який дає коментарі стосовно тієї чи іншої проблеми та вказуючи на недосконалоствя роботи студента, або суто на рівні ж того самого студента, якщо на основі цих досліджень з ним хочуть винайти щось нове, запатентувати.

Основна роль у процесі підготовки спеціалістів відводиться викладачу. Австралійський педагог-психолог Джон Біггс запропонував концепцію «Constructive Alignment» (конструктивне вирівнювання), яка є успішною складовою всіх розвинених університетів світу [2]. Згідно з цією концепцією завдання викладача не в переданні інформації, а в організації пізнавальної діяльності студентів на основі здобутих знань, розумінь, навичок. Важливо виховати потребу у самоосвіті впродовж життя та навчити студентів самостійно знаходити, опрацьовувати першоджерела, а ось аналізування фундаментальних базових законів, понять, методів досліджень пояснює викладач. Іншими словами основна база знань із опорних предметів повинна була бути засвоєна в школі або опрацьована студентом під час навчання, а в університеті йде вже про поглиблення таких знань відповідно тій спеціальності, яку вибрав, а найголовніше потім застосування всіх цих знань на практиці, у НДР, що в своєму розумінні веде до запровадження студентами щось нового, а далі патентування.

Важливою складовою буде масове впровадження у системі освіти України білінгвального навчання, яке введе до проривних дій, зсуву з місця застояної системи освіти. У результаті досягається високий рівень мовної та предметної компетенції [3]. При цьому іноземна мова розглядається не тільки як засіб повсякденної комунікації, але і як інструмент пізнання світу спеціальних знань, а в недалекому

майбутньому дасть великі перспективи зближення з сучасним світом на культурно-мовленнєвому рівні, що проламає і інші (економічний, інноваційний, торгівельний, військовий). Іншими словами це призведе до найскорішого вступу до ЄС, НАТО і всіх її складових.

Цікавим є досвід проведення міждисциплінарних семінарів. Семінар – це ефективна форма підготовки студентів, орієнтована на виявленні більшої самостійності у навчально-пізнавальній діяльності. Важливо напрацювання вмінь та навичок у студентів, які сформуують заохочення до навчання впродовж усього життя («lifelong learning»). Але дуже важливим є те, що університетські методи викладання повинні відрізнятися від шкільних у глибшому сенсі [3].

Нині методом проектів є найголовнішим і одним із перспективніших методів навчання [3]. Цінність його в тому, що він створює умови для творчої самореалізації студентів, підвищує мотивацію до навчання, сприяє розвитку інтелектуальних здібностей.

Усі ці методи викликають пізнавальний інтерес, зацікавленість у проведенні науково-дослідної роботи, мотивують студентів до навчання і таким чином можуть впливати на конструктивне вирівнювання.

Мета роботи – дослідити вплив американської та європейської моделі освіти, тобто білінгвального навчання, міждисциплінарних семінарів, круглих столів, методів проектів, що впливає на конструктивне вирівнювання, на українську систему освіти.

Результати дослідження. Теорія конструктивного вирівнювання є базисом в освітніх стандартах та програмах, критеріїв оцінювання результатів навчання у Великобританії, Австралії, Данії, Канаді, США, Швеції та інших країнах. Зміст професійної підготовки спеціалістів в теорії конструктивного вирівнювання базується на результатах навчання. У такій теорії найкращим стартом є чітко зрозумілі і окреслені результати, які планується досягти студентам; усвідомлення того, що студенти повинні зробити, аби досягти бажаного результату навчання, тобто фактично зусилля концентруються на тому, що роблять студенти, а не викладачі. Але водночас з цим, викладачі повинні розуміти як здійснити правильну налаштовану мотивацію цих самих студентів, що їм потрібно реалізовувати таким чином, щоб в студентів не виникало небажання, тобто уникати демотивації. Викладач, власне, пропонує можливості, а вибір за кожним студентом індивідуально.

У педагогіці відомі чотири типи навчально-пізнавальної діяльності. Тільки при правильному поєднанні цих позитивних типів мотивації в одній особистості можливе досягнення найвищих

результатів. Одним із найкращих мотиваційних прийомів для викладачів це підвищення заробітної ставки, а для студентів надання вакантних робочих місць із гідною зарплатнею відповідно до своєї спеціальності і кваліфікації, а також для двох категорій (студентів і викладачів) додаткові грошові винагороди за якісно корисний патент. Студентів цікавлять шляхи швидкої монетизації освіти. Створення стартапів (start up) при університетах відомий вектор для руху в цьому напрямку. Мотивація у ВНЗ України окреслена правильними шляхами, але часто ці ж самі шляхи не правильно реалізуються, через недостатню компетентність самих викладачів. Вони розуміють вже існуючий працюючий процес, але не розуміють як правильно розпочати цей механізм дії, щоб він працював на стабільних засадах. Найгіршої сторони в цій практиці системи освіти України є і сам дисбаланс і демотивація самих викладачів цією генеральною вищою системою контролю, що і призводить до таких результатів.

У пробудженні пізнавального інтересу студентів важлива роль викладача, який у навчальному процесі виступає як організатор навчального процесу, інструктор, модератор, лідер групи студентів.

Викладання хімічних, технологічних, товарознавчих дисциплін у ВНЗ має перевагу, так як вивчення студентами теоретичних засад поєднується з експериментальними дослідженнями. Добре обладнані лабораторії кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю, а також на інших кафедрах КНТЕУ надають можливість студентам з цікавістю виконувати досліди, передбачені українськими програмами навчальних дисциплін і вони цілком їх виконують у рамках науково-дослідної роботи, але до вищого рівня, ніж цікавість вони не переходять. Через таку складову сучасної системи освіти Україна потерпає на грані зникнення висококваліфікованих як працівників закладів України так і меншої інноваційно-продуктивної сили студентів. КНТЕУ є найкращим із університетів, які готують спеціалістів напрямку товарознавства, технології, але і цей університет не дає високих результатів навчально-наукової діяльності. Як відомо, в західних ВНЗ студенти в таких лабораторіях патентують нові винаходи, відкриття, що дає поштовх їхнім країнам переступити за межу IV індустріальної революції.

Пізнавальний інтерес до вивчення дисципліни підсилюється участю студентів уже з першого курсу в круглих столах, семінарах, наукових дискусіях, майстер-класах, конференціях. Щороку КНТЕУ представляє кращі наукові студентські роботи на Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт у галузі хімічних дисциплін. Однак, усі ці заходи необхідно готувати, що потребує значних зусиль як з боку викладача, так і студентів. Якщо викладач зацікавлений у

високих результатів студентів, що визнає його як приклад гарного мотиватора, а студенти визначаються його результатами, то такі види діяльності є плідними : спільні публікації (статті, тези), сертифікати учасників міжнародних конференцій. На кафедрі товарознавства, управління безпекою та якістю для пробудження інтересу студентів до вивчення хімічних дисциплін застосовуються різні підходи і методи [2]. Активні студенти під керівництвом досвідчених наставників об'єдналися у науковий клуб «Start in Science» Наукового товариства студентів, аспірантів та молодих вчених, що є виявом мотивації, обумовленої бажанням особистості реалізувати природні здібності, виявити інтелектуальну активність. Створено сторінку <https://www.facebook.com/groups/ChemistsKNTEU/>, на якій студенти висвітлюють свою діяльність, це дає змогу запроваджувати системи змішаного навчання («blended learning»), користуючись інструментами комунікації та інформатизації Facebook, Massanger, Viber, що дає змогу швидкої передачі та донесення інформації до активістів. Науковий клуб «Start in Science» також спирається на засади критичного мислення згідно з пірамідою Ділтса. Відповідно до неї науковий клуб будується як школа лідерства.

Щоб краще зрозуміти проблему покращення результатів навчально-наукової діяльності у ВНЗ, ініціативними студентами самостійно була розроблена анкета і проведено анонімне соціопитування, де поставлено актуальне питання:

Яка на вашу думку, найголовніша проблема сучасної вищої освіти?

- А) Застарілі методи і механізми викладання;
- Б) Відсутність інновацій;
- В) Не достатня мотивація студентів;
- Г) Лицемірство та корупція.

Було опитано 200 студентів Київського національного торговельно-економічного університету різних вікових груп, факультетів, спеціальностей згідно із соціологічним методом організації подібних акцій. Одержані результати наведені в табл. 1.

Одержанні результати свідчать, що викладачам є над чим працювати, щоб покращити результати навчально-наукової діяльності.

Таблиця 1

Результати соціопитування студентів КНТЕУ

Відповіді (вибрані студентами)	Результат, у %
<i>А) Застарілі методи і механізми викладання</i>	48,5
<i>Б) Відсутність інновації</i>	22,5
<i>В) Не достатня мотивація студентів</i>	20
<i>Г) Лицемірство та корупція.</i>	9

Студенти-активісти раді тому, що, розвиваючи пізнавальний інтерес студентів до вивчення хімічних дисциплін, викладачі звертаються до наукових праць не тільки вітчизняних авторів, але англomовних видань ВНЗ світу. Важливою складовою також є сприяння і мотивування активістів наукового клубу до презентації своїх наукових робіт на англійській мові на різних між університетських та поза університетських заходів. Так реалізується білінгвальне навчання, яке передбачає вільне володіння навчальним матеріалом як державною мовою, так і англійською, як більш значущою у науковій літературі. Це тільки один, на ряду з іншими, які розглядались вище з інструментів підготовки фахівців із високорозвиненими професійними компетенціями, які демонструють конкурентоспроможність не лише в Україні, а й в світі. Необхідно відмовитись від лозунгу «старого не порушуємо, нового не впроваджуємо», а потрібно, щоб було «навчання протягом життя, самовдосконалення особистості, революція і реформація свідомості народу».

Висновки. Наведені результати дослідження впливу американської та європейської моделі освіти на впровадження інноваційних освітніх технологій (білінгвального навчання, міждисциплінарних семінарів, круглих столів, методів проєктів, конструктивного вирівнювання, критичного мислення) в українську систему освіти. Показано, що реформування освіти у ВНЗ України потребує вивчення та впровадження досвіду кращих навчальних закладів світу та ставить перед нами завдання постійного пошуку та застосування результативних інноваційних методів активації навчально-пізнавальної діяльності студентів.

Студентська молодь вважає дуже важливим питанням осучаснення як обладнання в ВНЗ так і самої системи освіти і науки України. Студентська наука зараз зазнає складні інноваційні зміни, які потрібно прийняти. Наука повинна взаємодіяти з інноваціями, мати фінансову і матеріальну підтримку. Лабораторії, де відбуваються

дослідження, готуються курсові і випускні роботи, повинні мати інший рівень, заробляти, і таким чином, мотивувати студентів для подальшої діяльності. Усе це стимулювало б активізацію навчально-пізнавальної діяльності студентів, піднімало б на якісно новий рівень співпраці з викладачем, відкидало такі негативні фактори, як лицемірство і корупція, а як результат впливало б на підготовку висококваліфікованого, мотивованого до майбутньої професійної діяльності спеціаліста.

Список використаних джерел

1. <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>.
2. Чикун Н. Психолого-педагогічні аспекти активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів / Н. Чикун // Вища школа. – 2012. - № 7. – С. 47-55.
3. Пасальський Б. Інноваційні технології навчання у реформуванні системи вищої освіти / Б. Пасальський, Н. Чикун // Вісник КНТЕУ. - 2016. - № 3. – С.135-144.

Тези написано під науковим керівництвом ст. викл. Чикун Н. Ю.

Kuznetsov K. A.
Trading and Economics College of KNUTE

PROSPECTS OF STUDENTS' SCIENCE DEVELOPMENT IN DIGITAL SOCIETY: THE GOLDFISH EFFECT AND HYPERBOLIC DISCOUNTING

From the beginning of a science, students and young scientists were integral parts of it development. People who have been thinking differently, those who had been care about this world discovered and developed new blind and lurking corners of science for ages. However, as globalization and integration have been becoming essential in our lives, the question about future of students' science rises.

Globalization and integration erased borders between countries and gave students all over the world a possibility to push their limits in science as well as to unite knowledge of different nations. There are not problems with communication for huge distances nowadays, because social networks and the internet let people to communicate without any efforts. On the other

hand, students started to spend too much time in the internet and in the social networks as well what cause new problem – the goldfish effect.

The goldfish effect – is a situation, when a person cannot concentrate for long periods of time due to being affected by an attempt to simultaneously perceive huge missives of information which humans' brain cannot perceive. As a result, brain starts to decrease an attention span in order to analyze incoming information faster. Moreover, our brain can be more easily distracted by multiple streams of media due to the fact it needs to sort out relevant and irrelevant information from different sources of information.

As an evidence to this point of view, in 2015[1] Consumer Insights team of Microsoft Canada surveyed 2,000 Canadians and also studied the brain activity of 112 people as they carried out various tasks.

Attention span is the amount of concentrated time on a task without becoming distracted. According to studies, the average attention span was 12 seconds in 2000. By 2013, that had dropped to eight seconds. That's eight seconds of total concentration and processing power before the brain moves on to the next task. Compare that to the average attention span of a goldfish, which is nine seconds. According to the National Center for Biotechnology Information, we have shorter attention spans than goldfish.

The study found that 44% of Canadians have to “concentrate hard to stay focused on tasks,” and 45% get “side tracked from what they’re doing by unrelated thoughts or day dreams.” Researchers correlate the inability to focus on a single task to the adoption of technology, the large volume of media consumption, our social media use and multi-screen behavior. The study suggests that long-term focus is being diminished by increased digital consumption.

Researchers also found younger Canadians, aged 18-24, were far more likely to be addicted to their devices, with over 77% of them answering “yes” when asked: “When nothing is occupying my attention, the first thing I do is reach for my phone.” In contrast, only 10% of those aged 65 and over answered “yes” to the same question.

Most educators and psychologists agree that the ability to focus attention on a task is crucial for the achievement of one's goals. It's no surprise attention spans have been decreasing over the past decade with the increase in external stimulation.

The research follows a study by the National Centre for Biotechnology Information and the National Library of Medicine in the US that found 79 per cent of respondents regularly "dual screen" by using portable devices while watching TV.

[David Hollinsworth](#) [2] admits that “there is evidence that points toward a connection between reduced attention span and stress. As a person

who has succumbed to the effects of stress myself, I can personally reiterate that one of the first symptoms that affected me was my inability to concentrate and hold information or thoughts in my head for any length of time. After speaking to many people about this, I am convinced that I am not alone with this experience”

Taking into account effects which are caused by the Goldfish effect, it can be concluded that it will boost another effect - hyperbolic discounting. Hyperbolic discounting[3] refers to the tendency for people to increasingly choose a smaller-sooner reward over a larger-later reward as the delay occurs sooner rather than later in time. As David Laibson [4] admits, hyperbolic discount functions induce dynamically inconsistent preferences, implying a motive for consumers to constrain their own future choices.

Due to the fact students have been becoming more aggressive, they will try to find a way to get rid of an irritant. Therefore, hyperbolic discounting will affect their behavior significantly which will cause lack of strategic thinking and realizing aims and possibilities of taking part in conferentions. What is more, they will not be able to see benefits from studying, in contrary they will think only about satisfaction their basic needs and that is all.

Of course it is impossible to affirm that all students will be unable to study and will be uninterested to take part in scientific events, but there will be a significant downward trend. Regarding current situation, it is possible to see that it is happening now. Attention span of people leaving in Canada decreased from 12 to 8 seconds and it is not the end.

All this factors affect student’s cognitive abilities and leads to the decreasing the level of student’s IQ. On the other hand, social networks way of information receiving cause the higher level of stress and the goldfish effect as well. Students have been becoming unable to concentrate for a long period of time. Moreover, due to the fact people lose attention; the level of their stress becomes higher. It causes increasing role of hyperbolic discounting which makes students unable to see prospective for long periods of time because they will not be able to calculate it.

As a result, students may become uninterested in participating in science and even refuse to study it because of the fact they will be not able to. All these factors may have a detrimental effect on the whole science.

References

1. Microsoft Attention Spans Research Report [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ru.scribd.com/document/265348695/Microsoft-Attention->

[Spans- Research-Report.](#)

2. [David Hollinsworth.](#) The goldfish effect: how short attention spans are killing your productivity[Електроннийресурс] – Електрон. дані. Режим доступу: <https://www.targit.com/en/blog/2014/04/data-visualization-goldfish-effect>.
3. A Critical Review. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 351-401.
4. Laibson, David. "Golden eggs and hyperbolic discounting". *The Quarterly Journal of Economics* 112.2 (1997): 443-478.

Мазуркевич А. С.

Київський національний торговельно-економічний університет

РОЗВИТОК СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКИ В УКРАЇНІ

Студентство у кожній країні в усі часи було рушієм процесу науки та освіти. Саме студенти завжди були і будуть найпрогресивнішим прошарком населення. Це пов'язано і з віком, і з колом спілкування, і з зацікавленістю у чомусь новому як для себе, так і для своєї держави. Саме студенти як ніхто інший прагнуть змін та реформ, адже вони і є майбутнім кожної країни і саме вони мають продовжувати розвиток та піднесення своєї держави.

У культурному розвитку України за весь період становлення відбувалися неоднозначні, суперечливі процеси, обумовлені різними історичними чинниками. Стримуючими, дестабілізуючими культурний процес чинниками у XIV-XV ст. стали: падіння Візантійської імперії, що позбавило православ'я зовнішньої опори, відсутність власної держави, наступ католицької церкви, татарські навали. Проте зникнення візантійського впливу спричинило початок активного засвоєння надбань західноєвропейської культури. Піднесенню української культури, а разом з тим, і науки, сприяли: науково-технічний прогрес, виникнення друкарства, розвиток в Україні гуманістичної думки під впливом європейського Відродження.

У цей період вчителями продовжувало залишатися духовенство, яке навчало дітей при церквах. Заможні люди наймали дяків для домашнього навчання. Подальшу освіту здобували в європейських університетах. У Краківському університеті вихідці з України навчалися з часу його заснування (1364). Лише в XV – XVI ст. тут отримали освіту 800 українців. Вчилися вихідці з українських земель у знаменитій Паризькій Сорбонні, в університетах Німеччини: Гейдельберзькому, Віттенберзькому, Лейпцизькому та ін. Українські

студенти були в Італії – у Болоньї та Падуї. Так, у списках Падуанського університету XVII ст. було понад 2 тис. українців.

Навіть за несприятливих умов іноземного панування в Україні виникали школи грамоти. Відомо, що такі школи існували на Волині ще в XIII ст., у Києві – у XIV ст. Із часом кількість шкіл збільшувалася. Перша українська школа у Львові виникла в 1546 р. Відомою була також школа грамоти у м. Красноставі в Галичині. Школи з'явилися й на Правобережжі та в Закарпатті, їх відкривали переважно при церквах і монастирях, де викладачами були церковнослужителі. У початкових школах навчалися діти різного віку – і малі, й підлітки. Навчали дітей письма, читання, початків арифметики, молитв, співу.

Першим закладом вищої освіти в Україні стала Острозька академія (колегіум), яку відкрив близько 1576 р. князь Костянтин Острозький у м. Острозі (тепер у Рівненській обл.). Цей заклад згодом піднявся до рівня тогочасних європейських академій. У ньому кращі українські та іноземні вчені викладали граматику, риторику (мистецтво виголошувати промови), арифметику, музику, астрономію та інші науки. Викладачами там працювали високоосвічені люди: Дем'ян Наливайко, Василь Суразький, Тимофій Михайлович, Ян Лятош, Кирило Лукаріс та ін.

Культурному піднесенню в Україні наприкін. XVI – на поч. XVII ст., зокрема розвитку освіти, сприяли братства. При кожному з них було засновано братські школи. Першим ректором Львівської братської школи став відомий учений Іов Борецький, а викладачами – брати Стефан і Лаврентій Зизанії, Кирило Ставровецький, Памво Беринда та ін. Навчання у братських школах регламентувалося статутом – «Порядком шкільним». У цих школах навчалися діти заможних міщан, козаків, нижчого духовенства, дрібної шляхти, старшин, а також сироти. Вихованці шкіл мандрували по Україні, поширюючи знання, закликаючи громадянство до опору польсько-католицькому наступу.

Науковими центрами в Україні були Острог, Львів і Київ, де зосереджувалися навчальні заклади. Учені, які групувалися в Острозі, написали ряд наукових праць із філософії, мовознавства, астрономії тощо. Професори Києво-Могилянського колегіуму сприяли розвитку слов'янського мовознавства, української мови, розробляли проблеми філософії, логіки, психології й інших наук. Йосип Кононович-Горбацький створив «Підручник логіки», а Інокентій Гізель написав «Загальний нарис філософії».

Центром культурно-освітнього життя України в період XVII-XVIII ст. була Києво-Могилянська колегія, яка у 1701 р. отримала титул і права академії. За часів гетьмана І. Мазепи вона досягла

найбільшого розквіту. На початку XVIII ст. в ній навчалось дві тисячі студентів. Академія була відкрита для широких верств населення України, приймала також студентів і з інших православних країн – Сербії, Чорногорії, Болгарії. Тут працювали видатні вчені, письменники, митці Лазар Баранович, Іоаникій Галятовський, Варлаам Ясинський, Дмитро Туптало, Феофан Прокопович, Симеон Полоцький та ін. Визначними культурними діячами стали Г. Сковорода, В. Рубан, М. Березовський, П. Гулак-Артемівський. Авторитет Київської академії був надзвичайно високим. Професори і талановиті студенти запрошувались для піднесення освіти та культури в інші слов'янські країни.

У своїх реформах Петро I спирався передовсім на вище духовенство, що вийшло зі стін Києво-Могилянської колегії. Із числа визначних діячів науки і культури, що спочатку жили і творили у Києві, а згодом продовжили свою кар'єру за кордоном, слід назвати Феофана Прокоповича, Стефана Яворського, Георгія Кониського, Паїсія Величковського.

Своєрідними філіями Київської академії були колегіуми, засновані у містах Ніжині, Білгороді, Переяславі. У 1779 р. в Полтаві було відкрито слов'янську семінарію, згодом її перенесено до Катеринослава, на землі тодішнього Запоріжжя. З 1780 по 1789 рік у Полтавській семінарії вчився Іван Котляревський, майбутній зачинатель української літератури.

На другу половину XVIII ст. припадають спроби українського громадянства заснувати на території України університет. У 1764 р. представники дворянства передали імператриці Катерині II меморіал з цього приводу. Граф Рум'янцев, намагаючись піддобритися до українського дворянства, проектував заснувати університети в Києві й Чернігові. Але ні ці, ні пізніші плани не мали успіху: російський уряд відкидав усякі спроби розбудови вищого шкільництва в Україні. Згодом і Київську академію він привів до упадку: в ній та в колегіумах було запроваджено навчання російською мовою, з часом академію перетворено в духовну, колегіуми – в духовні семінарії. Лише у 1805 р. Слобідська Україна домоглася відкриття університету в Харкові. Засновані ж Катериною II так звані «народні училища» були розсадниками дрібного русифікованого чиновництва.

В XIX столітті вища освіта набула нового розвитку. Так перший університет було засновано у 1805 році в Харкові (ініціатор Каразін), першим ректором якого був український поет П. Гулак - Артемівський.

Другим за чергою був Київський університет св. Володимира, заснований у 1834 році на базі закритого Кременецького ліцею. Він

спочатку мав два факультети - філософський та юридичний; у 1841 році відкрито медичний факультет, у 1850 - філософський, який згодом було поділено на два інших: історико - філологічний та фізико-математичний. Першим ректором був М. Максимович.

Третім університетом був Новоросійський в Одесі, заснований у 1864 році.

Львівський університет був заснований у 1784 році. У 1849 р. було відкрито кафедру української мови та літератури (голова - Яків Головацький). У 1894 році відкрито кафедру української історії, яку посів професор М. Грушевський, у 1900 році засновано кафедру української літератури (К. Студинський).

На Буковині університет було засновано у 1875 році в Чернівцях. Мовою викладання була німецька, але існували й кафедри з українською мовою навчання: української мови та літератури, церковно - слов'янської мови та практичного богослов'я.

Університети не обмежували вищої освіти: у Києві існувала Духовна Академія, були Технологічний інститут у Харкові (з 1884р.), політехнічний інститут у Києві (1898р.), у Львові (1884 р.), Ветеринарний інститут у Харкові тощо.

Важливим чинником поживлення культурного життя ХХ ст. став розвиток освіти. У зв'язку з подальшим зростанням потреби в письменних людях і спеціалістах, під впливом революційного руху в Наддніпрянщині мережа початкових шкіл та середніх навчальних закладів, а також учнів у них збільшувалися. Так, протягом 1897-1911 рр. кількість початкових шкіл зростає з 13 570 до 18 719. У 1914-1915 рр. в Україні було 26 тис. загальноосвітніх шкіл і понад 60 професійно-технічних училищ, у яких навчалася відповідно 12,5 тис. та 5 тис. осіб. Однак все це далеко не задовольняло потреб населення в освіті: близько 70% його не вмів читати і писати, обсяг і рівень знань набагато відставали від вимог часу, царизм так і не дав дозволу на запровадження навчання у школах рідною мовою.

Кількість студентів в університетах на початку ХХ ст. зростає в середньому більш як у два рази. Усього в 1908-1910 рр. в університетах України навчалася близько 12,7 тис. чоловік. Однак уряд обмежив доступ в університети для вихідців з "нижчих" станів, для робітників і селян він залишався практично закритим, на всій території України не було жодного закладу вищої освіти з українською мовою викладання.

Сприятливіші умови для розвитку освіти в українському дусі склалися на західноукраїнських землях. Перед Першою світовою війною у Галичині функціонувало шість українських державних гімназій. У них, а також у 2 510 народних школах українською мовою навчалася 440 тис. дітей. На Буковині в 1911 р. було 216 українських

народних шкіл, діяли україномовна державна гімназія та семінарія для дівчат. Доступною для небагатьох залишалася вища школа на західноукраїнських землях. Так, у 1911-1912 навчальному році у Львівському університеті було 5 271 студентів, частка українців серед яких становила 21%. У Львові значного розмаху набув рух за відкриття окремого українського університету. На знак протесту проти гальмування цієї справи 600 українських студентів Львівського університету у 1901 р. організовано залишили навчання.

Від проголошення незалежності України культурна політика стала однією з найважливіших сфер діяльності держави. У схвалених Верховною Радою України "Основах законодавства про культуру" (1992), Законі "Про освіту" та інших законодавчих актах сформульовано основні напрями діяльності держави з питань культурного будівництва, яке є одним із вирішальних чинників національного відродження, духовного розвитку нації.

На початок 2017/18 навчального року в Україні діяв 661 заклад вищої освіти. Кількість студентів, що здобували вищу освіту в цих закладах, становила 1539 тис. осіб (на початок 2016/17 навчального року – 657 та 1587 тис. відповідно).

У 2017 р. закладами вищої освіти країни було випущено 421 тис. фахівців, що на 34 тис. осіб (8,9%) більше, ніж у 2016 р., із яких понад 4 тис. випускників Київського національного торговельно-економічного університету.

З давнини українському етносу були притаманні високий рівень освіченості, наукових досягнень. Українці зробили вагомий внесок у розвиток світової освітньої сфери та науково-технічного процесу. Ці сфери є важливими чинниками розбудови незалежної України, її входження до світового економічного та культурного простору.

Список використаних джерел

1. Історія України: Довідник/ О. Гісем. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2014. – 108 с.
2. Історія України: у 2 т. Т. 2. Від середини XVIII століття до 1923 року./ Н. Полонська - Василенко. - 3 - тє вид. - К.:Либідь, 1995. - 608с.
3. Розвиток освіти і науки України в 17-18 ст./ Горбач Н. Я, Гелей С. Д., Російська З. П. та ін., К., 2015.- 154 с.

Шахбазова Е. С.

Київський національний торговельно-економічний університет

ЧИ ДІЙСНО ВАЖЛИВІ, А ГОЛОВНЕ-НЕОБХІДНІ РЕФОРМИ В ГАЛУЗІ ОСВІТИ?

Наразі батьки неодноразово стикаються з проблемою, пов'язаною з навчальним процесом їх діточок. Приходячи зі школи, малюк замість відпочинку або прогулянки на свіжому повітрі сидить, зігнувши спину, та вчить купу завдань на наступний день майже до самої ночі. Звичайно, дитина будь-якого віку втомиться від такого мозкового штурму, а як наслідок, не зможе насолодитися повноцінним здоровим сном та піти до школи з гарним настроєм та запасом енергії. Отже, саме тому я вважаю, що реформи в освітній галузі-одна з найважливіших діянь державної влади, а зокрема Міністерства освіти та науки України.

...Більше грошей вчителям, менше перевірок, платні уроки і 12 років у школі - що зміниться у навчанні після ухвалення нового закону "Про освіту"...

Саме з цих слів починалася гучна реформа 2017 року, яка була спрямована на переведення учнів на колишню 12-річну систему навчання. За міністра освіти Дмитра Табачника у 2010 році Рада затвердила 11-річку, проте вже з 1 вересня 2018 року першачки навчатимуться з 1 по 12 клас. У Міносвіти пояснювали, що нові методики викладання неможливо вмістити у 11 років навчання. Саме тому необхідно збільшити тривалість навчання на рік та запустити повноцінну старшу профільну школу. Я як бувший лідер учнівського самоврядування неодноразово відвідувала різні школи, проте профільних шкіл я нарахувала на пальцях однієї руки. Але чому тривалість навчання змінили, а іншу обіцянку, яку я вважаю досить суттєвою-ні?

Проте в цій реформі є й позитивні сторони:

Буде три рівні середньої освіти:

- початкова (4 роки)
- базова (5 років)
- професійна (3 роки)

Початкова освіта ділитиметься на два цикли:

- 1-2 класи - адаптаційно-ігровий, без оцінок та з іграми
- 3-4 класи - основний цикл, з навчанням по предметах, частину з яких будуть оцінювати

Середню освіту пропонують поділити на:

- базову (5-9 клас)
- профільну (10-12 клас). При цьому профільна освіта - це вже окремі навчальні заклади.

У новій школі учні матимуть свободу вибору предметів та рівня їхньої складності. Буде можливість навчатися в "різновікових предметних або міжпредметних групах". Школам пропонують широку автономію, яка передбачає можливість самостійно формувати освітні програми, складати навчальні плани, обирати методики. Кожен вчитель має вчитися не менше 150 годин упродовж 5 років. Де саме, обиратиме він самостійно. У вчителів також будуть свої "екзамени" під назвою "зовнішня незалежна сертифікація". За це їм обіцяють 20% надбавки до заробітної плати.

Права дітей

Автори закону вперше створили систему гарантування права на освіту для осіб з особливими потребами.

У разі необхідності у навчальних закладах мають обов'язково створити інклюзивні класи для навчання осіб з особливими освітніми потребами. Документ увів посаду освітнього омбудсмена, який має розглядати скарги на порушення права на освіту.

Державна мова - закон , мова національних меншин-обов'язок демократичної країни

Мовою освіти є державна мова , проте в процесі запровадження реформи виникли гучні суперечки між депутатами стосовно формулювання про мову навчання дітей нацменшин і корінних народів.

Мовами національних меншин, згідно з законом, в Україні є: білоруська, болгарська, гагаузька, грецька, єврейська, кримськотатарська, молдавська, німецька, польська, російська, румунська, словацька та угорська.

Національним меншинам дали право вчитися їхніми мовами поряд з українською у дитсадках і 1-4 класах, а корінним народам ще і у середній школі у окремих класах (групах).

"Понять кримськотатарська, чи російська, болгарська школи більше не існує. Тобто будуть українські школи з російськими класами з першого по четвертий. Школи з кримськотатарськими можна з 1 до 11", - каже депутат Костянтин Усов, який входив до групи, що склала компромісне формулювання.

Що чекає учнів у 2018 році ?

Чергова забаганка влади чи реальне покращення умов навчання ?

На сьогоднішній день ЗМІ розповідають про успішний старт "Нової української школи". На забезпечення якісної, сучасної та доступної загальної середньої освіти місцевим бюджетам виділяється субвенція з держбюджету в розмірі 1,37 млрд грн.

Модернізація школи

Одним із компонентів "Нової української школи" є сучасне освітнє середовище. Крім класичних варіантів, буде використано новітні, наприклад, мобільні робочі місця, які легко трансформувати для групової роботи. Планування і дизайн освітнього простору школи буде спрямований на розвиток дитини і мотивації її до навчання. До перенавчання педагогів долучатиметися уряд Фінляндії, а також міжнародні донорські організації, тож по факту витрати на одного педагога можуть виявитися більше.

Список використаних джерел

1. <http://www.bbc.com/ukrainian/features-41166666>
2. Закон України «Про освіту»
3. Українська правда, інтерв'ю Миколи Скиби, експерта з освіти Українського інституту майбутнього:
<https://life.pravda.com.ua/society/2017/12/18/228015/>

Платформа 4

Європейські цінності глобального економічного простору

Аврамчук Н. О.
Київський національний торговельно-економічний університет

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ГАРАНТУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ В ПРАКТИКУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Фінансова безпека підприємства є визначною характеристикою його нормального функціонування в умовах ринкової економіки та забезпечення ефективної операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Рівень фінансової безпеки залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників та впливає на загальний фінансовий стан країни. З цього випливає, що є необхідність проаналізувати зарубіжний досвід забезпечення фінансової безпеки підприємств, щоб запровадити найефективніші механізми у практику вітчизняних підприємств.

Фінансова безпека підприємств є дуже складним механізмом, що включає в себе набір певних характеристик, які забезпечують згладження ризиків фінансових втрат та попередження загрози банкрутства. [1]

Серед індикаторів фінансово-економічної безпеки підприємства найважливішими є: показник фінансового ризику, як співвідношення власних коштів та позикових, який повинен дорівнювати менше 1; показник ліквідності підприємства, який повинен бути більшим за 1; показник забезпечення довгострокових боргових зобов'язань власним капіталом, що повинен становити 0,65 і менше; показник рентабельності підприємства повинен перевищувати банківський відсоток за користування позиковими коштами.

Якщо розглянути ситуацію з інтегральними показниками в Україні за 2013-2016 роки, ми зможемо спостерігати таку тенденцію (табл.1): показник фінансового ризику мав позитивне значення лише в 2016 році. Так, в 2013 році позикові кошти підприємств перевищували власні на 53%, в 2014 році – на 43%, а в 2015 році – майже в 2,5 рази. В 2016 році ситуація дещо вирівнялась, внаслідок чого власні кошти перевищили позикові на підприємствах на 5%; показник ліквідності, тобто здатність підприємства погасити свої поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів, за нормальної діяльності підприємства

повинен мати значення більше 1,5-2,5, але не менше 1. В 2013-2014 роках оборотні активи підприємств України на 9% та 10% відповідно перевищували їх поточні зобов'язання, що говорить про здатність більш-менш нормально функціонувати за необхідності їх погашення. Ситуація в 2015-2016 роках свідчить про нездатність підприємств покрити навіть поточні зобов'язання, не кажучи вже про довгострокові. Сума поточних зобов'язань за цей період перевищувала оборотні активи на 2% та 7% відповідно, що говорить про тенденцію до погіршення даної ситуації в Україні; показник забезпечення довгострокових зобов'язань власним капіталом в 2013-2014 роках мав досить позитивне значення.

Таблиця 1

Інтегральні показники фінансової безпеки підприємств України за 2013-2016 рр.

Показники	2013	2014	2015	2016
Фінансовий ризик	1,53	1,43	2,47	0,95
Ліквідність	1,09	1,10	0,98	0,93
Забезпечення довгострокових зобов'язань власним капіталом	0,50	0,45	0,82	1,09

Джерело: розраховано автором на основі [2]

Відповідно до цих даних, необхідно зробити висновки про необхідність імплементації найбільш якісних заходів підтримки фінансової безпеки підприємств в Україну.

Розвинені країни світу з ринковою економікою найбільшого значення приділяють теоретичним основам забезпечення фінансової безпеки підприємств. Вони розробляють стратегічні планові документи, які забезпечують відповідні умови захищеності матеріальних та фінансових цінностей суб'єктів господарської діяльності. Більшість таких країн, розуміючи, що між розвитком бізнесу в державі та забезпеченням її соціально-економічної безпеки існує тісний зв'язок. Однією з таких провідних країн є Німеччина, основою забезпечення фінансової безпеки підприємств якої є Доктрина соціального партнерства. Звичайно, найбільше уваги в даному документі виділяється забезпеченню належного рівня соціально-економічної захищеності саме населенню Німеччини.

Концепція Національної соціально-економічної безпеки (НСЕБ) регулює сферу ринкової діяльності підприємств загалом, гарантує стабільний розвиток держави через надання державі контрольних

функцій. Практично ця доктрина сприяла створенню національних спеціальних служб, головною метою яких є вирішення важливих економічних проблем через утворення нових контрозвідкових структур, функціями яких є безпека та охорона соціально- економічних інтересів підприємств та населення. Подібним є досвід США, де на законодавчому рівні було створено умови об'єднання дій правоохоронних служб країни з приватними охоронними чи детективними агентствами з метою їх спільного забезпечення належним умов соціально-економічної безпеки підприємств. Основними програмами їх діяльності є в першу чергу запобігання правопорушень фінансової безпеки організацій, а також збереження їх репутації шляхом нерозголошення цих порушень та ефективних і своєчасних дій щодо розслідування та знешкодження їх наслідків. Основним документом забезпечення фінансової безпеки підприємств на національному рівні у Франції є Закон з питань організації національної оборони. Пріоритетними завданнями забезпечення належного рівня фінансової безпеки є в першу чергу фізичний захист матеріальних цінностей та інтелектуальної власності, а також забезпечення безпеки інформаційних систем.

Досвід таких країн, імплантований в національну економіку України, зможе забезпечити належний рівень фінансової безпеки підприємств та економіки загалом. Відповідно до наведених вище положень, можна розробити певну концепцію політики забезпечення фінансово-економічної безпеки України: створення належного рівня соціально-економічної захищеності населення та бізнесу шляхом забезпечення контролю держави за економічними процесами; створення державних та приватних структур, функціями яких буде безпека та охорона соціально-економічних інтересів підприємств та населення, а саме: запобігання правопорушень, їх швидке розслідування та збереження репутації підприємств. Ці заходи сприятимуть не лише зміцненню фінансово-економічної безпеки підприємств, а й забезпеченню захисту національної економіки, що створить кращі умови конкурентоспроможності України на рівні зовнішньоекономічної діяльності.

Список використаних джерел

1. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів економічних і юридичних спеціальностей усіх форм навчання / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України» ; за заг. ред.

д-ра екон. наук, проф. С. М. Фролова ; [С. М. Фролов, О. В. Козьменко, А. О. Бойко та ін.]. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 332 с.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

Andrieieva V.,

Dziuba A.

Kyiv National University of Trade and Economics

EUROPEAN VIEW ON SMALL AND MEDIUM BUSINESS DEVELOPMENT

The experience of some European countries proves that an effective step to ensure the socio-economic development of the state is the decentralization of power and the increasing autonomy of the regions, taking into account their specificities and differences.

In modern European countries, small and medium-sized business is the basis of socio-economic development; it represents the middle class, which is the basis for the stable development of the economy.

In the countries of the European Union, the economy is based on small and medium-sized enterprises employing more than 70% of the employed population in the private sector. Small and medium-sized business has long been perceived not as a means of auxiliary earnings, but as a component of the economic market environment, giving them certain benefits and creating a favorable environment for business and development[1].

One of the important steps in supporting SMEs in Europe is the creation and operation of international small and medium business support programs that provide financial assistance and information on obtaining financial resources.

The widespread use of information technology to submit applications for loans, transfer of relevant data, processing and servicing play a significant role in the provision of assistance to small and medium-sized business.

Small enterprises in the regions do not always have the appropriate technical and qualification support. This again confirms the urgency of establishing regional projects of organizational and economic support of such entities.

In European countries, much attention is being paid to the

development of SMEs through the improvement of legal regulations in the field of SME regulation and taxation, the creation of SME support funds, the attraction of investments in this sector, and the expansion of lending programs for this economic entity. This task was partially solved by creating a methodological basis for statistical reporting on the assessment of the state of small business, on the basis of which both continental and national trends of its development are defined [4]. However, in every European country, there are unique systems of criterion and statistical estimations of small business, which differ from each other.

A feature of the European model for supporting small and medium-sized business is its multilevel structure. At the highest (supranational level) support for entrepreneurship is provided by the European Union (in particular, by the European Commission), at the state level these tasks are entrusted to ministries, on whose initiative in each of the areas of state support, a special infrastructure has been created [1].

For certain regions of Hungary that have been granted the status of isolated areas and business zones, small and medium enterprises receive some of the relevant tax benefits. In addition, tax incentives are granted to all small and medium-sized enterprises registered in industrial parks.

The conceptual foundations for supporting small and medium-sized businesses in Poland are laid down in the government's entrepreneurship support program. One of the components of such support is the creation of special economic zones. The purpose of such zones is to accelerate the process of regional development by attracting new investors and creating new jobs. A special form of entrepreneurship support was the creation of business incubators, the main purpose of which is to provide organizational and advisory assistance to young businesses.

In the area of support for small and medium-sized business in France, one can mention the highly developed system of subsidies for small business, the purpose of which lies within the competence of the regional authorities. The mentioned assistance has received the greatest spread in the field of innovations.

In Spain, the government is developing and implementing a system of business support measures. In the regions of Spain there is a large number of organizations that protect the interests of entrepreneurs. At the initiative of the regional development agencies in Spain, technology parks, business incubators, industrial sites and other objects aimed at supporting entrepreneurship and innovation were created.

An important role in supporting entrepreneurship in Germany is played by chambers of commerce and industry. The main elements of state regional policy are investment aid to enterprises in troubled areas of Germany and not investment aid for small and medium businesses (training,

innovation support) [3].

Granting the authority to regulate and support small and medium-sized businesses at the regional level is the embodiment of the subsidiarity principle enshrined in the European Charter on Local Self-Government. However, in different countries of Europe, the implementation of this principle is significantly different. Each of the regionalization models considered is unique, and is due to its own specific historical, territorial and political prerequisites.

Chapter 10 of the Association Agreement with the EU provides for cooperation on industrial and entrepreneurial policy issues in order to improve the conditions for entrepreneurship for all economic entities, with particular attention to small and medium-sized enterprises. Article 379 of the Agreement states cooperation "for the implementation of SME development strategies, based on the principles of the European Charter for Small Enterprises, and the monitoring of the implementation process through annual reporting and dialogue. Such cooperation also provides for special attention to micro enterprises and artisan enterprises, which are an extremely important element of the economy of Ukraine and the EU. "

In this paper, governments in European countries recognized the significant potential of small enterprises and emphasized the importance of creating favorable conditions for repeated attempts to create their own business, even if the former entrepreneur's attempts were not very successful. The provisions of the European Charter were taken into account in the Multi-annual Program, and in the first year 11 projects on their implementation were launched [2, p. 25].

Due to a small fleet of equipment and non-mass production, small businesses do not spend much less financial resources and time to change the technological process than large ones; thus, the most effective innovations are found.

In a market economy, small business acts as the main sector that determines the rates of economic growth of the Gross National Product. [2, p. 15]. All developed countries actively support small business, since it depends on the structure and quality of GNP.

Small and medium business in Europe stimulates competition, and therefore the effectiveness of the entire EU economy depends directly on the success of small and medium-sized business.

The main goal of small business support is to balance the interests of the state and business, ensure optimal conditions for entrepreneurship and increase the competitiveness of small business, which in turn gives impetus to the development of the country's economy.

Reference

1. Butenko, A., Voinarenko, M., Liashenko, V. et al. Modernization of mechanisms for development of small and medium-sized business. Donetsk, 2011. – 326 p.
2. Moiseenko I.P. Investing: Teach. manual / I.P. Moiseenko. – K., 2016. - 490 p.
3. L.I. Donets, O. V. Shepelenko, S. M. Barantsev, O. V. Sergeev, O.F. Veremeychik; Rationale for business decisions and risk assessment / [per community Ed. L. I. Donets - K .: Center for Educational Literature, 2017. – 472 p.
4. Yevtuh O. T. European Business / O.T. Yevtukh, O.O. Yevtukh. – K .: Center for Educational Literature, 2015. – 456 pp.

Бармін Б. С.

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНІ ТА ТЕХНІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ І СВІТІ

На дорогах України ми помічаємо все більше і більше електромобілів. За результатами статистики їх налічується більш 4000 тис. і є стала тенденція до їх зростання. В Україну стали ввозити в 3 рази більше електромобілів. Так, за Іквартал 2017 р було ввезено 550 автомобілей, а за Іквартал 2018 р. - 1744 автомобілі. З 1 січня 2018 року по 1 січня 2019 року, відповідно до Законопроекту №6776-д, ввозити електромобілі в Україну можна безкоштовно, т. е. оплатив тільки вартість самого авто - вживаного або нового - в салоні за кордоном. Для порівняння, НДС на будь-який інший автомобіль складає 20% від його вартості.

Чим це обумовлено? Одним із факторів є ціна енергоресурсів, нафти, газу, яка постійно зростає. Другий фактор – це забруднення навколишнього середовища. Основні компоненти, що викидаються в атмосферу при спалюванні різних видів палива в двигунах усіх видів, -нетоксичнідиоксид Карбону (IV) і водяна пара. Однак, крім них в атмосферу викидаються і шкідливі речовини, такі як оксид Карбону (II), оксид Сульфуру(IV), оксиди Нітрогену, сполуки Плюмбуму, сажа, вуглеводні, у тому числі канцерогенний бензпірен, незгорілі частки палива тощо. Тому вчені всього світу шукають для автомобілів альтернативні джерела енергії, які були б більш екологічно безпечні і дешевші.

Необхідно відмітити, що електромобіль з'явився раніше, ніж двигун внутрішнього згоряння. Перший електромобіль у вигляді візка з електродвигуном було створено в 1841 році. Починаючи з цього часу з'являлись нові, більш досконалі електромобілі, але вони не могли конкурувати з традиційними автомобілями і тому інтерес до них падав.

Відродження інтересу до електромобілів відбулося в 1960-ті роки через екологічні проблеми автотранспорту і особливо у 1970-ті через різке зростання вартості бензину у результаті енергетичної кризи 1973 р. Але після 1982 року інтерес до електромобілів знову впав через зміну кон'юнктури на нафтовому ринку.

Особливо несприятливий час був в період з 2002-2003 р.р. для виробництва і продажу електромобілів. Існує думка, що авто- і нафтовиробники, розуміючи небезпеку того, що електромобілі могли витіснити звичайні автомобілі, прикриваючись формальною причиною закінчення терміну служби акумуляторів, припинили промислове виробництво і продаж електромобілів. В останні роки у зв'язку з безперервним зростанням цін на нафту електромобілі знову стали набирати популярність [1].

Електромобіль - автомобіль, що приводиться в рух одним або декількома електродвигунами з живленням від акумуляторів або паливних елементів тощо, а не двигуном внутрішнього згоряння. Основним компонентом електромобіля є акумулятор [2].

Всупереч поширеній думці, перші промислові автомобілі працювали не на бензині, а використовували для пересування електричну енергію. Подальший розвиток нафтовидобутку і переробки призвело до здешевлення машин, що працюють з використанням двигуна внутрішнього згоряння, а ідея використання електромобілів була на деякий час відсунута на задній план. Однак в кінці ХХ століття електричний транспорт почав повертати собі втрачені позиції, що пов'язують з рядом його переваг:

- при експлуатації електромобіля відсутні викиди таких шкідливих газів, як вуглекислий та чадний, оксиди сірки, сполуки свинцю (присадка до бензину);

- в разі значної дешевизни електроенергії і дефіциту енергоносіїв на основі нафтопродуктів електромобіль є більш економічним видом транспорту. Застосування для заряду батарей електромобіля альтернативних джерел енергії - сонячної, вітряної, енергії приливних хвиль - дозволяє ще більше здешевити експлуатацію такого виду транспорту;

- в порівнянні з автомобілями з двигуном внутрішнього згоряння електромобіль має меншу кількість різних систем

(охолодження двигуна, подачі масла і ін.). Часто електродвигуни мають у своєму розпорядженні в колесах автомобіля, що економить місце під капотом. Природно, за компактність доводиться розплачуватися величиною пробігу без «дозаправки» - чим більше автомобіль і вище швидкість, на якій планується його експлуатація, тим більшої потужності двигун необхідний, і тим потужніший потрібно акумулятор, що знижує енергоефективність всієї системи.

На сьогоднішній недосконалість акумулятора момент єдиним, але відчутним недоліком електромобіля є, який визначає і величину запасу ходу, і тривалість заряду, під час якого електромобіль повинен простоювати.

З моменту створення електромобілів в кінці XIX століття основним джерелом енергії для них служив кислотний свинцевий акумулятор, винайдений в 1859 році французьким фізиком Гастоном Планте [2]. Разом з тим, свинцеві акумулятори чутливі як до глибоких розрядів, так і зберігання в частково розрядженому стані, вимагають регулярного обслуговування, але головним їх недоліком є низька питома енергія, що пов'язано з високою щільністю свинцю. Через це на сьогоднішній момент свинцево-кислотні акумулятори застосовуються там, де їх надійність переважає такі недоліки, як велику вагу і необхідність дотримання циклічності заряду-розряду - як джерело енергії в електровозах, електропідйомником та інших видах складської та добряче навантаженої техніки.

Сьогодні найчастіше використовуються літій-іонні акумулятори для електромобілів, і саме вони є найбільш перспективними для використання в якості тягових батарей для електротранспорту. Технологія виробництва літій-іонних акумуляторів постійно вдосконалюється, поліпшуються характеристики, зменшується вартість виробництва акумуляторів [3,4].

Вперше подібні акумулятори з негативним електродом зі сплаву на основі літію були створені ще на початку XX століття. Однак широке застосування літій-іонних акумуляторів стало можливим тільки після створення таких катодних матеріалів, як літію кобальтат і літію манганат. Але вже на етапі створення літій-іонних акумуляторів вони в кілька разів перевищували свинцеві за питомими енергетичними характеристиками, а також були позбавлені шкідливого «ефекту пам'яті», на відміну від більш дешевих нікель-кадмієвих та нікель-метал-гідридних акумуляторів. Одним з небагатьох, але дуже значним недоліком перших літій-іонних акумуляторів була їхня підвищена пожежо- і вибухонебезпечність. Пізніше були розроблені інші типи акумуляторів, де в якості матеріалу негативного електрода стали застосовувати інші, більш дешеві і більш стабільні матеріали

літій, серед яких одним з найкращих матеріалів на сьогодні з точки зору стабільності, безпеки і ємності є LiFePO_4 [2].

Основними перевагами літій-іонних акумуляторних батарей є:

- найбільша питома енергія з усіх типів акумуляторів;
- напруга на елементі становить близько 3,7 В, тоді як у нікель-метал-гідридних і нікель-кадмієвих акумуляторів - тільки 1,2 В, а у свинцевих - 2,1 ... 2,2 В;
- величина саморозряду є однією з найбільш низьких і не перевищує 5% за місяць.

Однак варто зазначити, що літій-іонні акумулятори є досить дорогими через дефіцитності сировини і постійно зростаючого попиту на нього для виготовлення різних пристроїв. З огляду на, що часто вартість акумулятора складає більше половини вартості самого електромобіля, значного здешевлення електромобілів в найближчому майбутньому очікувати не варто.

Іншою значною проблемою при використанні літій-іонних акумуляторів є їх швидке старіння і погіршення характеристик навіть при зберіганні. В цьому плані вони значно поступаються відомим довгожителю - тяговим свинцевим акумуляторів, які при правильному догляді здатні працювати і 20 років. Також наскільки б не були екологічно чисті електромобілі в експлуатації, це не вирішує проблеми ні утилізації акумуляторів, ні екологічних питань при їх виробництві. На сьогоднішній день жоден з виробників електромобілів не має повноцінної програми вторинної переробки елементів живлення. Тому говорити про абсолютну чистоту електромобілів передчасно.

Нарешті, невирішеною залишається завдання швидкої зарядки автомобіля. За даними більшості виробників, для повного заряду акумулятора необхідно більше 12 годин, при цьому середня дальність поїздки становить 200 ... 300 км, в окремих випадках до 500 км, і електромобіль знову вимагає підзарядки. Існуючі рішення у вигляді специфічних режимів заряду, що дозволяють скоротити необхідний час перебування на заправці до 30 хвилин, поки що не можуть бути реалізовані на практиці за цілою низкою причин, але і це в порівнянні зі звичайним часом заправки виглядає занадто довго. Запропоновані ідеї про заміну розряджених акумуляторів на заряджені також виглядають малореалізуємі на практиці, оскільки дуже часто не обслуговуються акумулятори, які фактично вбудовані в корпус електромобіля. Так що питань про майбутнє електромобіля поки що більше, ніж відповідей.

Але прогрес зупинити не можливо. Транспорт є третьою провідною галуззю матеріального виробництва, одним з основних

джерел доходів країни. Він забезпечує функціонування світового господарства і потреби людей в усіх видах перевезень. Тому постійно ведуться роботи з розробки нових, більш ефективних акумуляторів.

Наряду з розробкою електромобілів у світі ведуться роботи по створенню для автомобіля водневого двигуна. Водневий двигун (мотор)- різновид двигуна, де використовується для отримання енергії водень як пальне. Двигун складається з двох основних частин - це паливний елемент, як первинний генератор енергії та електродвигун, який її використовує для зміни її типу.

У Німеччині на залізничному вокзалі Вольфсбург презентували перший потяг на водневих паливних елементах CoradiaiLint. Планується, що з 2021 року 14 таких потягів курсуватимуть постійними маршрутами. У майбутньому транспортне міністерство Нижньої Саксонії планує цілковито замінити дизельні регіональні потяги інноваційними. На цю мету передбачено 81,3 мільйона євро[5].

Уряд Японії має намір перевести весь автотранспорт на водень. Вже через два роки, до 2020 р., на дорогах Японії буде близько 40 тис. легкових автомобілів і автобусів на водневих паливних батареях[6].

Двигуни внутрішнього згорання, які працюють на водневих елементах, вважають надійними та дуже екологічними. Вони працюють завдяки перетворенню енергії водню на електричний струм за допомогою паливного елемента. Серед недоліків таких двигунів зазвичай згадують високу вартість водневих паливних елементів та велику кількість енергії, необхідної для скраплення палива.

Список використаних джерел

1. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Електромобіль>.
2. <https://www.sl-energy.com.ua/akumulyatorni-batareyi-dlya-elektromobiliv.html>.
3. Буряк В. Ю. Композиційні катодні матеріали для екологічно чистих літієвих батарей / В. Ю. Буряк, Б. К. Пасальський, В. А. Душейко // Вісник КНТЕУ.- 2001. - № 5. – С. 15-20.
4. Душейко В. Економічні аспекти розвитку електрохімічної енергетики в Україні / В. Душейко, В. Буряк, Б. Пасальський // Вісник КНТЕУ. – 2005. – № 3. – С. 26-31.
5. https://uk.wikipedia.org/wiki/Водневий_двигун.
6. <https://ukr.media/auto/303623/>.

Тези написано під науковим керівництвом доцента Пасальського Б. К.

Vasylenko A.
Kyiv National University of Trade and Economics

STRATEGY OF COMPANY'S CURRENT ASSETS FINANCING

In today's operating environment, business executives must constantly decide on where to invest temporarily free funds to provide funding, where to get the necessary resources to ensure an uninterrupted process of production, which may be the volume of debts, reinvestment of profits, assets restructuring. In view of this, there is an increasing need for the formulation the principles of current assets financing at enterprises. Therefore, one of the main tasks of financial management of an enterprise should be to determine the most suitable and rational for the organizational structure of current assets and to ensure the effective implementation of the company strategy for financing current assets.

The theoretical foundations of financing of current assets of enterprises are reflected in the works of Western scholars: Eugene F. Brigham [1], J. C. Van Horne [2], S. Vishwanath [3]. Ukrainian scientists have made a significant contribution to the development of the theory and practice of managing current assets of enterprises, among them A. Baldinuk [4], I. Blank [5], A. Semenov [6], and Russian economists V. Kovalev [7] and others. Despite the availability of a wide range of scientific research concerning current assets management of enterprises, the problem of explaining the strategy of current assets financing with the consideration of the specifics of the subjects of management and the peculiarities of the sources of financing their activities remains relevant.

The purpose of the strategy of current assets financing is to choose the optimal level and rational structure of current assets, taking into account the specifics of each company's activities.

Based on the goal, the financial manager must solve the following tasks:

- to analyze the use of current assets over the past period;
- to determine the risk of insolvency of buyers, calculate the forecast value of the reserve for doubtful debts;
- to choose the optimal ratio between cash and investments in short-term securities;
- to determine the bulk and structure of sources of financing of current assets;
- to develop a strategy for financing current assets.

Depending on the choice of the financial manager of the sources of coverage of the variable part of current assets, there exist four strategies for financing current assets:

- 1) ideal strategy;
- 2) aggressive strategy;
- 3) conservative strategy;
- 4) compromise strategy.

From the point of view of profitability and risk optimization, the most optimal strategy is a compromise financing. It optimally combines the level of profitability and average risk, provides a sufficiently high level of financial stability and solvency of an enterprise.

A financing strategy of current assets is integral to an organization's strategic plan. It sets out how the organization plans to finance its overall operations to meet its objectives now and in the future.

A successful strategy of current assets financing requires some preliminary work before its developing and implementing. First, there can be developed and written up this strategy, and before it can be implemented, the organization needs to identify several factors (figure 1).

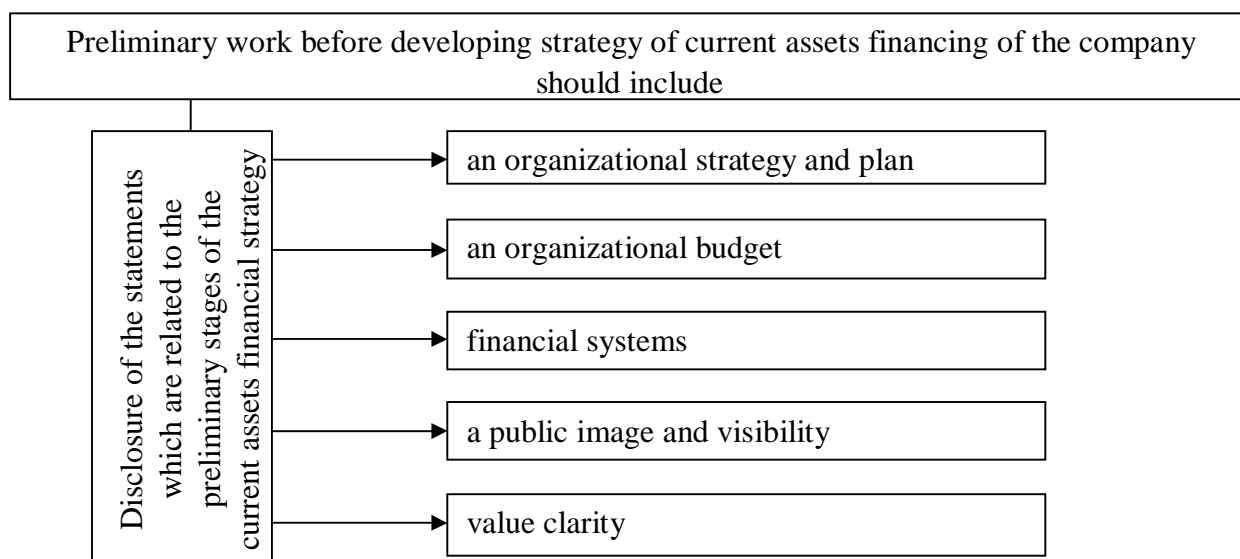


Figure 1. Preliminary stages of the developing of current assets financial strategy*

** Elaborated by the author based on [8]*

The key tools for integrating financial management into the overall work of organization are the financing strategy and the budget. So, it means that organization cannot have a strategy of current assets financing if it does not have a budget. The budget is the document that translates plans into money. The money in the budget is what it will cost the organization to implement its plans, and what it will need to raise or

generate to cover these costs. The budget gives the organization a minimum target and a maximum target.

Under the value clarity we should mean a clear understanding of the values of the organization, values which cannot be compromised by the financial strategy.

After the analysis of the previous concepts of organizational strategy and plan, financial systems of the company and creating a budget arises the question to examine, which strategic options for financing of current assets are realistic for the organization (figure 2).

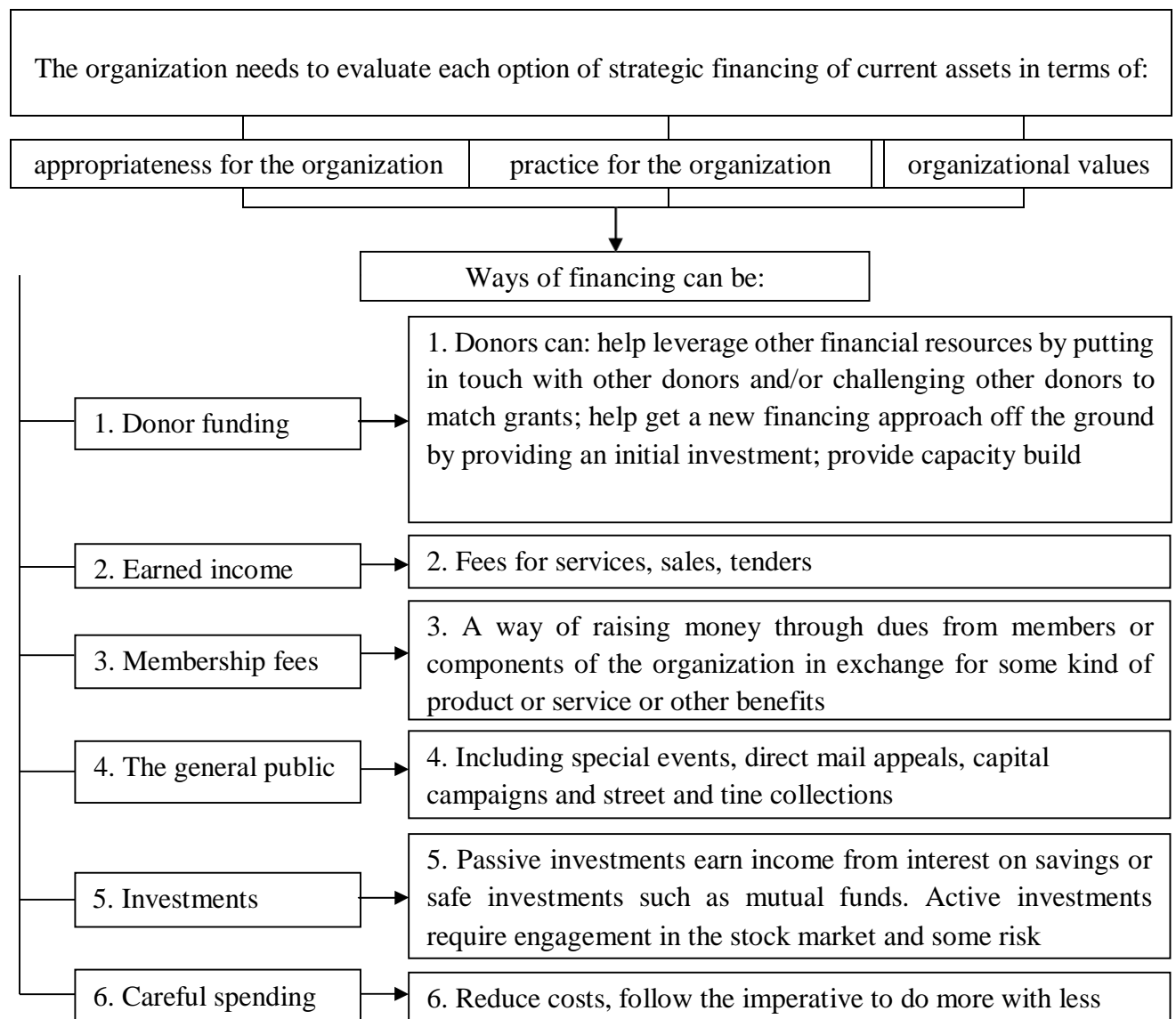
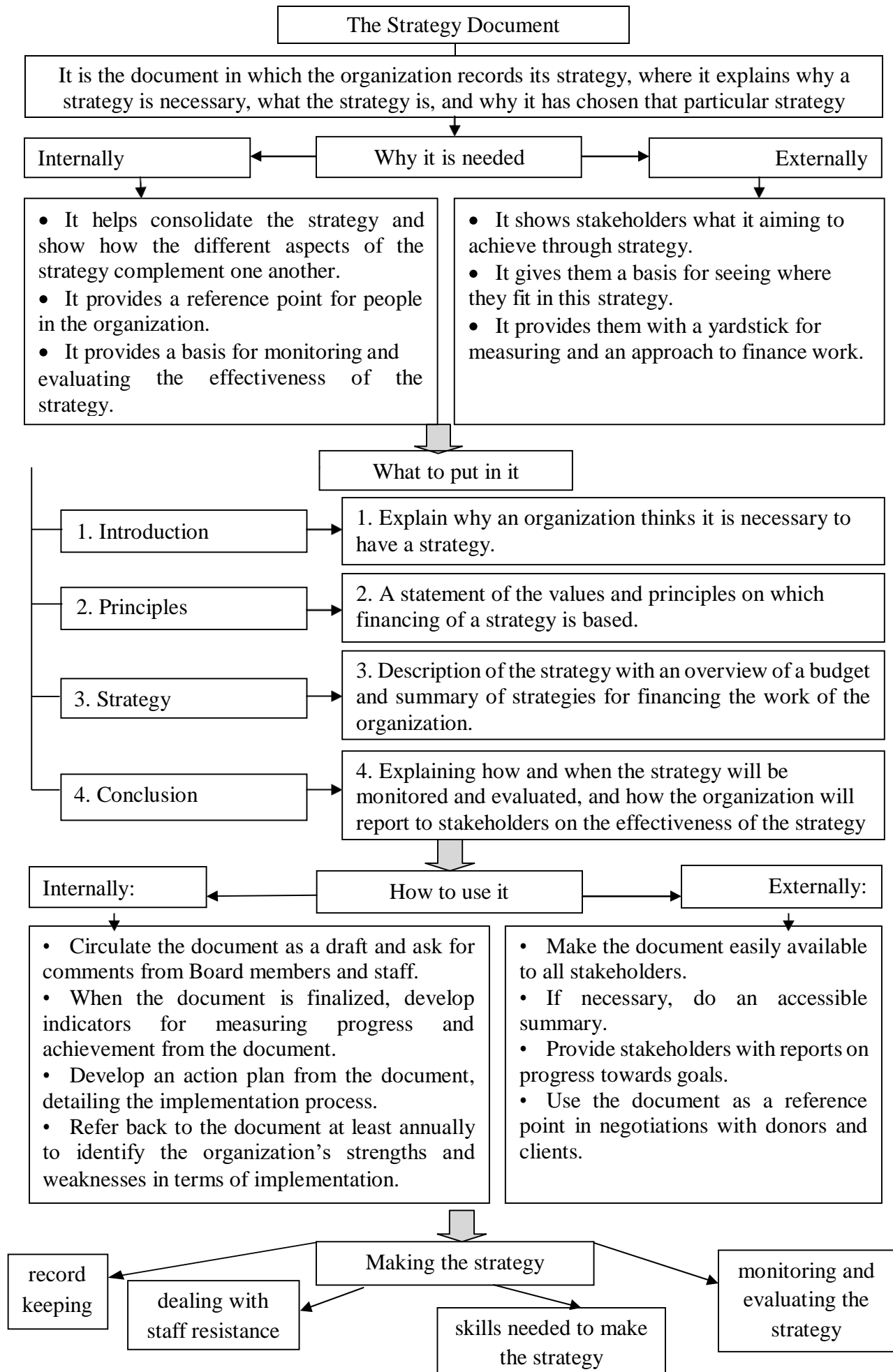


Figure 2. Ways of current assets financing*

** Elaborated by the author based on [8]*

When the ways of financing which are presented we offer as the best way to regularize all the information to create The Strategy Document of current assets financing (figure 3).



*Figure 3. Creating The Strategy Document** Elaborated by the author based on [8]

So, after all these steps, the strategy of current assets financing is formed and remains to force it to work effectively. The main thing is, a company needs to monitor and evaluate the strategy. It helps know, which things in it work and what does not work, identify hidden costs and hidden benefits, correct actions when something is going wrong, prepare monitoring reports for management and Board, evaluate efforts over a year, use tables and graphs to show trends, use the information to arrive at conclusions and make decisions.

Conclusion. Consequently, definition of a strategy for current assets financing at enterprises can be based on a variety of approaches with a number of differences. Therefore, it is necessary to objectively evaluate the financial condition of the company and to determine, according to this, the sources of financing current assets. A well-founded management of the company's current assets, based on objective assessment of risks and opportunities, is one of the main areas for ensuring effective management of the company's activities. As a result of observing the optimal strategy for current assets financing, there is a decrease in cash flow, risk reduction and company's profitability not only in the current period but also in the future. The process of forming a strategy for current assets financing is an integral part of the strategic plan of the organization. Therefore, it relies on a research base and includes a spectrum of different stages. The ultimate goal is to develop a successful funding strategy and actions to control the successful implementation of the strategy.

References

1. Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2010). *Financial Management: Theory and Practice* (13th ed.). Mason: South-Western College Pub.
2. Van Horne J. C., & Wachowicz J. M. (2008). *Fundamentals of Financial Management* (13th ed.). NJ : Prentice Hall.
3. Vishwanath, S. R. (2007). *Corporate Finance: Theory and Practice* (2nd ed.). New Delhi: Chaman Enterprises.
4. Baldinyuk, A. (2005). *The current assets' financing of the commercial enterprises* (Doctoral dissertation). Kyiv: Kyiv National Commerce and Economics University Pub. (in Ukr.).
5. Blank, I. (2004). *Financial management*. Kyiv: Nika-Center (in Ukr.).
6. Semyonov, A. (2008). Matrix Financial Strategies. *Herald of the Economic Science*, 2 (in Ukr.).

7. Kovalyov, V. (2007). *Financial Management: Theory and Practice*. Moscow: Prospect Pub. (in Rus.).
8. Janet Shapiro (2017), *Action Planning Toolkit*, CIVICUS.

Верба З. В.
Київський кооперативний інститут бізнесу і права

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ: РЕАЛІЇ ТА ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ

Сучасні умови функціонування бюджетної системи України характеризуються наявністю проблемних питань в організації обліку в бюджетних установах. Необхідність їх вирішення актуалізується у зв'язку з інтеграцією України у міжнародну спільноту. При переході до ринкових відносин суттєво змінюється роль та значення держави в управлінні соціально-економічними процесами, актуальними є питання налагодження бухгалтерського обліку установ, що фінансуються за рахунок бюджетних коштів. Організація бухгалтерського обліку у бюджетних установах розпочинається із формування облікової політики тому, що вона є основою ведення бухгалтерського обліку в установі.

Вивченням питання формування облікової політики бюджетних установ займалися такі науковці, як Бутинець Ф.Ф., Яцишин Я.Р., Свірко С.В., Білуха М.Т., Хміль І.Р., Писарчук О.В., Кудіна О.М., Тютлікова В.В., Макарчук О.В. тощо. Формування облікової політики в бюджетних установах є актуальним питанням сьогодення. Бюджетні установи є юридичними особами. Вони мають замкнену систему обліку і ведуть облікову політику, спрямовану не на зіставлення витрат і результатів праці та отримання прибутку, а на облік видатків у процесі надання нематеріальних послуг [1, с. 124]. Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [2].

Для кращого розуміння сутності облікової політики бюджетних установ необхідно розглянути основні її аспекти. Соціальний, який забезпечує створення соціальних гарантій для захисту зовнішніх користувачів, шляхом забезпечення єдності представлення даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Економічний –

підвищення дієвості внутрішнього контролю, скорочення документообігу. Інформаційний – сталість та гласність облікової політики дозволяє будувати прогнози майбутнього стану об'єкта. Юридичний – дані з Наказу про облікову політику можна використовувати при вирішенні господарських спорів, конфліктів із контролюючими органами [3, с. 192].

важаємо за необхідне відзначити, що відмінність бюджетних установ полягає в тому, що їх бухгалтерський облік є специфічним. Але крім специфічних вимог, що висуваються до бухгалтерського обліку бюджетних установ, на них поширюються і багато загальних вимог, які встановлені для всіх підприємств. Незважаючи на чітко окреслені межі для бюджетних установ, чинне законодавство надає можливість вибору між деякими способами обліку, такими як: правил документообігу; технології обробки облікової інформації; порядку і термінів проведення інвентаризації майна, крім випадків обов'язкового її проведення; форм облікових реєстрів та первинних документів, якими оформлюються господарські операції; робочого плану рахунків бюджетних установ та зобов'язань тощо. Облікова політика в бюджетних установах базується на основних принципах бухгалтерського обліку, яких бюджетні установи повинні дотримуватись при веденні обліку і складанні фінансової звітності. Принципи бухгалтерського обліку є спільними для бюджетних установ та інших підприємств України [4].

Слід наголосити, що облікова політика суб'єкта державного сектору визначається у розпорядчому документі про облікову політику, в якому мають бути встановлені методи оцінки, обліку, види сегментів та їх пріоритетність і процедури, які має застосовувати суб'єкт державного сектору та щодо яких нормативно-правовими актами з бухгалтерського обліку передбачено більше ніж один варіант, та порядок організації бухгалтерського обліку [5, с. 47]. Ефективна облікова політика бюджетних установ повинна забезпечувати: повне відображення в бухгалтерському обліку всіх фактів господарської діяльності, виходячи не лише з правових норм, а й з економічного змісту; незмінність протягом звітного року прийнятої методології відображення господарських операцій та оцінки активів; правильність відображення доходів та витрат у відповідному звітному періоді, розподіл витрат на поточні та капітальні; ідентичність даних аналітичного, синтетичного обліку, фінансової звітності; раціональне ведення бухгалтерського обліку, відповідно до умов діяльності та особливостей суб'єкта господарювання [6].

Писарчук О.В., Кудіна О.М. та Тютлікова В.В. виділяють такі проблеми у формуванні облікової політики бюджетних установ, як: найчастіше розробляючи нові, найдосконаліші організаційні процеси обліку, до яких належить і облікова політика, автори не одержують належних результатів та далеко не повністю використовують можливості облікової політики; необхідність узгодження облікової політики з головним розпорядником потребує багато часу на розгляд та затвердження цього розпорядчого документу. Установа вимушена працювати без наявності облікової політики, або на підставі попередньої облікової політики, яка може не відповідати новим стратегічним цілям; відсутність управлінського обліку як складової облікової політики позбавляє можливості ефективно використовувати специфічні, та загальні принципи управління установою [5, с. 49].

За результатами проведених досліджень пропонуємо в наказу про облікову політику висвітлити наступні елементи (табл 1.)

Таблиця 1

Елементи облікової політики бюджетних установ

Елемент облікової політики	Суть елементу облікової політики
Визначення періоду нарахування амортизації	Період нарахування амортизації повинен визначатися головним розпорядником бюджетних коштів. Якщо щодо періоду нарахування амортизації немає вимог вищого за рівнем розпорядника, то в обліковій політиці бюджетної установи обов'язково потрібно самостійно встановити таку норму.
Визначення ліквідаційної вартості активів	Цей пункт не є обов'язковим елементом облікової політики. У разі вимоги вищого за рівнем розпорядника бюджетна установа визначає періоди, коли встановлюють ліквідаційну вартість активів. Установлення розміру ліквідаційної вартості може бути визначене наказом про облікову політику головного розпорядника бюджетних коштів. Наприклад, у відсотках від первісної вартості за окремими активами; у розмірі не менше вартості дорогоцінних металів і металобрухту, який міститься в активі; у розмірі залишкової вартості, визначеної нормативними документами відомства, або про недоцільність установлення такої вартості (при цьому вона приймається як така, що дорівнює нулю).
Визначення порядку проведення переоцінки	Визначення порядку проведення переоцінки основних засобів та інших активів і встановлення ознак суттєвості, при перевищенні яких бюджетна установа проводить переоцінку. Рішення про проведення переоцінки об'єктів основних засобів бюджетна установа погоджує з вищою за рівнем організацією. У разі ухвалення такого рішення переоцінку об'єктів основних засобів проводять на річну дату Балансу.
Визначення одиниці аналітичного обліку запасів	Одиницею обліку запасів згідно з НП(С)БО 123 можуть бути: найменування; однорідна група (вид). Виходячи з особливостей бюджетної установи, можуть бути встановлені декілька підходів до визначення одиниць бухгалтерського обліку запасів. Наприклад, установлюється одиниця бухгалтерського обліку — найменування для всіх запасів, окрім таких однорідних груп, як «дизпаливо», «автобензин» і т. п. На практиці ця ситуація виникає в невеликих бюджетних установах, які отримують такі запаси за різними сортами, при цьому умов окремого зберігання кожного виду немає. Бухгалтерський облік здійснюватиметься за єдиною групою з визначенням середньозваженої ціни, яку доцільно визначати на дату кожної операції. Також в обліковій політиці головного розпорядника бюджетних коштів можуть бути відображені вартісні оцінки запасів, які надходять у результаті їх

	внутрівідомчого переміщення. Такі облікові оцінки повинні визначатися головним розпорядником бюджетних коштів або обов'язково узгоджуватися з ним (для конкретної бюджетної установи за його клопотанням).
Облік запасів за місцями зберігання	Визначається порядок обліку запасів за місцями зберігання в матеріально відповідальних осіб. Такий порядок обліку встановлюється бюджетною установою самостійно.
Вибір методу оцінки вибуття запасів	Вибуття запасів оцінюють за одним з трьох методів: 1) ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів (у тому числі для активів, отриманих у результаті внутрівідомчої передачі); 2) середньозваженої собівартості; 3) собівартості перших за часом надходження запасів (метод ФІФО). Той чи інший метод оцінки вибуття запасів визначають рішенням головного розпорядника бюджетних коштів.
Облік транспортно-заготівельних витрат і їх розподіл	Визначають порядок обліку транспортно-заготівельних витрат: 1) узагальнення на окремому субрахунку; 2) облік на окремому аналітичному субрахунку за окремими групами запасів (при доставці декількох найменувань, груп і видів запасів). Метод обліку і порядок розподілу транспортно-заготівельних витрат у вартості запасів визначається головним розпорядником бюджетних коштів
Критерії для розмежування інвестиційної нерухомості	У разі наявності ознак, за якими об'єкт основних засобів може бути віднесеним і до операційної, і до інвестиційної нерухомості, бюджетна установа повинна розробити критерії для їх розмежування.
Визнання доходу від необмінних операцій	Бюджетні установи можуть визначити підходи до визнання доходу від необмінних операцій на підставі вимог, визначених у НП(С)БО 124.
Визнання доходу від надання послуг	Бюджетні установи можуть визначити підходи до визнання доходу від надання послуг на підставі вимог, визначених у НП(С)БО 124.
Перелік і склад статей калькуляції виробничої собівартості продукції (робіт, послуг)	Перелік і склад статей калькуляції виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) бюджетна установа встановлює за узгодженням з вищою за рівнем організацією залежно від своїх галузевих особливостей. Згідно з п. 1 розд. IV НП(С)БО 135 у виробничу собівартість продукції (робіт, послуг) включаються: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; змінні загальновиробничі й постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Аналізуючи вищесказане, хочемо звернути увагу на тому, що для вирішення наведених проблем потрібно звернути увагу на вдосконалення нормативної бази щодо регулювання бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Також зобов'язати всі бюджетні установи належним чином оформити та розробити накази про облікову політику з дотриманням принципів ведення бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Значну увагу також слід приділити процесу автоматизації бухгалтерського обліку та його впливу на облікову політику. Також важливим аспектом удосконалення обліку у бюджетних установах є чітка організація контролю формування та ведення облікової політики [4]. Вважаємо, що облікова політика бюджетних установ має ряд своїх особливостей. Проте їй також притаманні спільні для всіх підприємств риси та правила. Облікова політика в бюджетних установах не є досконалою і потребує певних дій щодо її покращення.

Список використаних джерел

1. Кадобна І. В. Порядок та принципи формування облікової політики установ державного сектору економіки / І. В. Кадобна // Облік, оподаткування і контроль : теорія та методологія : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. – Тернопіль : ТНЕУ, 2017. – С. 123-126.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV (в редакції від 11.06.2017) // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
3. Писарчук О. В. Особливості формування облікової політики бюджетних установ / О. В. Писарчук // Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. – 2010. – №18(II). – С. 189-195.
4. Макаруч О. В. Особливості формування облікової політики бюджетних установ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/487/1/235.pdf>.
5. Писарчук О. В. Проблемні аспекти формування облікової політики суб'єкта державного сектору / О. В. Писарчук, О. М. Кудіна, В. В. Тютлікова // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 1/5 (21). – С. 46-50.
6. Пушкар М. Вимоги до формування облікової політики / М. Пушкар // Становлення облікової політики в Україні: тези доп. Всеукр. наук. конф. 18-19 травня 2007 р. – Тернопіль: Економ. думка, 2007. – С. 181-182.

Власенко М. І.,

Слюсар В. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

СОЦІАЛЬНІ ЦІННОСТІ ЯК ОСНОВА ДНК ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах нестабільності та швидких змін українським підприємствам доводиться змінювати стратегічні орієнтири і напрями для досягнення відповідності новим умовам середовища. При такому стані речей, підприємства мають піклуватися про поліпшення власного генотипу, який, до речі, на відміну від людського, можна цілеспрямовано корегувати та змінювати. Хоча нові умови існування

ставлять перед менеджментом підприємств нелегке завдання, що полягає не лише у створенні підприємствами додаткової цінності, але і у наданні їй властивості саморегульованості. І ті підприємства, яким це вдасться, стануть більш пристосованими до нових умов бізнесу, отримають конкурентну перевагу, а тому – стануть успішними.

У нещодавніх дослідженнях Майкла Портера та Марка Кремера стосовно перевинайдення капіталізму та наданні волі хвилям інновацій та росту, науковці приводять декілька принципово нових поглядів на економічні основи. Саме вони повинні бути покладені в основу базису для ДНК цінностей українських підприємств. Отож, далі пропонуємо сформулювати цей базис через складові елементи.

Для початку зазначимо, що українські підприємства повинні створювати економічну цінність, шляхом творення соціальної. Тобто, саме друга частина має стати пріоритетною і основною для ДНК підприємств. Тепер розберемося з етимологією кожної з озвучених цінностей.

Цінність у загальному розумінні в соціології визначають як будь-яке матеріальне або ідеальне явище, яке має значення для людини чи суспільства, заради якого вона діє, витрачає сили, час, гроші, здоров'я тощо, заради якого вона живе. Щодо соціальної цінності, то її тлумачать як значимість явищ і предметів реальної дійсності з точки зору їх відповідності або невідповідності потребам суспільства, соціальних груп чи особистості [1].

Відповідно до конституції України ст. 3: людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю [2]. Тому, українські підприємства мають це враховувати при виробництві, забезпеченні робочих місць, реалізації товарів та наданні послуг. Як відомо з практики, елементарні правила безпеки та здоров'я часто порушуються і ведуть до ганебних наслідків. Ось чому в основі ДНК соціальних цінностей українських підприємств має бути покладено принцип: «безпека і здоров'я людей понад усе». І комерційне тяжіння до збагачення і максимізації прибутку має слідувати, а не передувати даному принципу.

Існує навіть Індикатор Соціальної Цінності (SVI – Social Value Indicator), який вважають комплексним показником рівня соціальної відповідальності та корпоративної культури компанії. Він включає такі напрямки соціальної взаємодії компанії:

- «Працівники» – передбачає визначення, рівня мотивації та оплати праці, ефективності використання робочого часу, рівня кваліфікації працівників, ступеня задоволення персоналом умовами

праці тощо;

- «Споживачі» – передбачає оцінювання сприйняття споживачами і відповідності їхнім очікуванням якості та безпеки продукції, ступеня втрат від браку, відповідності властивостей продукції стандартам якості;

- «Екологія / Суспільство» – передбачає розрахунок показників, що характеризують участь компанії в соціальних програмах, інвестуванні заходів щодо захисту навколишнього середовища, сприяння розвитку регіонів їх присутності тощо [3].

Тепер тлумачитимемо економічну цінність. В основі даного поняття лежить співвідношення корисності та ціни. Саме перша частина корисності повинна відповідати високому значенню індикатора соціальної відповідальності.

Розібравшись із сутністю цінності соціальної та економічної, переходимо до елементів, які будуть лежати в основі ДНК цінностей українських підприємств, тобто визначимо ключові компоненти економічної цінності ДНК підприємств.

Першим компонентом є переосмислення продуктів та ринків. Менеджерам українських підприємств варто задати собі ключове питання: чи приносить їхній продукт користь покупцям? Адже в провідних країнах з потужно розвинутими економічними відносинами попит на продукти і послуги, які задовольняють соціальні потреби, швидко зростає. Споживачі все частіше надають перевагу тим товарам і послугам, які є екологічно чистими, безпечними та корисними для здоров'я. Існують приклади, коли люди відмовляються купувати товар чи використовувати послугу, якщо вони не співпадають з соціальними цінностями індивідуума. Постійне дослідження соціальних потреб і цінностей допоможе компаніям відкривати нові можливості та помічати потенціал нових ринків. Саме робота з новими ринками часто стає імпульсом для інновацій. Концепт суспільної цінності розмиває кордони між прибутковою та неприбутковою діяльністю. Яскравим стане приклад зарубіжного концерну в Бангладеші «Waste Concern», який стартував 15 років тому, а на сьогодні має можливість щодня перетворювати 700 тонн сміття із сусідніх нетрів на органічні добрива. Компанія покращує навколишнє середовище, водночас заробляючи на продажах добрив. Саме такі цінності мають лежати в ДНК українських компаній [4].

Другим компонентом вважаємо перегляд ланцюга цінностей підприємства і внесення корективів. Із зарубіжної практики бачимо переваги використання альтернативних джерел енергії та нових форм товароруку в логістиці. На щастя, деякі аспекти вже починають процвітати і на українському ринку: сонячні джерела енергії, дрони і т.

д. Але важливо переймати і зарубіжний досвід, наприклад, проблеми транспортування вирішують модифікацією логістичних систем – зменшенням відстані, покращенням маршрутизації; ресурсну проблему можна вирішувати шляхом повторного використання та економії води, сировини, пакувальних матеріалів; енергію можна використовувати ефективніше за допомогою кращих технологій, когенерації (технологічний процес виробництва двох видів енергії одночасно, зокрема, електричної та теплової) тощо.

Третім компонентом стане побудова допоміжних господарських кластерів у місцях розташування компаній. Жодне підприємство не в змозі працювати без партнерів, постачальників. На продуктивність та інновації сильно впливають кластери — географічні концентрації фірм, дотичних бізнесів, постачальників, сервісних провайдерів та логістичної інфраструктури у певній галузі. Недоліки існування кластеру створюють внутрішні витрати для компаній: наприклад, погана транспортна інфраструктура збільшує витрати на логістику. Компанії створюють спільну цінність шляхом побудови кластерів задля покращення продуктивності компанії. Коли фірма будує кластери у своїх ключових дислокаціях, це забезпечує зв'язок між її успіхом та успіхом її спільноти. Звісно ж, такі зусилля вимагають колективних дій, до яких залучений не лише бізнес [5].

Отже, в складних умовах постійних динамічних змін, інновацій та невизначеності, українські підприємства мають незначні шанси на успіх, якщо ігноруватимуть фактори культури і цінностей при управлінні підприємствами. Українським менеджерам потрібно звернути увагу на цілеспрямовані кроки по зміні ДНК цінностей своїх підприємств, шляхом перебудови загальної філософії та концепції ведення бізнесу: орієнтація на безпеку і здоров'я людей. Це складний і тривалий процес, але він вже запущений і потребує лише впровадження трьох основних компонентів: переосмислення продуктів та ринків; перегляд ланцюга цінностей підприємства і внесення корективів; побудова допоміжних господарських кластерів у місцях розташування компаній. Дані принципи не лише підвищать успішність українських підприємств, але і виведуть економіку України на якісно новий рівень.

Список використаних джерел

1. Герасимчук, А. А. Соціологія: навч. посібн. / А. А. Герасимчук, Ю. І. Палеха, О. М. Шиян. – Київ: Вид-во Європейського університету, 2004 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

- <http://politics.ellib.org.ua/pages-11094.html>
2. Охорона праці. Аутсорсинг. Захист [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://outsourc.co.ua>
 3. Галушко, О. С. Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" // О. С. Галушко. Соціальна цінність як один з ключових індикаторів економічного оцінювання потоку створення цінності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=163>
 4. Менеджмент. Дайджест [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.management.com.ua/notes/creating-shared-value.html>
 5. Інтернет-проект Києво-Могилянської бізнес-школи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://open.kmbs.ua/ua/articles/finance/18112/tvorennya-spilnoji-cinnosti-najkrashij-shans-znovu-legitimuvati-biznes>

Гусар М. М.

Київський національний торговельно-економічний університет

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ

На сьогоднішній день виникла ціла низка актуальних проблем, які пов'язані із досягненням збалансованого розвитку соціального діалогу між громадянами та окремими бізнес-єдиницями. Україна пішла шляхом тих країн, які формуючи господарські системи спирались на соціальні орієнтири, створюючи такий тип економіки, який орієнтується на суспільство, що полягає в наданні соціальних прав і гарантій населенню, які в національному законодавстві закріплено ст. 3 Конституції України «Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави» [1].

Перші ідеї про соціальну природу економічного життя належать А. Сміту, а саме міцну соціально-філософську базу має його теорія економічного лібералізму. Окремі проблеми формування і розвитку соціального ринкового господарства завжди були в центрі уваги провідних українських учених: Г. Башнянина, А. Гальчинського, В. Гейця, А. Деркача, Б. Панасюка, А. Сіленка, В. Скуратівського, Г. Стеблій, В. Удовиченка, В. Черняка, С. Чистова та ін.

Дослідження показали, що доцільно виділити такі ключові імперативи розвитку підприємств в умовах соціально орієнтованої економіки та глобалізації [2, 3]:

Досягнення пріоритетів сталого розвитку. Для успішного функціонування підприємства необхідно забезпечити його стійкість, що можна досягти сформувавши відповідну деталізовану стратегію його сталого розвитку, де зазначаються основні принципи, на яких здійснюється підприємницька діяльність.

Планування діяльності підприємства із застосуванням системи індикаторів. Планування діяльності підприємств із застосуванням системи індикаторів дає не лише кількісну оцінку показників, що характеризують динаміку, структуру та ефективність виробництва, а і забезпечить ув'язку та збалансованість всіх показників розвитку такої економіки. Розробка економічних прогнозів і індикативних планів соціально-економічного розвитку здійснюється на основі комплексного вивчення і прогнозування соціально-політичних, демографічних, технологічних, економічних, природо-ресурсних і зовнішньоекономічних змін.

Реалізація інноваційно-орієнтованої економічної політики. Реалізацію інноваційно-орієнтованої економічної політики можна трактувати двозначно. Її позитивними наслідками є забезпечення темпів економічного зростання під час використання меншої кількості праці, капіталу, природоохоронних ресурсів за умов підвищення продуктивності ресурсів, їх якості, але негативним наслідком є зменшення робочих місць.

Забезпечення провадження соціально відповідальної діяльності. Відзначимо важливість добровільного зобов'язання підприємств проводити соціально-відповідальну корпоративну політику, приймати управлінські рішення та розвивати такі перспективні напрямки діяльності, які пов'язані з соціально-економічним розвитком та відтворенням соціального капіталу та є бажаними з точки зору цілей та цінностей усіх зацікавлених сторін.

Соціальний захист персоналу та інших зацікавлених осіб та створення робочих місць. Поява нових посад обумовлюється зростанням і вдосконаленням виробництва, його структурними змінами. Без організації нових вакантних місць неможлива оптимізація виробничої зайнятості працездатних громадян в суспільстві, що є важливим фактором підвищення ефективності виробництва і одночасно рівня життя населення, формування громадянського суспільства і середнього класу, існування якого є необхідним для розвитку держави. Створення робочих місць є одним із важливих напрямів розвитку підприємства. Так, за статистичним даними на

кінець 2017р. кількість зареєстрованих безробітних в Україні становила 354,4 тис. осіб, а потреба роботодавців у працівниках на заміщення вільних робочих місць лише – 50,4 тис. осіб [4].

Соціальний захист персоналу полягає в захисті прав людини та в охороні праці. До статей Конституції України, котрі безпосередньо стосуються соціального захисту, належать: ст. 17, ст. 46, ст. 48 та ст. 49 [1]. Крім того, підприємства повинні забезпечити не лише захист прав людини, а й якісні та безпечні умови праці для персоналу відповідно до Закону України «Про охорону праці» [5].

Забезпечення функціонування ефективної системи стимулювання персоналу підприємства, що являє собою оптимальне поєднання матеріального та морального стимулювання. Залежно від можливостей підприємства необхідно передбачити досить високий рівень надбавок і премій для того, щоб продемонструвати реальну зацікавленість керівника підтримати прагнення до якісної роботи. Нематеріальні засоби мотивуючого впливу полягають в акцентуванні уваги працівників на значенні виконуваної ними роботи і важливості їх вкладу в кінцеві результати діяльності підприємства.

Екологізація діяльності. Екологізація діяльності полягає у забезпеченні екологічної безпеки виробництва. В процесі становлення та розвитку перебуває відносно новий напрям діяльності – екологічний аудит, проведення якого регулюється Законом України «Про екологічний аудит» [6].

Якість управління підприємством. Якість управління підприємством характеризується ефективністю діяльності суб'єкта господарювання (прибутковість, рентабельність, трудова активність) за певний проміжок часу, а також його репутацією (імідж в споживацькому та діловому середовищі, думка про підприємство авторитетних суб'єктів).

Всі вище розглянуті напрями розвитку підприємства в умовах глобалізації повинні бути взаємопов'язані між собою та не суперечити один одному. Перед запровадженням їх на певному суб'єкті господарювання спочатку необхідно виконати системний аналіз впливу даних дій на майбутній розвиток підприємства, сформулювати стратегію розвитку та визначити першочергове та другорядне. Для реалізації даних напрямів необхідно щоб підприємства були соціально відповідальними та відповідно ставилися до своєї діяльності, продукту та споживачів. Існує необхідність удосконалення законодавчої бази в даному напрямі та існуючих контрольних дій, а саме:

- розробити та затвердити законодавчу базу, яка забезпечить зацікавленість і стимулюватиме підприємства бути соціально відповідальними;

- відмовитись від догматичних уявлень про державну підтримку «старих галузей», протекціонізму на користь неефективних виробників і перейти до ринкових індикаторів економічного розвитку.
- проводити постійну антикорупційну політику;
- підтримувати суб'єктів господарювання в реалізації положень та концепцій соціальної відповідальності;
- запровадити на державному рівні єдиний підхід до розуміння соціальної відповідальності в Україні;
- удосконалювати співпрацю у форматі соціального діалогу;
- поширювати міжнародні стандарти та системи управління соціальної відповідальності в Україні.

Список використаних джерел

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>.
2. Соціальна ринкова економіка: основні орієнтири для України : підручник / Під редакцією проф. Р. Клапгама. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.hds.org.ua/library/kniga_kas.pdf.
3. Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів : монографія / [Наливайко А. П., Решетняк Т. І., Євдокимова Н. М. та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. А. П. Наливайка.] – К.: КНЕУ, 2013. – 454 с.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Закон України «Про охорону праці» від 14.10.1992 № 2694-ХІІ-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2694-12>.
6. Закон України «Про екологічний аудит» від 24.06.2004 № 1862-ІV-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1862-15>.

Derii O.

Kyiv National University of Trade and Economics

EUROPEAN VALUE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT IN GLOBAL ECONOMIC SPACE AS A MODEL FOR UKRAINE

Current economic position of Ukraine in the world economy can be described as inconsistent and one that lacks of certainty. Such situation drives the need for development of the key policy, which will lead to successful thriving economy in terms of modern pace of internationalization and globalization embraced by developed and developing regions worldwide.

Many economists nowadays tend to percept global economy thought the “giants” – transnational corporations due to their obvious influence on economies, policies, cultures and environments though massive volumes of operations, workforce, capital and profits. Oftentimes lack of collaborative global regulation creates conditions for these companies to obtain imposing benefits and to find lucrative loopholes which are not available for smaller companies, startups, venture business or local firms.

However, due to development of technologies, we can observe fast emerging opportunities for other crucial element of economy – micro, small and medium sized enterprises, which are responsible for the bulk of job creation, economic dynamism and innovation in developed and developing countries providing efficient regulatory incentives from governments and other domestic and international institutions and organizations.

All around the world and in Ukraine the methodology for identification SMEs are similar and mostly determined by quantitative characteristics such as number of employees, volume of assets and profits. Nevertheless, it is important to include to the methodology the qualitative dimensions thus nowadays companies of the same size but from different sectors of economy can perform vastly different scale of operation. Nature and consistency of goods and services provision, rate of turnover, stage in enterprise lifecycle, geographical specialization, nature of management (i.e. woman entrepreneurs, nonresidents, immigrants), simplistic organizational structure are the components of methodology for determination SMEs in Belgium, Bulgaria, Hungary, Switzerland and others. On the other side such European countries as Germany, the Netherlands, Denmark, Belgium, Luxembourg, Ireland, France, Greece do not have legally established attribution criteria for small and medium enterprises.

Today there is no single definition that would fully characterize the

concept of small business. Each country has its own approach to this issue, due to historical features, the level of economic development, the sectorial structure of the economy, national conditions, etc. The classification system can help to identify the legal and economic features of the activities of small business entities with the purpose of creation of incentivizing regulation to stimulate and direct the activity of SMEs in Ukraine.

Europe Union is renowned to emphasize on and to use the power of SMEs. Small and medium business is characterized as the driver of the economy; it faces risks and overcome adversity in order to survive; it provides diversity that propels innovation; SMEs intensify competition, create more value in order to outstand it. Those claims are backed up by facts and figures such as SMEs amount to 90% of enterprises around the globe; present themselves as job creators and providers of usually more the 50% of country's exports; and appear to introduce up to 99% of innovations (based on data from Japan). However, SME sector of economy is notably fragile in times of crises and in need for external aid in order to stay afloat.

For years, Europe and Asia have been nourishing environment conducive for small business to thrive. In particular, European Union is the most inspiring examples for Ukraine to look up to. The vital elements for SMEs sector development are stable governmental policies, developed infrastructure, low bureaucracy and corruption levels. Those requirements are met in region mentioned above, whereas Ukraine is still famously fail to provide environment to eager Ukrainian entrepreneurs.

As Ukraine economy and other spheres currently face intense difficulties it is worth mentioning European struggle for its SMEs in heat of 2008 world economic crises. EU focused on solving SMEs difficulties with funding (informing and providing alternatives to common bank credit such as mini bonds, business angels investments) creating regional and local organizations that help to manage enterprise leverage and facilitate access to information and technology, manage smart specialization and cluster formation to stimulate synergy effects. Besides there were positive effects of intense economic conditions i.e. increased competition stimulate to innovate more, which means companies try create more value for the same input thus being more efficient and effective.

As Ukraine, moves towards integrating into European economy implementation of European strategies on SMEs development will facilitate such integration.

It is necessary to assert that currently SMEs do not participate in trade and in the global economy to a level, which matches their potential. It rises the important question of what can be done to support these SMEs in fully integrating into global trade.

European Union sees this question as of great importance therefore the organization called “Enterprise Europe Network” works on such SMEs’ globalization obstacles as: limited access to information (vital information that TNCs can afford is often too expensive for small businesses: closed forums and conferences; departments of research and development, translators and other high qualified specialists and departments that corporations have); limited access to finance (SMEs don’t list on stock exchange and hard to get conventional credit); limited access to expensive equipment and high technologies). “Enterprise Europe Network” assists ambitious enterprises by providing services of wide range of high-qualified employees, which pave the road of SMEs to global market.

To compare to other approach, in the other part of the World, in Asia and in China in particular, the future globalization of SMEs stands behind e-commerce. It is facilitated by cluster creation, fast development of IT sphere and robotics, strong belief in artificial intelligence and new technology revolutions that they bring altogether in the nearest future. All mentioned above will allow any enterprise to sell, buy and deliver globally eliminating distance through the highly efficient supply chain.

Development of small and medium enterprises creates opportunities to change for better and to change faster. As China’s most admired billionaire, Jack Ma, loves to say: “when trade stops – war starts”. Enlargement of trade flow and trade establishment of trade relations with abundance of innovative ideas and will facilitate the resolution of many problems that world facing right now.

Therefore, for Ukrainian economy to grow and develop it is necessary to follow up a working model of small and medium enterprises development. Moreover, taking into account firmly embodied European direction in policies and economics the successfully working models of small and medium enterprises development of European Union should be taken into consideration, adopted to the particularities of Ukrainian economy, and properly implemented to reach the maximum positive effect to increase competitiveness of Ukrainian economy worldwide.

Reference

1. Класифікація підприємств за Законом №2164-VII [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://dtkr.com.ua/show/Osid0388.html>.
2. Лайчук С. М. Класифікація підприємств малого бізнесу в Україні та за кордоном: порівняльний аспект / Світлана Михайлівна Лайчук. // ВІСНИК ЖДТУ. – 2007. – № 42. – С. 217–223.
3. Романська О. Аналіз статистичних показників розвитку підприємництва в Україні у 2015 році / Оксана Романська //

- Національна платформа МСБ. – 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<http://platforma-msb.org/analiz-statystychnyh-pokaznykiv-rozvytku-pidpnyemnytstva-v-ukrayini-u-2015-rotsi/>.
4. China Japan Small Medium enterprise [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=YPq5W3ohtnE>.
 5. Future of SMEs: Europe's economic power houses // Real Economy. – 2015. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=BS7_pfYMAfk.
 6. Kariuki C. How to better integrate SMEs in global trade? / C. Kariuki, K. Suominen, K. Rockwell // WTO. – 2016. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=azfmTIIal60>.
 7. Ma J. Alibaba's Jack Ma Visions for the Future: E-commerce and a Three-Day Workweek for All / Jack Ma // Gateway. – 2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=VWxSoccZzCw>.
 8. The Driving Force of Japan: Small and Medium Enterprises– 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=BBfPeY2ZecA&t=87s>.
 9. The secret of small business success – Enterprise Europe Network // Enterprise Europe Network. – 2011. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ULt1p8-QN4s>.
 10. Tzenou G. How Europe helps small businesses expand internationally - business planet / Georgia Tzenou // Business Planet. – 2016. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=1qL423NIARk>.
 11. Watson R. Financing Europe's SMEs / Rick Watson // Association for Financial Markets in Europe. – 2016. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=DJISMILDCFg>.

Диченко А. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

РЕФОРМУВАННЯ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ

В умовах сучасного стану економіки все більшого значення набувають питання розробки нових підходів до управління підприємством. Одним з факторів, що стримують його ефективність є відсутність теоретичної, методичної та практичної єдності і отримання інформації. Завдяки комплексному характеру дослідження набуває актуальності питання обліково-аналітичного забезпечення управління підприємства в рамках інтеграції до європейських стандартів.

Верховна Рада України ухвалила новий Закон України Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність [1], покликаний реформувати ринок аудиторських послуг в Україні, та важливі зміни до Закону України Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [2].

Зміни до закону про бухоблік та фінансову звітність запровадять розподіл підприємств на категорії – мікро, малі, середні або великі. Для мікро і малих підприємств буде запроваджена скорочена фінансова звітність у складі тільки балансу і звіту про фінансові результати. Цей закон вводить у законодавство нову категорію підприємств – «підприємства, що становлять суспільний інтерес». До цієї категорії будуть віднесені емітенти, цінні папери яких допущені до біржових торгів, банки, страховики, недержавні пенсійні фонди, інші фінансові установи. Що буде з цими підприємствами? Вони повинні будуть складати і подавати свою звітність відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ). Крім того, як тільки буде розроблена і запроваджена у фінансовому секторі нова система підготовки і подання фінансової звітності в електронному форматі, що базується на стандарті XBRL, вони перейдуть на подачу звітності в електронному форматі. Запуск цієї системи очікується з 2019 року [3].

Термін «підприємства, що становлять суспільний інтерес» є ключовим також і для нового закону про аудит. Закон України Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність матиме істотний вплив на обов'язковий аудит фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес, за якими здійснюватиме нагляд новостворений регулюючий орган. Закон містить посилені вимоги щодо звіту аудитора підприємств, які становлять суспільний інтерес. Вимоги покликані розширити розуміння зацікавленими сторонами

аудиту. Закон також пояснює, яким чином необхідно реагувати на виявлені значні ризики. Крім того, він вимагає від аудиторів підприємств, що становлять суспільний інтерес, готувати додатковий письмовий звіт для аудиторського комітету.

Також у законі міститься перелік не аудиторських послуг, які аудиторю підприємства та всім членам мережі аудиторських фірм заборонено надавати самому підприємству, що становить суспільний інтерес, його дочірнім підприємствам або його материнській компанії. Встановлюється ліміт вартості дозволених послуг, не пов'язаних з обов'язковим аудитом підприємства, що становить суспільний інтерес. Вартість послуг не може перевищувати 70% від середньої суми винагороди, раніше отриманої аудитором за послуги з обов'язкового аудиту такого підприємства. Крім того, від підприємств, що становлять суспільний інтерес, вимагається здійснювати ротацію суб'єктів аудиторської діяльності після 10 років надання послуг з обов'язкового аудиту. З можливістю подовження періоду ротації у разі проведення публічного тендеру[4].

Як зазначено в пояснювальній записці, метою нового закону є приведення норм національного законодавства у сфері аудиторської діяльності у відповідність із законодавством Європейського Союзу, зокрема з положеннями Директиви 2006/43/ЄС та Регламенту 537/2014.

Проте новий закон містить певні недоліки, деякі з них стосуються вище зазначених документів[5]:

- перший недолік зустрічається вже у першій статті. Основною метою Законопроекту є імплементація Директиви 2006/43/ЄС. Проте в законопроекті відсутнє визначення деяких понять, які містяться в Директиві, а саме: «Суб'єкт аудиторської діяльності третьої держави», «Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку»;

- це не єдине відхилення від Директиви. В ч. 7 ст. 32 останньої зазначається: «Система суспільного нагляду повинна фінансуватися належним чином. Фінансування системи суспільного нагляду має бути безпечним та вільним від будь-якого неналежного впливу з боку аудиторів чи аудиторських фірм». Яка ж система фінансування пропонується новим Законом? Відповідно до ч. 13 ст. 15 Закону, фінансування відбувається шляхом обов'язкового внеску суб'єктами аудиторської діяльності на користь Органу суспільного нагляду з суми винагороди за кожним договором з надання аудиторських послуг з обов'язкового аудиту підприємствам, що становлять суспільний інтерес. Суму внеску визначатиме КМУ, але не більше ніж 5% від суми винагороди. Проте про відсутність впливу з боку аудиторів чи аудиторських фірм, як того вимагає Директива, при

такій системі фінансування казати недоречно. До того ж за послуги з обов'язкового аудиту іншим юридичним особам, які не є підприємствами, що становлять суспільний інтерес, також будуть сплачуватися внески, розмір яких визначатиме Аудиторська палата України;

- одними з найсуттєвіших та найпозитивніших запроваджень Закону є приведення аудиторською діяльності у відповідність з вимогами міжнародних стандартів аудиту та надання останнім статусу обов'язкових. Однак у ч. 2 ст. 13 Закону зазначено:

«При провадженні аудиторської діяльності застосовуються міжнародні стандарти аудиту, оприлюднені державною мовою на офіційній веб-сторінці центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку й аудиту. При цьому центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку й аудиту, має право визначати дату, з якої застосовуватимуться окремі міжнародні стандарти аудиту». Вважаємо, що таке формулювання обмежує та стримує ефективне застосування міжнародних стандартів аудиту, адже нині на сайті Аудиторської палати України оприлюднені та перекладені державною мовою лише Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг в редакції 2014 р., хоча вже давно опубліковані англійською мовою такі стандарти за 2016 р. Окрім того, нині не визначено центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку й аудиту. В будь-якому випадку, таке формулювання Закону ставить застосування міжнародних стандартів аудиту у пряму залежність від політичної волі центрального органу.

Таким чином, розглянуті вище закони є важливим кроком в реформації як аудиторської діяльності, так і бізнесу в Україні. Всі недоліки які були перелічені вище мають буди включені до наступних редакцій та поправок в законі, і в майбутньому призведуть до якісного контролювання, на європейському рівні, аудиторської діяльності.

Список використаних джерел

1. Закон України Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2258-19>.
2. Закон України Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

3. Терещенко Ю. Що готує новий закон про аудит / Ю. Терещенко // НВ Бізнес. – 2017. – Режим доступу: https://biz.nv.ua/ukr/experts/tereshchenko_yu/shcho-gotuje-novij-zakon-pro-audit-2439033.html.
4. Рафальська К. Бухоблік та аудит чекають великі зміни / К. Рафальська // НВ Бізнес. – 2017. – Режим доступу: https://biz.nv.ua/ukr/experts/rafalskaya_e/bukhoblik-ta-audit-nastupnoho-roku-chekajut-veliki-zmini-2442262.html.
5. Нізельський А. Новий законопроект про аудит: імплементація директиви ЄС з українським присмаком / А. Нізельський, В. Чуприна. // Юридична газета. – 2017. – Режим доступу: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/bankivske-ta-finansove-pravo/noviy-zakonoproekt-pro-audit-implementaciya-direktivi-es-z-ukrayinskim-prismakom.html>.

Drazdova D. A.,
Bykova E. Y.
Belarusian State Agrarian Technical University

BRANDING AS A BASIS TO DEVELOP EFFECTIVE SALES DAIRY PRODUCTS

In today's world, branding is the way to success. The main purpose of branding is to create popularity in a certain target audience.

Of particular importance is the presence of the brand in a highly competitive market, which is the market of dairy products. Dairy industry is one of the most numerous branches of the Republic of Belarus. In recent years, the Belarusian dairy industry has become a hallmark of the food industry of the Republic, specializing in the production of milk, cheese, ice cream, yoghurts and other products.

In the Republic of Belarus, this industry is represented by a wide range of products with many brands that are popular outside the country. Among the main consumers of dairy products, in addition to domestic buyers, there are also the markets of the Russian Federation and Ukraine, while the level of loyalty of consumers to dairy products of the Republic of Belarus is quite high. The share of exports of dairy products in the total production amounted to 55% [1].

Among the main milk-processing organizations it is necessary to

allocate JSC Savushkin Product, JSC Zdravushka-milk, JSC Minsk Dairy plant No. 1.

JSC Savushkin Product-the leader of dairy branch of Republic of Belarus, one of the largest producers of natural dairy products of the East European region. The company not only leads the rating of effectively operating enterprises of the food industry of the country, but also for more than 15 years is a favorite of consumer preferences of Belarusians. And the company's products are recognized internationally and the highest awards in prestigious competitions such as Superior Taste Award (Belgium) and Monde Selection (Belgium) [2].

JSC "Zdravushka-milk" is a modern production plant, equipped with high-tech equip-equipment of leading European companies that meets all the standards and norms. OJSC "Zdravushka-milk" has formed a trademark since 2004. The range of organization of more than 145 products. Its high quality is evidenced by the constantly growing geography of sales, both in the domestic market and growing volumes of exports to Russia, as well as a special recognition for the organization are numerous diplomas, medals and awards awarded to our company for participation in exhibitions and competitions [3].

JSC Minsk dairy plant No. 1 makes dairy products from natural cow's milk and is the leader of dairy branch of Republic of Belarus. The product range includes more than 250 items. 40% of production is widely presented in the market of Belarus and Russia, deliveries to Georgia, Azerbaijan, Moldova, Kazakhstan, China and other countries are adjusted. To date, the company's portfolio includes 7 trademarks [4].

Given the segments of the dairy markets and the identical range of brands represented, the presence of the brand and its promotion becomes especially important and relevant. Of course, Belarusian dairy organizations have to compete with such well-known and popular brands as Nestle, Danone, DMK, Muller, etc. for this reason, without a strong enough branding today, Belarusian producers will not win this struggle of sales growth.

For comparison, we estimate the branding activity of milk processing organizations of the Republic of Belarus (table. 1).

The presented organizations have a unique, modern brand, enjoy high trust and commitment among the population. The leading leader today is the brand "Savushkin product". However, the development of branding in Belarus is inferior to the most developed countries in Europe and the West, but very successfully carried out various activities to promote brands in contrast to other types of products.

It is necessary to intensify the work of dairy brands in the same direction, due to the high orientation of the response to the domestic market, to increase the range of supplies, which will increase production and increase

the popularity and strength of the brand as a whole. For example, in Ukraine in recent years has reduced the production of dairy products. Therefore, the development of trade relations in the dairy industry can be a promising step for the two countries.

Table 1

Branding evaluation of the leading milk processing organizations of the Republic of Belarus

Standards	JSC "Zdravushka-milk"	JSC Minsk Dairy plant No. 1	JSC Savushkin Produkt
Product	Milk, kefir, sour cream, butter, cottage cheese and curd products, glazed cheese curds, yogurts, cottage cheese pastes, puddings, hard and processed cheeses, juices, milkshakes, sour milk yogurt drinks	Milk, kefir, sour cream, cottage cheese, grained, curd paste, curd dessert, glazed cheese, butter, fermented milk, cream, buttermilk, yogurt, cream, drink, pudding, jelly, mayonnaise	Kefir, milk yoghurt, butter, milk, juice, nectar, yogurt, ryazhenka, sour cream, spread, processed cheese, hard cheese, cottage cheese, cottage cheese dessert
The trademark on the name 1. verbal 2. visual 3. volume 4. combined 5. miscellaneous	The combined trademark representing part of the name Zdravushka and the figure of the cow symbolizing dairy industry	The graphic trademark, in a drop of milk on a red blue background, there is a figure 1 in which, as in a glass the stream of fresh milk pours in	Combined trademark, an earthenware jug (jug) pours the milk in the word Savushkin
Main content of the brand	Feel the taste of useful!	Createthebestmilk	To give people joy and health
The geographical boundaries of the brand	Globalperception		
Brandrecognition	High awareness on the territory of Belarus, and partly in the territory of the Russian Federation		

With the expansion of markets, it will be possible to expand the product line or create separate brands for international mentalities and preferences. As for the packaging design of dairy products, the presence of well-debugged engines related to the design, it is mainly light colors, fields, cows, jewelry, etc. it is necessary to change the Type of products, for example, as it happens in Ukraine, using universal forms and applications in a wide range of colors, the type of product, it remains simple, but the sample time is interesting enough to compete in the market. As for the question of registration can be approached more creatively, for example, the production of milk in the boxes, black in color, and the designer from Texas has developed a packaging in the form of a cow's udder, when you want to pour the milk, you must squeeze box in his hands, imitates zipper here to lock the ROI movement in the milking process. Such non-standard solutions will clearly distinguish domestic dairy products in foreign markets.

Thus, it is possible to form the following recommendations for the growth of sales of dairy products through branding.

1. Create brands specializing in a particular direction of the market segment, taking into account the mentality and offers of potential buyers.

2. The color scheme of the packaging should be designed in a single style, which should be associated with a particular brand.

3. The use of non-standard packaging of dairy products, tied to the type of products and its properties, such packaging should be ergonomic and environmentally friendly.

4. As part of the active branding, it is recommended to create a holding milk processing organizations of the Republic of Belarus, which will join the PR-campaigns for the production of Belarusian dairy products, include long-term contracts for the supply of various countries, etc. [5, p. 114-115].

References

1. Белорусский новостной Интернет-портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://naviny.by>. — Дата доступа: 20.04.2018.
2. ОАО «Савушкин продукт» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.savushkin.by/>. — Дата доступа: 20.04.2018.
3. ОАО «Здравушка-милк» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://zdravushka.by>. — Дата доступа: 20.04.2018.
4. ОАО «Минский молочный завод № 1» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belmilk.by/company/about>. — Дата доступа: 20.04.2018.

5. Воронин, А.Д. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.Д. Воронин, А.В. Королев. — Минск: Вышэйшая школа, 2014. — 175 с.

Дробот М. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Сучасний розвиток фінансового забезпечення підприємств є дуже актуальною темою. Недостатня кількість власних ресурсів та складність в залученні зовнішніх джерел фінансування, позбавляє підприємства конкурентоспроможності як на вітчизняному ринку, так і на світовому.

Фінансове забезпечення може бути здійснено за рахунок різних методів – самофінансування, державного фінансування, страхування, інвестування, та кредитування фінансово - кредитними установами або комерційними банками. Важливе значення при виборі цих методів має те, до якої галузі економіки належить суб'єкт господарювання, на які ризики наражається, яка специфіка його забезпечення.

Для забезпечення фінансовими ресурсами підприємства використовують три джерела – це власні, бюджетні та запозичені кошти.

Великі процентні ставки по кредитах та складність отримання змушують підприємства шукати нові джерела фінансування. Досвід багатьох країн свідчить, що не завжди збільшення бюджетних витрат пов'язане з покращенням положення підприємств.

В умовах ринкової економіки визначальна роль у фінансовому забезпеченні виробничої та інвестиційної діяльності підприємства належить самофінансуванню. Його основою є використання фінансових ресурсів, сформованих за рахунок власних джерел. Щодо визначення їх складу нині немає чіткої однозначності. Більшість авторів притримуються думки, що ними, в першу чергу, є надходження від реалізації продукції, робіт і послуг та їх складові – прибуток і амортизаційні відрахування. Частина дослідників до складу власних джерел формування фінансових ресурсів включають статутний капітал і кошти, що виплачуються страховими компаніями у вигляді відшкодування втрат від стихійних лих, аварій. Маємо визначити, що власні джерела формування фінансових ресурсів мають наступні

характерні ознаки:

- постійний характер існування та використання;
- порядок їх використання визначається нормативно - законодавчими актами, статутними документами та внутрішніми локальними положеннями й регламентами;
- відсутність зафіксованої величини плати за користування ними.

Виходячи з цих характеристик до складу власних джерел формування фінансових ресурсів слід включити два обов'язкові елементи – прибуток й амортизаційні відрахування [1].

До самофінансування відносять прибуток, амортизацію та випуск акцій. Залежно від способу відображення прибутку в звітності, зокрема в балансі, виокремлюють:

- приховане самофінансування;
- відкрите самофінансування (тезаврація прибутку).

Прихована форма фінансування підприємства пов'язана з використанням прихованого прибутку. Приховування прибутку здійснюється у результаті формування прихованих резервів. Оскільки приховані резерви проявляються лише при їх ліквідації, приховане самофінансування здійснюється за рахунок прибутку до оподаткування. Отже, відбувається відстрочка сплати податків і виплати дивідендів.

До суттєвого недоліку прихованого самофінансування слід віднести порушення принципу достовірності при складанні звітності та підвищення рівня асиметрії в інформаційному забезпеченні її зовнішніх користувачів [2].

Тезаврація прибутку – це спрямування його на формування власного капіталу підприємства з метою фінансування інвестиційної та операційної діяльності. Фінансування підприємства за рахунок тезаврації прибутку має як переваги, так і недоліки. До основних переваг самофінансування слід віднести такі:

- залучені кошти не потрібно повертати та сплачувати винагороду за користування ними;
- відсутність затрат при мобілізації коштів;
- не потрібно надавати кредитне забезпечення;
- підвищується фінансова незалежність та кредитоспроможність підприємства.

Побудова концепції фінансового забезпечення стійкого розвитку підприємства дає змогу підвищити адаптивність підприємства до мінливих умов зовнішнього середовища та забезпечити ефективність його діяльності в несприятливих умовах, а також є запорукою задоволення інтересів власників підприємства – отримання дивідендного доходу; працівників підприємства – вчасне отримання

заробітної плати створення умов для кар'єрного розвитку; партнерів та контрагентів – ефективне довготривале співробітництво; органів місцевого та державного управління – забезпечення довгострокового розвитку та поповнення бюджету податковими надходженнями [3].

В умовах кризи, коли гостро проявляється проблема фінансового забезпечення підприємств, існує реальна можливість результативного управління фінансовими потоками як на рівні всієї національної економіки, так і в рамках його окремих підприємств. Таким чином, фінансове забезпечення передбачає не тільки незалежність підприємств від зовнішніх джерел фінансування, а й забезпечення високоефективної виробничо - комерційної діяльності, вдосконалення технологічної та технічної оснащеності тощо. З цих позицій пріоритетним завданням в управлінні підприємством є розробка та обґрунтування стратегії його стійкості [4].

Отже, для підприємств України сьогодні найкращім джерелом може виступати відкрите самофінансування. Перевагами якого є : залучені кошти не потрібно повертати та сплачувати винагороду за користування ними, відсутність затрат при мобілізації коштів, не потрібно надавати кредитне забезпечення, підвищується фінансова незалежність та кредитоспроможність підприємства.

Список використаних джерел

1. Стецюк П. А. Когнітивний контекст класифікації джерел фінансових ресурсів / П. А. Стецюк // Вісник Сумського національного аграрного університету. — 2009. — №2. — С. 15—22.
2. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. — К. : КНЕУ, 2003. — 324 с.
3. Концепція фінансового забезпечення стійкого розвитку підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/12505/1/%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A6%D0%95%D0%9F%D0%A6%D0%86%D0%AF%20%D0%A4%D0%86%D0%9D%D0%90%D0%9D%D0%A1%D0%9E%D0%92%D0%9E%D0%93%D0%9E%20%D0%97%D0%90%D0%91%D0%95%D0%97%D0%9F%D0%95%D0%A7%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%A1%D0%A2%D0%86%D0%99%D0%9A%D0%9E%D0%93%D0%9E%20%D0%A0%D0%9E%D0%97%D0%92%D0%98%D0%A2%D0%9A%D0%A3%20%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%84%D0%9C%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0>

[%90.pdf](#).

4. Теоретичні основи фінансового забезпечення підприємств
[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=sre_2013_5_45

Івахів А. Б.
Львівський державний університет
внутрішніх справ

ЄВРОПЕЙСЬКІ ЦІННОСТІ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Протягом останніх років в Україні обрано курс на побудову високорозвиненої, демократичної і правової держави, яка прагне стати рівноправним членом європейського економічного простору. А це передбачає запровадження різних соціальних, економічних, демократичних у своїй основі європейських стандартів життєдіяльності людини з відповідними доходами, освітнім рівнем, належними умовами проживання, культурним розвитком, соціальними правами та гарантіями. В цьому контексті важливим є втілення європейських цінностей в систему освіти для формування цілісної гармонійно розвинутої моральної та кваліфікованої особистості майбутнього фахівця.

Треба зазначити, що окремі елементи дослідження європейських цінностей та якості життя населення описувалися в працях таких вчених, як В. Л. Пасісниченко, Ю. Щербакова, О. А. Грішнова, Н. В. Ковтун, Е. М. Лібанова, Дж. К. Гелбрейт, Р. Бауер та ін. Проблему формування ціннісних орієнтацій у вищій освіті висвітлювали О. Адаменко, Г. Васянович, В. Вербець, С. Гончаренко та ін.

Проблема формування професійних цінностей здобувачів вищих навчальних закладів сьогодні знаходиться на стадії осмислення й розвитку, зумовлена радикальними перетвореннями в структурі ринку праці, диверсифікацією форм професійної зайнятості людини, що акцентувало увагу громадськості до сформованості професійних цінностей, основою яких є розвиток таких компонентів:

- мотиваційного (зацікавленість майбутньою професією, усвідомлення її значущості);

- змістово-процесуального (високий рівень теоретичних знань, умінь і навичок у професійній сфері);
- рефлексивного (самооцінка професійної діяльності, самовдосконалення, креативність) [1].

Треба сказати, що Європі вдалось побудувати ефективну систему освітніх цінностей. В її основі – так званий «трикутник знань» (освіта - наука - інновації). Така система цінностей задає вектор розвитку європейської освіти. І в цьому сенсі європейський досвід має велике значення. Результатом дотримання такого вектору є високий рівень довіри з боку світової спільноти до якості європейської освіти. На нашу думку, на даному етапі розвитку українське суспільство потребує в першу чергу забезпечення довіри до оцінки якості освіти. Дійсно, неможливо реформувати будь-яку сферу діяльності (і, зокрема, освіту), якщо відсутня довіра між учасниками процесу. Довіра з боку суспільства є необхідною умовою для ефективного проведення освітніх реформ [1].

Сама довіра до системи забезпечення якості європейської освіти ґрунтується на таких складових:

- прозорість, під якою розуміємо забезпечення зрозумілості і передбачуваності процесів дотримання стандартів якості освіти в оперативному режимі для всіх зацікавлених сторін;
- об'єктивність, яка забезпечує неупередженість інформації, що використовується та результатів прийняття рішень на її основі;
- достовірність, яка характеризує безспірне, твердо обґрунтоване і доказове знання [2].

Таким чином, основні реформи в системі вищої освіти, які спрямовані на підвищення її якості, повинні зосереджуватися на таких основних завданнях:

- як зробити прозорими рішення, що приймаються на різних рівнях українського освітнього простору, особливо якщо вони пов'язані з розподілом тих чи інших ресурсів;
- як унеможливити вплив будь-якої зацікавленої приватної чи посадової особи або колективу на прийняття рішень або викривлення інформації в процедурах забезпечення якості;
- які критерії необхідно обирати для прийняття рішень, щоб вони відображали справжні академічні результати діяльності викладачів, університетів, освітньої системи країни в цілому [3].

Якість освіти не може бути забезпечена без дотримання принципів академічної чесності. Порушенням академічної доброчесності вважається:

- академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю)

наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості), та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства; формою академічного плагіату є самоплагіат, що полягає у відтворенні без посилання на джерело інформації власних раніше опублікованих текстів;

- фабрикація – фальсифікація результатів досліджень, посилань або будь-яких інших даних, що стосуються освітнього процесу;

- обман – надання завідомо неправдивої інформації стосовно власної освітньої (наукової, творчої) діяльності чи організації освітнього процесу;

- списування – використання без відповідного дозволу зовнішніх джерел інформації під час оцінювання результатів навчання;

- хабарництво – надання (отримання) учасником освітнього процесу чи пропозиція щодо надання (отримання) коштів, майна чи послуг матеріального або нематеріального характеру з метою отримання неправомірної вигоди в освітньому процесі [4].

Проблема академічної недоброчесності є актуальною для української освіти. Більшість учасників навчального процесу визнають, що прояви нечесності й корупції мають місце, але визнавати їх системними проблемами адміністрації вищих навчальних закладів до кінця не готові. Основною причиною, безумовно, є необізнаність молоді, хибне розуміння цінностей.

Задля вирішення цих проблем було створено Проект Сприяння академічній доброчесності в Україні, який охопив 10 українських університетів – із різних регіонів і з різними характеристиками. Крім того, нова редакція Закону України «Про вищу освіту» [4] відкрила можливості для побудови реальної автономії вищих навчальних закладів в Україні, створення ефективного механізму забезпечення академічної чесності та якості освіти, звуження поля потенційної корупції та залучення стейкхолдерів до управління вищою освітою. Внаслідок цього започатковано створення не просто правового середовища для протидії окремим зловживанням академічною доброчесністю, а й обрано вірний і дієвий напрям запобігання порушенням академічної етики – прозорість і підзвітність діяльності вищих навчальних закладів.

Таким чином, на рівні університету дотримання засад академічної чесності має стати частиною чіткої стратегічної політики, підкріпленої бажанням та рішучістю запровадження нової моделі і принципів академічної взаємодії. Кожен університет може підбирати найбільш зручні для нього засоби врегулювання цих питань, формуючи кодекс академічної чесності та відкритості, де б чітко було

визначені поняття списування та плагіату, порядку успішного вирішення трудових конфліктів, можливості створення студентських організацій для підвищення відповідальності самих студентів за порушення академічної етики. Разом з цим, відторгнення корупції повинно бути не лише справою сумління окремого науковця чи інституції, а й стати концепцією культури в межах всього академічного середовища в Україні. Це вимагає прийняття всіма відсутності толерантності до проявів академічних зловживань та порушень академічної етики та потребує системи підтримки з боку громадянського суспільства. Серед молодих людей, необхідно формувати розуміння того, що життєвий успіх передусім залежить від якості їхнього навчання, а отже від їх знань, умінь і етичних настанов, а не від відповідних знайомств чи зв'язків.

Підсумовуючи, зазначимо, що в українських обставинах запит на вільну від зловживань академічну культуру, як необхідну передумову академічної якості і фахової підготовки в системі освіти, повинен надходити від вітчизняного бізнесу. Адже тільки якість людського капіталу є гарантією створення продуктів з високим рівнем доданої вартості, а отже переходу від сировинної економіки до економіки знань й успішної інтеграції українських компаній у світову господарську систему. Ціннісна орієнтація університету має бути відображена у його місії, баченні, стратегії розвитку. Справжні цінності здатні об'єднувати людей в цілеспрямовану згуртовану спільноту, мобілізувати їхню солідарність у кризові моменти. Вони звільняють людей від фіксації на суто вузькому приватному інтересі і зобов'язують турбуватися про спільну справу. Найбільша інновація — це людина, а найважливіша реформа це — зміна ментальності, яка виявляє себе у відкритості до нових цінностей та нових суспільних стандартів. Стануть іншими університети, іншим стане усе суспільство.

Список використаних джерел

1. Сакало О. Є. Європейські цінності: сутнісні основи та практичне втілення [Електронний ресурс]. URL: <http://dSPACE.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4335/1/Sakalo.pdf/> (дата звернення 25.04.2018).
2. Пірен М. І. Європейські цінності та їх реалізація у сфері державної служби та кадрової політики України [Електронний ресурс]. URL: http://znpnadu_2015_1_9.pdf (дата звернення 25.04.2018).
3. Сатановська Л. Формування цінностей та ціннісних професійних орієнтацій студентської молоді у вищих навчальних закладах

- України [Електронний ресурс]. URL: vknutshp_2016_1_15%20(1).pdf (дата звернення 26.04.2018).
4. Академічна чесність як основа сталого розвитку університету/ Міжнарод. благод. Фонд «Міжнарод. фонд. дослідж. освіт. політики»; за заг. ред. Т. В. Фінікова, А. Є. Артюхова – К.; Таксон, 2016. – 234 с.
 5. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII// База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 25.04.2018).
 6. Амельченко Н. Цінності об'єднаної Європи / Наталія Амельченко. – К.: ГО «Лабораторія законодавчих ініціатив», 2013. – 42 с.

Kadet A.
Belarusian State Agrarian Technical University

IMPROVEMENT OF MARKETING MECHANISM FOR PRODUCT SALES DEVELOPMENT

The transition to market methods of management sharply exacerbated the problem of organizing the sale of food products. The condition of distribution channels, the density of the sales network, the communicative capabilities of the sales participants began to exert an increasingly noticeable influence on the level of satisfaction of consumer demand, the competitiveness of products, and the efficiency of production.

At present, the optimization of sales activities is an important reserve for strengthening the enterprise's position in the food market, a necessary condition for increasing the volume of sales of agricultural products.

In modern conditions, sales become the dominant factor determining the efficiency of production as a whole. One of the requirements of the time is the development of an economic toolkit that ensures the harmonization of the production and marketing strategies of domestic agro-industrial enterprises, the formation of an assortment program taking into account the forecasted dynamics of demand for products.

To successfully compete in the domestic and foreign markets, it is necessary to improve the marketing mechanism for the development of sales of products, which provides for the strengthening of the functioning and organization of new structures that are purposefully engaged in the search

for markets, analysis and monitoring of both the domestic and foreign markets, the formation of demand for products through advertising and other areas. In this regard, commodity producers are looking for alternative outlets on the markets, which is quite difficult with imperfect information base. As a result, marketing, which is an effective means of increasing competitiveness, is used inefficiently by domestic agricultural enterprises [1,2].

The need to form a distribution network is conditioned by the fact that the manufacturer is unable to assume all the duties and functions resulting from the requirements of free exchange in accordance with the expectations of potential consumers. Appeal to intermediaries means for the enterprise loss of control over certain elements of the process of commercialization. Therefore, the choice of the distribution network (distribution channels) is not only a strategic decision that must be compatible with the expectations in the target segment, but also an instrument of the company's production and trading strategy. A distribution network can be defined as a structure formed by partners participating in the process of competitive exchange, with the aim of providing goods and services to individual consumers or industrial users.

In the process of research, we determined the main marketing functions: studying the results of market segmentation and advertising planning; conclusion of contracts with consumers or intermediaries • accounting and control of the implementation of contracts • development of a plan for the shipment of goods to customers • identification of sales channels; organization of reception, storage, packaging, sorting and shipment of goods to customers • information, resource and technical support for the sale of goods • promotion of sales • establishing feedback from consumers and regulation.

The performance of the functions considered leads to the emergence of commercial distribution flows between the participants in the exchange process, directed in mutually opposite directions. In total, we have defined five types of flows in the distribution channel:

the flow of property rights: the transfer of ownership of goods from one owner to another;

physical flow: consecutive physical movement of goods from the manufacturer through intermediaries to the end user;

flow of orders: orders received from buyers and intermediaries and sent to manufacturers;

financial flow: various payments, bills, commissions that move from the end user to the manufacturer and the intermediaries;

flow of information: this flow is spreading in two directions - information about the market is moving towards the manufacturer,

information about the offered goods is sent to the market side at the initiative of the manufacturer and intermediaries.

Consequently, the presence of a distribution channel implies the distribution of functions and flows between the participants in the exchange. The key issue in organizing a network is not whether these functions and flows should exist, but rather in who of the channel's participants will implement them. You can observe a great variety in the distribution of functions, not only for different markets, but also within the same market.

Studies have shown that in the general sales system domestic enterprises use only two channels of different levels:

- zero-level channel (direct channel) - consists of a producer selling the product directly to the end user;

- a single-level channel includes one intermediary. In consumer markets, this intermediary is usually a retailer, and in the industrial markets, they are often a sales agent or broker.

We have established that domestic agro-industrial enterprises have a traditional sales system that consists of an independent producer, one or more wholesalers and one or more retail traders. Each channel entity is a separate enterprise, striving to secure the maximum possible profits, even to the detriment of the maximum profit-making by the system as a whole.

In connection with the revealed shortcomings in sales at domestic processing enterprises, we are encouraged to optimize and use the following distribution channels:

- two-level channel - includes two intermediaries. In the consumer markets, wholesale and retail traders become such intermediaries; industrial markets can be an industrial distributor and dealers;

- three-level channel - includes three intermediaries. These three intermediaries can be: a large wholesale enterprise, a small wholesale enterprise, a retailer.

Thus, these directions will allow domestic producers to optimize sales channels, enter new markets, increase the efficiency of the organization, and so on.

References

1. Nazarova, M. S., Osnovin, S. V. Formation of adaptive marketing strategy at meat-processing enterprises in new conditions of management // "Agrarian economy", № 11, 2012, P.40-44
2. Lamben, Jean-Jacques. Strategic marketing. European perspective / Jean-Jacques Lamben; trans. with fr. - SPb.: Science, 2006. - 630 p.

Калініченко Є.А.
Льотна академія
Національного авіаційного університету
м. Кропивницький, Україна

АКТУАЛЬНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В СВІТОВУ ТА ЄВРОПЕЙСКУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ

Проблема інтеграції в європейську та світову транспортно-логістичні системи - одне зі стратегічних завдань розвитку України як незалежної держави. Транспортно-логістичні операції з доставки товарів завжди відігравали дуже велику роль у міжнародних господарських зв'язках, але у зв'язку з обмеженістю у розвитку засобів транспорту і зв'язку просторові масштаби таких основних операцій були невеликими (тобто локальними) і іноді виходили на трансконтинентальний або міжконтинентальний рівень. («Шлях із варяг у греки», «Великий шовковий шлях» та ін.).

Для світового ринку логістичних послуг, за результатами досліджень і розрахунків, нині характерні не тільки великі обсяги (12 % валового світового продукту) та динаміка (5 % зростання за рік), але й просторова структура, в якій перевага належить країнам Західної Європи (зокрема ЄС) - 27,5 %, Північної Америки (США) - 26,7, Азійсько-Тихо-океанського регіону (Японії) - 19 % [2]. Особливо значних успіхів у координації транспортно-логістичної стратегії досягли країни ЄС. Ця стратегія отримала назву єврологістика, її розглядають як інфраструктурну основу та важливу складову процесу євроінтеграції. Курс на створення єдиної транспортно-логістичної системи простежується в усіх головних документах ЄС, починаючи з Римського договору (1957) [5], але, як одна з базових стратегій євроінтеграції, Єврологістика особливо розвинулась наприкінці ХХ - на початку ХХІ ст. Концептуальний базис Пан'європейської транспортно-логістичної інтеграції формувався поступово. Зокрема, концепція європейських транспортних осей (1983) передбачала створення швидкісних залізниць та внутрішніх водних шляхів [5].

Інтеграція України у загальноєвропейські структури і налагодження багатосторонньої кооперації з ЄС є головними геостратегічними пріоритетами нашої країни після отримання незалежності. У зв'язку з активним розвитком ділових зв'язків з іншими країнами перед Україною постали складні завдання, пов'язані з питаннями адаптації до нових умов господарювання в ринковому середовищі, інтеграції в європейську та

світову транспортні системи. Саме тому орієнтація українського політикуму на інтеграцію до європейської економічної спільноти та перехід до ринкових відносин, а також певні економічні проблеми нашої країни зумовлюють підвищену увагу до розвитку й ефективного функціонування транспортної галузі України [1].

Географічне положення України як транзитної держави та розширення міжнародної торгівлі визначають особливу роль транспортного обслуговування зовнішньоекономічної діяльності. Транспорт при цьому розглядається як елемент макрологістичної системи міжнародної торгівлі. В Україні налічується 33 діючих аеропорти, 20 державних морських торговельних портів, вісім річкових портів, шість залізниць, понад 90 авіаційних та 150 судноплавних компаній різних форм власності, понад 75 тис. суб'єктів господарювання, на балансі яких є автомобільний транспорт [6]. Стан логістичної системи України є незадовільним, що підтверджують дослідження Всесвітнього банку, згідно з якими по індексу логістичної ефективності Україна займає 102-е місце серед 155 країн [2]. Оцінювання проводилось за такими критеріями: ефективність процедур митного оформлення, інфраструктура транспортної логістики, доступність і легкість організації міжнародних поставок. У структурі вітчизняного логістичного ринку транспорт займає 89%, управління ланцюгами поставок – 1%, експедирування – 2%, зберігання – 8% [7]. У проектах єврологістики Україна займає важливе місце, що пов'язано з її вигідним географічним положенням. Про це свідчить високий серед країн ЄС транзитний рейтинг британського інституту Rendell – 3,75 бали [8]. Виділяють такі напрями участі України в європейській транспортно-логістичній інтеграції: панєвропейські транспортні коридори ПЕК; трансконтинентальні транспортні коридори ТКТК; панєвропейські транспортні зони; міжнародні логістичні термінали[9].

Через територію України проходять чотири панєвропейські транспортні коридори (ПЕС), чотири трансконтинентальні транспортні коридори (ТСТС), також Україна належить до Чорноморської транспортної зони (BlackSeaPETrA). Вступ України до міжнародних транспортних організацій і структур, ратифікація низки міжнародних угод, конвенцій та інших документів із питань організації транспортних систем і перевезень стали першими кроками, з яких почалася інтеграція українського транспортно-дорожнього комплексу в Європейську транспортну систему. На інтеграцію України до Європейської транспортно-логістичної системи орієнтовані такі державні документи [10]:

- Програма створення та функціонування національної мережі

міжнародних транспортних коридорів в Україні (1998 р.);

– Комплексна програма затвердження України як транзитної держави в 2001–2010 рр. (2001 р.); – Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період та до 2020 р. (2001 р.);

– План дій Україна – Європейський Союз, Політика сусідства (2005 р.);

– Програма формування Союзу, Політика сусідства (2006 р.);

– Програма формування мережі логістичних центрів у системі міжнародних транспортних коридорів України та ін. Сучасний стан логістичного ринку України, а також проблеми транспортної логістики країни дають змогу спрогнозувати розвиток логістичного ринку найближчим часом. Прогнози щодо логістичного ринку:

– економічна криза посилила конкуренцію і пришвидшила процес консолідації логістичного ринку;

– передбачається посилення вимог до якості послуг, збільшення попиту на комплексні послуги, посилення тенденції перерозподілу попиту у великих, середніх і вузькоспеціалізованих компаніях;

– експерти прогнозують у майбутньому стабілізацію ринку з темпами зростання 3–5%;

– зростання контрактної логістики протягом наступних трьох-п'яти років;

– збільшення обсягів роздрібної торгівлі як ключового фактору розвитку транспортної галузі та логістичного ринку;

– подальший розвиток транспортної інфраструктури;

– зростання на ринку малотоннажних перевезень та експрес-доставок, що спричинено збільшенням обсягів Інтернет-торгівлі;

– основними критеріями під час вибору перевізника залишаться якість і швидкість виконання замовлення за оптимальною вартістю[7].

Але такі події на території України, як анексування Криму та бойові дії сході країни, дуже призупинили розвиток транспортної логістики. Також нестача коштів на розвиток транспортної системи, що обумовлена корупцією в нашій країні, впливає негативно, так само як і дохід нижче середнього у більшій кількості населення України. Неспроможність населення користуватись транспортними послугами приводить до їх непотрібності, тобто відсутності як таких.

Отже, концепція «Широкої Європи», тобто розширення єдиного європейського простору на північ, включаючи Україну, передбачає єврологістику як невід'ємну частину та створення єдиної європейської транспортно-логістичної системи, яка б через мережу міжнародних транспортних коридорів та логістичних центрів була би пов'язана з транспортно-логістичними системами Азії та іншими частинами світу й активно залучала ресурси української транспортної системи. Поступова цілеспрямована інтеграція транспортного комплексу України до

загальноєвропейської та світової транспортної системи шляхом розвитку МТК може забезпечити не лише додаткові надходження до бюджету, а й стимулювати інвестиційну активність, залучення іноземного капіталу, вдосконалення технологій транспортування, транспортної інфраструктури країни в цілому та економічний розвиток регіонів. Нинішні умови транспортування вимагають об'єднання промислових, торговельних, транспортно-експедиторських компаній, обслуговуючих інфраструктуру ринку, в інтегровані логістичні системи (ланцюги), адже саме вони здатні швидше, своєчасно і з мінімальними витратами здійснювати поставку продукції споживачам.

Список використаних джерел

1. Сокур І. М. Транспортна логістика / І. М. Сокур, Л. М. Сокур, В. В. Герасимук. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 220 с.
2. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.worldbank.org>.
3. Тридід О. М., Логістика : [навч. посіб.] / О. М. Тридід, Г. М. Азаренкова, С. В. Мішина, І. І. Борисенко. – К. : Знання, 2008. – 566 с.
4. Берман Б. Розничная торговля: стратегический поход / Б. Берман, Дж. Р. Эванс ; пер. с англ. ; 8-е изд. – М. : Вильямс», 2003. – 1184 с.
5. Офіційний сайт Європейської Комісії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/index_en.htm.
6. Офіційний сайт Міжнародного транспортного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.internationaltransportforum.org>.
7. Агличанова Ю. Огляд ринку логістики України / Ю. Агличанова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.promdex.com/community/detail/1149.html>.
8. Офіційний сайт центру гуманітарних технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/ratings>.
9. Смирнов І. Г. Логістика туризму / І. Г. Смирнов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uchebnikonline.com/logistika/logistika_turizmu_-_smirnov_ig/logistika_turizmu_-_smirnov_ig.htm.
10. Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>.

Карпенко В. А.
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНОК ЄС В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Вихід на європейський ринок для українських підприємств в умовах світової фінансової кризи та істотного зниження платоспроможності споживачів на внутрішньому ринку є доволі актуальним питанням як для практики розвитку українських підприємств так і для наукових досліджень в цьому напрямку.

Актуальність теми дослідження обумовлена також такими проблемами вітчизняних підприємств: нестача фінансових коштів, незадовільний стан основних засобів; невідповідність продукції міжнародним стандартам; застарілість технологій. Разом з тим, в Україні існують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентоздатними не тільки на вітчизняному ринку, а потенціал виробництва перевищує внутрішні потреби країни. Тому для збільшення обсягів продажу продукції та ефективнішого використання виробничих потужностей цим підприємствам необхідно шукати нові ринки збуту. З огляду на географічну близькість та перспективність найбільш привабливим є саме ринок Європейського Союзу (далі ЄС). Водночас з огляду на специфіку розвитку та ключові чинники успіху різні товарні ринки ЄС вимагають від українських підприємств переорієнтації на світові стандарти ведення бізнесу. Усе це вимагає ґрунтовного аналізу існуючих бар'єрів для розвитку експортної діяльності вітчизняних підприємств та визначення напрямів їх подолання.

Проблеми виходу на зовнішні ринки українських підприємств в умовах глобалізації та євроінтеграції висвітлюються в науковій літературі [1; 5; 8]. Підприємству, що вирішило вийти на європейський ринок, необхідно взяти до уваги існування безлічі обмежень і перешкод у міжнародній торгівлі – як у країні, на ринок якої воно збирається вийти, так і в своїй власній. До таких обмежень, на думку В.Г. Щербак та В.П. Лозенко, належать митні тарифи (фіскальні і протекціоністські), валютний контроль із боку держави, ряд нетарифних бар'єрів, а також культурні особливості країни при розробці експортно орієнтованих маркетингових програм [8, с. 41].

З огляду на вищезазначене, метою нашого дослідження є ідентифікація проблем виходу вітчизняних підприємств на ринок ЄС в умовах глобалізації та пошук шляхів їх вирішення.

Роль Росії в нашій зовнішній торгівлі поступово зменшується. Звичайно товарна структура експорту в РФ була краща, ніж експорту в ЄС, оскільки туди ми поставляли більше продукції машинобудування (вагони, турбіни, авіаційні двигуни) [2]. Наприклад, постачальники вагонів були зав'язані на російський ринок до 90%. Тоді я ще говорив менеджерам підприємств: "Диверсифікуйте свої ринки, бо Росія веде сплановану політику на заміщення українського імпорту".

Робити вона це почала ще тоді, коли фактично контролювала нашу країну. Росія контролювала наші дії в авіації, контролювала наші дії в закупках газу, в військово-промисловому комплексі. Зараз ми позбавились цього контролю, що дуже важливо. Це вже дає свої перші результати.

Чи ми знайдемо найближчим часом повну заміну Росії? Ні. Але це змушує наші компанії переорієнтуватися на інші ринки. Чи можемо ми розвиватися без ринку Росії? Звичайно. Світ великий. Головне, що ми маємо тепер можливість вільно контактувати зі світом. Важливо, що ми – відкрита економіка. Ніхто нас не обмежує в нашій торгівлі. Ми отримали можливість самостійно будувати свої стратегії. Отримали свободу з якої все починається.

Те, що ми втратили російський ринок поставок машинобудівної продукції – це шок. Але він змушує наші підприємства шукати альтернативи, мінятися, вдосконалюватися. Наприклад, збільшилася кількість компаній, які почали постачати в ЄС. Зростає кількість країн в які ми експортуємо своє обладнання. Глобальний ринок величезний. Це колосальні обсяги, які не порівнюються з обсягами, які є в Росії. Росія від війни, яку вона розв'язала в Україні, втратила значно більше, ніж ми. Загальні втрати країни-агресора можна оцінити в близько одного трильйона доларів. Мається на увазі й дія санкцій і падіння світових цін на енергоносії. То хто без кого не може? Очевидно, що більше вони без нас, ніж ми без них.

В результаті дії поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ПВЗВТ) між Україною та ЄС у 2017 році продовжилася тенденція до зміцнення позицій ЄС як стратегічного торговельного партнера України. За результатами 11 місяців 2017 році питома вага ЄС у зовнішньоторговельному обороті товарів України досягла 41,3% (частка ЄС у загальному експорті товарів України – 40,3%, в імпорті товарів – 42,1%) [4]. Протягом 2017 року торгівля товарами між Україною та ЄС динамічно зростала - як щодо експорту, так і щодо імпорту. Зокрема, за січень-листопад 2017 р. експорт товарів до ЄС

виріс на 30,4% порівняно з аналогічним періодом попереднього року та становив 15,9 млрд. дол. США, а імпорт товарів з ЄС – збільшився на 22,8% і становив 18,8 млрд. дол. США. Близько третини експорту товарів з України до ЄС займала продукція сільського господарства та харчової промисловості (31,8% усього експорту до ЄС). На другому місці – експорт чорних металів та виробів з них (21,4%), на третьому – продукція машинобудування (15,2%).

З послуг Україна найбільше екпортує до ЄС транспортні послуги, послуги з переробки матеріальних ресурсів, а також телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги. Імпорт послуг з ЄС у 2017 році дорівнював 2,5 млрд. дол., що на 3,4% більше порівняно з минулим роком.

В українському експорті до ЄС спостерігається позитивна тенденція до розширення товарних позицій, які постачаються на ринок ЄС (362 нові товарні позиції у 2017 році) – тобто відбувається товарна диверсифікація експорту до ЄС.

У 2017 році було планово збільшено (у середньому на 10%) тарифні квоти для 18 українських агрохарчових товарів (зокрема, меду, м'яса птиці, круп та борошна, ін.). Українські експортери активно використовували можливості безмитного експорту до ЄС в рамках 29 із 40 наявних тарифних квот протягом 2017 року. Найбільшим попитом користувалися безмитні квоти на такі продукти: мед, виноградний та яблучний соки, оброблені томати, цукор, крупи та борошно, м'ясо птиці, пшениця, кукурудза, ячмінь. Українські компанії постачають зазначену продукцію і понад тарифну квоту, проте ці обсяги підпадають під загальний режим імпорту ЄС (обкладаються увізним митом ЄС). Крім того, у 2017 році Україна почала використовувати також ще три безмитні квоти: на молоко, вершки, згущене молоко та йогурти; оброблений крохмаль та яйця [4].

З 1 жовтня 2017 року ЄС запровадив додаткові безмитні тарифні квоти на сільськогосподарську та харчову продукцію терміном на 3 роки (Регламент (ЄС) № 2017/1566). Також, в рамках тимчасових торговельних преференцій ЄС скасував увізні мита на імпорт з України на такі промислові товари, як: добрива, взуття, пігменти і препарати на основі діоксиду титану, мідні та алюмінієві вироби, електронна апаратура для відтворення зображення (Регламент (ЄС) № 2017/1566) [4].

Завдяки угоді про асоціацію з ЄС, ми отримали чітке визначення, за якими стандартами ми працюємо. Раніше бізнес губився і не знав за якими стандартами працювати – митними, чи ЄС? Зараз ми чітко знаємо, що ми сертифікуємо свої товари за стандартами ЄС. І як тільки ми сертифікуємо продукцію за стандартами ЄС, то перед нею

відкривається весь світовий ринок. Якщо б ми сертифікувалися за стандартами Митного союзу, ринок для нас би не відкрився. Гарний приклад – поставки молочних продуктів в Китай. Як тільки ми сертифікувалися за євростандартами, то в Китаї не виникло жодного питання. І вони всі обсяги продукції викупили собі. Тому ми отримали від опікунства ЄС можливість, свободу в наших діях та визначеність, куди ми рухаємось. І це набагато важливіше, ніж втрата тих видів експорту продукції, яку ми колись експортували в РФ.

У нас цей ринок сьогодні зайнятий компаніями, які зацікавлені в вивезенні зерна і це ускладнює диверсифікацію українського експорту. В перспективі це може стати фактором ризику, який буде стримувати переробку. Оскільки переробники будуть конкурувати з експортерами за зерно.

Якби у нас було експортне мито на вивіз зерна, то це б сприяло розвитку нашої переробки. Як приклад, можна привести розвиток виробництва соняшникової олії, де в свій час експорт насіння соняшнику був обмежений митом. В світі на продукти харчування постійно зберігається високий попит. «Укрпромзовнішекспертиза» досліджувала це питання. Попит на продукти переробки зерна росте на 5-9%. Наприклад, світовий ринок сиропів зростає на 7% щорічно [2].

Якщо говорити про товари, які користуються попитом на світовому ринку і які ми можемо продавати, то це харчі та харчові інгредієнти. Наприклад, в світі високий попит на м'ясні продукти. Проте, на жаль, у нас обсяги виробництва сільгосппродукції зросли, а м'яса – зменшилися. Хоча це наступна ланка в ланцюгу доданої вартості. Далі – група молочних продуктів. Соки. Ми маємо виробляти соки, а не лише експортувати яблука в Польщу чи Нідерланди. Є група харчових інгредієнтів: сухе молоко, лимонна кислота, яєчний порошок, лізин, казеїн, заморожені овочі та ягоди. З продуктів машинобудування, інтегруючись з іншими світовими виробниками, ми можемо експортувати: литво, елементи трансмісії, електропроводка, підшипники, гідравлічне обладнання.

Що для нас є тривожним? Те, що Україна рухається в пастку глобалізації. Це коли у виробництві та експорті переважає частка продукції з низькою доданою вартістю і відбувається масова трудова еміграція.

У виробництві продукції переробної промисловості питома вага високотехнологічної продукції знизилася з 4,6% в 2014 році до 4,3% за 11 місяців 2016 року. Також за цей час знизилася частка середньо-високотехнологічної продукції з 15% до 13,5% [2].

Водночас, частка низькотехнологічної продукції зросла з 38,8% до 41,4%, а середньо-низькотехнологічної знизилася з 41,6 до 40,9%.

Тобто, структурно у нас виходить так, що частка виробництва високотехнологічної продукції у нас продовжує знижуватися. В нас продовжує збільшуватися сировинна компонента в експорті. Це означає, що ми поставляємо сировину, з якої інші країни виробляють додану вартість.

Друга стаття – експорт робочої сили. В Польщі і Чехії не вистачає робочої сили. І вони відкривають квоти для українців. Від нас виїжджають працівники, в тому числі і високої кваліфікації. Тому, з одного боку, ми маємо досягнення, коли людина вільно має право обирати, де їй працювати. З іншого – країну покидають спеціалісти, бо тут немає робочих місць та можливостей для реалізації. Динаміка така, що ми все більше і більше екпортуємо товарів та робочої сили. Загалом за останні три роки лише за офіційними даними Україну, в пошуках роботи, покинули 1 млн. 200 тис. осіб [2]. Ця тенденція дуже тривожна. Єдиний вихід – створення робочих місць, зокрема, на підприємствах переробної галузі, які в нас продовжують деградувати. Тут мала б бути спеціальна політика уряду, якої немає. Якщо ми цього не змінимо, то ми завжди будемо відставати і залишатимемось об'єктом різних агресій, не дивлячись на наявність колосальних ресурсів.

У що держава має інвестувати, щоб допомогти собі ж? Перше – інвестиції в освіту та підготовку спеціалістів. Друге – фінансування науки та наукових розробок. Третє – інвестиції в інфраструктуру. З метою збільшення можливостей використання потенціалу Зони вільної торгівлі між Україною та ЄС подальшим пріоритетом діяльності Уряду має бути продовження реформ для збільшення доступу українських товарів та послуг на ринок ЄС: зменшення нетарифних обмежень, зокрема пов'язаних з санітарними та фітосанітарними заходами та технічними бар'єрами у торгівлі; розвиток електронної торгівлі з ЄС та інтеграція у цифровий ринок ЄС; державна підтримка виходу малих та середніх підприємств на ринок ЄС.

Список використаних джерел

1. Бадрак В. Європейські перспективи української оборонки / Дзеркало тижня, 2007. – № 24 (653) – С. 23.
2. Власюк В. Ми продаємо сировину, з якої конкуренти виробляють додану вартість // [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://biz.censor.net.ua/r3020490>
3. Економічні дослідження світового банку. Україна, Європа, Світ. 2000–2005 / Регіональне представництво Світового банку в Україні, Білорусі та Молдові. – К., 2006. – (CD-ROM).

4. Звіт про виконання угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом у 2017 році// [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: // [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу:
https://eu-ua.org/sites/default/files/imce/layout_16_02_final.pdf
5. Михайлишин Л. І. Вектори інтеграції України в ЄС чи СНД / Л.І. Михайлишин // Науково- інформаційний вивник: «Економіка». – 2013. – № 3. – 172-181с.
6. Український малий бізнес – на експорт? // Інтернет-ресурс: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/1791777.html>
7. Щербак В. Г. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / В. Г. Щербак, А. П. Лозенко // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 14.
8. Щербак В.Г., Лозенко А.П. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки // Фінанси України. – 1999. – № 4. – С. 41–43.

Kostopralova A. A.,

Bykova E. Y.

Belarusian state agrarian technical University

EVALUATION OF ADVERTISING CAMPAIGNS OF THE DAIRY ORGANIZATIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

The problem of competitiveness of milk processing organizations in the modern world is significant and paramount. Active methods of product promotion allow organizations to occupy a favorable position in the market and consolidate it.

In order to combat consumer stereotypes (the majority continues to remain faithful to traditional products-milk, kefir, cottage cheese and sour cream, despite the wide range of products enriched with vitamins and minerals) and to increase customer loyalty, customers should be actively informed about new products, explain their advantages, show the safety and usefulness of these products.

The most effective method of promotion of dairy products due to the market saturation of this type of goods is an advertising campaign.

An advertising campaign is a complex of advertising activities related to a single concept and advertising idea aimed at achieving a specific marketing goal within the advertiser's marketing strategy [1, с. 460].

Therefore, an advertising campaign is a process that involves the

following steps:

- situation analysis;
- strategic planning;
- development of advertising campaign;
- implementation of the advertising campaign
- analysis of advertising campaign;
- correction of the advertising campaign.

Currently, the dairy market is extremely heterogeneous in its nomenclature and assortment, so each dairy company has its own characteristics in terms of marketing strategies, which presents the plan and implementation of the advertising campaign. However, it is not always carried out an analysis of the implementation of the PR plan, including with competitors.

Taking into account the importance of the stages of analysis of the advertising campaign and its correction, the comparison of advertising campaigns of dairy producers in the Republic of Belarus (OJSC "Savushkin Product", OJSC "Minsk dairy plant № 1" and OJSC "BabushkinaKrynka").

Based on the analysis revealed the need to adjust advertising campaigns organizations dairy industry. Changes should be aimed at increasing the effectiveness of advertising returns.

Table 1

Comparative analysis of advertising campaigns of dairy organizations of the Republic of Belarus

Trademark	OJSC "Savushkin Product"			OJSC "Minsk dairy plant № 1"			OJSC "Babushkina Krynka"	
	Savushkin	BrestLitovsk	Optimal	Slavictraditions	Dairycountry	Minskstamp	Babushkina Krynka	ECO GRECO -
Type of advertising	television advertising	television advertising	television advertising	-	-	-	-	-

2. Outside	billboards	–	billboards; city-formats	billboards	–	billboards
3. Ontransport	inscriptions on the outer surfaces of vehicles					
4. In the field of sales	- packaging with printed names and trademarks; - outdoorstickers; - effective merchandising			packaging with printed names and trademarks		
5. ontheInternet			frame - advertising	- official site; - page in social networks (Vkontakte)	- official site; - page in social networks (Vkontakte, Odnoklassniki, Facebook)	
6. Black PR	Presentintelelevisionadvertising			Present when communicating with the media	Present in the pages of social networks	
7. Print	-				calendars	

On the basis of the studies used in table 1, it can be concluded that all organizations participating in the study actively use advertising on the Internet. Each organization has its own official website and official page at least in one of the most popular social networks.

Milk processing organizations actively use outdoor advertising, namely billboards. However, even with the use of one type of advertising there is a uniqueness and individuality of each organization, their brands. For example, OJSC "Savushkin product" on the billboards with the brand "Savushkin" places the various products of this brand. At the same time, OJSC "Minsk dairy plant № 1" does not focus on any kind of product, but advertises all products of individual trademarks by placing trademarks on billboards.

According to the results of the study, it is safe to say that trademarks of all organizations actively use advertising on vehicles. Using this type of advertising OJSC "Savushkin product" adheres to the same method as in outdoor advertising, that is, places a particular type of commodity products,

with the logo of the organization used for dairy tanks. In turn, OJSC "Minsk dairy plant № 1" and OJSC "Babushkina Krynka" use their trademarks for advertising. At the point of sale, all organizations use individual packaging with printed names and trademarks. OJSC "Savushkin product" also on the point of sale uses bright outdoor stickers that are very attracted to children, as well as effective merchandising, which showcase the counter dairy products looks tidier and more attractive.

A distinctive feature of advertising campaigns of brands of the organization OJSC "Babushkina Krynka" is the production of calendars with printed trademarks and decorated in the appropriate style.

The main advantage of the brands of OJSC "Savushkin product" is the use of television advertising, which are actively broadcasted on all national TV channels of the Republic of Belarus. This contributes to the growth of recognition and memorization of brands through an interesting and exciting plot of television advertising. This type of advertising is crucial and important in the competition of dairy organizations. Presents judgment is confirmed by the fact that the products of OJSC "Savushkin product" took first place for several consecutive years in the category "brand of the year" national prize "people's brand".

The main measures to adjust and improve the advertising campaigns of trademarks of all organizations can be:

- wider use of the Internet, which will allow organizations to actively promote their brands and products.
- participation in various thematic exhibitions;
- tasting of their products at various outlets to confirm the opinions of buyers about the quality of their products or acquaintance with new species.
- to use television advertising more actively (it is recommended for OJSC "Minsk dairy plant № 1" and OJSC "Babushkina Krynka").

References

1. Romat E. V. Advertisement: textbook for universities / E. V. Romat, D. V. Saint wood. -- ST. Petersburg: St. Petersburg Publishinghouse, 2016. - 544 p.

ІТ-АУДИТ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

Розвиток автоматизованих інформаційних систем сприяв впровадженню комп'ютеризованої форми обліку переважної більшості суб'єктів господарювання. Комп'ютеризація обліку не впливає на застосування елементів методу обліку, а лише змінює технологію обробки облікової інформації. Проте методика аудиту безпосередньо залежить від способу обробки підприємством облікових даних. При цьому не змінюється загальна мета, завдання перевірки, основні аудиторські процедури. Мета аудиту та основні елементи методології при проведенні перевірки в системі комп'ютерної обробки даних зберігаються. Однак, наявність комп'ютерного середовища суттєво впливає на процес вивчення аудитором системи обліку економічного суб'єкта та супутніх йому засобів внутрішнього контролю.

Аудит в умовах автоматизації бухгалтерського обліку має особливості в технології методах перевірки. Такі особливості полягають у вимогах до знань аудитора, у варіантах застосування комп'ютера в роботі аудитора, в аудиторських процедурах [1].

На думку відомих вітчизняних вчених В.І. Подільського, А.А. Савина, Л.В. Сотникова [2], для створення системи автоматизації аудиторської діяльності або окремих процедур аудита необхідні наступні передумови: високий рівень розвитку засобів обчислювальної техніки; автоматизація бухгалтерського обліку; математичні методи економічного аналізу; високорозвинені інформаційно-довідкові системи; зручні системи для роботи з різними текстами.

На початковій стадії, під час ознайомлення з бізнесом клієнта і планування роботи, аудиторії можуть використовувати комп'ютер не лише для друкування листів і організаційних документів, а й для виконання розрахунків, оцінки ефективності внутрішнього контролю і здійснення аналітичних процедур.

Комп'ютерну техніку клієнта аудитор обов'язково застосовує у випадках, коли облік ведуть з допомогою спеціальних інформаційних програм, а інформацію зберігають у файлах та базах даних. У цьому випадку деякі процедури контролю здійснюють з використанням спеціальних комп'ютерних програм.

Проведення аналітичних процедур напряду пов'язане з автоматизованою обробкою даних. Так американські аудиторії А. Аренс і Дж. Лоббек [3] вказують, що «програму комп'ютерного аудиту можна використовувати при виконанні широких аналітичних процедур як додатковий спосіб аудиторського тестування».

У зв'язку з постійними перетвореннями аудиту у відповідності до нових тенденцій на сучасному ринку та використанню нових програмних продуктів на підприємствах постає питання в необхідності перетворення самого аудитора та набуття ним нових професійних навичок, таких як орієнтування в сфері інформаційних технологій та програмного забезпечення.

Завдяки появі нового прошарку аудиторів, які мають знання у сфері інформаційних технологій (ІТ), стало можливим надання нового виду аудиторських послуг, як «ІТ-Аудит».

Аудит інформаційних технологій (ІТ-аудит) – незалежна перевірка (експертиза) ІТ-середовища підприємства з метою отримання достовірної інформації (фактів) про її поточний стан, формування об'єктивного аудиторського висновку, а також надання рекомендацій з удосконалення даної підсистеми підприємства.

На сьогоднішній день для багатьох організацій інформація і технології, які її підтримують є найціннішими, хоча й часто не до кінця зрозумілими активами.

Проте сам факт впровадження і використання ІТ для цілей бізнесу зовсім не гарантує отримання всіх очікуваних переваг.

Оскільки, як показує практика, крім вигод інформаційні технології можуть спричинити різноманітні негативні фактори, такі як залежність безперервності і результативності бізнесу від використання ІТ, а також різноманітні ІТ-ризики (починаючи від несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації, і закінчуючи фінансовими махінаціями).

Бенько М. М. [4] зазначає, що здійснення аудиту в середовищі ІТ є можливим і необхідним, це забезпечить: зниження трудомісткості процесів використання інформаційних ресурсів, підвищення надійності та оперативності інформаційних ресурсів, ефективну організацію діяльності персоналу, вирішення управлінських завдань економічного об'єкта, підвищення ефективності фінансового аудиту підвідомчих установ і закладів, вирішення управлінських завдань суб'єктів державного фінансового аудиту, підвищення ефективності окремих процесів чи комплексу процесів фінансового аудиту.

Основною ціллю ІТ-аудиту є надання висновку, рекомендацій

для покращення управління в сфері ІТ на об'єкті аудиторської перевірки. У зв'язку із специфічністю перевірки, аудитор повинен мати відповідну кваліфікацію, володіти спеціальними інструментами для розуміння функціонування тих чи інших систем та вмінням визначати аспекти якості об'єктів аудиту у сфері ІТ. Кваліфікований ІТ-аудитор повинен надавати об'єктивну оцінку та рекомендації щодо: інформаційної стратегії; інформаційного управління та інформаційних технологій; інформаційних систем; технічних систем; систем обробки; операційної підтримки.

У зв'язку з постійною появою нових програм та запровадженням нових, аудитору необхідний певний набір інструментів для розуміння функціонування інформаційних систем.

Офіційна назва для спеціальних інструментів аудиту – Інструменти і прийоми комп'ютеризованої підтримки аудиту (СААТТs). Використання СААТТs означає, що ІТ-аудитор використовує комп'ютерні прикладні програми для автоматизації та сприяння ІТ-аудиту для обробки даних, важливих для аудиту, які містяться в інформаційній системі. Застосування СААТТs (табл. 1) допомагає забезпечити належне охоплення питань щодо огляду заходів контролю за прикладними програмами, особливо, коли під час тестового періоду мають місце тисячі або, можливо, мільйони транзакцій. У таких випадках було б неможливо дістати адекватну інформацію у форматі, який можна переглянути без використання автоматизованих інструментів [5].

Таблиця 1

Інструменти, які входять в СААТТs

Назва інструменту	Короткий опис
Аналіз безпеки Microsoft	Можна використовувати для оцінки рівня прогалин в операційних системах Microsoft та важливих налаштувань, пов'язаних з безпекою. Витрати: безкоштовно
Тестер SSL Labs	Допомагає оцінити якість зашифрованного зв'язку і написати детальний звіт. Витрати: безкоштовно
NMAP(Мережевий сканер)	сканер безпеки, за допомогою якого виявляють хости і сервіси в комп'ютерній мережі, створюючи таким чином «карту» мережі. Витрати: безкоштовно
IDEA	Інструмент аналізу даних, призначений допомагати аудиторам швидко проводити аналіз даних, аби покращити аудити і виявити недоліки системи контролю. Важливими характеристиками є гарантія цілісності даних та забезпечення легкого аналізу понад 100 команд, пов'язаних з аудитом. Витрати: на запит
OWASP ZAP	Інтегрований інструмент для тестування проникання, який виявляє вразливі місця у веб-додатках. Витрати: безкоштовно

ІТ-аудитор оцінює один чи більше аспектів якості об'єктів аудиту, в тому числі управління ІТ процесом. Найбільш поширені

аспекти якості в ІТ-аудит і наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Аспекти якості в управлінні ІТ процесом

Аспекти якості	Характеристика
Надійність	У загальному надійність можна визначити як вірогідність того, що інформаційна система на задовільному рівні виконає завдання, для якого її було розроблено або задумано, за певний період часу у визначеному середовищі.
Безпека інформації	Означає захист інформації та інформаційних систем від неавторизованого доступу або зміни інформації, яка зберігається, обробляється чи передається, а також відмови у послугі не авторизованим користувачам
Результативність	Здатність досягнути бажаного результату.
Ефективність	Означає виконання або здатність виконати завдання у співвідношенні із затратами часу і ресурсів.

Оскільки ІТ-аудит в нашій країні достатньо нова сфера надання аудиторських послуг на ринку України, то виникають певні проблеми при його проведенні. Як зазначає Белокоз О.І.[6] підвищення ефективності аудиторської роботи можливе за рахунок використання комп'ютерних технологій, проте враховуючи тенденції розвитку застосування ІТ при проведенні аудиту виникають деякі проблеми:

- Специфіка аудиторської діяльності;
- Застосування підприємством, на якому проводиться аудит, програмного забезпечення та із використанням численних своїх внутрішніх аналітичних реєстрів накопичення інформації;
- Аудитори змушені їжджати на підприємства для проведення аудиту;
- Різноманітна спеціалізація клієнтів аудиторських фірм.

З урахуванням цього створюються негативні передумови щодо детального налагодження комп'ютеризованих систем на усі можливі випадки, їх необхідно постійно коригувати на програмному рівні, що призводить до збільшення капіталовкладення у спеціалізовані аудиторські програми.

На проблеми ефективності аудиту, як процесу, у зв'язку із неналежним застосуванням ІТ, вказує Яровенко Г.М.[7]. Це пояснюється складністю і трудомісткістю контрольних процедур, а також тим, що на багатьох підприємствах система внутрішнього контролю слабо організована або зовсім відсутня.

Таким чином, в умовах постійного розвитку ІТ сфери, появи нових програмних продуктів, зростанням цінності інформації та перетворенням її в важливий актив будь-якого сучасного підприємства, виникла необхідність в спеціалістах, здатних

досліджувати та надавати рекомендації з питань оптимізації процесів та інформації про її поточний стан для поліпшення ефективності функціонування в сфері інформаційних технологій.

Список використаних джерел

1. Русіна Н. В. Використання програмного забезпечення в аудиті / Н. В. Русіна //Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2011. – № 20. – С. 372- 376.
2. Подольский В. И. Аудит RTF /В. И. Подольский. – М.: Издательский центр Академия, 2006. – 583 с.
3. Аренс Э. А. Аудит / Э. А. Аренс, Дж. К. Лоббек; пер. с англ.; гл. редактор серии проф. Я. В.Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 560 с.
4. Бенько М. М. Можливості здійснення фінансового аудиту у середовищі інформаційних технологій / М. М. Бенько // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки. – 2013. – № 2. – С. 3-8.
5. CAATTs Ideal for Efficient Audits. –Електронний ресурс. – Режим
6. доступу:[<https://www.aicpa.org/interestareas/informationtechnology/resources/auditing/caatts-ideal-for-efficient-audits.html>]
7. Белокоз О.І. Вплив інформаційних технологій на аудит дебіторів і кредиторів. [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.nibu.factor.ua/golden/doc.html?id=18085>
8. Яровенко Г. М. Автоматизація як перспективний напрям розвитку зовнішнього аудиту / Г. М. Яровенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 4. – С. 34-38.

Кусевич О. М.

Київський національний торговельно-економічний університет

АНТИМОНОПОЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНА

Основною причиною падіння економіки багатьох країн світу є активна діяльність монополій, адже вони мають чимало негативних наслідків для економіки, зокрема вони придушують конкуренцію; сприяють сповільненню науково-технічного прогресу; примножують

свої прибутки не за рахунок збільшення обсягів продукції, а за рахунок зростання ціни. Тому нині актуальним постає питання стосовно вивчення теоретичних і практичних проблем формування антимонопольної політики. Необхідність вдосконалення цієї політики в Україні визначається тим, що підприємства часто зловживають своїм становищем та вчиняють антиконкурентні дії. Тому на сьогодні важливим є передбачення розвитку монополій, запобігання їх діяльності та розроблення відповідного законодавства з урахуваннями досвіду розвинених країн.

Питання конкурентної політики досліджували такі зарубіжні вчені, як: Д. Барнес, Р. Вернон, В. Кип Вескозі, Дж.Е. Гарінгтон, І. Кірцнер, А. Чемберлін. В Україні проблеми конкурентних відносин, механізмів державного регулювання у сфері антимонопольної діяльності та державного управління розглядали в своїх працях багато вчених та практиків: О. Андрійко, Т. Бело, Е. Бакалінська, З. Борисенко, С. Валітов, І. Головач, А. Дегтяр, В. Дорофієнко, Ю. Журик, О. Колесников, І. Князева, С. Мочерний, О. Мельниченко, А. Мерзляк, Н. Нижник, О. Олійник, Л. Пашко, В. Пілюшенко, Д. Решитков, В. Савчук, Н. Саніахметова, К. Тотьєв, Н. Яременко та ін. Проте деяким питанням щодо втілення в життя антимонопольної політики хотілося б приділити більше уваги.

У загальному розумінні, на нашу думку, антимонопольна політика – це комплекс розроблених і впроваджених заходів на державному рівні, які діють на сучасному етапі у багатьох країнах світу і в основному спрямовані на обмеження діяльності монополій, а також створення відповідного антимонопольного законодавства.

У США антимонопольну діяльність здійснює Федеральна торговельна комісія й Антитрестовське управління Міністерства юстиції. Найсуворіше антимонопольний закон контролює горизонтальні злиття, тобто об'єднання підприємств, які виробляють однотипні товари і послуги, що призводить до монополізації галузі. Методами втілення антимонопольних законів є ліквідація фірми (у США це має місце, коли монополізовано понад 60% будь-якого товару чи послуг), високе оподаткування монопольних прибутків, контроль за цінами монополістів, розукрупнення монополій [1, с.198]. У період із 2005 по 2016 рік у середньому 37 осіб на рік були засуджені до ув'язнення, при цьому середній строк становив 710 днів [2]. Ці цифри включають у себе іноземних громадян, засуджених за участь у картельних змовах, які завдали шкоди американським споживачам.

Європейська та японська системи антимонопольного права забороняють не саму монополію, а лише її зловживання владою. Так,

картелі вважаються корисними для розвитку економіки, тому основною формою державного контролю є система реєстрації картельних угод у спеціальних органах (у Німеччині—Федеральне управління картелів, в Японії—Комісія із справедливих операцій) [3, с.323]. Більшість антимонопольних законів у європейських країнах забороняють такі види монопольних угод, як угоди про поділ ринків та фіксовані ціни.

Для реалізації цілей політики в області конкуренції було створено антимонопольне право ЄС, або так звані правила конкуренції. Вони являють собою сукупність норм, спрямованих на попередження і припинення антиконкурентних (обмежувальних) угод; усунення зловживань домінуючим становищем на ринку; контроль економічної концентрації.

Одним із прикладів антимонопольної діяльності в ЄС є ситуація, що склалася з монополією Google у 2016 році. Комісія у 2016 році офіційно звинуватила компанію у зловживанні своїм домінуючим становищем над операційною системою для смартфонів, що порушує антимонопольне законодавство ЄС. «Поведінка компанії Google обмежує широкий вибір виробників мобільних додатків і сервісів, і стоїть на шляху інновацій інших гравців на ринку, що порушує антимонопольне законодавство ЄС»,— говорилося в повідомленні Єврокомісії [4].

Сума штрафу коливатиметься від 3 до 6,4 мільярдів євро. Варто відмітити, що ця сума на сьогоднішній день оновила історичний максимум. До цього найбільший штраф складав 1,1 млрд євро для компанії ITEL у 2009 році [4].

Щодо України, то державний контроль за дотриманням конкурентного законодавства, захист інтересів підприємців та споживачів від його порушень здійснюється Антимонопольним комітетом України відповідно до його повноважень, визначених законом. Основними завданнями Антимонопольного комітету України є [5]:

- Здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції;
- запобігання, виявлення і припинення порушень конкурентного законодавства;
- контроль за економічною концентрацією;
- сприяння розвитку добросовісної конкуренції.

В Україні за порушення антимонопольного законодавства передбачена майнова відповідальність, стягнення до державного бюджету прибутку, незаконно одержаного суб'єктами підприємницької діяльності в результаті порушення

антимонопольного законодавства, оперативно-господарські санкції.

Усе це в теорії звучить досить впевнено, проте треба враховувати реальний ефект Антимонопольного комітету, ефективність тих заходів, які він запроваджує та їх наслідки для протидії монополізму у майбутньому.

Серед найбільших штрафних санкцій, що були накладені за останні роки:

- ПАТ «Газпром» – 171,9 млрд.грн;
- ТОВ «Гедіс Україна» – 431,2 млн.грн;
- ТОВ «Золотийекватор», ТОВ «ВОГ Рітейл», ПП «Окконафтопродукт», ТОВ «Альянс Холдинг», ПП «АМІК Україна», ТОВ «Сокар Петролеум» та ТОВ «Параллель»– 204,33 млн.грн;
- ТОВ «Систем груп Україна», ТОВ «УБС ЛТД»– 40,59 млн грн.

Основною проблемою України є невміння або небажання контролювати природні монополії. Сфери діяльності природних монополій в Україні є найбільш відсталими за рівнем розвитку й тому вимагають здійснення активної і комплексної державної політики.

Отже, можна стверджувати, що в Україні на сьогодні створено законодавчу базу й організаційні засади здійснення ефективної державної конкурентної політики. Однак життя, поглиблення ринкових перетворень постійно створюють нові проблеми у сфері конкурентної політики, які вимагають нових підходів до їх розв'язання. Питання з обмеження монополізму, підтримки і розвитку економічної конкуренції мають бути й надалі важливим елементом економічної політики держави. Але при цьому було б бажаним і введення на прикладі антимонопольної практики закордонних країн жорсткого контролю за виконанням данного законодавства[6, с.314].

Досить часто в Україні приймаються закони, але введення їх у життя або постійно одержує відстрочку, або взагалі не відбувається. Тому для нормального функціонування антимонопольного законодавства, на нашу думку, необхідно створити ще один ланцюжок–комісію з контролю за виконанням розпоряджень антимонопольних органів, надавши їй усі повноваження по застосуванню санкцій стосовно порушників антимонопольного законодавства.

Таким чином, досвід розвинених країн світу дає Україні чималі шанси та швидкий та ефективний розвиток антимонопольної діяльності, а також можливість розвитку якнайбільш конкурентного середовища, що у майбутньому покращуватиме рівень економіки нашої країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Мочерний С. В. Політична економія: навчальний посібник / С. В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Знання-Прес», 2014. – 687 с.
2. Чому за фіксовані ціни доводиться платити двічі. Урок США для України [Електронний ресурс] // VOXUkraine. – 2016. – Режим доступу:
<http://archive.voxukraine.org/2016/07/15/competition-law-and-policy-in-the-united/>.
3. Наливайко А. П. Мікроекономіка / А. П. Наливайко, Н. М. Євдокимова. – Київ: КНЕУ, 2011. – 446 с.
4. Єврокомісія звинуватила Google в монополізмі. Більше новин читайте за посиланням – 7dniv.info [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу:
<http://7dniv.info/events/74546-yevrokomsia-zvinuvatila-google-v-monopolzm.html>.
5. Антимонопольний комітет: вчора, сьогодні, завтра ... [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу:
<http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/84960;jsessionid=AD4678B6101EF9E9229FC4D37E787D2F>.
6. Базилевич В. Д. Економічна теорія. Політекономія / В. Д. Базилевич. – Київ: Знання-Прес, 2012. – 719 с.

Лопуга В. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЗРАЗОК ДЛЯ УКРАЇНИ.

Актуальність обраної теми: В наш час кожна галузь науки підпорядковується законам технологічного прогресу. Економіка - яскравий тому приклад, а тому велике значення має дослідження процесу «цифровізації» для української економіки. Необхідно знати, до чого це призведе, які переваги отримує суспільство і держава в цілому, що включає в себе цифрова трансформація економіки що ми маємо зробити для досягнення своєї заповітної мети. Інноваційний тип розвитку економіки характеризується переходом країни на вищий технологічний рівень, який визначається переорієнтацією

інвестиційного капіталу у високотехнологічні галузі економіки, розроблення й реалізацію інноваційних проєктів, науку і освіту. «Цифровізація» України має потребувати нових форм солідарності, партнерства і співробітництва. Стратегія дотримання певних принципів буде визначальним для створення, реалізації та користування перевагами, що надають «цифрові технології». Цифровізація освіти. За останні роки дуже розвивається і підтримується урядом США такий напрямок в освіті, як STEM. Це акронім зі слів science, technology, engineering, mathematics, тобто наука, технологія, інженерія, математика. Це низка чи послідовність курсів або програм навчання, яка готує учнів до успішного працевлаштування, до освіти після школи або для того й іншого, вимагає різних і більш технічно складних навичок, зокрема із застосуванням математичних знань і наукових понять. Це напрям в освіті, при якому в навчальних програмах посилюється природничонауковий компонент + інноваційні технології. Технології використовують навіть у вивченні творчих, мистецьких дисциплін. Наприклад, за кордоном музикантів навчають не тільки музикувати, але і використовувати комп'ютерні програми для створення музичних творів. Стрімка еволюція технологій веде до того, що у віддаленому майбутньому з'являться професії, про які зараз навіть уявити важко, всі вони будуть пов'язані з технологією і високо технологічним виробництвом на стику з природничими науками. Особливо будуть затребувані фахівці біо- та нано-технологій. Впровадження STEM-освіти змінить економіку нашої країни, зробить її більш інноваційною та конкурентоспроможною. Адже за деякими даними залучення тільки 1% населення до STEM- професій підвищує ВВП країни на \$50 млрд. А потреби у STEM-фахівцях зростають у 2 рази швидше, ніж в інших професіях, тому що STEM розвиває здібності до дослідницької, аналітичної роботи, експериментування та критичного мислення. Цифровий ринок. Сьогодні уряди країн ЄС працюють над створенням Єдиного цифрового ринку (DigitalSingleMarket), метою якого є зняття бар'єрів і створення єдиних правил для вільного поширення онлайн-послуг. Європейською комісією розроблено Стратегію формування Єдиного цифрового ринку, якою передбачено три основні напрями: онлайн доступ до товарів і послуг, створення сприятливих умов для розвитку цифрових мереж та надання цифрових послуг, сприяння зростанню цифрової економіки ЄС. Вагомим досягненням з реалізації цієї стратегії є скасування оплати за роумінг між країнами ЄС з 15 червня 2017 року. Передбачається, що Єдиний європейський цифровий ринок стане одним з найбільших ринків світу для он-лайн бізнесу. У травні 2017 р. Єврокомісія опублікувала проміжний звіт з

імплементатії Стратегії формування Єдиного цифрового ринку, в якому зазначаються досягнення в цьому напрямі та наводиться план подальших дій. Серед них передбачається до травня 2018 р. сформувати новий єдиний комплекс правил ЄС щодо захисту даних та приватності у електронних мережах. До 2020 р. країни-члени ЄС мають узгодити використання високоякісних смуг частот діапазону 700 МГц. Це дозволить функціонування мереж 5G і створення нових видів послуг, таких як дистанційні медичні послуги, дистанційне керування автотранспортом, створення «смарт-міст». До травня 2018 р. передбачено створення спільного законодавства з кібербезпеки [4].

Отже, необхідність узгодження засад функціонування українського цифрового ринку з наведеними вище стратегічними напрямками є нагальною, оскільки внаслідок реалізації досить масштабних цілей у рамках ЄС у відносно короткий термін існує загроза, що Україна залишиться «за бортом» Єдиного цифрового ринку ЄС. Певні кроки для уникнення такої ситуації уже зроблено. В Угоді про асоціацію між Україною та ЄС (глава 6) передбачено засади узгодження регулювання торгівлі послугами й електронної торгівлі. У сфері телекомунікаційних послуг передбачено зобов'язання забезпечити дотримання умов вільної конкуренції, зокрема юридичну відокремленість регуляторних органів галузі та їх функціональну незалежність від будь-якого постачальника послуг, що надає електронні комунікаційні послуги. З метою розвитку та розповсюдження українських цифрових технологій розроблено «Цифровий порядок денний – 2020», який містить першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. Цілі порядку денного перетинаються з основними засадами Стратегії формування Єдиного цифрового ринку, зокрема: стимулювати економіку та залучати інвестиції робити «цифрові» технології доступними; створити нові можливості для реалізації людського капіталу, розвитку інноваційних, креативних та «цифрових» індустрій та бізнесу. У цьому документі також передбачено гармонізацію регулювання цифрового ринку України із Цифровим порядком денним та Єдиним цифровим ринком ЄС за окремими напрямками співробітництва. «Цифровий порядок денний – 2020» також передбачає перетворення безпосередньо українського цифрового ринку з метою його вдосконалення та подальшої інтеграції до європейського. У документі сформульовано основні принципи «цифровізації» України, які мають забезпечити реалізацію поставлених цілей. Аналіз відповідності вказаних принципів реаліям українського цифрового ринку дає змогу дійти таких висновків.

Водночас на українському ринку послуг Інтернет-провайдерів

існують і переваги для споживачів. У більшості країн світу абонплата за послуги з надання широкосмугового Інтернет-зв'язку становить від 10 до 40 дол. США. У деяких країнах, що розвиваються пропонуються нижчі тарифи, що робить цю послугу більш доступною, зважаючи на відносно низькі рівні доходів. До країн, в яких встановлено абонплату за послуги з надання широкосмугового Інтернет-зв'язку нижче 10 дол. США належить також і Україна (в середньому 2,7 дол. США), разом із таким країнами як Маврикій (2,9), РФ (6,6), Іран (3,8), Бразилія (8,9) та Туреччина (8,8). Україна входить до списку топ-40 країн з найдоступнішим за ціною широкосмуговим Інтернет.

Згідно з іншими принципами Цифрового порядку денного «цифровізація» України має сприяти розвитку інформаційного суспільства, засобів масової інформації, «креативного» середовища та «креативного» ринку, а також орієнтуватися на міжнародне, європейське та регіональне співробітництво з метою інтеграції України до ЄС, входження України в європейський і світовий ринок електронної комерції та послуг, банківської і біржової діяльності і т. д., співробітництво та взаємодію на регіональних ринках. Останнє завдання є одним із найбільш пріоритетних, оскільки дозволяє забезпечити економічне зростання України. Саме «цифровізація» повинна допомогти Україні інтегруватися з європейськими та глобальними системами, бо саме глобалізація і є результатом поширення інформаційно-комунікаційних технологій [5]. Реалізація вказаних положень передбачає налагодження різноманітної співпраці у цифровій сфері, зокрема інтенсифікації торгівлі телекомунікаційними послугами. Водночас існуючі тенденції свідчать про протилежне.

Висновки. Прискорення консолідації цифрового ринку ЄС потребує здійснення невідкладних кроків щодо виконання завдання інтеграції України до нього. Водночас аналіз існуючих положень Угоди про Асоціацію свідчить, з одного боку, про наявність співпраці між Україною та ЄС у цій сфері, а з іншого – про існування обмежень, особливо що стосується фізичної присутності виробників послуг. Основну увагу приділено недопущенню дискримінації через порушення засад вільної конкуренції у сфері телекомунікаційних послуг.

Зіставлення завдань та принципів, задекларованих у «Цифровому порядку денному 2020» та відповідних існуючих тенденцій свідчить про наявність суттєвих розбіжностей у стратегічних принципах «цифровізації» та реаліях українського цифрового ринку. Отже досягнення цілей, закладених у «Цифровому порядку денному 2020» потребує вжиття заходів щодо усунення

вказаних невідповідностей. Напрямами подальших досліджень є розроблення рекомендацій щодо заходів, спрямованих на врегулювання зазначених питань, а також дослідження інших передумов інтеграції України до цифрового ринку ЄС, зокрема можливостей приведення у відповідність українських стандартів у сфері інформаційно-телекомунікаційних технологій до європейських, підвищення рівня кібербезпеки та впровадження електронного врядування.

Список використаних джерел

1. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі / Менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2016. - № 6 - С. 105-110.
2. Структура і тенденції розвитку ринку інформаційно-комунікаційних технологій / О. Бавико // Торгівля і ринок України. - 2015. - Вип. 38. - С. 141–151.
3. Digital Single Market [Електронний ресурс] // European Commission. – 2015. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/shaping-digital-single-market>.
4. «Цифровий порядок денний – 2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
5. e-CODEX (e-Justice Communication via Online Data Exchange) [Електронний ресурс] – 2014 – Режим доступу: http://ec.europa.eu/justice/criminal/european-e-justice/e-codex/index_en.htm

Малиновська А. М.,

Мамонова А. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ ІЗ КРИПТОВАЛЮТАМИ В УКРАЇНІ

Криптовалюти у світі та Україні, зокрема, набувають усе більшого поширення. Сьогодні нараховується понад тисячі видів криптовалют і кількість їх постійно збільшується. Зростання популярності криптовалют відбувається на тлі невизначеності їх економічної сутності та нерегульованості правового статусу на

законодавчому рівні. Більшість регуляторів країн світу з обережністю підходять до законодавчих ініціатив.

За останні роки збільшується кількість країн, які створюють власну криптовалюту. Так, Естонія стала першою країною, яка оголосила про створення державної криптовалюти. Криптовалюта Estonia TokenEST буде частиною постійної програми «Електронне громадянство» [1].

Поширення операцій із криптовалютами в усьому світі вимагають від урядів різних країн розглядати питання їх регулювання та контролю. Невизначеність правового статусу, відсутність методики обліку та оподаткування операцій з ними - є нагальними проблемами сьогодення.

Головною рисою, яка відрізняє електронні гроші від криптовалюти - це спосіб їх походження. На сьогоднішній день криптовалюту можна дарувати, купувати за гроші (шляхом обміну в обмінних пунктах), отримувати в рахунок оплати реалізованих товарів, робіт, послуг, одержувати в якості винагороди за перегляд рекламних відеороликів або «робити».

За даними консалтингової компанії ForkLog Research, Україна входить в топ-10 країн по кількості користувачів Біткоїн і має активне криптовалютне товариство [2]. Перший розрахунок криптовалютою було здійснено мешканцем міста Київ в кінці 2016 р. З того часу кількість розрахунків за допомогою цифрової валюти суттєво зросла. Перше Bitcoin посольство в Україні Embassy of Bitcoin назвало суб'єкти господарювання, що приймають до розрахунку криптовалюту: Інтернет-магазин товарів Tix24, хостел CENTRO HOSTEL, продуктові магазини «Еко-лавка» та «Натуральні продукти», Інтернет для авто 12v.ua та avtoplenka.com, сервіс ремонту Ukrainian iPhone Service, Інтернет сервіс продажу і доставки квітів Sendflowers [3].

Отримуючи в розрахунок криптовалюту, суб'єкти господарювання повинні відображати її в результатах своєї діяльності. Незважаючи на актуальність даної теми, в Україні питанню обліку операцій з криптовалютами приділено недостатньо уваги.

Так, Т. В. Яцик у своїй статті пропонує розглядати криптовалюту, як особливий електронний платіжний засіб, курс якого підтримується тільки попитом і пропозицією [4].

О. М. Петрук і О. Н. Новак у статті «Сутність криптовалюти як методологічна передумова її облікового відображення» запропонували порядок її відображення як різновиду фінансових інвестицій із застосування спеціальних методів бухгалтерського обліку: оцінки,

рахунків, звітності[5].

А.Б. Кувшинова відносить криптовалюту до особливого різновиду електронних грошей, які діють на основі децентралізованого механізму емісії та руху і являє собою складну систему інформаційно - технологічних процедур [6].

На основі проведених досліджень ми пропонуємо своє визначення криптовалюти, а саме криптовалюта – цецифрова (віртуальна) валюта, з одиницею «coin» (монета), яка емітується в мережі за певними принципами криптографії для забезпечення операцій та контролю створення нових монет [7].

Україна вважається платформою для розвитку криптовалюти, як з боку соціальних чинників, так і економічних. Швидкі темпи інфляції та знецінення гривні стали причиною активного використання криптовалюти. Незважаючи на популярність цифрової валюти не тільки в межах України, уряди багатьох країн світу ігнорують питання з приводу її регулювання. Тому було б доцільно визначити економічну сутність криптовалюти та на рівні держави здійснювати контроль над операціями з нею, за допомогою оподаткування доходіввід отриманих результатів.

Список використаних джерел

1. Эстония может стать первой в мире страной-организатором ICO [Электронный ресурс] - /BitNovosti.com/ - Режим доступа: <https://bitnovosti.com/2017/12/18/estoniya-mozhet-stat-pervoj-v-mire-stranoj-ico/>
2. Україна увійшла в ТОП-10 країн за кількістю користувачів Bitcoin. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forklog.com/ukraina-voshla-v-top-10-stran-po-kolichestvu-polzovatelej-bitcoin/>
3. Услуги и товары за Bitcoin. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.embassyofbitcoin.com/service-and-items-for-bitcoin-in-ukraine/>
4. Яцик Т. В. Методика фінансового обліку криптовалюти як особливого виду електронних грошей// «Молодий вчений» .- № 2 (42) лютий.- 2017 р.
5. Петрук О. М., Новак О. С. Сутність криптовалюти як методологічна передумова облікового відображення// Вісник ЖДТУ.- 2017.-№4 (82).- С.48-55.
6. Кувшинова А. Б. Особливості обліку крипто валюти // I Всеукраїнська студентська наукова конференція «Розвиток системи обліку, аналізу та аудиту: теорія, методологія,

організація». – 2018 р. – Режим доступу:

<http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/24052/1/%D0%9A%D1%83%D0%B2%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>

7. Костюченко В. М., Малиновська А. М., Мамонова А. В. Передумови запровадження обліку та оподаткування операцій із криптовалютами в Україні // *Modern Economics*. - 2017. - № 6. - С. 94-102.

Matryushina V.,

Bykova E.

Belarusian State Agrarian Technical University

RECOMMENDATIONS FOR THE FORMATION OF EFFECTIVE MARKETING POLICY

In order to improve the process of searching for new markets, meeting customer needs and gaining market leadership, the organization must develop a balanced marketing policy.

The internal document "Marketing policy of the enterprise" is developed in order to consolidate the current principles of the marketing activities of the organization, proceeding from the specifics of its functioning in its sector of the market.

Marketing policy is a set of laws that determines and justifies the main idea of business, the business objectives in relation to the market, fixes the basic framework of market behavior and determines the marketing strategy.

The main elements of the marketing policy of any company are:

1. Commodity policy - the company's policy regarding the creation, withdrawal from the market and replacement of goods and services;

2. Price policy - the company's policy with respect to prices for goods, fixes views on the overall price positioning, the company's activities in market price niches, pricing practices;

3. Sales policy - the definition of commodity circulation and marketing systems, one of the most important components of the marketing policy, including rules, regarding the channels of commodity circulation, distribution of goods, rules regarding sales points;

4. Promotion policy - the company's policy regarding the promotion of goods and services, which determines and fixes the rules for promoting the company's products / services on the market.

To evaluate the marketing policy, the research object - "Lyakhovichi

Cannery" was selected. Commodity policy of this organization is to continuously improve the quality of products and expand its range. At the moment, "Liahovichi Cannery" produces products that can be divided into three groups:

1. Canned tomato (13 items).
2. Canned vegetables (48 items).
3. Canned fruits (45 items).

In a market economy, commercial organizations have a real opportunity to pursue their own economic policies, including price policy.

Constantly changing market structure requires the enterprise "Liahovichi Canning Plant" to conduct a flexible pricing policy aimed at ensuring successful sales of products, maintaining solvency, maximizing profits and improving profitability.

The company's pricing policy is based on:

1. Collecting and analyzing the selling prices of competitors.
2. Collecting and analyzing wholesale and retail prices for the products of the enterprise and competitors in the context of the regions.
3. Collect data on consumer perceptions of prices. The price policy of "Lyakhovichi Cannery" includes:

1. Development of measures to reduce the cost of finished products in order to withstand price competition for the purpose of expanding sales markets in the country and abroad and increasing the volume of exports.

2. Monthly monitoring of prices for products of competing enterprises in the republic and abroad.

3. Development of a discount program that will promote sales promotion and smooth seasonal fluctuations in business activity.

On the Belarusian market of canned fruits and vegetables there is a high competition between domestic and foreign producers in various price ranges. Table 1 presents an analysis of the prices of the main products of the largest competitors of "Lyakhovichi Cannery".

According to the results of the study, it should be noted that the prices for the products presented by "Lyakhovichi Cannery" are lower than competitive ones, which is a significant advantage of the enterprise. The pricing policy of the plant is aimed at the production of affordable canned fruits and vegetables with high quality characteristics.

Based on the competitive price advantage of "Lyakhovichi Cannery" within the framework of communication policy, it is recommended to use methods of both price and non-price sales promotion.

Table 1

Analysis of prices for some products of competitors of "Lyakhovichi Cannery" as of January 1, 2018, rubles

(Price Social Protection Fund Value added tax and the cost of packaging)	"Lyakhovichi canning plant"	"Goryn agri-combine"	"Borisov canning plant"	"Grodno canning plant"	"Osipovichi canning plant"
Tomato sauce "Krasnodar"	1,32			2,12	1,25
Tomato juice with salt, reconstituted 3L	3,58				3,91
Borsch	0,72	1,20	1,55		
Rassolnik	0,88	1,35		1,48	
Cabbage soup with fresh cabbage	0,78	1,21			
Ragout vegetable	1,00	1,48			
Solyanka from fresh cabbage	1,11	1,35		1,77	1,34
Apple jam 0.5 L	1,22	1,57		1,54	2,04
Apple jam 1 kg	1,86			2,16	
Birch juice with sugar 3L	2,56		3,40	3,37	3,41

To stimulate sales, such price regulators as discounts (for large volume of purchases, seasonal ones) and bonuses (stimulation of the intermediary, payment diversity over time, etc.), as well as tear-off stickers, coupons, lotteries, tastings, etc., can be widely used. The most effective is the use of all of the above ways to stimulate sales.

In addition, an important component of the communication policy of an enterprise should be a permanent, and not a one-time participation in specialized exhibitions, where interested market participants meet. The high communication effect of exhibitions is the ability to demonstrate the product, answer questions, refute objections and, most importantly, build personal relationships with partners and buyers. Participation in exhibitions will allow the enterprise:

- determine the possible demand for products;
- navigate the situation in the industry;

- Initiate existing ones and identify new customers;
- explore competitors.

In the near future, the commercial service of "Lyakhovichy Cannery" should be planned to diversify its foreign markets, primarily the Russian Federation. Great attention should be paid to the promotion to the external markets of vegetable conservation.

In addition, the growth in sales volumes to external markets is planned through the introduction and production of new types of products, at reasonable prices (based on Table 1).

With a significant harvest of apples in 2018 and a decrease in procurement prices for this type of raw material, it is expected to resume the sale of apple jam to the markets of the Russian Federation.

The planned total export growth volume of "Lyakhovichy Cannery" based on the proposed recommendations is possible at the level of 5-7%.

References

1. Marketing as a function of management and the initial stage of intrafirm planning [Electronic resource]. - Access mode: http://interservis.info/lib/i5/4_3_1.html. - Date of access: 04.28.2018.
2. Akulich, I.L. Marketing: textbook / И.Л. Akulich. - 7 th ed., Pererab. and additional. - Minsk: Higher Education. шк., 2010. - 525 с.

Pavlenko V.
Belarusian State Agrarian Technical University

DIRECTIONS FOR INCREASING EFFICIENCY OF PRODUCTION ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION IN MARKET CONDITIONS

Modern conditions for economic development require increasing the efficiency of all activities of processing enterprises, developing new technologies, finding reserves for reducing costs and ensuring product competitiveness. In this regard, identifying the directions and identifying ways to improve the efficiency of production activities becomes particularly important.

It is established that at present OJSC "Borisovkhlbprom" specializes in the production of bakery and flour confectionery products and is the main enterprise of bakeries of the Minsk region. Modern flexible production

technologies allow us to master the production of new product names in a short time, to constantly expand and update the range of products.

The products produced by their technological level are not inferior to the best domestic and foreign analogues and are competitive with respect to the products of enterprises that produce similar types of products. The enterprise strives for perfection in all spheres of its activity and is invariably oriented towards the interests of consumers.

Now in the Belarusian market there are both traditional types of bread - wheat, rye-wheat, loaves, molded and bottom products, and the premium category formed in recent years - bakery products with an extended shelf life, containing minerals and micro- and macro elements, e.

Studies show that a significant place in the marketing of bakery products is the marketing policy, which is aimed at a system of production and trade links, including wholesale and retail, transportation and storage. The products of the enterprise are supplied to all regions of the republic.

The conducted researches made it possible to establish that at present the production strategy of the enterprise under investigation is directed:

1) in the field of production at:

- Modernization and technical re-equipment of production;
- attraction of investments for modernization and technical re-equipment;
- increase in the production capacity of the enterprise;
- increase in production of competitive products;
- Growth of gross added value in general for organization and value added per 1 employee;
- reduction of the cost of production, reduction of specific energy costs in the structure of costs for production;
- establishing partnerships with suppliers of raw materials and materials.

2) in sales for:

- Search for new markets;
- search for new customers in established sales markets;
- increasing the competitiveness of products by improving its quality;
- Increase in sales of products with high added value.

3) in the field of new products on:

- creation of new products with high added value;
- increase in output by increasing its quality, expanding the range;
- an increase in the production of competitive and in-demand products that were previously developed.

At the present stage of development of the processing enterprise, we have identified the main directions for increasing the efficiency of

production activities in market conditions:

1. Acceleration of scientific and technical progress:
 - the introduction of automatically operating high-performance equipment that provides full load of equipment at all stages of technical progress;
 - application of advanced technologies that allow to receive better products, to use raw materials and auxiliary materials efficiently;
2. Development of metrological support of production and technical test base - implementation of complex automation of business processes of the enterprise, acquisition of new laboratory equipment, development of new research methods;
3. Development of information support of the enterprise;
4. Improving the use of fixed assets by improving the quality of maintenance services; technical re-equipment; sales of surplus fixed assets, as well as leasing them; use of direct and return leasing, i.e. obtaining financial assets, the return guarantee of which is the company's own equipment, leased to the leasing company; The sale of part of the property associated with unfinished construction.
5. Reducing the costs of circulation by reducing transportation costs due to changes in the conditions for the importation of goods, expansion of their purchase from local suppliers on preferential terms, the development of centralized delivery and the roundabout of goods, the improvement of commodity circulation; improving the use of working time; elimination of cost overruns in comparison with the plan but other items of distribution costs.
6. Increase of profit and profitability due to the increase in the volume of goods turnover; reduction of distribution costs; liquidation of losses from other sales, non-operating and extraordinary losses.
7. Increase in the volume of retail turnover by expanding the range of goods on the basis of marketing research studies of the demand for a particular product; sale of related products to the main assortment; increasing the frequency and adjusting the rhythm of the delivery of goods in demand; ensuring rationality of goods movement from production to consumers; improve the advertising of goods; expanding the market for the sale of goods, searching for a promising market niche; optimal price policy (goods that slow down the turnover of assets should be put on sale at discounted prices);
8. Improvement of inventory management and acceleration of commodity turnover, i.e. it is necessary to inventory inventory to identify stale stocks and sell them at a discount, which will free up current assets invested in commodity stocks, reduce losses of goods and other trade costs, preserve the quality of goods, improve customer service; changes in retail

prices and trade mark-ups.

All of the above directions to increase the efficiency of production activities will increase the profitability of the enterprise and improve its financial condition.

References

1. The site of the enterprise - [Electronic resource] - Access mode: <http://www.borisovhlebprom.by/> - Access date: 25.02.2018.
2. Analysis of the economic activity of the enterprise: Textbook. allowance / under total. Ed. L.L. Ermolovich. - Minsk: The Sovrem. ШК., 2006. - 736 с.

Pakon O. D.,
Ivoniak N. D.
Kyiv National University of Trade and Economics

DETERMINATION OF EU VALUES THROUGH COMPARISON WITH OTHER REGIONAL UNIONS

In terms of integration and globalization processes, the world is changing rapidly, countries cooperate, unite and compete with each other. Existence and appearance of different regional unions is logical, since after years of mistakes governments of countries have understood that separate acting on world arena is not effective and only mutual cooperation can be beneficial. European Union is the brightest example of effective cooperation between countries. Moreover, EU is a sample of higher level of cooperation where not just economic interests of the countries are considered as important, but when the aim of integral union is create and distribute values for improvement of the world and people's lives. In order to understand the EU values and their uniqueness we should see how other regional unions work and their background.

Through the other world regional organization, EU can be compared with NAFTA. NAFTA and EU are two commonly heard trade blocs around the world. The North American Free Trade Agreement (NAFTA) is a treaty between Canada, Mexico and the United States. It makes NAFTA the world's largest free trade agreement. The gross domestic product of its three members is more than 20 trillion USD[4].

NAFTA is a trilateral rules-based trade bloc based in North America

that came into effect on January 1, 1994. It superseded the trade agreement between just the United States and Canada. It has two supplements: the North American Agreement on Environmental Cooperation (NAAEC) and the North American Agreement on Labor Cooperation (NAALC). The main goal of NAFTA is to eliminate barriers to trade and investment between the U.S., Canada and Mexico. Additionally, it also seeks to eliminate non-tariff trade barriers and to protect the intellectual property right of the products.

Environmental and agricultural issues have caused multiple disputes because of the agreement being between two developed nations and one developing nation. In agriculture three separate agreements were signed between each pair of parties. The Canada-USA agreement contains significant restrictions and tariff quotas on agricultural products (mainly sugar, dairy, and poultry products), whereas the Mexico–USA pact allows for a wider liberalization within a framework of phase-out periods (it was the first North–South FTA on agriculture to be signed).

European Union is a politico-economic agreement between 28 countries that reside primarily in Europe. It came into effect when it was formed by 6 countries during the period of 1951 and 1958. Following the success of these 6 countries, over the years more and more countries have joined making the EU one of the biggest trade blocs in the world. The EU operates through a system of supranational independent institutions and major decisions are taken by members that are elected by all the member parties.

The objective of EU was to create a single market through a standardized system of laws that apply to all member states. It has enabled countries to allow free movement of goods, services, people and capital. All countries maintain common policies on trade, agriculture, fisheries, and regional development. A monetary union was established in support of the EU, which allowed countries to share the same currencies. The union maintains permanent diplomatic missions throughout the world and represents itself at the United Nations, the WTO, the G8, and the G-20.

Although, they share similar objectives of establishing free trade between the member parties, both the trade blocs differ in terms size, power and reach. EU is larger in size, power and has a more global reach with its 28 members, while NAFTA has a smaller size with only 3 members. Each trade bloc has its own objectives, rules and regulations based on the type of issues that exist among the members[3].

The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) is a regional grouping that promotes economic, political, and security cooperation among its ten members: Brunei, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, the Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam. ASEAN countries have a population of nearly 640 million people and a combined GDP of 2.57

trillion USD. The group has spurred economic integration, signing six free-trade agreements with other regional economies [1].

Last year - 2017, was quiet meaningful for both ASEAN and the European Union, as the ASEAN and EU were celebrating their 50th and 60th anniversary accordingly.

There are a lot of similarities between EU and ASEAN. First of all, it is a purpose of their emergence that is promoting peace. The EU was founded, after two disastrous world wars, to prevent the recurrence of war in Europe and to institutionalize peace through economic integration. ASEAN was founded to create a peaceful environment in South-East Asia so that members of this organization could focus on their economic development.

Other similarity is that both unions seek to integrate the economies of their member states into a single market and production platform. In the EU, there is freedom of goods, services, capital and labor movements. In the case of ASEAN, the movement of labor is not free, as this organization obliges the member states only to facilitate the movement of business persons, professionals, talents and labor.

European Union share a commitment to human rights and it is represented by its Charter of Fundamental Rights. ASEAN also has a Declaration of Human Rights and two commissions on human rights: the ASEAN Intergovernmental Commission on Human Rights and the Commission on the Rights of Women and Children. However, unlike EU ASEAN does not have a Court of Justice.

ASEAN and the EU have concluded a lot of free trade agreements or comprehensive economic partnership agreements with other countries. Thus, there is a free trade agreement which is pending ratification between the EU and Singapore. ASEAN has concluded such agreements with China, Japan, South Korea, India, Australia and New Zealand, but it has not any agreement with the EU. Also both organizations hold regular political and economic dialogues with important external partners. The EU and ASEAN, as well, hold annual summits with USA, China, Japan, Russia, India, South Korea and others. ASEAN has created three forums to engage its external partners. It is called "the ASEAN Regional Forum", "ASEAN Plus Three" and "the East Asia Summit".

There are also several important differences between ASEAN and the EU. The first of them is that, unlike EU, ASEAN is an inter-governmental organization. The European Union is a supranational organization, where member states have agreed, in certain areas, such as trade, to give up part of their sovereignties.

The next difference is that the EU has a common currency (euro) and 19 of the EU's members are members of the euro zone. ASEAN does not have a common currency and has no plans to have one.

The other difference is in availability of parliament. In the EU there is a European Parliament that has the power to legislate, to veto budgets and appointments. ASEAN has only an Inter-Parliamentary Assembly which is limited by having the power just of moral suasion. Besides the parliament, EU has a powerful secretariat (the European Commission), that perform functions of government and is entitled to enter into treaties, to put forward proposals for legislation. In comparison, ASEAN has smaller and weaker secretariat, and among its responsibilities isto issue an annual report card on each member state's compliance with obligations[2].

What is also completely different between these regional organizations, that is theirs making decision processes. In ASEAN usually the consensus method is used and only economic agreements can be adopted by a majority, using the special formula "ASEAN minus X", where the majority can proceed first and later the minority [1].European Union decides by taking votes through the system of weighted voting. However it needed to be mentioned, that in the area of common foreign and security policy, decisions are based on unanimity.

Another dissimilar feature is the language policy. While English language is used as the sole medium for meetings and communications in the ASEAN, the EU has 23 official languages[2].

In conclusion, we can first of all say that creation, functioning and positioning of regional union should not be made under motto "union for the sake of union". If an organization is created for solving certain problems, then the problems have to be solved. In case of EU results have exceeded expectations because all united countries benefit from such cooperation. EU is not alike other regional organizations it is not focused on resolving only one type of issues economic, political or ecological. Contrary, EU has different directions of activity and tries to solve all kinds of problems, as complex approach helps to better and more fully evaluate the situation. The main values of EU are sustainable development of countries, preserving of cultural differences, social prosperity and equality of human rights. EU is not more perceived as usual organization it is powerful society which forms world history, so we should be aware of EU values, roots and objectives.

References

1. ASEAN: The Association of Southeast Asian Nations? [Electronic resource]: Access mode: <http://www.cfr.org/backgrounder/asean->

association-southeast-asian-nations

2. Aseanandthe EU: Differences and challenges.
3. Difference between NAFTA and EU [Electronic resource]: Access mode: <http://www.differencebetween.info/difference-between-nafta-and-eu>
4. What Does NAFTA Do? [Electronic resource]: Access mode: <http://www.thebalance.com/nafta-definition-north-american-free-trade-agreement-3306147>

Петрина І. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

АУДИТ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Євроінтеграційний зовнішньополітичний вектор України передбачає й вимагає трансформацію суспільних відносин. Перед Україною постала низка принципово нових завдань, від результату вирішення яких залежатиме місце держави серед європейських країн та імідж у світі. Безпосередньо це стосується й удосконалення проведення аудиту в процесі структурних зрушень в економіці.

З одного боку, здійснення фінансового контролю, бухгалтерського обліку та аудиторської діяльності відповідають українському законодавству та мають свої особливості, а з іншого – інтеграційні економічні процеси зумовлюють потребу в гармонізації національних облікових систем і аудиторських механізмів у міжнародному та європейському масштабах. А тому, незалежний аудит як форма суспільного контролю за економічним життям держави набуває дедалі більшої актуальності та потребує вдосконалення його застосування[1].

Основоположним чинником соціальної значущості аудиту в умовах ринкової економіки є довіра держави, суспільства, власників бізнесу, акціонерів до висновку, що надається аудитором, як висококваліфікованим та незалежним спеціалістом. Однак чи завжди аудиторські висновки висвітлюють дійсний стан речей?

2001 рік. Найгучніший скандал ХХІ століття – крах американського енергетичного гіганта Enron і, як наслідок, банкрутство найбільшої в світі аудиторської компанії ArturAndersen. Аудиторів звинуватили в пособництві фінансовим махінаціям компанії

Enron на загальну суму близько \$11 млрд. Удар по репутації Arthur Andersen був настільки сильним, що навіть винесений згодом Верховним судом США виправдувальний вирок по компанії не зміг виправити ситуацію.

У 2004 році Комісія з коштовних паперів і бірж США (SEC) звинуватила Ernst&Young у відсутності незалежності аудиторів при проведенні перевірки компанії Peoplesoft. Суд на півроку відсторонив Ernst&Young від проведення аудиту приватних фірм і зобов'язав компанію виплатити \$1,7 млн.

У 2011 році керівництво PricewaterhouseCoopers визнало провину фірми в проведенні неякісного аудиту в індійській ІТ-компанії SatyamComputerServices. Аудитори не відмітили 13 тис. неіснуючих співробітників і операції по завищенню прибутку на суму в \$1,5 млрд. За це PricewaterhouseCoopers була вимушена заплатити штраф у розмірі \$7 млн.

2012 рік. Британський банк Standard Chartered був замішаний в масштабному скандалі з відмиванням грошей. В результаті Держдепартамент фінансових послуг Нью-Йорка зобов'язав фінансову установу виплатити штраф у розмірі \$300 млн. Сума стягнень з аудитора банку (Deloitte) склала \$10 млн. та доповнила її річна заборона на співпрацю зі всіма банками Нью-Йорка.

У 2014 році KPMG втратило €7 млн. у вигляді штрафу і конфіскованих гонорарів за те, що не відмітила у фінансовій звітності нідерландської будівельної компанії BallastNedam сотні мільйонів євро, які вона направляла в 2002–2003 рр. на перемоги в близькосхідних тендерах [2].

В Україні найяскравішим прикладом недбалості аудиторів при наданні висновків є руйнація банківської системи. За останні 10 років кількість функціонуючих банків зменшилась зі 175 до 82 установ [3] (рис. 1). При цьому переважна більшість збанкрутілих банків мали позитивні аудиторські висновки. Найвідомішим став випадок з Приватбанком та PricewaterhouseCoopers. У 2016 році PWC надали недостовірну інформації про фінансово-господарську діяльність Приватбанку, зокрема, розміри кредитних ризиків і регулятивного капіталу. PWC за рішенням НБУ позбавлені ліцензії на здійснення аудиту банківських установ.

Контроль якості роботи аудиторів та аудиторських фірм має на меті забезпечити довіру до аудиторської діяльності в суспільстві та перевірити виконання роботи щодо відповідності стандартам аудиту та нормам професійної етики.

За кордоном країни – члени ЄС при контролю якості аудиторських послуг керуються Рекомендаціями Комісії

Європейського Співтовариства щодо забезпечення якості аудиту в країнах Євросоюзу, які містять такі мінімальні вимоги: вибір ефективної методології для забезпечення якості аудиторських послуг; визначення обсягів перевірки та відбір осіб, які здійснюють перевірку; встановлення масштабів перевірки якості; розмір дисциплінарних санкцій; умови збереження конфіденційності інформації; ресурси, необхідні для створення системи контролю якості. В більшості країн Євросоюзу розроблена та втілена у життя система контролю якості аудиторських послуг, в межах якої застосовуються такі прогресивні методології забезпечення якості як: перевірка та моніторинг [4].

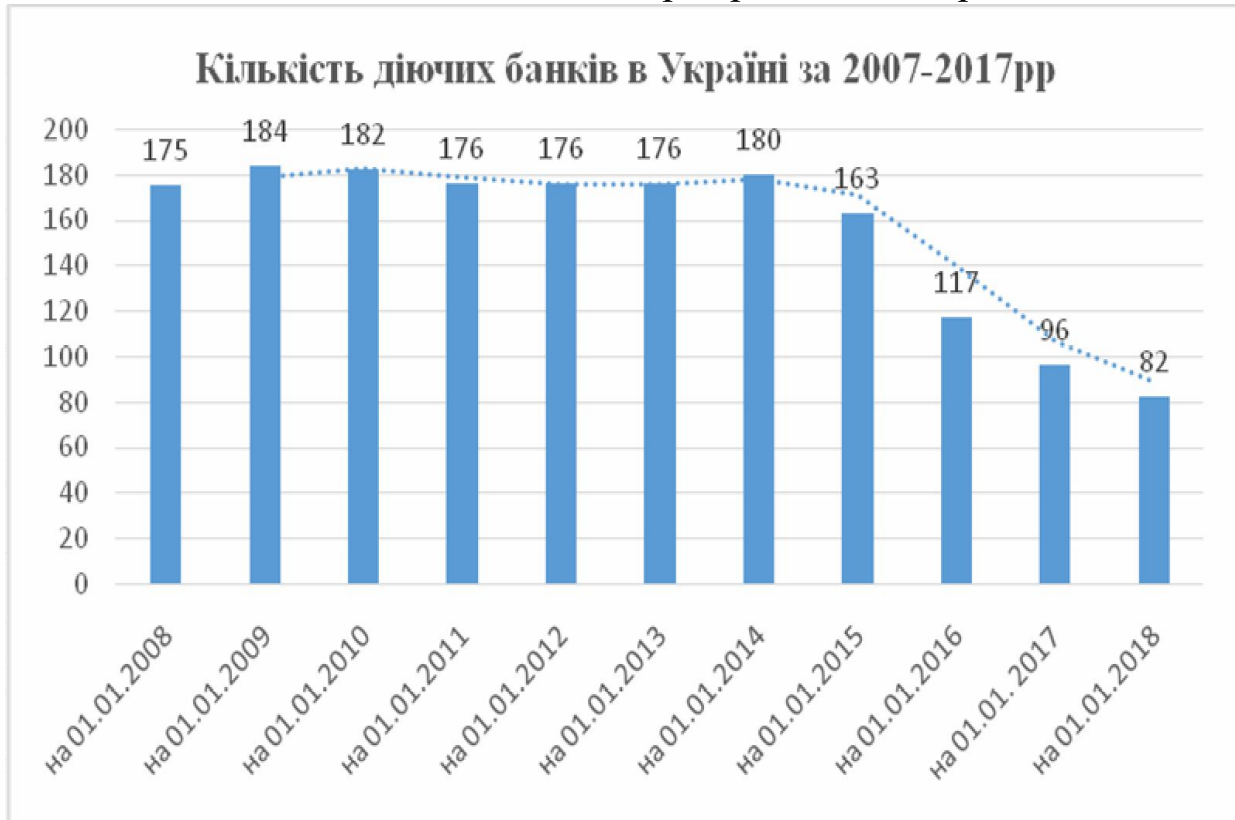


Рис. 1. Кількість діючих банків в Україні за 2007-2017рр.

Джерело: розроблено автором за даними Міністерства фінансів України [3].

На сьогоднішній день Україна перебуває на стадії активної євроінтеграції та наближення вітчизняного законодавства до європейського. Зокрема, відповідно до Угоди про Асоціацію з ЄС Україна зобов'язалася імплементувати положення Директиви 2006/43/ЄС «Про обов'язковий аудит річної звітності та консолідованої звітності...» до національного законодавства—Закон

України № 2258-VIII «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [5].

Згідно із Концептуальною основою контролю якості аудиторської діяльності в Україні, прийнятою Рішенням АПУ від 27.09.2007 р. за № 182/3 [6], АПУ здійснювала контроль за дотриманням аудиторами та аудиторськими фірмами вимог [7]:

1. Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [5];
2. Стандартів аудиту, затверджених АПУ;
3. Професійної етики, в тому числі принципу незалежності;
4. Положення з національної практики контролю якості аудиторських послуг «Організація аудиторськими фірмами та аудиторами системи контролю якості аудиторських послуг» [8].

На рівні аудиторських фірм (аудиторів) контроль якості аудиту та аудиторських послуг в Україні повинен здійснюватися відповідно до Положення з національної практики контролю якості аудиторських послуг 1 «Організація аудиторськими фірмами та аудиторами системи контролю якості аудиторських послуг», яке затверджене рішенням АПУ від 27.09.2007 р. № 182/4, МСКЯ 1 «Контроль якості для фірм, що виконують аудит та огляд історичної фінансової інформації, а також інше надання впевненості, що надають супутні послуги» [9] та МСА 220 «Контроль якості під час аудиту історичної фінансової інформації» [9]. Втім існуюча система контролю якості аудиторських послуг знаходиться лише в процесі становлення, що не виключає подальшої її трансформації в бік посилення економічної відповідальності аудиторів.

У світовій практиці більшість авторів виділяє три основні моделі формування контролю за аудиторською діяльністю [10]:

- здійснення нагляду приватними суспільними організаціями за дорученням держави;
- здійснення нагляду державним органом;
- змішана модель нагляду.

Основними міжнародними організаціями, які здійснюють нагляд за роботою аудиторів є [11]:

- РІОВ (PublicInterestOversightBoard) – Рада з нагляду за дотриманням суспільних інтересів. Створена в 2005 році з метою нагляду за розробками IFAC (InternationalFederationofAccounting – Міжнародна федерація бухгалтерів (МФБ)) в сфері аудиту, надання впевненості, етики і освітніх програм. Основна ціль функціонування

РІОВ – підвищення впевненості у інвесторів та інших осіб, що діяльність IFAC відповідає, в першу чергу, суспільним інтересам.

- EGAOB (European Group of Auditors Oversight Bodies) – Європейська група органів нагляду за аудиторами. Створена у 2005 році з метою надання рекомендацій Європейській Комісії з питань аудиту, а також координації дій нової системи суспільного нагляду за роботою аудиторів та аудиторських фірм в межах ЄС.

- PCAOB (Public Company Accounting Oversight Board) – Рада з нагляду за діяльністю публічних бухгалтерів (аудиторів). Створена в США в 2003 році у відповідності з вимогам Закону Сарбейнса-Окслі (2002 рік) з метою захисту інвесторів та суспільних інтересів шляхом забезпечення інформативності, достовірності та незалежності аудиторських звітів.

Таким чином, для того щоб система суспільного нагляду за аудиторами та аудиторськими фірмами діяла ефективно, вона має бути незалежною, прозорою, компетентною та нести відповідальність за свої дії. Крім того вона обов'язково повинна бути не просто незалежною, а «фінансово незалежною», щоб при виконанні своїх обов'язків на перше місце не виходила комерційна зацікавленість.

Список використаних джерел

1. Книжник Л. Ю. Аудит в Україні: виклики та перспективи в умовах євроінтеграції/ Л. Ю. Книжник// Ефективність державного управління. – 2015. – Вип. 44(2). – С. 58-63.
2. Мостова Ю. На манеже все те же: неплатежеспособные банки и их аудиторы / Ю. Мостова. // Независимый Аудитор. – 2015. – № 7-8 (42-43). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://n-auditor.com.ua/ru/component/na_archive/1251.html?view=material.
3. Міністерство фінансів України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/bank/stat/count.php>
4. Драч В. І. Наступний крок: забезпечення якості аудиторських послуг / В. І. Драч // Аудитор України. – 2009. – № 5-6. – С. 60-61.
5. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність». № 2258-VIII від 21.12.2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2258-19>
6. Концептуальна основа контролю якості аудиторської діяльності в Україні, затв. Рішенням Аудиторської палати України № 182/3 від
7. 27.09. 2007 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.liga.net.
8. Козак В. Є. Контроль якості аудиторських послуг в Україні / В. Є. Козак, А. А. Пономарьов // Вісник Хмельницького

- національного університету. – 2010. – № 5. – С. 220.
9. Положення з національної практики контролю якості аудиторських послуг «Організація аудиторськими фірмами та аудиторами системи контролю аудиторських послуг», затв. Рішенням Аудиторської палати України № 182/4 від 27.09. 2007 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.liga.net.
 10. Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики / пер. з англ. О. В. Селезньов, О. Л. Ольховська, О. В. Гіктаін. – К., 2007. – 1172 с.
 11. Дорош Н. І. Контроль якості ринку аудиторських послуг в Україні та за кордоном / Н. І.Дорош //Університетські наукові записи. 2007. – №3 (23). – С. 264-267.
 12. Шалімова Н. С. Системи суспільного нагляду за аудиторською діяльністю: світовий досвід та шляхи його використання в Україні/ Н. С. Шалімова// Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – С. 173-177.

Пустовойченко А. О.,
Храмова А. Ю.
Льотна академія
Національного авіаційного університету
м. Кропивницький, Україна

МОТИВАЦІЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

Успішна реалізація стратегічних і тактичних завдань підприємства можлива лише за відповідної мотивації його персоналу. Сучасні власники, керівники, і менеджери всіх рівнів в рамках своїх посадових функцій повинні розуміти і враховувати в управлінській діяльності, що на діяльність конкретного працівника в процесі праці значний вплив мають різні мотиви, потреби, стимули, цілі (рис.1).

Система мотивації повинна розвивати почуття належності до конкретної організації. Відповідне ставлення до праці та свідоме поведінка визначаються системою цінностей працівника, умовами праці й застосовуваними стимулами.



Рис. 1. Класифікація видів потреб

(складено авторами за джерелом [1])

Сучасна система управління персоналом базується на тому, що люди є найважливішим економічним ресурсом підприємства, джерелом його прибутків, конкурентоспроможності та процвітання. За домінуючої ролі соціально-економічних умов у основу будь-якої моделі мотивації покладаються передовсім психологічні аспекти.

Слід зазначити, що провідна роль у процесі мотивації належить потребам людини, які в «укрупненому» вигляді можуть розглядатися як сукупність трьох основних груп: матеріальних, трудових і статусних. Тому мотивацію, доцільно поділяти на матеріальну і нематеріальну. Матеріальна мотивація – це найбільш очевидний спосіб винагороди працівників. Вона являє собою систему матеріальних стимулів праці, ціллю якої є забезпечення співвідношення заробітної плати працівників з кількістю і якістю праці.

Під матеріальною мотивацією слід розуміти прагнення достатку, певного рівня добробуту, матеріального стандарту життя. Прагнення людини до поліпшення свого добробуту зумовлює необхідність збільшення трудового внеску, а отже, і збільшення кількості, якості та результативності праці. Особливо актуальною є проблема матеріальної мотивації для країн з ринковою економікою, до яких належить і Україна.

Це зумовлене принаймні двома причинами:

1) низьким рівнем доходів, деформаціями в їхній структурі та диференціації;

2) необхідністю становлення нових за змістом форм і методів матеріального стимулювання зайнятих в економіці.

Провідна роль у матеріальній мотивації трудової діяльності належить заробітній платі як основній формі доходу найманих працівників. По-перше, вищий рівень заробітної плати (проти середньоринкового її значення) сприяє зниженню плинності кадрів, а отже, забезпечує формування стабільного трудового колективу. У разі зниження плинності персоналу роботодавець має можливість скоротити витрати на його найм і навчання, спрямувавши вивільнені кошти на розвиток виробництва, що, у свою чергу, забезпечить підвищення конкурентоспроможності продукції.

По-друге, проведення політики високої заробітної плати дає змогу відібрати на ринку праці найбільш підготовлених, досвідчених, ініціативних, орієнтованих на успіх працівників, продуктивність праці яких потенційно вища за середній рівень. Керівники повинні використовувати різноманітні методи матеріальної мотивації, тобто крім зарплати мають бути грошові виплати (премії) за результатами роботи чи спеціальні індивідуальні винагороди як визнання цінності того чи іншого працівника [2].

Слід зазначити, що сьогодні заслуговують на увагу сучасні системи мотивації персоналу, що застосовуються в західних фірмах, а саме матеріальні винагороди: ставка заробітної плати; додаткові виплати; участь в акціонерному капіталі; медичне обслуговування; страхування; відпочинок за містом.

Не менш важливе значення відіграє нематеріальна мотивація. Вона направлена на підвищення лояльності співробітників до компанії одночасно із зниженням витрат на компенсацію співробітникам їх трудовитрат. Під нематеріальним ми розуміємо такі заохочення до високорезультативної роботи, які не видаються співробітнику у вигляді готівки чи безготівкових грошей, але можуть потребувати від компанії інвестицій в якість робочої сили, а саме: можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, оздоровлення, пільгове харчування тощо. Основний ефект який досягається до допомогою нематеріальної мотивації – це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в компанії.

Цікавим способом удосконалення мотивації праці є мотивація вільним часом або модульна система компенсації вільним часом. Особливість мотивації вільним часом полягає в тому, що розходження в навантаженні працівників, які обумовлені роботою в різний час доби і дні тижня, компенсуються безпосередньо наданням вільного часу, а не грошовими надбавками, як це прийнято в традиційній системі [1].

Ця форма немонетарної мотивації поки не одержала поширення у

практиці українських підприємств, але досвід використання її зарубіжними фірмами свідчить про необхідність впровадження системи компенсації вільним часом на підприємствах цих країн. Використання гнучких форм зайнятості (скорочений робочий день, збільшення відпустки, гнучкий графік роботи, надання відгулів та ін.) надає можливість вибору працездатному населенню між робочим часом та відпочинком.

До моральних способів мотивації відноситься визнання заслуг (особисте та публічне). Суть особистого визнання полягає в тому, що працівники, які позитивно виділилися у справах підприємства, згадуються в доповідях вищому керівництву фірми чи особисто представляються йому, одержують право підпису відповідальних документів, у розробці яких вони брали участь, персонально вітаються дирекцією з нагоди свят чи сімейних дат.

Варто запропонувати наступні методи нематеріальної мотивації персоналу: постановка перед працівниками чітко сформульованих і досяжних цілей; систематичний аналіз успішно досягнутих працівниками цілей; залучення працівників до різних програм навчання і підвищення кваліфікації; створення якомога прозорішої системи оцінки і оплати їх праці; делегування працівникам управлінських повноважень; підвищення персональної відповідальності кожного працівника з наданням права вибору методів вирішення поставлених задач; публічне визнання успіхів працівників в роботі, підтвердження їх цінності для підприємства різними доступними для керівництва способами; увага безпосереднього керівництва до думки працівників; створення атмосфери відкритого суперництва з регулярним підведенням підсумків змагання; наділення працівників владними повноваженнями при проведенні невиробничих заходів.

Впродовж останніх років спостерігається тенденція застосування європейського досвіду щодо мотивування працівників. Оскільки дана система мотивації є дієвою та приносить довгоочікуваний результат.

Одним із сучасних нетрадиційних підходів до побудови системи матеріального стимулювання, який усе більше поширюється в зарубіжній практиці, є застосування моделей компенсаційної системи оплати праці, розрахованої на тривалу кар'єру працівника. Це пов'язане з намаганням роботодавця виконати одночасно такі завдання: урухомити економічні важелі посилення контролю за діяльністю працівників; знизити витрати на здійснення контрольних функцій; сприяти формуванню стабільного трудового колективу; зменшити витрати на навчання нових працівників через зниження плинності кадрів; підвищити мотиваційний потенціал оплати праці

працівників, що становлять кадрове «ядро» організації [3].

Соціально-економічною основою поведінки та активізації зусиль персоналу організації, що спрямовані на підвищення результативності їхньої діяльності, завжди є мотивація праці. Система мотивації характеризує сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності організації.

Система мотивації на рівні організації має базуватися на певних вимогах, а саме:

- надання однакових можливостей щодо зайнятості та посадового просування за критерієм результативності праці;
- узгодження рівня оплати праці з її результатами та визнання особистого внеску в загальний успіх. Це передбачає справедливий розподіл доходів залежно від ступеня підвищення продуктивності праці;
- створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх працівників;
- підтримування в колективі атмосфери довіри, зацікавленості в реалізації загальної мети, можливості двосторонньої комунікації між керівниками та робітниками.

Отже, усі організації застосовують найрізноманітніші способи та методи стимулювання працівників. Проте, першочергову перевагу віддають матеріальній мотивації. Варто пам'ятати, що обираючи систему мотивації, слід неодмінно враховувати потреби та інтереси працівників. Процес впровадження даної системи має бути спрямований на досягнення певного результату – задоволення працівників, котрі віддані своїй роботі.

Список використаних джерел

1. Черкасов В. В., Платонов С.В., Третяк В.И. Управленческая деятельность менеджера. Основы менеджмента. К.: Ваклер, Атлант, 1998. – 470 с.
2. Сайт «Керівник інфо» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kerivnyk.info/2012/05/korytko.html>
3. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства. Науковий посібник для студентів вищих навчальних закладів – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2010. - 268 с.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ: ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

Актуальність інновації у сфері торгівлі зумовлена все більшим зростанням впливу нових технологій на економічний розвиток. В сучасному світі поширюється ідеологія «інтелектуальної економіки», в якій основними факторами підвищення ефективності роботи підприємства стають інновації. Саме тому розвиваються та виживають в умовах жорстокої конкурентної боротьби саме ті підприємства, які швидко реагують на вимоги ринку та впроваджують новітні технології у свою діяльність.

У зарубіжній літературі під інновацією в торгівлі розуміють те, що створює цінність для клієнта, що свідчить про соціальну спрямованість будь-яких змін, що відбуваються в економіці [1, 103].

Ващенко Н. узагальнив визначення поняття «інновація» саме у торговельній сфері, і розуміє під нею «...отриманий корисний результат від комерціалізації творчих ідей персоналу на стадіях закупівлі, зберігання та продажу товару на ринку, який досягається завдяки сформованому та реалізованому потенціалу підприємства на основі генерації знань персоналу та розвитку його підприємницьких здібностей, використання новітніх форм і методів організації праці та управління, що дозволяє забезпечити інтенсивний розвиток підприємства, збільшити прибуток та обсяг збуту товару» [2, с. 375].

Іжевський В. В. під інновацією в торгівлі розуміє кінцевий результат інноваційної діяльності. Вона виступає у вигляді удосконаленого організаційно-управлінського та торгово-технологічного процесу з метою досягнення економічного та соціального ефекту [3, 38].

На нашу думку у роздрібних підприємствах торгівлі доцільним буде виділити дві сфери для впровадження інновацій:

- Першою є технічна сфера, тобто впровадження різноманітних технічних пристроїв для полегшення орієнтації споживачів у асортименті товарів, пришвидшення обслуговування та ін.
- Другою є нематеріальна сфера, яка стосується таких аспектів, як стратегія просування нових товарів, стратегія розвитку підприємства, нові організаційні рішення щодо розвитку кадрів підприємства, взаємодії між співробітниками або залучення фінансових ресурсів.

У світовій практиці існує багато прикладів інновацій у сфері роздрібної торгівлі. Одним із прикладів є ідея мережі оптових та роздрібних магазинів Walmart, які здогадались як полегшити життя своїм клієнтам. Звісно кожен, хто коли-небудь працював знає складність роботи з 9 ранку до 6 вечора, особливо коли виникає необхідність купити щось громіздке, а після роботи потрібний магазин вже закритий. Інновацією стала ідея доставки без участі споживача. При цьому кур'єр сам доставляє замовлення у дім замовника, а той в свою чергу може прослідкувати за кур'єром у мобільному додатку за допомогою відеокамери. Таким чином споживач отримує необхідний товар не витрачаючи свого часу та не хвилюючись за безпеку своєї оселі [5].

Також гарним прикладом стало впровадження на Amazon можливості пошуку товарів по зображенню. Звісно такий тип пошуку в інтернеті не є новиною, проте його використання у роздрібній торгівлі є доволі цікавою ідеєю [5].

І хоча немає ніякої впевненості, що такі інновації оцінили споживачі в різних країнах Європи та власне в Україні, проте доцільним було б почати з незначних нововведень. Насправді інновації не повинні бути як тільки такі, що складаються з високотехнологічних або дорогих проектів. Наприклад гарною ідеєю було б вмонтувати зарядні прилади для мобільних телефонів у камери зберігання речей в роздрібних оффлайн магазинах. Таким чином споживачі могли б залишити свій мобільний пристрій не хвилюючись за його безпеку та зайнятись шопінгом, навіть якщо вони зайшли лише для того, щоб підзарядити телефон.

В Україні основними проблемами розробки та впровадження інновацій є [4]:

- Фінансування. За даними «Обстеження інноваційної діяльності в економіці України» у 2016 р. витрати на інновації в основному здійснювались за рахунок власних коштів (89,5% загального обсягу фінансування), коштів іноземних інвесторів (3,1%) та інших джерел (2,9%).
- Відсутність вигідних умов кредитування.
- Відсутність кваліфікованих працівників.
- Відсутність партнерів по співпраці.
- Недосконале законодавство в країні.
- Відсутність бажання впровадження інновацій. Зазначалось, що 83% українських підприємств взагалі не бачать причин необхідності введення інновацій, що є доволі негативною тенденцією, адже більшість розвинених країн вже безліч разів довели ефективність їх запровадження.

Отже, інновації у сфері торгівлі являють собою ідеї по впровадженню різноманітних засобів для підвищення ефективності діяльності підприємства як у технічній так і у нематеріальній сферах. Наразі в Європі високо цінують навіть незначні ідеї та недорогі проекти, особливо пов'язані з ІТ-технологіями, адже вони можуть значно підвищити рівень якості обслуговування та значно скоротити витрати підприємств торгівлі. Для України, основною проблемою впровадження інновацій в якій є недостатність фінансування, найкращим буде стратегія запозичення бюджетних ідей та розробок зарубіжних країн. Саме це на нашу думку допоможе підтримувати достатній рівень підприємств роздрібною торгівлі в умовах сучасного економічного стану країни.

Список використаних джерел

1. Чернявська М.К. Сутність інновацій торговельного підприємства / М.К. Чернявська // Наук. вісн. Мукачів. держ. ун-ту «Економічні науки». – 2017. – Вип. № 1 (7). – С. 102–107
2. Ващенко Н. Сутність інновацій торговельного підприємства / Н. Ващенко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2014. – № 1 (28). – С. 369-381.
3. Іжевський В. В. Інноваційний розвиток роздрібною торгівлі та ресторанного господарства у ринковому середовищі: дис. Кандидата економічних наук: 08.00.04 / Іжевський Володимир Віталійович. – Л., 2011. – 189 с.
4. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm
5. Innovations that revolutionized retail in 2017 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.businessinsider.com/biggest-changes-made-to-retail-in-2017-2018-1#adidas-made-customizable-sneakers-possible-1>

Сакевич М. Є.

Київський національний торговельно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ В СИСТЕМІ ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ

Обраний українським суспільством євроінтеграційний шлях економічного та культурного розвитку вимагає внесення змін в існуючі стандарти, в тому числі і стандарти вищої освіти. Подальший розвиток системи вищої освіти повинен відбуватися на основі поєднання національних та європейських компонентів, ураховувати їх культурно-освітню спадщину, що вимагатиме необхідності включення в навчальні програми дисциплін про Європу, її цінності та орієнтири.

Сьогодні освіта стає пріоритетною стратегією розвитку багатьох європейських держав, у тому числі й України, де останнім часом все більше зростає роль та її значущість. Основним завданням освіти нині є орієнтація на гуманістичні цінності та створення єдиного освітянського простору. У педагогічних системах країн Європи та України відбуваються кардинальні зміни, фундаментальні оновлення, які мають привести до принципово нової якості навчання у контексті інтеграційних процесів.

Отже, визначимо, які саме провідні загальноєвропейські цінності та ідеї європейського демократичного суспільства повинні знаходитись в основі сучасної системи освіти.

Незважаючи на різні політичні та релігійні погляди, європейські освітяни мають спільну думку відносно провідних загальноєвропейських цінностей, які є основою вибору людиною цілей, засобів та умов діяльності. Зокрема:

- **фундаментальні права** утвердження елементарних прав людини, як вони подані в Конвенції прав людини Ради Європи включаючи права спільнот та родин (людська гідність кожного, право на життя і фізичну недоторканість, заборона знущань і рабства, особиста свобода, захист від свавільного арешту, принцип правового послуху і судової незалежності тощо);

- **толерантність** стосовно інакомислячих і представників інших народів та рас, що включає боротьбу проти антисемітизму й ворожого ставлення до чужинців. Толерантність як одна із європейських цінностей є основою демократії і прав людини. Важливим завданням вищої освіти є виховання фахівця, який

відзначається насамперед толерантністю і терпимістю до різних думок, поглядів, переконань, неупередженістю в ставленні до колег, партнерів і подій, здатного самостійно будувати і власне життя, і життя своєї країни. Толерантні стосунки між учасниками освітнього процесу забезпечують формування здатності кожного учасника сприймати позицію думки, ідеї іншого як об'єктивно існуючу реальність, дозволяють не відчувати почуття приниження, роздратування, провини або перевагу у процесі взаємодії;

- **культурне розмаїття**, під чим розуміється необхідність проявлення поваги до інших культур, готовність до взаєморозуміння й компромісів, здатність до добросусідського співжиття з іншими народами при реалізації різних інтересів у Європі. Мирне співжиття представників різних національностей, культур, релігій, взаємопроникнення культур та взаємну підтримку виходячи із загальнолюдських цінностей, а не протиставлення за певною ознакою відкритість стосовно інших народів і культур при збереженні власної культурної неповторності; студентська молодь виховується у дусі національної самосвідомості, що є критерієм полікультурності; [1]

- **соціальна відповідальність** (як у приватному, так і в громадському житті). Основою соціально відповідальної та громадянсько-активної стратегії розвитку суспільства є соціальна відповідальність студента, під якою розуміється стійка диспозиційна стратегія соціальної поведінки особистості, що базується на переконанні в об'єктивній необхідності відносин взаємної залежності членів суспільства і проявляється у свідомому настановленні на активне освоєння потенційних ролей, активне виконання актуальних соціальних ролей на основі співвідношення своїх дій і їх наслідків з термінальними цінностями суспільства і нормами, а також в готовності відповідати за отриманий результат; [2]

- **здатність до самостійного і критичного мислення;**

- **свобода** (волевиявлення, свобода слова, свобода ЗМІ) Фактором мотиваційного забезпечення культуротворчого середовища у закладі вищої освіти виступає: розуміння свободи як демократичної цінності; розуміння свободи як умови реалізації суб'єктів освітнього простору своїх особистісних і соціальних запитів; перетворення свободи в об'єкт, який виконує умови повноцінного життя заради особливої форми щастя;

- **збереження традиційних чеснот** (доброта, вірність, скромність, старанність, усвідомлення обов'язку і ввічливість); [3]

- **демократія** заохочує студентів до того, щоб висувати розумні аргументи, що ґрунтуються на ретельному дослідженні і ясному розумінні історії. Студенти також повинні мати можливість організовувати клуби та заходи, в ході яких демократичні норми можуть реалізуватися на практиці. Наприклад, студентське самоврядування дає їм можливість набуття досвіду в галузі демократичного процесу, а також досвід у сфері громадської участі у виборах; випуск газет дозволяє студентам отримувати уявлення про роль вільних ЗМІ і відповідальної журналістики; дозвільна діяльність дозволяє розвивати творчі здібності, що сприяє гармонійному розвитку особистості студента, формуванню не тільки компетентних фахівців, а й високодуховних молодих людей, патріотів України;

- **рівність усіх членів суспільства**, включаючи меншини та незалежно від гендеру; відсутність дискримінації за расовою ознакою, рівність можливостей, відносну майнову рівність, рівність усіх перед законом, рівні можливості для людей з інвалідністю.

- **самореалізація індивіда** Самореалізація особистості студента у навчально-професійної діяльності є динамічний процес взаємодії зі світом у рамках навчально-професійної сфери життєдіяльності, що сприяє актуалізації та розвитку потенційних можливостей студента при забезпеченні педагогічних умов.

- **справедливість** (справедливість і соціальну захищеність відсутність дискримінації);

- **розвиток самостійного і критичного мислення**. Участь студентів в студентських олімпіадах, конкурсах, проведення форумів з різною тематикою, проведення круглих столів і обговорення питань з заданої тематики.

Саме ці цінності є орієнтирами, духовними векторами функціонування системи освіти і на них повинен базуватись зміст освіти.

Важливою складовою загального процесу європейської інтеграції України є входження української вищої освіти в європейський освітній і науковий простір на основі фундаментальних цінностей і принципів Болонського процесу.

Болонський процес орієнтується на цінності європейської освіти і культури за умов збереження і посилення кожною країною своїх національних особливостей, характеру, пріоритетів. В контексті Болонського процесу йдеться про узгодження спільних вимог, критеріїв та стандартів національних систем освіти, тому що однією з найвищих гуманістичних цінностей є толерантні стосунки, повага до інших народів і культур [4]. Болонський процес передбачає багатоваріантність. Його мета не створення повністю ідентичних

систем освіти у різних країнах, а зміцнення взаємозв'язків та покращення взаєморозуміння між різними освітніми системами. Для України з її традиційно потужною освітянською галуззю це особливо важливо. Для вітчизняної системи вищої освіти беззастережне переймання деяких формальних процедур і відмова від власних напрацювань може дійсно привести до її деградації. Адже впродовж багатьох десятиліть Україні була притаманна роль активного генератора нових знань, виробника нових видів техніки та високих технологій, з якими вона виходила й на зовнішні ринки.

Болонський процес став поштовхом для перегляду принципів і методології контролю якості освіти за міжнародними стандартами і позитивно впливає на якість підготовки студентів в українських вузах.[5]

Створення високоефективної і рентабельної освіти в Україні є, перш за все, вимогою сучасного часу і реальною потребою нашого суспільства.

Отже, реформування системи вищої освіти України узгодження спільних вимог в рамках болонського процесу сприяє формуванню спільних європейських цінностей таких як толерантні стосунки, повага до інших народів і культур, утвердження елементарних прав людини, відкритість стосовно інших народів і культур, демократія, здатність до самостійного і критичного мислення тощо[6].

На прикладі Київського національного торговельно-економічного університету (далі - КНТЕУ) можемо визначити як саме відбувається процес формування європейських цінностей в системі освіти. КНТЕУ один з перших закладів вищої освіти приєднався до процесу модернізації освіти. Зміст освітніх програм КНТЕУ побудовано на основі сучасних знань, нових навчальних технологій, що відповідають положенням, зафіксованих в Болонській декларації. Це дало змогу забезпечити високий рівень якості підготовки фахівців, їх успішному працевлаштуванню.

Студентське самоврядування в Університеті є правом студентів самостійно або через представницькі органи вирішувати питання, віднесені до їх повноважень і є одним із засобів для формування такої європейської цінності, як демократія. Органи студентського самоврядування в Університеті здійснюють свою діяльність в інтересах усього студентства Університету, забезпечують захист його прав та інтересів, чим підтверджується формування такої європейської цінності як утвердження прав людини. Керівництво Університету створює умови для забезпечення діяльності та розвитку студентського самоврядування, всебічно сприяє роботі його органів усіх рівнів. Взаємодія Органів студентського самоврядування з адміністрацією

Університету, факультетів, гуртожитків здійснюється на принципах поваги та співробітництва. Студенти з самого початку навчання долучаються до наукової роботи, приймають участь в конференціях, форумах та студентських олімпіадах.

В університеті функціонує Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених КНТЕУ, яке працює з студентами, підтримує та надихає на наукові пошуки та розробки молодих вчених, - студентів різних факультетів. Їх метою є сприяння науковій, винахідницькій та творчій діяльності здобувачів вищої освіти в КНТЕУ.

Все це сприяє розвитку самоорганізації студентів, розвитку самостійного і критичного мислення, налагодженню міжнародних та міжвузівських зв'язків і, як наслідок, трансформації української освіти в європейський освітній простір. Здійснюється обмін викладачами, студентами, виконуються міжнародні проекти стосовно інтеграції вищої освіти, вдосконалення освітніх програм різних ступенів підготовки та перепідготовки спеціалістів.

Прикладом дотримання прав людини може слугувати те, що в навчальному закладі надається безкоштовна юридична та психологічна допомога, діє центр правового захисту.

Отже, як бачимо європейські цінності втілюються в системі української освіти і, як показують вимоги сьогодення, без їх формування неможлива була б трансформація України до європейського освітнього простору. Адже узгодження спільних вимог, критеріїв та стандартів національних систем освіти є однією з найвищих гуманістичних цінностей. На сучасному етапі Україна досягла розширення доступу до отримання вищої освіти і досягнення рівня, відповідного світовим стандартам, що сприяє найбільш повному задоволенню освітніх потреб наших громадян. Створення європейського простору вищої освіти сприяє високій мобільності і конкурентоспроможності знань та умінь українських громадян.

Список використаних джерел

1. Мілютіна О. Полікультурна освіта молоді в Україні: державна політика і педагогічна стратегія / О. Мілютіна // *Рідна школа*. 2007. № 7–8. С. 12–14.
2. Иванов М. Г. Социальная ответственность студентов как аспект социального воспитания. *Психолого-педагогический журнал "Гуадеамус"*. 2008. № 13. С. 120–131.
3. Форбек М. Європейський стандарт шкільної освіти. *Шлях освіти*. 1997. № 1. С. 28 – 32.

4. Моїсєєва Ф. А., Усачов В. А. Європейська інтеграція вищої освіти України в контексті Болонського процесу *«Наука. Релігія. Суспільство»*. 2014. № 1. С. 36-40.
5. Матвієнко О. В. Середня освіта країн Європейського Союзу і Болонський процес. *Теоретичні питання культури, освіти та виховання: Збірник наукових праць / За заг. ред.: Євтуха М.Б.: Вид.центр КНЛУ*. 2004. №26. С.138-141.
6. Олійник А. Поняття й реальність процесу інноваційного розвитку освіти в Україні у контексті Болонських декларацій. *Вища освіта України*. 2007. № 1. С. 42-49.

Сухий О.

Національний університет біоресурсів і
природокористування України

БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ

У нинішніх складних умовах соціально-економічного розвитку України питання бюджетної політики є дуже актуальним, оскільки від її ефективності залежить рівень соціальної захищеності, зростання доходів і в цілому рівень благополуччя населення держави.

Бюджетна політика є складовою фінансового механізму й відіграє значну роль в економіці нашої країни, оскільки вона тісно пов'язана з податковою, грошово-кредитною, валютною, інвестиційною та борговою політикою держави. Разом ці складові утворюють цілісний механізм, який, у свою чергу, є регулятором для здійснення успішних ринкових реформ і забезпечення сталого розвитку українського народу. Тому метою нашої роботи є визначення основних проблем реалізації бюджетної політики та пошук шляхів подальшого удосконалення, виходячи з потреб соціально-економічного розвитку країни.

Бюджетна політика держави – це діяльність органів державної влади, державного управління та місцевого самоврядування з визначення стратегічної мети, напрямів, завдань і пріоритетів розвитку бюджетних відносин, засобів бюджетної тактики для їхнього досягнення, а також застосування цих засобів. Вона тісно пов'язана з

економікою, і може впливати на неї як позитивно, так і негативно[2].

Оцінюючи нинішній стан здійснення та фактичні можливості бюджетної політики України можна стверджувати, що вона є досить суперечливою та недостатньо результативною. Проте, починаючи з 2016 року відбулися певні зміни, що ведуть до розвитку пріоритетних галузей економіки.

Так, у 2016 році вдалося забезпечити економічне зростання – реальний ВВП зріс на 2,3 %. При цьому джерелами зростання економіки виступили не зовнішні чинники, а внутрішні – інвестиційний та споживчий попит. Зростання споживчих цін у 2016 році було втримано на рівні 12,4 % [3].

А, з 2018 року, Україна перейшла на довготривале планування бюджету (тобто більше, ніж на один рік). І в цьому є деякі переваги.

По-перше, таке планування сприятиме прив'язці до довгострокових програм. Якщо раніше всі бюджетні витрати планувалися лише на один рік, то тепер з'явилася можливість передбачати витрати й на інші роки, а саме, для початку, на період із 2018 по 2020.

По-друге, середньострокове планування значно полегшить роботу бізнесу, так як тепер планування буде здійснюватися як за дохідною, так і за видатковою частиною, що дасть змогу зрозуміти особливості податкової політики в найближчі два роки, а також прослідкувати джерела поповнення бюджету.

Перехід від однорічної до трирічної перспективи бюджетного планування є не просто технічною зміною у формуванні бюджету шляхом додавання у розрахунках ще двох бюджетних періодів. Це системна зміна бюджетної політики, що має забезпечити стратегічний підхід до визначення пріоритетних заходів і ефективний розподіл ресурсів. Аналіз системних макроекономічних показників соціального та економічного розвитку (табл. 1) свідчить, що уряд планує реформувати країну згідно позитивного зростання економіки.

Так, досліджуючи ці показники відповідно до певного року ріст економіки прогнозується у 3%, 4% і 5% на наступні три роки.

Однак, на цей економічний розвиток впливатиме ряд суттєвих чинників: бойові дії на сході, вірогідність погіршення зовнішньоекономічної кон'юнктури на світових торгових ринках, міграційні процеси, тінізація економіки та інші.

Таблиця 1

Основні прогностичні макропоказники соціального та економічного розвитку [1]

Показники	2017 р.	2018 р.	2019р.	2020р.
ВВП номінальний, млрд грн.	2845,8	3247,7	3611,0	3981,3
ВВП, %	101,8	103,0	103,6	104,0
Індекс споживчих цін, %	111,2	107,0	105,9	105,0
Рівень безробіття, %	9,3	9,1	8,9	8,5
Прибуток прибуткових підприємств, млрд грн.	639,0	726,6	817,1	911,2
Експорт, мldол. США	50735	54419	57718	62427
Імпорт, мldол. США	57222	61806	65649	70104

Основними завданнями бюджетної політики на сучасному етапі (2018-2020 роки) є: - підвищення мінімальної заробітної плати із 3723 грн (2018 рік) до 4425 грн (2020 рік); - зниження граничного дефіциту держбюджету з 2,4% до 2,0%; - зниження граничного обсягу державного боргу з 62% ВВП до 55% ВВП; - зниження граничного обсягу гарантованого державою боргу з 22% ВВП до 18% ВВП [3].

Бюджетна політика – це, зазвичай, динамічний процес, який постійно змінюється, тому він потребує коригування цілей, напрямів та конкретизації завдань від одного бюджетного періоду до іншого. Мета бюджетної політики досягається передусім за рахунок вибору оптимального переліку інструментів бюджетного механізму.

Завдяки йому, державні й місцеві органи повинні вирішувати ряд задач, направлених на забезпечення стійкого економічного зростання України, підвищення рівня соціального захисту громадян і поліпшення якості надання державних послуг.

Підвищення ефективності бюджетної політики в Україні потребує вжиття певного комплексу заходів:

- 1) створення ефективної системи управління державним боргом;
- 2) вдосконалення міжбюджетних відносин;
- 3) формування бюджетних видатків, орієнтованих на стимулювання економічного зростання з огляду на необхідність забезпечити реалізацію пріоритетів економічної;
- 4) створення ефективної системи управління та регулювання бюджетними ресурсами, вироблення критеріїв фінансування зобов'язань, прийнятих у попередні роки;
- 5) застосування різноманітних інвестиційних інструментів приватизації, сприяння розвитку фінансового лізингу, використання державних стимулів розвитку малого і середнього бізнесу;

б) удосконалення інформаційного забезпечення бюджетної політики, зокрема, запровадження досконалої бюджетної статистики, яка б унеможливила отримання викривленої інформації про стан виконання бюджетів.

Бюджетна політика буде ефективною лише тоді, коли кожен громадянин України незалежно від соціального статусу довірятиме її ключовим принципам, а оптимізація видатків бюджетів усіх рівнів є інструментом за допомогою якого можна кардинально змінити соціально-економічне становище країни.

Для того, щоб зберегти українське національне багатство, уряд повинен спрямовувати бюджетні кошти на вирішення ключових завдань у сфері науки, освіти охорони здоров'я, розбудовувати соціально-побутову інфраструктуру тощо й загалом орієнтуватися на європейські цінності.

Отже, бюджетна політика держави є не тільки складовою фінансового механізму, а й відіграє важливу роль для її населення. Розглядаючи сучасну бюджетну політику України, можна сказати, що вона, хоч і незначними темпами, проте розвивається. Однак, для забезпечення більш ефективного розвитку потрібно вдосконалювати планування бюджету, а також вживати нових перспективних заходів для зростання економіки та благополуччя країни вцілому.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про Державний бюджет України на 2018 рік» від 07.12,2017 р. № 2246-VIII// [Електронний ресурс] – Режим доступу до закону: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/2246-19>.
2. Радіонов Ю. Д. Цілі бюджетної політики України у сфері видатків / Ю. Д. Радіонов // Наукові праці НДФІ. – 2015. – Вип. 1. – С. 87–95.
3. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>

Тимошенко А. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ: ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД КОМПАНІЙ

Населення іноді сприймає бізнес як головну причину і джерело економічних, екологічних і соціальних проблем. У цьому винні самі компанії, які, перш за все, прагнуть до короткострокової фінансової вигоди, в той час як бізнес повинен створювати цінності для всього суспільства, а не лише для своїх акціонерів. Впливові представники наукових і ділових кіл вважають, що компаніям варто взяти ініціативу у власні руки і об'єднати бізнес і суспільство.

Епоха традиційного підходу до корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) як до надбудови, яка вимагає додаткових витрат для підтримання ділової репутації фірми і приносить обмежену вигоду, вже закінчилася. На зміну їй прийшла нова ініціатива, мета якої – досягнення більш високої ефективності як в діловій, так і в соціальній сфері. За рахунок ефективних і грамотних методів ведення господарської та комерційної діяльності можна створити додану соціальну і фінансову вартість в небачених раніше масштабах. Потрібно лише вийти за рамки старих уявлень про КСВ.

Створення спільної цінності – це управлінська практика підвищення фінансової ефективності бізнесу, що має на меті задоволення суспільних потреб і отримання компанією прибутку.

Концепція спільної цінності (Creating Shared Value, CSV) вперше була представлена і впроваджена компанією Nestlé у 2009 р. Авторами концепції є Майкл Е. Портер і Марк Р. Крамер [1].

У статті в журналі Harvard Business Review «Створення спільної цінності» автори визначили CSV як систему принципів і методів роботи, які «посилюють конкурентоспроможність компанії, одночасно покращуючи економічні і соціальні умови спільнот [2].

Основна ідея концепції створення спільної цінності полягає у зміцненні взаємозв'язку між соціальним і економічним прогресом, наслідком якого має бути нова хвиля глобального розвитку.

Вейн Віссер, засновник Міжнародного дослідницького центру КСВ зазначає, що більшість корпоративних програм із КСВ «направлені на зменшення негативних ефектів, а не на примноження позитивних». Він же сформулював три найбільші недоліки традиційної моделі КСВ [3]: ізольованість від основних бізнес-процесів; невідповідність змісту соціальної діяльності характеру і гостроті

екологічних, соціальних проблем і ризиків (відстаюча КСВ); проблематичність вимірювання економічного ефекту КСВ.

Концепція спільної цінності позбавлена цих недоліків, тому що орієнтована на користь для суспільства і довгострокові конкурентні переваги для підприємства. Основним завданням бізнесу є отримання прибутку для власників, тому компанії повинні вибудовувати свої стратегії таким чином, щоб знаходити прибуткові види діяльності і одночасно підвищувати якість довкілля та вирішувати соціальні проблеми. Концепція CSV вважає, що ринки формуються не тільки економічними, а й соціальними потребами (якісне харчування, охорона здоров'я, житло, підтримка літніх людей, екологія) [4].

Спільна цінність, як правило, є наслідком розробки та впровадження нового продукту, моделі або технології. Так, корпорація *General Electric* упродовж п'яти років практично подвоїла свої доходи, реалізувавши ініціативу *Ecomagination*, орієнтовану на розробку енергозберігаючих технологій [4].

Створення спільної цінності починається з переосмислення бізнес-стратегії, соціальних і фінансових цілей. Соціальні цілі повинні бути пов'язані з основним бізнесом компанії і напрямками її діяльності, саме так можливо реально вирішити соціальні проблеми. Процес створення спільної цінності не повинен бути доповненням до бізнесу, він повинен вбудовуватись в усі бізнес-процеси компанії [5].

Компанія повинна вирішити, якою соціальною проблемою вона може займатися, використовуючи свої унікальні ресурси, а також становище на ринку і в суспільстві. Виходячи з цього, визначаються, а потім реалізуються ділові практики у різних сферах діяльності.

Наприклад, у сфері охорони здоров'я південноафриканська страхова компанія *Discovery Insurance* розробила програму, яка пропагує ідею здорового способу життя і сприяє збільшенню тривалості життя населення. Організація знижує ціни на страхові продукти, залучає нових споживачів і збільшує обсяг прибутку [5].

Австралійський виробник фарби *Ecolour* сконцентрував зусилля на створенні екологічно безпечної продукції, скоротивши викиди парникових газів, здобув визнання споживачів [5].

Виділяють три рівні створення спільної цінності [5]:

1 рівень: *переосмислення з точки зору інтересів суспільства продуктів і ринків*, виявлення ринків із незадоволеними потребами, аналіз соціальної корисності продукції, розробка прибуткових продуктів, які відповідають потребам клієнтів і підвищують якість їх життя, забезпечення доступу клієнтів до цих продуктів.

Великі перспективи відкриваються перед компаніями, які проникають на нові ринки. Британська фармацевтична компанія *Glaxo Smith Kline* останніми роками переорієнтувала свій бізнес на Африку, запустивши ряд науково-дослідницьких проектів з вивчення, лікування і профілактики хвороб, які Всесвітня організація охорони здоров'я визнала найбільш небезпечними: СНІДу, туберкульозу і малярії [6]. Завдяки такій політиці компанії найменш розвинуті країни отримують рецептурні препарати і вакцини за ціною, що становить 25% від ціни, яку сплачують процвітаючі країни. Знизивши ціни для найменш розвинених країн, корпорація за три роки подвоїла обсяги поставок і підвищила рівень продажів до 80% у кожній країні. *Glaxo Smith Kline* співпрацює з некомерційними організаціями *Amref Health Africa*, *CARE International* і *Save the Children*, що реалізують програми у 34 країнах світу. В рамках цих ініціатив пройшли навчання більше 25 тис. медичних працівників, що обслуговують 6,5 млн. осіб. Зараз компанія запускає нові виробничі потужності і дослідницькі лабораторії, вклала у ці проекти \$ 130 млн [6].

2 рівень: *переосмислення продуктивності в ланцюжку створення цінності*, підвищення продуктивності компанії з одночасним вирішенням соціальних і екологічних обмежень в ланцюжку створення вартості.

Соціальні проблеми часто підвищують витрати в ланцюжку створення цінності. Надлишкова упаковка, викиди парникових газів завдають шкоди довкіллю і самому підприємству. У 2009 р. американський ритейлер *Wal-Mart* змінив маршрути своїх вантажівок, скоротивши їх на 150 млн. км. Незважаючи на те, що збільшився обсяг морських перевезень, компанія додатково заробила \$ 200 млн. Було зекономлено і на упаковці, оскільки коробки вироблялись із перероблених відходів картону, зібраних із магазинів власної мережі. Унаслідок цього було збережено 125 тис. дерев і 40 млн галлонів води, на 8,6 т зменшилась кількість пакувальних відходів [7].

3 рівень: *сприяння розвитку місцевих кластерів* – зростання продуктивності компанії за рахунок поліпшення стану середовища, вирішення соціальних проблем у місцях дислокації компанії. Програми розвитку кластерів передбачають співпрацю підприємств приватного сектора, торгових асоціацій, державних установ і некомерційних організацій [5].

Світовий виробник мінеральних добрив компанія *Yara* при підтримці уряду Норвегії реалізує програму із створення «коридорів росту» сільського господарства. Компанія вклала \$ 60 млн у модернізацію портів і доріг Мозамбіку і Танзанії. Очікується, що

реалізація цієї програми дасть змогу створити 350 тис. нових робочих місць і покращити життя 200 тис. дрібних фермерів. Зросте продуктивність компанії Yara, а заодно виграє й сільськогосподарський кластер і вся країна [5].

Концепцію CSV впровадили вже компанії Nestle, Coca-Cola, Carlsberg та ін. Зважаючи на мету компанії Nestle покращувати якість життя та сприяти здоровому майбутньому, три основні цілі скеровують її роботу на шляху до досягнення зобов'язань 2020 року [8]:

— Сприяти здоровому і щасливому життю, допомагати 50 млн. дітей вести здоровий спосіб життя.

— Допомогати розбудовувати громади задля їхнього процвітання, поліпшувати життя громад близько 30 млн. господарств, які пов'язані з діяльністю компанії.

— Охороняти природні ресурси заради майбутніх поколінь, прагнути до нульового впливу на довкілля у своїй діяльності.

Метою компанії Coca-Cola є поєднання бізнес-інтересів компанії з інтересами громад, де вона працює, створення "спільних цінностей" в трьох ключових областях – вода, жінки і розвиток громад [9]:

1. У 2007 році Coca-Cola взяла на себе публічне зобов'язання повернути усю використану для виробництва воду до 2020 року і досягла своєї мети у 2015 році, на п'ять років раніше.

2. Ініціатива 5x20 має на меті розширити економічні можливості 5 млн. жінок-підприємців до 2020 року. 1,8 млн. жінок вже пройшли бізнес-навчання.

3. Зобов'язання компанії Coca-Cola з розвитку громад включають в себе підтримку таких областей, як освіта, профілактика ВІЛ/СНІДу, доступ до чистої води, а також розподіл медикаментів. Наприклад, проект [Last Mile](#), базуючись на логістиці Coca-Cola, допомагає уряду Африки доставляти важливі медикаменти [9].

Таким чином, концепція спільної цінності CSV відрізняється від традиційної КСВ і благодійності, які спрямовані, перш за все, на підтримання іміджу і репутації компаній, не розраховані на тривалий термін і, як правило, не пов'язані з основним бізнесом. Цінністю CSV є не просто діяльність на благо суспільства, а економічна вигода і соціальні блага. Концепція спрямована на довготривалу спільну роботу компанії і суспільства над створенням спільної цінності, має нерозривний зв'язок з конкурентоспроможністю і отриманням прибутку. Програми CSV чітко відображають специфіку бізнесу і формуються всередині компанії.

Висновки. Створення спільної цінності – це альтернативний погляд на практику підвищення фінансової ефективності компаній, який поєднує отримання прибутку із задоволенням суспільних потреб. CSV надає можливість компаніям стати лідерами соціального прогресу. Концепція базується на практичному досвіді компаній і пропонує загальні прийоми досягнення синергетичного ефекту. Компанії, які вбудували концепцію CSV в усі свої бізнес-процеси, є лідерами, збільшують прибутки і очолюють усі світові рейтинги. На сьогоднішній день CSV є новацією, але з часом стане стандартною практикою і в Україні. Створюючи спільну цінність, наші компанії зможуть побудувати прибутковий і стійкий бізнес, який за показниками значно перевершить традиційну практику КСВ.

Список використаних джерел

1. Портер М. Створення спільних цінностей. Як перебудувати капіталістичну систему / Майкл Е. Портер, Марк Р. Крамер // Harvard Business Review. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ep-digest.ru/wp-content>.
2. Створення спільної цінності: ролі і взаємодія секторів у забезпеченні стійкого розвитку // за матеріалами Harvard Business Review і FSG – Social Impact Advisors «Creating Shared Value». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.slideshare.net/evd_oa/creating-shared-value-24827758.
3. Visser W. The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business / W. Visser. – London : Wiley. 2011. – 408 p.
4. CSV: великая капиталистическая революция // Дайджест публикаций международного филантропического сообщества
5. «Создание общей ценности». – 2016. – № 6. – С. 4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ep-digest.ru>.
6. Грейсон Д. Про успішний бізнес з точки зору суспільства в цілому / Девід Грейсон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ipnou.ru/print/010244/>.
7. Опыт компании GSK: общая ценность – достойное будущее Африки // Дайджест публикаций международного филантропического сообщества «Создание общей ценности». – 2015. – № 5. – С. 10-11. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ep-digest.ru>.
8. Wal-Mart начал производство коробок из упаковочных отходов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.news.unipack.ru/28260/>.
9. Створення спільних цінностей: Звіт Nestlé в Україні 2016

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.nestle.ua/asset-library/csv_report_nestle_ukraine_2016.pdf

10. СЕО Соса-Соса Джеймс Квінсі: Прогрес досягається в партнерстві / Journey Global. – 16.06.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.coca-colaukraine.com/opinions/Coca-ColaJamesProgress>

Тези написано під науковим керівництвом доцента Совершенної І. О.

Тимошенко С. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

ЯК ВИЖИТИ ОРГАНІЗАЦІЇ В ЧАС VUCA?

Яу відомо, на сучасну організацію впливає сьогодні безліч факторів зовнішнього середовища, які постійно змінюються. Ми живемо в епоху четвертої промислової революції, економіки знань, відбувається автоматизація і цифровізація всіх бізнес-процесів, залишаються в минулому велика кількість технологій, підприємств і навіть цілих галузей, методів ведення бізнесу, професій і спеціалізацій.

В той же час, в останні два роки в світі стався «інформаційний вибух»: інформації з'явилося більше (90%), ніж за всю попередню історію розвитку людства. Стиль життя, уклад, поведінка, настрої і цінності людини змінюються в залежності від розвитку технологій. Очікується, що до 2020 р. буде більше 6,1 млрд. користувачів смартфонів по всьому світу. Зростаючий обсяг даних, розвиток ІТ, нейронні мережі, штучний інтелект, діджиталізація життя, глобалізація впливають не тільки на людину, але і на розвиток галузей. Ще 10 років тому не існувало як мінімум 10 професій, які сьогодні є одними з найбільш затребуваних і високооплачуваних (фахівець з BIG DATA, APP-розробник, оператор дрона та ін.).

Американці описують світ, в якому ми живемо, як нестабільний, невизначений, складний і двозначний, від цього пішла концепція VUCA-світу і аббревіатура (акронім) VUCA-world (volatility, uncertainty, complexity, ambiguity) [1].

Volatility – означає мінливість, нестабільність, волативність. Темп змін є більш швидким, ніж наша здатність реагувати і ми не можемо передбачити майбутню ситуацію або планувати дії.

Uncertainty – невизначеність щодо сьогодення та майбутніх

результатів. Невизначеність – неспроможність знати все, відсутність передбачуваності, ймовірність «раптових» дій.

Gartner встановлено, що 75% компаній, які існують на сьогоднішній день, зіткнуться з інцидентом потенційного закриття в найближчі 18 – 24 місяців, а 80% компаній з тих, які стикнуться з цими загрозами, будуть закриті або збанкрутують протягом наступних 24 місяців.

Complexity – складність (безліч складних для розуміння причин і факторів складаються в проблеми). Будь-яка інформація може бути неправильно зрозуміла і витрактована, завжди потрібно визнавати за собою право на помилку.

Ambiguity (неясність, невизначеність, двозначність). Складно відповісти на питання «хто, що, коли і чому», нездатність зрозуміти справжнє значення подій.

Стан волативності і хаотичності світу першими помітили в армії США. «Як необхідно діяти, коли бойові обставини постійно змінюються?» — говорить полковник Стефан Гаррос, PhD з поведінкових наук, США [1].

Чому потрібно готуватись і що ж саме потрібно робити, щоб бути готовим до VUCA? Світ змінюється швидкими темпами, і надія на те, що хаос – явище короткочасне, марна, ми повинні вчитися керувати ним. Очевидно, що в умовах нового VUCA-середовища необхідні нові стратегії, які мають передбачати адаптивність організації, здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Спеціалісти «нової формації» та керівники державних і приватних підприємств, установ, організацій змушені у своїй діяльності зважати на те, що попередньо набутий досвід іноді не працює при вирішенні нових проблем, а послідовність, обумовлена попередніми стадіями розвитку організації, не є гарантованою. В управлінні організаціями, зважаючи на швидкозмінюваність середовища, повинні знайти втілення теоретичні та практичні напрацювання щодо реагування на виклики VUCA-світу, насамперед, при розробленні механізмів їх розвитку і реформування.

Навички роботи в умовах невизначеності можуть і повинні бути розвинені. Необхідно готувати персонал до широкого спектру сценаріїв, розвивати процеси і системи управління персоналу таким чином, щоб люди змінювалися і були здатні до управління непередбачуваними ситуаціями.

Нова гнучка модель управління талантами (the new agile talent management model) передбачає: підбір гнучких, моторних працівників, інноваторів, тренінги з вирішення неочікуваних проблем, швидке

навчання і швидкі ротації, тимчасова зайнятість, гнучкі посадові інструкції, створення конкурентних переваг своїх працівників над іншими [2].

Завданням HR-департаментів організацій є формування лідерів нового часу. В умовах VUCA є потреба в лідерах – авторитетних професіоналах, надприродних, гнучких, мобілізуючих і винахідливих.

Вимоги до керівника для виживання організації в VUCA-світі були озвучені на щорічній конференції SHRM 2016 (Society for human resource management) в США [3]:

- стратегічна гнучкість: бути гнучким і адаптивним;
- експериментальне мислення: винахідливість і імпровізація;
- вміти вчитися на помилках;
- здатність навчатися в командному середовищі;
- здатність бачити ситуацію під різними кутами;
- ініціювати виклики, а не консенсус всередині організації;
- приймати рішення без відчуття впевненості.

Організації повинні вчитися бути гнучкими, і вчитися цьому швидко. В сучасному світі "швидкий" це часто одночасно "кращий".

Як керівникові або HR-менеджеру підготувати лідерів своєї організації до подібних змін? Міжнародний центр розвитку лідерства DDI дає такі рекомендації [4]:

1. Почати зміни з команди топ-менеджерів.
2. Провести аудит та оцінку талантів.
3. Скласти і запустити план розвитку талантів.
4. Бути драйвером змін, допомагаючи членам команди швидше усвідомити свої майбутні ролі.

Крім того, необхідно розвивати співробітників, у яких є лідерські здібності, навіть якщо вони поки що не знаходяться на менеджерських позиціях. Якщо не розвиватися та не розвивати свій персонал – компанія не встигне за конкурентами.

Приклади успішного бізнесу в світі VUCA вже існують. Деякі керівники бізнесу готуються до роботи в середовищі VUCA вже кілька років. VUCA використовується вже у таких бізнес-процесах, як управління поставками і управління ризиками. Компанії Google, IBM, Amazon, 3M, General Electric, Unilever, McDonald's змінюють свої моделі навчання і розвиток керівників так, щоб відповідати середовищу VUCA [5, 6].

Девізом VUCA-світу могла б стати фраза «Змінюйся або помри». Це відноситься і до індивідуумів, і компаній. Виграють в світі VUCA ті, хто може генерувати ідеї і надихати людей долучитися до творчості. Акцент з навчання як процесу зміщується в бік максимального результату для бізнесу. Запорука успіху будь-якого бізнесу —

кваліфікований персонал, що вміє застосовувати отримані знання на практиці.

Що означає «готовність змінюватися» в розрізі персоналу організації? *Для персоналу* готовність змінюватися – це готовність постійно здобувати нові знання та навички, отримувати нову інформацію і працювати в нових форматах. Освоювати інструменти для віддаленої роботи – CRM, месенджери, програми віддаленого доступу, засоби спільної роботи над документами і т. д. Бути мобільними. Залишатися на зв'язку 24 години на добу, 7 днів в тиждень, і при необхідності – перевірити пошту, вирішити будь-яке питання. І весь час вчитися, відвідувати семінари та вебінари, лекції, читати книги і статті, використовувати інтерактивні засоби навчання.

Для компанії готовність змінюватися означає, по-перше, уважно слідкувати за трендами ринку і вловлювати зміни його вимог, по-друге, постійно оцінювати відповідність потенціалу компанії вимогам часу, і в-третьє – готовність оперативно відгукуватися на вимоги часу і ринку зміною продуктової лінійки, бренду, позиціонування компанії. А також впроваджувати нові сучасні інструменти для вдосконалення бізнес-процесів, удосконалювати стратегію управління, оптимізувати витрати і слідувати трендам корпоративної культури.

Щоб змінюватися, необхідно постійно навчатися – це є суттю підходу *life-long learning* або навчання протягом усього життя [7]. Щоб не опинитися на узбіччі життя, потрібно вчитися, щоб не відстати від інших, потрібно бути швидким і динамічним.

Висновок такий: життя – це постійний розвиток, який змушує нас пристосовуватися до нього, бути гнучкими і стресостійкими. У світі VUCA, світі змін та інновацій, потрібні працівники, які матимуть всі риси сильної і успішної людини, яка вміє швидко перебудовуватися. І саме у нашому університеті уже вивчають і використовують всі переваги новітніх технологій, які сприяють розвитку, дають можливість стати високоосвіченими працівниками, які можуть швидко адаптуватися до сучасних тенденцій бізнес-світу.

Список використаних джерел

1. Гросул В. А. Сутність та особливості формування антикризової стратегії підприємства в умовах VUCA-світу / В. А. Гросул, О. В. Жилякова // Бізнес Інформ. – 2015. – № 11. – С. 393 – 399.
2. Первушина М. Епоха VUCA – к чому готується компаніям и HR-м [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.profi-consulting.com.ua/materials/60/9782_marina_epoha-vuca.pdf

3. SHRM Online – Society for Human Resource Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.shrm.org>
4. Інститут Глибинної Демократії Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ddi.in.ua>
5. Google Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.google.com.ua
6. Світ VUCA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bestmology.blogspot.com/2016/03/vuca.html>
7. Журихін С. «Life-Long Learning в Vuca-світі або чому це важливо для компаній» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zhurihin.ru/vuca>

Тези написано під науковим керівництвом доцента Совершенної І. О.

Платформа 5

Підприємництво: традиції та модель економічного зростання

Бойко В. О.
Харківський торговельно-
економічний інститут КНТЕУ

ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ЦУКАТІВ

Щорічно розширюються обсяги та асортимент кондитерських товарів вітчизняного та закордонного виробництва, що зумовлено використанням різноманітних добавок у виробництві та розширення кондитерських виробів функціонального призначення (дієтичні, вітамінізовані, лікувальні) [1].

Підвищення попиту на цукати характеризується властивостями даного продукту: натуральністю, високою смаковою якістю, привабливістю зовнішнього вигляду, технологічністю під час застосування. Саме тому достатньо актуальним є визначення якості цієї групи продуктів харчування.

Найчастіше цукати застосовуються при оформленні різноманітних кондитерських виробів і важливим являються органолептичні показники їх якості: зовнішній вигляд, геометричні розміри, колір, смак та запах.

Тому проблема багатогранного вивчення властивостей товарів, встановлення їх натуральності, виявлення фальсифікованих товарів є актуальною.

Тому метою роботи було проведення експертизи цукатів, що реалізуються на ринку м. Харків. В якості об'єктів дослідження обрано 10 зразків цукатів різних виробників. Перевірено стан маркування, органолептичних та фізико-хімічних показників цукатів, що обрано.

Експертизою встановлено, що маркування всіх досліджуваних зразків цукатів відповідає ДСТУ 6075:2009 «Цукати. Технічні умови», крім зразка №3 ТМ «Натуральные продукты» (м. Київ), на якому не було зазначено ні складу, ні енергетичної цінності, ні термінів та умов зберігання, ні позначки про нормативний документ [2].

Експертиза органолептичних показників показала, що зовнішній вигляд всіх досліджуваних зразків відповідає вимогам діючого стандарту: рівномірні за розмірами, правильної форми, глазуровані.

Зразки № 1-8, №10 мають форму куба, зразок №9 продовгуватої форми з основою квадрата. Це свідчить про суворе дотримання технології виробництва цукатів.

Смак та запах зразків № 1 цукати «Жасмин», № 3 цукати «Натуральные продукты», №6 цукати «Щебпак», №10 цукати «Жасмин» більш виражений за зразки № 2 цукати «Liza», № 4 цукати ARIA, №6 цукати «Щебпак», №7 цукати «SantaVita», №8 цукати «Марівна», №9 цукати «Натуральные продукты». Зразок № 5 цукати SLADKO має сторонній присмак, що не відповідає вимогам стандарту.

Колір досліджуваних зразків №1 та №5 однорідний, властивий даному виду продукту. Досліджувані зразки №2 цукати «Liza», №3 цукати «Натуральные продукты», №4 цукати «ARIA», №8 цукати «Марівна» різнокольорові, вірогідно, за рахунок наявності в них барвників.

При проведенні товарознавчій експертизі фізико-хімічних показників зразків цукатів визначалися наступні показники: масова частка сухих речовин у цукатах, масова частка загального цукру в цукатах (у розрахунку на інвертний цукор), масова частка сірчаного ангідриду, мінеральні домішки, масова частка домішок рослинного походження.

За масовою часткою сухих речовин у цукатах лише досліджувані зразки №2 цукати «Liza» та зразок №10 цукати «Жасмин» має показник, який відповідають ДСТУ 6075:2009, зразки №1, №3-9 не відповідають показникам стандарту. За масовою часткою загального цукру в цукатах (у розрахунку на інвертний цукор) досліджувані зразки №2 цукати «Liza», №6 цукати «Щебпак», №8 цукати «Марівна», №10 цукати «Жасмин» відповідають нормам державного стандарту. Досліджувані зразки №1 цукати «Жасмин», №3 цукати «Натуральные продукты», №4 цукати «ARIA», №5 цукати «SLADKO», №7 цукати «SantaVita», №9 цукати «Натуральные продукты» не задовольняють показники стандарту.

При визначенні масової частки сірчаного ангідриду, мінеральних домішок та масової частки домішок рослинного походження всі досліджувані зразки відповідають показникам.

Таким чином підраховуючи результати досліджень, можна сказати, що за показниками якості лише досліджувані зразки №2 цукати «Liza» та №10 цукати «Жасмин» повністю відповідають вимогам ДСТУ 6075:2009 «Цукати. Технічні умови».

Вносимо пропозиції до виробників цієї продукції:

- розширення асортименту вітчизняних цукатів;

- з метою запобігання надходження на ринки України фальсифікованої та недоброякісної продукції, ввести обов'язкову експертизу цукатів в експертних лабораторіях.

Список використаних джерел

1. Мировой рынок сухофруктов и цукатов: краткий обзор. Февраль 2017 г. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://berekat.ru/info/articles/mirovoy-rynok-sukhofruktov-i-tsukatov-kratkiy-obzor-fevral-2017-g/>
2. Цукати. Технічні умови : ДСТУ 6075:2009 [Чинний з 01-10-2009.]. — Київ : Держспоживстандарт України ; К.: Вид-во стандартів, 2009. – 16 с. – (Національний стандарт України).

Ємцева Д. В.,
Непочатих Т. А.
Харківський торговельно-
економічний інститут КНТЕУ

СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ РЕДЬКИ, ЯКА ВИРОЩУЄТЬСЯ В УКРАЇНІ

Редька - виключно корисний овоч, який володіє великою кількістю вітамінів та інших корисних для людського організму речовин. У нашій свідомості поняття «редька» зазвичай пов'язане з широко відомою в народі прислів'ям «хрін - редьки не солодший». Дійсно, це так. Обидва коренеплоду досить гіркі на смак, але це ще не робить їх поганими. ПублійСір, автор, що жив близько двох тисяч років тому, як-то сказав: «До терміну все плоди бувають гіркими». Говорячи це, він напевно мав на увазі те, що користь багатьох предметів і явищ виявляє себе не відразу, вимагає зусиль і терпіння в її досягненні. Для засвоєння користі, що міститься в редьці, особливих зусиль як раз і не потрібно.

Тут знову однак стикаємося зі стійким стереотипом, що сидить в нашій свідомості. Не раз, напевно, доводилося чути вам фразу «гірше гіркої редьки». Гірше - це неправильно. Насправді, редька дуже смачна, потрібно просто потерти її на тертці, змішати з іншими овочами і полити олією.

Вживати редьку в чистому вигляді, без інших компонентів, особливо не рекомендується: вона дуже різка і їдка на смак, що призводить до надмірних реакцій в нашому організмі, може негативно позначитися на діяльності серця і травної системи.

Редька містить в собі велику кількість аскорбінової кислоти, мінеральних солей, необхідних людському організму. В її коренеплодах, в середньому, міститься 1,8% цукру, 1,9% білків, вони багаті клітковиною, вітамінами С і В, ефірними маслами, що містять сірку, а також калієм, магнієм і багатьма іншими корисними мінеральними речовинами та гірчичними маслами котре і дає їй такий гіркий смак. Сік редьки має фітонцидні (бактерицидні) властивості, тому що містить бактерицидну речовину - лізоцим, яке має здатність пригнічувати ріст бактерій, грибків і найпростіших організмів.

Свою назву редька отримала від латинського слова Radix, що означає корінь. Історія цього овоча починається ще з Єгипту, її називали їжею жебраків, бо нею годували рабів, які будували піраміди у той час. В Греції в той же час редьку приносили на вівтар як дар до свята Аполлона, і вже знали декілька сортів редьки та вважали що вони сприяє кращому травленню та лікує кашель.

Є багато сортів редьки, вони відрізняються один від одного за смаком, формою, кольором коренеплодів, часу дозрівання. Відомо більше 8 видів редьки, поширених в Європі і країнах Середземномор'я, в Україні поширені 3-4 види, головним чином по узбережжю Чорного моря [1].

Свіжу редьку в залежності від часу визрівання підрозділяють на літню і зимову, в залежності від якості підрозділяють на перші і другі сорти. Проведемо оцінку якості редьки за допомогою наступних показників органолептичні показники: зовнішній вигляд, запах та смак та внутрішню будову; фізико-хімічними: вітамін С та масову частку титрованої кислотності.

Було виконано дослідження трьох сортів редьки: чорна, червона та кавунова. Органолептична оцінка якості включала перевірку зовнішнього кольору, запаху та смаку.

Зовнішній вигляд відповідає вимогам стандарту. Запах та смак без сторонніх запахів або присмаків. Внутрішня будова м'якоть соковита, щільна не загрубіла, без пустот.

Отже, провівши органолептичні дослідження можна сказати, що данні зразки відповідають ДСТУ 290-91.

Експериментальним способом було визначено масову частку титрованої кислотності та вітаміну С.

Дослідження показали, що масова частка титрованої кислотності в трьох зразках така: чорна - 0,25 Т; червона - 0,18 Т; кавунова – 0,1 Т.

Вміст вітаміну С: чорна –9,6 %; червона – 8,0 %; кавунова – 7,1%.

Користь редьки є беззаперечною, але при вживанні необхідно пам'ятати що серед великої кількості корисних властивостей вона має і свої протипоказання. Цей чудовий овоч, як правило використовують у народній медицині, косметології та сільському господарстві. З неї готують вишукані і в той же час прості страви. Рослинна їжа, до якої вона відноситься, настільки важлива в нашому житті і харчовому раціоні, що ми повинні це розуміти. Неправильне ставлення до редьки, від якої нерідко вернуть носа, вважаючи за краще що-небудь смачненьке, служить цьому зайвим підтвердженням. Вона допоможе при будь-яких хворобах починаючи з кашлю та закінчуючи страшною хворобою рак, допоможе зі схуденням та врегулює обмін речовин.

Список використаних джерел

1. Дубровин И. Все об обычной редьке[Електронний ресурс]. Режим доступу:
https://www.ereading.club/bookreader.php/93823/Dubrovin_-_Vse_ob_obychnoii_red%27ke.html.
2. ДСТУ 290-91 Редька літня та зимова свіжа. Технічні умови. [Чинний від 1991-10-21].

Каіка Е.

Kyiv National University of Trade and Economics

ORGANIC PRODUCTS: UKRAINE-EU

Every year, the number of consumers who prefer organic products is increasing. Organic is a trend of the 21st century. On the shelves of Ukrainian shops you can also see products called organic. These products have the appropriate marking in the form of the so-called "euro-starter". What are these products? Are they safer and more quality than traditional foods? What are the prospects of Ukraine on the EU market?

Organic foods that we use as food are saturated with vitamins and minerals. By the way, this is explained of its cultivation - by nature. Farmers, instead of chemicals, use natural systems of soil fertilization and pest control, feed the soil with all essential nutrients. It gives the plants all the valuable properties that they need to conveying us with the valuable

properties that we need.

Delivered from farms, the products remain as clean as possible.

This means:

- absence of GMOs (genetically modified organisms);
- lack of hydrogenated fats;
- absence of harmful additives;
- absence of chemical residues.

Organic products have a better taste, because they grow more slowly and contain less water. Instead, they have more vitamin C and useful minerals, as well as antioxidants that counteract the onset of the disease. For example, organic milk is richer than the traditional fatty acids of omega-3, vitamin E, vitamin A (beta-carotene) and some other antioxidants. Organic food comes from proven sources: all organic farms and food companies are inspected. Consequently, high standards of organic food are laid down in the legislation.

Farmers who grow organic produce, want their animals to be stress free - it's about living conditions, nutritional quality, preventing the regular use of antibiotics and hormones, and even transport and slaughter. Organic farming maintains wildlife on agricultural land, causes less pollution, forms less hazardous waste.

Distribution of organic produce and demand for it help to develop the countryside. So, by buying organic products, we maintain a harmonious life and balanced development in the countryside.

The production of organic products in the world is growing. So in 2015, there were 179 countries with data on certified agriculture. The total area of land occupied by organic agriculture was 50.9 million hectares, Australia being the leader (27.2 million hectares). The share of organic farming in total agricultural land was 1.1% (Liechtenstein (30.2%). The organic market was valued at \$ 81.6 billion in 2015 (US \$ 39.7 billion USA). In 2016 there were 87 countries with legislation on organic production.

The first decree of the EU on organic production (EU Regulation 2092/91) appeared in 1991. Since 2007, in the EU, state regulation in the field of organic products is carried out with the help of the EU Directive No. 834/2007. This directive defines the general framework and principles of organic agriculture, requirements for the process of agricultural production, processing and manufacturing of food products, signs and labeling of organic products; the system of inspection / control of organic products, including its import into EU countries. It operates on the territory of all EU countries. It should be noted that certification of organic products in Ukraine is most often carried out in accordance with this standard.

In 2012, an agreement was signed between the European Union and the United States to combine efforts aimed at stimulating the development

of organic production, protecting organic standards and facilitating the import / export of organic products. According to the regulation, which entered into force on June 1, 2012, the EU and the United States recognize the equivalent of the EU Organic Production Standards and the National Program of the United States of America. Therefore, products that have been certified as organic in the EU or the US can be sold with this status in both regions without further certification.

From July 1, 2010, the so-called "Eurolist" (green star green leaflet, organic logo, approved in the EU, which became the official mark of organic products in the EU) has appeared.

The beginning of the development of the organic movement in Ukraine began in 1997, when there was a final agreement between the governments of Ukraine and Switzerland on technical and financial cooperation. Within the framework of this agreement it became possible to develop technical assistance projects, in particular, on the development of organic agriculture in Ukraine.

In 2002 the BIOLan Ukraine Association of Biopartitioners was founded. The organization was established to protect the interests of producers of organic products, the formation of the internal market for organic products, the development of legislation and regulatory framework for organic production in Ukraine.

From 2005 - the beginning of the first phase of the project "Development of the organic market in Ukraine" (2005 to 2011) funded by the State Secretariat of Switzerland for Economic Affairs (SECO) and implemented by the Research Institute of Organic Agriculture (FiBL, Switzerland). The second phase of the project was planned for 2012-2016. The project objective is to strengthen the competitiveness of the Ukrainian organic food sector.

In 2005, the Federation of Organic Movement of Ukraine was established. The organization aims at comprehensive promotion of values and outlook inherent in supporters of the world organic movement, increasing the efficiency of agricultural production while developing technologies that are safe for nature and human, and promoting the development of organic movement in Ukraine.

The first organic products of Ukrainian production appeared in 2007 on the shelves of many large supermarkets (MegaMarket, Bill, Metro, WestLine, Milky Way, FurshetGurman, Sheremetyev, Kraj , "Country Life")

In 2007, the first Ukrainian accredited certification body - Organic Standard - has been established, which carries out certification of organic production according to EU standards in Ukraine and Belarus, and is the leader in the

field of organic certification in these countries. Organic Standard is included in the official list of certification bodies recognized in the European Union and in Switzerland. Therefore, the company provides its customers in Ukraine and Belarus with an opportunity to export organic products to EU countries under a simplified scheme.

The first specialized organic store "Natur Boutique" opened in Kiev in 2008.

In 2009 at the 20th International BioFach Organic Exhibition in Nuremberg (Germany), the Ukrainian manufacturer's products were presented for the first time.

Since 2010, the domestic market has begun to replenish its own organic produce by adjusting its own processing of organic raw materials. In particular, it is cereals, juices, syrups, jam, dried fruit, honey, meat and dairy products.

VerkhovnaRada of Ukraine in 2011 passed the Law "The Organic Production". The document defines the legal, economic, social and organizational basis for organic agriculture, requirements for the cultivation, production, processing, certification, labeling, transportation, storage and sale of organic products and raw materials.

In 2013, the Organic Ukraine Organic Products Manufacturers Association was established.

Ukraine came out on the 20th place in the world in terms of production of organic food. Such data was released by the Federation of Organic Movement of Ukraine in 2014.

In 2014, the Law "On the Production and Circulation of Organic Agricultural Products and Raw Materials" came into force, which should become the main legislative act in the field of regulating the organic market. At the same time, Ukrainian standards for organic production have not yet been adopted, the rules for certification of products and accreditation of certification bodies have not been approved, etc. Therefore, Ukrainian manufacturers continue to receive certification in accordance with regulatory acts of other countries.

The state logo of Ukraine for marking organic products was officially presented in 2016.

In 2017, the Ukrainian Organic Cluster Public Union was created. Despite the increasing trend, organic production has its fair share of critics who are interested in their health. The benefits of organic products can be gained by convincing evidence as a result of research and long-term application practices.

Organic food has been pushed last year when the Danish Institute for Agricultural Research has shown that organic milk has a higher level of vitamin E, essential omega-3 fatty acids and antioxidants that help to fight

infection. There were also some victories on the production side. In a European study in 2005, up to ten sorts of potatoes grown without chemicals that were resistant to potato disease were detected.

In the laboratory of the department of commodity science, quality management and safety, KNTEU has the necessary methods for the study of food products [3]. Thus, studies on organic milk and juices show that these products meet all the requirements of the State Standard of Ukraine and are safe and of good quality.

References

1. Коротко про органік 28 02 2018 UA.pdf.
<http://organicinfo.ua/numbers.html>.
2. Пасальський Б. К. Експрес-методи визначення якості харчових продуктів: навч. пос. / Б. К.Пасальський, Н. Ю.Чикун. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун.-т, 2013. 118 с.

Abstracts have been written under the guidance of
Senior Lecturer Chykun N. Yu.

Moroz N.,
Korshuk V.
Belarusian State Agrarian Technical University

ASSESSMENT OF THE MARKET OF FRUIT AND CONTAINMENT INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF BELARUS

The branches of the food industry of the Republic of Belarus are very diverse and include: fat-and-oil, confectionery, canning, starch-treacle, macaroni, butter-cheese, milk, flour, cereals, meat, fish, fruit and vegetable, bakery, sugar, alcohol, distillery, wine, brewing, tobacco. The food industry of Belarus is one of the oldest branches.

The research has established the change in the structure of nutrition, the availability throughout the year of a wide range of fresh fruits and vegetables, the emergence of radically new products and technologies for their production significantly expand the range of products both in the country and in neighboring countries and necessitate the restructuring of organizations, producing canned fruits and vegetables, and their technical

re-equipment. It should be noted that in the structure of the Belarusian market of canned fruits and vegetables, a significant share is produced by domestic products. Also on the market there are products of foreign companies, mainly countries of the Customs Union, as well as Ukraine, Poland, Lithuania, etc.

Currently, the production of canned fruits and vegetables is carried out by 36 organizations of various forms of ownership and subordination, including 7 organizations in the Brest oblast, Vitebsk - 5, Gomel - 6, Grodno - 3, Minsk - 11 and Mogilev - 4 organizations. The production capacity is 666.4 million conditional cans per year, the capacity utilization factor is 69%. The capacity of the domestic market, today amounts to about 560 mushrooms of canned vegetables and fruits a year. Annually 350-390 million conditional cans are sold in Belarus, half of which are produced by domestic enterprises, the rest is accounted for by imported products.

The analysis made it possible to determine that the domestic consumers are most in demand fruit and vegetable canned food, the consumption of which is 200 million and 20 million conventional cans, respectively. And the highest demand for canned products from green peas, as well as canned tomatoes, cucumbers, corn, tomato canned food - juices, drinks, sauces, ketchup.

It is established that at present vegetable canned food is a common attribute of the diet not only of countries with harsh climatic conditions, but also of many others. Especially this applies to industrialized countries. The reasons for the continued popularity of vegetable conservation in the modern world are also that they allow you to free up a lot of time spent on cooking vegetable dishes, enrich the diet with a variety of new flavors, and are indispensable in various trips.

The Belarusian market of canned fruits and vegetables offers a wide range of products: vegetable, fruit, tomato preserves, jams, jams, comfitures, juices, nectars, etc.

The demand for products is quite high. Thus, the level of juice consumption in the Republic of Belarus today is 700-800 thousand hectoliters per year. And 32.5% of the Belarusian juice market accounts for imports. The dominant position is taken by products from Russia, Ukraine and Israel.

The potential prospects for the development of the juice market in the Republic of Belarus are quite large, which is also indicated by the average annual consumption of juices per person in the Republic of Belarus. This figure for statistics is 8 liters per year, which is lower than the consumption of juices in European countries and the United States by 3-5 times. So, for example, in Finland each inhabitant annually consumes more than 18 liters of orange juice only. It should also be taken into account that the Belarusian

consumer is more conservative and, due to this, is less subject to sharp changes in his preferences.

Fruit preserves are also in demand among the population. Their Belarusians eat about 200-220 m. in year. Of the group of canned vegetables, green peas are in greatest demand, Belarusians consume between 15 and 28 mu., Of which 6-8 are imported.

Domestic tomatoes use canned tomatoes (they are consumed 10-14 mu.), Cucumber canned (8-10 mu), canned corn (4 m.), Tomato canned food (juices, drinks, sauces, ketchups).

However, it should be noted that despite the reduction in the import component in the market of fruit and vegetable conservation, the consumer prefers imported products. This is due to the lack of a clear positioning of their brands. As mentioned earlier, the consumer prefers modern packaging, which attracts not only its external characteristics, but also contributes to the preservation of the naturalness of the products.

The program for the development of the canned fruit and vegetable industry will help reduce the import component through modernization and technical re-equipment of enterprises, creating a positive image of Belarusian producers, which in the future will contribute to increasing consumer demand for Belarusian products.

The determining factor in the growth rate of consumption of fruit and vegetable canning products is the income level of the population, so it can be assumed that in the next 3-5 years the growth rate of the juice market will be about 20-25% per year.

In addition, there is a large category of consumers in the Republic of Belarus, for which the quality factor is more important than the price. Therefore, in conditions of increasing the solvency of the population, consumer demand for 100 percent natural products will grow.

In order to increase the efficiency of organizations that produce canned fruits and vegetables, ensure the competitiveness of manufactured products, both in the domestic and foreign markets, reduce imports, increase the capacity utilization by high-quality raw materials with technological and biochemical indicators for the produced assortment and in the required quantity, as well as production of competitive products for domestic and export deliveries was approved the program of production of canned fruits and vegetables in the Republic of Belarus for 2012-2015. which provided for the implementation of measures to complete the technical re-equipment of organizations that produce canned fruits and vegetables; creation of stable raw zones for organizations producing canned fruits and vegetables, including at the expense of their own raw material zones; increase in the volume of production of canned products at specialized capacities in the

country as a whole 1.3 times and the utilization of capacities of organizations of the republican and municipal forms of ownership by at least 98%; maximum import substitution of canned fruits and vegetables in the domestic market and shipment of at least 25% of the total volume of its production for export [1].

Thanks to the implementation of the Program's activities, the existing capacities have been renewed, the volume of raw material procurement and processing has been increased, and its range has been expanded. The production of new types of import-substituting products - canned sweet corn, asparagus beans, cornish cucumbers, cherry tomatoes, baby food using cauliflower, broccoli, dogrose, bananas and others has been mastered.

References

1. About the Program of production of canned fruits and vegetables in the Republic of Belarus in 2012-2015. Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Belarus of July 25, 2012 No. 681 / The National Legal Internet Portal of the Republic of Belarus, 20.04.2018, 5/3607.
2. Food security of the Republic of Belarus in the conditions of functioning of the Eurasian Economic Union. Monitoring - 2015: at 2 h. / VG Gusakov [and others]. - Minsk: Institute of Systems. Issled. in the agrarian and industrial complex of NAS of Belarus, 2016. - Part 1. - 205 p.

Пономаренко А. В.
Харківський торговельно-
економічний інститут КНТЕУ

СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ЧАЮ, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ НА РИНКУ М. ХАРКОВА

Вирішальним фактором поліпшення якості готового чаю є поліпшення якості сировини, що надходить на переробку, вміст у ньому тих хімічних речовин, що визначають органолептичні і біологічні показники продукту. Якість чайної сировини залежить як від різновиду рослин, так і від багатьох інших факторів. Найбільш істотним і самим мінливим з них є кліматичні умови. На хімічний склад сировини істотно впливає місце розташування плантації над рівнем

моря, особливості ґрунту, температура, відносна вологість повітря і т.д. [1].

Тому вивчення споживних властивостей чаю, що реалізуються на ринку м. Харків, є актуальним. В якості об'єктів дослідження обрано 10 зразків чаю чорного різних виробників. Перевірено стан маркування, органолептичних та фізико-хімічних показників чаю, що обрано.

При вивченні маркування досліджених зразків встановлено, що всі види чорних байхових чаїв, упакованих у коробки з картону різного кольору в поліетиленовій плівці, на кожному з них є своя товарна символіка та товарний знак.

Відповідно до норм стандарту до вищого сорту за органолептичними показниками відносяться всі чаї, крім чаю «Принцеса Канди». Цей чай за органолептичними показниками відносяться до першого сорту [2].

Найбільшу кількість вологи містить чай «Дилмах» - 8 %, найменше - у чаю «Хейліс» - 5 %. При вологості чаю не більш 8 % мікрофлора не впливає на якісні показники продукції.

Вміст вітаміну С був максимальний у чаї «Дилмах» 44 мг/ % та «Добриня Никитич», - 43 мг/ % і мінімальний у чаї «Принцеса Канди» містить 30,8 мг/ %. Вітамін С відноситься до основних речовин, що визначають смакові і фізіологічні значення чаю індикатора індигокарміну.

Вміст таніну в досліджуваних зразках коливається в межах 13- 16 %. Так, чай «Добриня Никитич» містить 16,0 %, «Дилмах» містить 13,30 %, чай «Маброк» і «Lipton» (листовий) містять по 16,21 %, небагато уступає їм за вмістом таніну чай «Хейліс» - 15,97 %, чай «Принцеса Канди» містить танін у кількості 14,96 %. Чай «Майский» містить 16,42 % таніну. У чаї «Ахмад» (крупнолистовий) вміст таніну - 16,62 %. Говорячи про вплив вмісту таніну в листі, слід зазначити, що загальна кількість дубильних речовин не зможе однозначно характеризувати смак і інші властивості чайного настою.

Для чаю «Дилмах» вміст екстрактивних речовин склало 35,09 %, «Маброк» - 35,39 %, «Хейліс» - 35,68 %, «Принцеса Канди» - 33,56 %, «Майский» - 36,59 %. Для чаю «Ахмад» (крупнолистовий) - 38,93 %, «Lipton» - 36,34 %, чай «Добриня Никитич» містить 35,79 % екстрактивних речовин. Кількість екстрактивних речовин впливає на міцність настою. За діючим стандартом для чаю вищого сорту цей показник складає не менш 35 %, для першого - не менш 32 %.

При органолептичній оцінці чаю «Lipton» (крупнолистовий) і «Ахмад» при зберіганні в сухому прохолодному місці зовнішній вигляд, настою, колір розвареного листа, аромат і смак залишилися колишніми. При органолептичній оцінці чаю «Lipton»

(крупнолистовий) і «Ахмад» при зберіганні при підвищеній і зниженій температурі такі показники, як настій, колір розвареного листа, аромат і смак має значні зміни у бік погіршення. Аромат і смак став менш ніжним, настій при цьому став прозорий, колір розвареного листа - недостатньо однорідним коричневим.

Фізико-хімічні дослідження показали, що:

- при зберіганні чаю «Lipton (крупнолистовий) у сухому прохолодному місці, масова частка вологи практично не змінилася з 6,0 % до 5,99 %, вміст таніну незначний зменшилося з 16,42 до 16,41 %, вміст екстрактивних речовин практично залишилося колишнім, а при зберіганні чаю «Ахмад» у сухому прохолодному місці вміст масової частки вологи залишилося практично незмінним з 6,0 % до 5,99 %. Вміст таніну змінився з 16,21 % до 16,20 %, вміст екстрактивних речовин 35,39 % до 35,37 %. Тобто показники практично не змінилися;

- при зберіганні чаю «Lipton» (крупнолистовий) при зниженій температурі вміст масової частки вологи збільшилося з 6 % до 6,2 %, вміст таніну зменшилося з 16,42 % до 16,00 %, вміст екстрактивних речовин з 36,59 % до 35,78 %, а при зберіганні чаю «Ахмад» при зниженій температурі вміст масової частки вологи збільшилося з 6,0 % до 6,1 %, вміст таніну зменшилося з 16,21 % до 15,81 %, вміст екстрактивних речовин зменшилося з 35,39 % до 34,91 %;

- при зберіганні чаю «Lipton» (крупнолистовий) при підвищеній температурі вміст масової частки вологи зменшилося з 6,0 % до 5,6 %, вміст таніну зменшилося з 16,42 % до 15,68 %, вміст екстрактивних речовин 36,59 % до 35 %, а при зберіганні чаю «Ахмад» при підвищеній температурі вмісту масової частки вологи зменшилося з 6,0 % до 5,6 %, вміст таніну зменшилося з 16,21 % до 15,24 %, вміст екстрактивних речовин 35,39 % до 34,41 %.

Таким чином, температура зовнішнього середовища дуже впливає на зберігання якості чаю. Герметично упакований чай при низькій температурі краще зберігається, ніж при високій [3].

У плінні 30 доби зберігання при негерметичному посуді волога підвищується на 0,4 %, тому вплив упакування на зберігання якості чаю величезна. З підвищенням вологості псування чаю прискорюється, тому що створюються умови, що поліпшують активність ферментів. В умовах зберігання при температурі 20 °С чай практично не перетерплював змін.

Тому, найбільш прийнятною умовою зберігання готового чаю варто вважати наступні параметри навколишнього середовища: відносна вологість повітря не більш 70 % і при температурі 20 °С у герметичному упакуванні.

Цих параметрів навколишнього середовища можна домогтися

при опалюванні приміщення й установки кондиціонерів.

Список використаних джерел

1. Производство чая [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.rusteaco.ru/tea-coffee/tea/proizvodstvo/>
2. Чай чорний байховий фасований. Технічні умови : ДСТУ 7174:2010. / [Чинний від 1991-10-21].
3. Афолина С. Н. Химические компоненты чая и их влияние на организм / С. Н. Афолина, Е. Н. Лебедева // Успехи современного естествознания [Научный журнал]. – Назва з екрану: <https://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=35966>

Портонова О. Є.

Київський національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах аграрний сектор є базовою складовою національної економіки і відіграє провідну роль у забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку України. Господарська діяльність підприємств АПК складає основу суспільного відтворення валового внутрішнього продукту країни. Рівень ефективності їх діяльності характеризують фінансові результати.

Формування фінансових результатів і віддзеркалення їх у бухгалтерському обліку сільськогосподарськими підприємствами багато в чому пов'язані з галузевими особливостями цих господарюючих суб'єктів, тому особливо гостро постає питання про необхідність удосконалення організації та методики їх обліку. На формування фінансових результатів у сільськогосподарських підприємствах впливає низка організаційно-технологічних особливостей галузі, які були частково враховані в П(С)БО, зокрема П(С)БО 30 «Біологічні активи».

В рамках дослідження розглянемо фінансові результати до оподаткування великих та середніх підприємств України у розрізі видів економічної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

Фінансові результати великих та середніх підприємств до оподаткування за видами економічної діяльності за січень-вересень 2017 року¹ (млн.грн) [1]

	Фінансовий результат (сальдо)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
Усього	237767,9	70,3	368629,9	29,7	130862,0
сільське, лісове та рибне господарство	503,3	90,1	763,8	9,9	260,5
промисловість	97335,6	69,5	171717,3	30,5	74381,7
будівництво	1248,7	72,8	3218,4	27,2	1969,7
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	31890,0	75,8	45102,3	24,2	13212,3
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	11178,5	59,0	19537,5	41,0	8359,0
тимчасове розміщення й організація харчування	667,2	61,2	1249,2	38,8	582,0
інформація та телекомунікації	11003,6	67,8	13550,9	32,2	2547,3
фінансова та страхова діяльність	48330,3	73,7	67212,6	26,3	18882,3
операції з нерухомим майном	1797,3	64,1	6641,2	35,9	4843,9
професійна, наукова та технічна діяльність	32617,3	69,2	36030,6	30,8	3413,3
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1917,5	66,7	2780,0	33,3	862,5
освіта	37,0	69,2	52,4	30,8	15,4
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	302,0	79,2	500,4	20,8	198,4
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-1059,5	56,1	236,5	43,9	1296,0
надання інших видів послуг	-0,9	65,9	36,8	34,1	37,7

¹Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. За видом економічної діяльності "Сільське, лісове та рибне господарство" дані наведено без урахування результатів діяльності підприємств, які займаються рослинництвом, тваринництвом та змішаним сільським господарством. Інформація по підприємствах зазначених видів економічної діяльності враховується тільки в даних за рік.

Як бачимо, більшість підприємств у галузі сільського, лісового та рибного господарства (90,1 %) за результатами трьох кварталів 2017 р. отримали прибуток, а лише 9,9 % – збиток.

Таким чином, сальдо фінансового результату становило лише 503,3 млн грн. А якщо взяти до уваги, що галузь сільського господарства є провідною в українській економіці, то це свідчить про низьку ефективність роботи підприємств. Неабияку роль в цих процесах відіграє система бухгалтерського обліку, тому подальші дослідження спрямуємо на висвітленні шляхів та напрямів забезпечення достовірності обліку фінансових результатів на сільськогосподарських підприємствах.

Біологічні активи й сільськогосподарська продукція за своїми природно-економічними характеристиками і методологією обліку відрізняються від інших активів.

Процес формування і використання прибутку є досить складним і неоднозначним у зв'язку із специфікою аграрної галузі. Можна виділити такі особливості формування прибутку сільськогосподарських підприємств, які впливають із особливостей їх діяльності:

1. Вищою є ймовірність неотримання прибутку в результаті обставин, що не залежать від підприємства (епідемія, навала сарани, посуха, ураган).
2. Частину прибутку необхідно спрямовувати на придбання та утримання дорогих основних засобів (процес виробництва здійснюється на великих площах, широко використовуються сільськогосподарські машини).
3. Формування прибутку відбувається залежно від періоду закінчення виробничого процесу, оскільки процес виробництва не збігається з календарним роком.
4. За частиною продукції не формуються фінансові результати, оскільки вона надходить до внутрішнього обороту, тобто спрямовується на внутрішньогосподарське споживання.
5. Застосовується різний порядок формування і розподілу прибутку, оскільки передбачені особливі організаційно-правові форми аграрних підприємств.
6. Значний вплив на процес формування прибутку мають природньо-кліматичні фактори (характерна сезонність виробництва) [2].

Згідно з П(С)БО 30 "Біологічні активи" [3], до складу фінансового результату діяльності сільськогосподарського підприємства входять такі основні три складові:

- 1) фінансовий результат від первісного визнання

сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів;
2) фінансовий результат від реалізації запасів – сільськогосподарської продукції та біологічних активів, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю за вирахуванням очікуваних витрат на місці продажу;

3) фінансовий результат від зміни справедливої вартості біологічних активів на дату балансу, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю за вирахуванням витрат на місці продажу.

Специфіка аграрного виробництва полягає в тому, що більшість видів сільськогосподарської продукції реалізуються відразу після оприбуткування (овочі, м'ясо, молоко, квіти) або через невеликий проміжок часу (зерно, кормові культури). Тому, якщо сільськогосподарська продукція оцінюється за справедливою вартістю (фактично - за цінами активного ринку), то виторг від її реалізації може дорівнювати повній собівартості.

При застосуванні методики первісного визнання сільськогосподарської продукції за справедливою вартістю кінцевий фінансовий результат підприємства перерозподіляється між різними напрямками формування доходів і витрат. Тобто виникає фінансовий результат від іншої операційної діяльності або первісного визнання сільськогосподарської продукції, тоді як фінансовий результат від реалізації дорівнює нулю [4].

Якщо порівняти фінансовий результат, отриманий від вирощування й реалізації продукції, що оцінена по первісній і справедливій вартості, можна зробити висновок, що при реалізації сільськогосподарської продукції в повному обсязі фінансовий результат підприємства не залежить від методу її оцінки. При цьому кінцевий фінансовий результат підприємства перерозподіляється між фінансовим результатом від реалізації продукції й іншими операційними доходами (витратами) [5].

При застосуванні методики визначення фінансових результатів від виробництва й використання сільськогосподарської продукції за умови її оцінки за справедливою вартістю отримуємо наступні наслідки:

1. Суб'єктивність визначення собівартості й/або справедливої вартості продукції й біологічних активів, на виробництво яких витрачається сільськогосподарська продукція власного виробництва, оцінена за справедливою вартістю (насіння в рослинництві, корма у тваринництві, різні види сільськогосподарської продукції для переробки).

2. Збільшення нерозподіленого прибутку (непокритого збитку) на різницю між фінансовим результатом, отриманим від первісного

визнання всієї отриманої сільськогосподарської продукції й прибутку (збитку), отриманого від реалізації частини врожаю. Слід зазначити, що якщо підприємство є платником фіксованого сільськогосподарського податку, величина нерозподіленого прибутку не впливає на суму податків, що сплачуються. Але при оподатковуванні підприємства на загальних підставах збільшення нерозподіленого прибутку спричиняє збільшення розміру податку на прибуток [6].

Таким чином, застосування методики визначення фінансових результатів, передбаченої П(С)БО 30, може бути причиною некоректного визначення фактичних фінансових результатів і збільшення податкового навантаження на підприємства, які перебувають на загальних умовах оподатковування.

У результаті дослідження встановлено, що П(С)БО 30 застосовується для обліку лише тих біологічних активів, які використовуються в сільськогосподарському виробництві. Ті біологічні активи, що втримуються з метою подальшої реалізації, або напрямок використання яких не визначено, оцінюються згідно з П(С)БО 16 «Витрати». Це положення значно ускладнює роботу бухгалтерів, оскільки часто при оприбуткуванні біологічних активів напрями їхнього подальшого використання невідомі.

Тобто при обліку біологічних активів, оцінених відповідно до П(С)БО 30 за справедливою вартістю, виникає фінансовий результат від їхнього первісного визнання й переоцінки. При цьому фінансовий результат від реалізації відсутній [7].

Отже, застосування методики визначення фінансових результатів, передбаченої П(С)БО 30 має подвійні наслідки. Якщо ціни активного ринку на біологічні активи вище їхньої собівартості, то фінансові результати діяльності сільськогосподарських підприємств автоматично поліпшуються. Це буде сприяти залученню інвестицій. А якщо ціни активного ринку нижче фактичної собівартості, то при застосуванні цієї методики підприємство буде мати завищені збитки. Це особливо актуально для тваринництва, тому що в цей час виробництво продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах є в основному збитковим. Однак в обох випадках величина фінансового результату є умовною (суб'єктивною) і не забезпечена відповідними коштами [8].

Отже, правильна організація обліку фінансових результатів позитивно вплине на зміцнення економічного стану будь-якого підприємства аграрного сектора економіки і слугуватимуть попередженню суб'єктивної облікової інформації та підвищать рівень

довіри користувачів до фінансової звітності, що сприятиме інвестуванню коштів в аграрний сектор економіки та інтеграції обліку фінансових результатів сільськогосподарської діяльності до міжнародних стандартів фінансової звітності.

Список використаних джерел

1. Фінансові результати великих та середніх підприємств до оподаткування за видами економічної діяльності за січень-вересень 2017 року [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України / Офіційний веб-портал – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/fin/fin_rez/fr_ed/fr_ed_u/fr_ed_0917_u.htm
2. Приказок О. В. Прибуток у формуванні фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств / О.В. Приказок // Банківська справа. 2009. № 2. С. 82-88
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», затв. наказом МФУ від 18.11.2005 р. № 790 // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/z1456-05>
4. Голов С. Ф. Облік сільськогосподарських активів за справедливою вартістю: проти течії // Облік та фінанси АПК. – 2006 - № 11. – с. 87-90.
5. Огійчук М. Ф. Формування у бухгалтерському обліку доходів і витрат сільськогосподарської діяльності відповідно до вимог П(С)БО 30 «Біологічні активи» // Облік і фінанси АПК. – 2006. - № 6. – с. 24-33.
6. Жук В. М. Методичні рекомендації з організації обліку біологічних активів і сільськогосподарської продукції // Облік і фінанси АПК. - 2008, - № 1. - С. 5-22.
7. Кучеренко Т. Відбиття біологічних активів у фінансовій звітності сільськогосподарських підприємств // Бухгалтерський облік та аудит. - 2007. - № 7. - с. 46-49.
8. Канцуров О. О. Облік сільськогосподарської діяльності відповідно до П(С)БО 30 «Біологічні активи» // Облік та фінанси АПК. – 2006. - № 11. – с. 91-95.

Roskladka N.,
Sabogal A.,
Sezer M.
Politecnico di Milano

FOOD SAFETY RISK ANALYSIS FROM THE SUPPLY CHAIN PERSPECTIVE

ABSTRACT: This report is focused on examination of the risk management in food supply chain, which can furthermore serve as an educative material for investigation of the current trends in this field. The centre of attention around this industry is on the safety of food. Besides, the issue of smart using of raw materials is becoming more and more crucial. Nowadays, it is essentially to stay green as much as possible and to concentrate on the sustainability of the operations on all phases of supply chain: starting from the responsible sourcing strategy selection to deliver the value to the final customer, and then close loop with the disposal and recycling where it is possible.

Nowadays, when the environment is rapidly changing any type of organisation is susceptible to different risks. It adds more uncertainty to the prediction on achieving the objectives. Customers are becoming more demanding, setting higher requirements for the products and services, their expectation level of quality is raising so their providers should adapt to new tendencies effectively and efficiently to satisfy the needs of their clients and to keep its positions on the market. One of the most frequently demanded industries is the food one. Every day a person consumes up to 2 kg of food, which has to include a balanced set of products to balance its wellbeing. Hence, every individual looks for its own commodity bundle to satisfy its needs in an optimal way. A consequent challenge of the providers of this industry is to offer a wide enough assortment of products and services within the affordable price range to catch every layer of the population. Thus, companies enter the competition for winning the choice of a customer, which lead to a need of creating the best proposal, meaning the best combination of a high-quality product at the lowest price. This way a bunch of internal and external factors appear that interfere achieving the goals set.

Therefore, to be able adequately evaluate all the viable possibilities for meeting the customers' expectations in the ideal way risk management activities should be considered when mapping the strategic plan. The

following report bears a deep research on the food supply chain risk management, considering each its phase: risk identification, risk assessment and risk mitigation, and contains the suggested models to implement for each stage, taken examined sources. Supply chain risks can lead to major operational problems and potential losses for companies, during the last years there has been an increased interest and set of developments to manage appropriately risk as a mean to survive and succeed in the market. This interest can be noticed with the evident increase in the literature (*Singhal et. Al, 2011*). Different quantitative and qualitative techniques and methods have been developed and are currently being presented to appropriately manage risk and decrease the uncertainties in different industrial sectors and chains of production.

Supply chain risk management can be understood as a branch that surged from the interaction between supply chain management and risk management with the primary objective of minimizing the occurrence of interruption in the operations, mitigate the effects of occurrences when they are present and drive the whole supply chain to the normal state of production (*Rébula de Oliveira et. AL, 2017*)

The primary objective of supply chain risk management is to identify the risks that can be found and then to provide a set of actions to mitigate them. The creation of a program for a successful risk management implementation within the industry requires a study of the latest methods available and latest developments on each industrial sector. The purpose of this document is to review some of the methods and techniques used within the Agri-food industry and to analyse them to identify their advantages and opportunities of improvement.

The research was conducted within three perspectives: risk identification, risk assessment and risk mitigation. These three phases have been considered as three main pillars to build this report.

Risk Identification is the primary stage that aims at evaluating the uncertainties behind the outcomes of the performance of a system, in this case the supply chain of an organization. Several studies have been made to name the risks that are present in the stages of food production, they mainly carried out different classifications of risks, some of them take into account the risks among the agricultural sector or the whole supply chain “farm to fork”.

Risk assessment process is defined as “a set of logical, systemic and well-defined activities that provide the decision make with a sound identification, measurement, quantification and evaluation of the risk associated with certain natural phenomena or man activities”.

From the literature review, the most frequently used three methods in assessing supply chain risk in agri-food industry have been selected: QMRA

(Quantitative Microbiological Risk Assessment), IPRA (Integrated Probabilistic Risk Assessment) and Monte Carlo simulation. Each of these methods are described in detail together with associated practices in the following subsections.

Literature review has shown that there are not many structured models applying to food supply chain industry to manage the risk. Below there are presented several of them, which are recognised as most widely known.

Interpretative Structural Modelling (ISM) approach belongs to the aggregating tools for risk management that intend to demonstrate a helicopter view of the situation. It considers five perspectives for dealing with supply chain management risks: macro level, demand management, supply management, information management, product/service management. This tool matches with the Tang's idea (Tang, 2006) which instead of macro level considers those four perspectives throughout two dimensions: tactic and strategic level but keeps other four dimensions. Distinctive feature of ISM that it is designed to examine the relation between enablers of risk mitigation.

Matriced' Impacts Croises Multiplication Appliquee a un Classement (MICMAC) is the model of cross impact analysis. It is aimed at determining how relationships between events would affect future events and at reducing uncertainty. Initially, it was applied to the key factors for development of nuclear energy, but then the central idea was taken out from this industry and moved to other. The main idea is to ask right questions to identify the key variables.

Currently, Food Supply Chain characterises relatively low supply and demand uncertainty. Referring to the Lee's framework Food Supply Chain corresponds the quadrant of Lean Strategy, slowly moving towards Agility. For the service industry (e.g. restaurants) it might be slightly shifted towards higher demand uncertainty.

“Success can be the result of luck or superior risk management” (Clarke and Varma 1999). Due to the globalisation, it is more risky today to satisfy the stakeholders needs. Nowadays, the range of available instruments for risk management expands wider and wider, which allows companies to grow their knowledge management base and build up its resilience capabilities. By gaining and storing the knowledge from previous events organisations improve its competencies to deal with rapid surrounding changes. It is important to keep in mind that application of any approach encompasses its certain wins and potential problems.

References

1. Alya Limayem & Elizabeth M. Martin (2014). Quantitative risk analysis

- for potentially resistant *E. coli* in surface waters caused by antibiotic use in agricultural systems, *Journal of Environmental Science and Health, Part B*, 49:2, 124-133.
2. Bokkers, B. G. H., Bakker, M. I., Boon, P. E., Bos, P., Bosgra, S., Van der Heijden, G. W. A. M., Janer, G., Slob, W., and Van der Voet, H. (2009). The practicability of the integrated probabilistic risk assessment (IPRA) approach for substances in food. RIVM report 320121001/2009, Bilthoven, the Netherlands.
 3. BSI London (2002). BS EN ISO 17776:2002 Petroleum and natural gas industries – Offshore production installations – Guidelines on tools and techniques for hazard identification and risk assessment. BSI, London.
 4. Clarke, C. J., Varma, S. (1999), Strategic risk management: the new competitive edge. *Long Range Planning Volume 32, Issue 4*, pp 414-424.
 5. FDA (2015). Qualitative risk assessment: risk of activity/food combinations for activities (outside the farm definition) conducted in a facility co-located on a farm. Retrieved from <https://www.fda.gov/downloads/Food/GuidanceRegulation/FSMA/UCM461399.pdf>
 6. Gorton, M., Dumitrashko, M. and White, J., "Overcoming supply chain failure in the agri-food sector: A case study from Moldova", *Journal of Food Policy*, Vol. 31, pp. 90-103, 2006.
 7. Haimes, Y. Y. (2004). *Risk Modeling, Assessment, and Management*. John Wiley & Sons, Inc., Canada.
 8. ISO, I. (2009). 31000: 2009 Risk management–Principles and guidelines. *International Organization for Standardization*, Geneva, Switzerland.
 9. Johnsen, T. E., Howard, M., Miemczyk, J. (2014). Purchasing and Supply Chain Management. A sustainability perspective. *Routledge*, Abingdon, Oxon OX14 4RN.
 10. Jüttner, U., Peck, H. and Christopher, M. (2002), “Supply chain risk management: outlining an agenda for future research”, in Griffiths, J., Hewitt, F. and Ireland, P. (Eds), *Proceedings of the Logistics Research Network 7th Annual Conference*, pp. 443-50.
 11. Nauta, M. J. (2005). Microbiological risk assessment models for partitioning and mixing during food handling. *International Journal of Food Microbiology*, Vol. 100, pp. 311-322.
 12. Septiani, W., Marimin, M., Herdiyeni, Y., & Haditjaroko, L. (2016). Method and approach mapping for agri-food supply chain risk management: A literature review. *International Journal of Supply Chain Management*, 5(2), 51-64.
 13. Shirani, Mohsen (2016). Assessing Food Safety Risk in Global Supply

Chain. PhD thesis Politecnico di Torino.

14. Smidt, P. G., Wegener, H. C. and Mølbak, K., "Fresh Chicken as Main Risk Factor for Campylobacteriosis, Denmark", *Emerging Infectious Diseases*, Vol. 12, No. 2, pp. 280-284, 2006.
15. Van der Voet, H. and Slob, W. (2007). Integration of probabilistic exposure assessment and probabilistic hazard characterization. *Risk Analysis*, 27: 351–371.

Sarantseva O.

Kyiv National University of Trade and Economics

TECHNOLOGIES TO PROVIDE QUALITY AND SAFETY OF DRINKING WATER IN UKRAINE

It's probably superfluous to say about the importance of water and the broad scope of its use. Despite covering about 70% of the Earth's surface, water, especially drinking water, is not as plentiful as one might think. Only 3% of it is fresh.

According to UN-approved projections, global demand for fresh water will exceed supply by 40% in 2030, thanks to a combination of climate change, human action and population growth. To drinking include water, in which bacteriological, organoleptic parameters and indicators of toxic chemicals are within the limits of drinking water supply standards:

- The main requirement for organoleptic properties of water -the absence of unpleasant odor, taste, color.
- The mineralization of water (dry residue) in accordance with regulatory requirements should not exceed 1 g / dm³, but in some cases it may be 1.5 g / dm³. At the same time, according to the indicator of the physiological fullness of the mineral composition of water, the mineralization of the 0.2-0.5 g / dm³.
- The water hardness (calcium and magnesium ions content) should not exceed 7 mmol / dm³ of the equivalent of the substance.
- The pH should be within the range of 6.5-8.5.
- The concentration of nitrate ion should not exceed 45-50 mg / dm³ (in terms of nitrogen).
- The characteristic of the microbiological state of drinking water (the circle index is no more than 3, the circle-titer is not less than 300) plays important

role.

Drinking water is classified by the Law of Ukraine as food. In drinking water supply, underground waters have significant advantages over surface ones, because they are less polluted and characterized by more stable chemical properties.

In particular, in Kyiv, for the use of three sources of water supply (Desna, Dnepr, artesian waters), the share of groundwater exceeds 15% [2].

Recently, the problem of water purification is becoming more and more actual, because as a result of human life stocks of clean water are rapidly shrinking. *There are various methods of water purification* from pollution and each of them has its advantages and disadvantages. During the purification of water, as a rule, several different methods are used.

All methods of water purification can be divided into mechanical, physical, physico-chemical, biological and mechanical.

The cleaning problem covers the issues of physical, chemical and biological changes during processing in order to make it suitable for drinking. In this case, it is not only about eliminating undesirable and harmful properties of water (cleaning), but also about improving its natural properties by enriching the missing ingredients. Therefore, it is more appropriate to consider water treatment as a process to improve its quality [3].

The degree and ways of improving the quality of water and the composition of water treatment plants depend on the properties of natural water and on the requirements of the consumer to the quality of water. The main methods of water purification for commercial drinking water supply are *lighting, discoloration and decontamination*.

Water lightening, that is the removal of suspended solids from it, can be achieved by settling the water in the settlers, by centrifuging in the hydrocyclones, by passing it through a layer of the previously formed suspended sediment in so-called lighters, by filtration of water through a layer of a granular or powder filter material in filters or by filtration through nets and fabrics (mechanical method).

To achieve the desired effect of lighting the water in the settlers, luminaires and on the filtering devices of the impurity of water must be coagulated, that is, the action of salts of various metals (physico-chemical method). Along with this there is a significant shade of water.

The discoloration of water, that is, the removal or rejection of various colored colloids or truly soluble substances can be achieved by coagulation, the use of various oxidants such as chlorine and its derivatives, ozone, potassium permanganate, etc. (chemical method) and sorbents such as activated carbon, artificial resins (sorption methods or physico-chemical).

Disinfection of water used for destruction contains her pathogenic

bacteria and viruses. For this purpose chlorination of water (chemical method) is most often used, but other methods are possible - ozonation, bactericidal irradiation, etc. (physical methods).

In addition to these basic methods of water purification, other special methods can be used to clean both commercial and drinking water and industrial water. These include the method of water purification reverse osmosis, electrochemical purification, purification of silver salts, etc.

The fine water purification of *reverse osmosis* is in the work of a special membrane, which holds out all possible impurities (organic particles, bacteria, chemicals and other harmful impurities) contained in water. Membrane filters for water purification allow to delay the maximum of undesirable substances and to pass with this a clean liquid.

The pores of the filter for fine purification of water remove all possible particles and elements, but do not distinguish between them or they are harmful. Accordingly, membrane water purification does not allow to leave the necessary substances and removes everything in a row. Thus, it can be said that filters of fine water purification very qualitatively clear water - they deprive the liquid from all sorts of chemical impurities, and even from monovalent ions of sodium and chlorine. Water purification using reverse osmosis makes the liquid very clean, *practically distilled*.

Membrane filters for water purification necessarily contain a sorbent, such as activated carbon. This allows for a more subtle purification of water, since a membrane without sorbent can not prevent the penetration of microorganisms and organic matter with a diameter of particles smaller than the channels of the filtering plant.

Water purification by reverse osmosis deprives not only harmful but also useful elements of liquid, which negatively affects the overall quality of water and its consumer properties.

Electrochemical water purification is based on oxidation-reduction reactions and, in fact, the action of electric current on contaminated water.

Speaking in a more accessible language, we can say that a strong current divides water into "living" and "dead" and thus clears it. Electrochemical water treatment is an economical way. However, this method is not used abroad for domestic water, but is used exclusively for industrial water purification.

Electrochemical water purification can destroy all microorganisms, but at the same time, it can negatively affect various organic substances. Due to the fact that in the water may contain completely different microorganisms and substances, and an accurate analysis of wastewater is usually not done, the effect of the current on this water no one can predict. Accordingly, due to the unpredictability of the reaction of substances in

water, in the course of its purification may not appear very safe compounds.

Silver water purification is known to people for many centuries and the beneficial effect of silver is used very widely. The bactericidal action of the metal is due to the fact that argon ions (silver) combine with the membranes of bacteria and their enzyme systems, and thus suspend their spread.

However, few people know that purifying water with silver is far from the ideal way of disinfection. The fact is that silver is nothing more than heavy metal, and it can harm health no less than lead, cobalt and other similar, sometimes toxic, substances. Silver can gradually accumulate in our body, which can eventually lead to poisoning with metal.

Silver can not be called the ideal material for water purification. Silver is more appropriate not for cleaning, but for long-term storage of water in various locations away from the source of water, up to space stations. Also, silver can be used for the production of cleaning filters, created with the use of activated carbon. In this case, silver will help avoid accumulation of bacteria in the filter. Microorganisms are very fond of organic substances accumulated on the filter, and silver will prevent their growth.

From the above results, we conclude that there is a problem of obtaining clean water. The health of the people of the country depends on its successful decision. In spite of the considerable cost of water purification, it is necessary to use more advanced cleaning methods. For example, in most developed countries, they are not used to clean chlorination, but use a more secure ozonation method. This method is more expensive than chlorination but safer.

To reduce **the cost** of cleaning methods, for example, the use of sorption methods, scientists have proposed the use instead of coconut activated charcoal, sorbents from products that are vegetable waste from the food and agricultural industry [4].

References

1. <http://www.npblog.com.ua/index.php/ekologiya/metodi-ochischennja-vodi.html>
2. https://uk.wikipedia.org/wiki/Питна_вода
3. http://stud.com.ua/27737/tovarovnavstvo/metodi_ochischennya_vodi
4. Галиш В. Високоєфективні сорбенти з продуктів переробки сільськогосподарської сировини / В. Галиш, Б. Пасальський, О. Севастьянова // Товари і ринки. - 2017. - № 1. - С. 80–89.

Abstracts have been written under the guidance of Docent Pasalskyi B. K.