

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
РАДА НАУКОВОГО СТУДЕНТСЬКОГО ТОВАРИСТВА

**Соціально-економічний розвиток економіки:  
виклики та шляхи стабілізації**

**МАТЕРІАЛИ**

**Всеукраїнської науково-практичної конференції  
студентів, аспірантів і молодих учених**

20-21 квітня 2018 р.

Харків – 2018

УДК 330.34 + 339.94 (063)

Конференція зареєстрована у ДНУ «Український інститут науково-технічної експертизи та інформації» Міністерства освіти і науки України, (посвідчення № 770 від 20 грудня 2018 р.)

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради економічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (протокол № 4 від 16.03.2018).

**Редакційна колегія:**

Давидов О. І. к.е.н., доц., Глущенко В. В., д.е.н. проф., Гриценко А.А., д.е.н., проф. член-кореспондент НАН України, Дорошенко Г.О., к.е.н., проф., Євтушенко В. А. к.е.н., доц., Задорожний Г. В., д.е.н., проф., Кудінова М. М., к.е.н., доц., Меркулова Т. В., д.е.н., проф., Назиров З. Ф., к.е.н., доц., Пуртов В. Ф., к.е.н., доц., Соболев В. М., д.е.н., проф., Тютюнникова С.В., д.е.н., проф.

**Адреса ред. колегії:**

61002, м. Харків, вул. Мироносицька, 1, економічний факультет, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, кім. 3-27, тел. 707-51-08, e-mail: staff@univer.kharkov.ua.

Соціально-економічний розвиток економіки: виклики та шляхи стабілізації. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених (20-21 квітня 2018 року) / Відп. ред. О. І. Давидов.– Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. – 320 с.

ISBN 978-966-285-485-5

У матеріалах конференції розглядаються протиріччя та тенденції соціально-економічного розвитку, актуальні проблеми управління організаціями в умовах глобалізації, перспективи відновлення фінансової безпеки України, метаморфози міжнародної економіки та світового господарства в парадигмі формування освітнього суспільства, стратегічні орієнтири розвитку маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, сучасні моделі економічного розвитку, проблеми теорії та практики статистики, обліку і аудиту.

Видання призначене для студентів, аспірантів і молодих учених.

**Матеріали подаються в авторській редакції.**

ISBN 978-966-285-485-5

© Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2018

## ЗМІСТ

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАРАБОТКИ КАРАЗИНСКОЙ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЙ ШКОЛЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ХОЗЯЙСТВА Задорожный Г. В .....	11
--	----

### **СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: ПРОТИРІЧЧЯ, ТЕНДЕНЦІЇ, ОСОБЛИВОСТІ**

MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY Lychko Y. P.....	16
BUSINESS INFORMATICS Chorna A. V. ....	18
ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ДО БРЕНДУ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ЗА ДОПОМОГОЮ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ Колосовська О. Д., Оніщенко В. С.....	20
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ФІНАНСАХ Корнієнко В.В. ....	23
РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК В МИРОВОЙ ТОРГОВЛЕ Рябовол Д.А. ....	25

### **СЕКЦІЯ 2. УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

CONTINUOUS IMPROVEMENT CONCEPT OF QUALITY MANAGEMENT STAFF Krikun O., Zhurba Y.....	27
УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИМ КЛІМАТОМ В КОЛЕКТИВІ ПІДПРИЄМСТВА Алексієнко Г.С.....	29
МЕТРОПОЛІЗАЦІЯ, ЯК СКЛАДОВА ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ Бабич В. Д.....	31
МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ - ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ КОМПАНІЇ Белозьорова Д.А.....	33
ДЕФИЦИТ ЛИНЕЙНОГО ПЕРСОНАЛА В УКРАЇНСЬКОМУ РИТЕЙЛІ Бурминська А. С.....	36
МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ ЯК ДЖЕРЕЛО РИЗИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Вербицька Г.В.....	38
ПЛАНУВАННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ Говорова Є.І.....	41
МОДЕЛЬ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ І. АДІЗЕСА Жердева О. О.....	43
ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ Жуківець Т. І.....	46

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ: ФОРСАЙТ «РОЗУМНИХ МІСТ»

Зарва Н. М.....	48
СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	
Ковальова М.І. ....	51
ВПЛИВ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА СТАН НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ	
Козюра Ю. О.....	53
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
Коломієць Т. П., Сухомлін М. Є.....	56
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК І ВІДМІННІСТЬ У ВИЗНАЧЕННЯХ «КОНТРОЛІНГ» ТА «ВНУТРІШНІЙ АУДИТ»	
Коротка Д.В. ....	59
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСІВ ПАТ «ТУРБОАТОМ»	
Коршик К. С.....	61
ПРОБЛЕМА ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ	
Кравченко А. І.....	63
СУЧАСНІ ПИТАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	
Кравченко А. І.....	65
ПРОГРАМА ІНВЕСТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ	
Лонцький О.Є.....	67
ЧИННИКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	
Мірошник В.В.....	69
ОСНОВНІ ПРИЧИНИ МІГРАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНИ	
Парфьонова А. О.....	72
СУЧАСНІ НЕМАТЕРІАЛЬНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	
Поточняк В.А.....	74
ЧИННИКИ ТА УМОВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	
Прус Ю.І.....	75
ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ КОУЧИНГУ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ	
Рибалка А. С.....	79
ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ АПК	
Рибалка А. С.....	82
ІНТЕРЕСИ ВИРОБНИКІВ, СПОЖИВАЧІВ І СУСПІЛЬСТВА В ЯКІСНІЙ ТА КОНКУРЕНТОЗДАТНІЙ ПРОДУКЦІЇ	
Рогозянський Б.М. ....	85
АДМІНІСТРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ	
Середа І.С.....	87
ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПЦІЇ GOOD GOVERNANCE У МЕХАНІЗМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	
Соболь Д.О.....	89
УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	
Станіславська І. Б.....	91

МЕХАНІЗМ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Ус Ю.О.....	94
ПОРІВНЯННЯ IQ ТА EQ (EMOTIONAL QUOTIENT), АКТУАЛЬНІСТЬ ЇХ ВЖИВАННЯ У КОНТЕКСТІ ОЦІНКИ ЗДІБНОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У КАДРОВОМУ ПРОЦЕСІ ОРГАНІЗАЦІЇ	
Хлібосолов А. С.....	97
СУЧАСНІ МОДЕЛІ СТАЛОГО РОЗИТКУ РОЗУМНОЇ СПІЛЬНОТИ	
Шлома Т.В. ....	99
ОРГАНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОЇ ДОСТУПНОСТІ ТРЦ «ФРАНЦУЗСКИЙ БУЛЬВАР»	
Якунин А.Е, Полищук Ю.В.....	102

### **СЕКЦІЯ 3. ФІНАНСИ, БАНКІВНИЦТВО ТА СТРАХУВАННЯ: РИ-ЗИКИ, ЗАГРОЗИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ**

НАЙПОШИРЕНІШІ НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВА ПІРАМІДА»	
Гончарова Ю. Ю.....	105
ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ РОБОТИ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН.	
Доценко. О. В.....	108
ОЦІНКА ДОХІДНОЇ ТА ВИТРАТНОЇ ЧАСТИН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	
Загинайло Ю.Р.....	110
МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ	
Злобіна А.І.....	113
ФОНДОВИЙ РЫНОК КАК ЛОКОМОТИВ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ	
Калашников С. К.....	115
ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	
Носенко Д.В.....	118
СУЧАСНІ ШЛЯХИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОГО БОРГУ УКРАЇНИ	
Носенко Д.В.....	120
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	
Почуєва А.В.....	122
НБУ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЙОГО ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ	
Романів В.В.....	125
РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ, ЙОГО НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ	
Самігулліна А.Р. ....	127
РЕФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОГО ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	
Феклістова Д. П.....	129

#### СЕКЦІЯ 4. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

##### CRYPTOCURRENCY MARKET AS A PART OF THE GLOBAL FINANCIAL SYSTEM

Chekanov D.A., Didorchuk I.L.....	132
УМОВИ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	
Абраменко А.С. ....	137
ІНДЕКС ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК ІНДИКАТОР РІВНЯ РОЗВИТКУ КРАЇНИ	
Баль Д.О. ....	139
АФРИКА - СУЧАСНИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАЙДАНЧИК КИТАЮ	
Белозьорова Д.А.....	142
РЕБРЕНДИНГ: ЕТАПИ ТА ГОЛОВНІ ІНСТРУМЕНТИ	
Бойко Ю.А., Сквіра І.О.....	144
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У СВІТІ	
Грузинська А.О.....	146
СПОСОБИ ОТРИМАННЯ КОРПОРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ В ПРОМИСЛОВО РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ	
Жуківець Т. І.....	149
УПРАВЛІННЯ ТРИАДНИМ РОЗГОРТАННЯМ СИНКРЕТИЧНОСТІ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПЕРЕДУМОВА ГОСПОДАРСЬКОГО АНТИКРИЗОВОГО ВІДРОДЖЕННЯ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ СВІТІ	
Задорожна О. Г. ....	152
ПОТЕНЦІАЛ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	
Захаров Є. В.....	155
БАГАТОПОЛЯРНІСТЬ СУЧАСНОГО СВІТУ ТА НОВІ ЦЕНТРИ ВПЛИВУ	
Іванченко С.В.....	158
РЕГІОНАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ ДИНАМІКИ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ	
Ільїн Г.О. ....	160
МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ И УЧАСТИЕ УКРАИНЫ В ЭТОМ ПРОЦЕССЕ	
Какарова Д.А.....	162
СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ОСВІТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Кисловська Д.О.....	165
ЧАСТКА ВУГІЛЛЯ У ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОМУ БАЛАНСІ СВІТУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
Клецова Ю.Ю.....	167
СВІТОГОСПОДАРСЬКА ДИСПРОПОРЦІЙНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	
Клименко В.В.....	170
ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК ЯК КАТЕГОРІЯ ТЕОРІЇ СТАЛОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	
Кухар Е. І.....	172
ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ІНОЗЕМНИХ КОМПАНІЙ В ОБЛАСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ PHILIP MORRIS INTERNATIONAL)	
Лагунова А. А. ....	175

НОВА ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА СУСПІЛЬСТВА ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА	
Левченко К.В. ....	178
СОВРЕМЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	
Лыска Т.А. ....	181
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Магалова В.А. ....	184
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В УКРАИНЕ: МЕЖДУНАРОДНОЕ И НАЦИОНАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ	
Матвиенко А. П. ....	186
ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС – СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ	
Травкіна К.В. ....	189
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	
Чорна А. В. ....	192

## **СЕКЦІЯ 5. ІННОВАЦІЙНІ ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ СУ-ЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

А/В ТЕСТУВАННЯ САЙТІВ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	
Александрова А.О. ....	195
ІННОВАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПОШИРЕННЯ РЕКЛАМИ	
Бахмет О.В. ....	199
ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ	
Белуш І.В. ....	201
ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК СКЛАДОВОГО ЕЛЕМЕНТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ	
Березюк Є.В. ....	204
ВИКОРИСТАННЯ ВІРУСНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ СЛУЖБИ ТАКСІ «30-40 ШАРА»	
Васильєва К. А. ....	206
МИТНО - ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Гринько В.О. ....	208
ВИДИ МОТИВАЦІЇ В СУЧАСНИХ КОМПАНІЯХ	
Книш А. С. ....	211
ВЛАДА І ЛІДЕРСТВО: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ	
Коваленко А.С. ....	213
УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЇ	
Ковач О.Д. ....	215
РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СТАТИСТИКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
Комаров С.І. ....	218
ПЛАНУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ	
Левада К.О. ....	221
УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ	
Ликова А.С. ....	222

ERP-СИСТЕМА ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЕЛЕМЕНТ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
Малікова Ю. В., Пашкевич Г. Б. ....	225
ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ У СУЧАСНІЙ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	
Маслій В.О. ....	227
ВИКОРИСТАННЯ ЦІНОВИХ ЕФЕКТІВ НА РИНКУ ІНТЕРНЕТ-ПОСЛУГ ХАРКОВА	
Недовесов І. А., Худа Є. П. ....	229
ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Непша О.В. ....	232
СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ	
Петрикєєва Т.О. ....	233
СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	
Подлипян І.В. ....	236
ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙ	
Рапінчук К.В. ....	239
ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ З ЄС ТА ПРОЕКТ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ	
Сашкова А.О. ....	241
ЕФЕКТИВНІ ЗАСОБИ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЗІ ЗНИЖЕННЯ РИЗИКІВ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ	
Свеженцев О.О. ....	1245
СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ	
Сіладі К. Б. ....	248
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM	
Смоляга А.О. ....	251
ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КАСКАДОВ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ПОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ	
Тараненко Л.Г. ....	253
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ	
Федотова С.А. ....	255
РОЛЬ СТАТИСТИКИ В ЗОВНІШНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
Шаповалова Є.О. ....	256
СУТНІСТЬ КРОСКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ. КОНЦЕПЦІЇ КУЛЬТУРИ В КРОСКУЛЬТУРНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	
Штих Є. А. ....	259
<b>СЕКЦІЯ 6. МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ АНАЛІЗУ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ» ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ</b>	
АНАЛІЗ ІНДИКАТОРІВ «ЗЕЛЕНОГО» РАЗВИТИЯ	
Брагилевский Ю.О. ....	263



УПРАВЛІННЯ УТИЛІЗАЦІЄЮ ВІДХОДІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА РЕАЛІЇ УКРАЇНИ	
Гальчук Ю. В. ....	264
АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ДИНАМІКИ ЦІН НА КРИПТОВАЛЮТИ	
Гаркава А.О. ....	266
АЛГОРИТМ ОЦІНКИ КАПІТАЛОВКЛАДЕНЬ ДЛЯ ОСНАЩЕННЯ ПРИВАТНОГО ДОМОГОСПОДАРСТВА СОНЯЧНОЮ ЕЛЕКТРОУСТАНОВКОЮ	
Дашевська О.О. ....	269
ЗЕЛЕНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ: ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ	
Камай М. І. ....	272
ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ	
Кириченко Т.М. ....	274
ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ УРБАНІЗАЦІЇ НА СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ «РОЗУМНОГО» МІСТА	
Корепанов О. С. ....	277
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «РОЗУМНОГО» НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Лазебник Ю. О. ....	280
ПРОБЛЕМИ ВОЛАТИЛЬНОСТІ КУРСУ КРИПТОВАЛЮТИ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ	
Лузанова О.С. ....	283
ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ТЕНЕВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ	
Мищенко Т. А. ....	285
МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСУ У СФЕРІ ТОРГОВЛІ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ ADONIS	
Пімченко Н.В. ....	287
ЕКОНОМЕТРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПОПИТУ НА ХЛІБОБУЛОЧНІ ВИРОБИ	
Рибаківа А.С. ....	290
«ЗЕЛЕНАЯ» ЭНЕРГЕТИКА: ВОЗОБНОВЛЯЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ, ОПЫТ МИРОВОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	
Рузавина А.Р. ....	292
АНАЛИЗ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ МЕТОДАМИ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА	
Скрыпник А.А. ....	295
ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КАСКАДОВ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ПОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ	
Тараненко Л.Г. ....	296
МОДЕЛЮВАННЯ ВВП УКРАЇНИ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ПОКАЗНИКІВ БАНКІВСЬКОЇ АКТИВНОСТІ ДОМОГОСПОДАРСТВ	
Тіхоновська Є.Д. ....	298
ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІТ-МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ЗАВДАНЬ СКОРИНГУ	
Туманова Ю.Г. ....	301
ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ З УРАХУВАННЯМ ПОВЕДІНКОВИХ ФАКТОРІВ	
Усачова А.С. ....	304

МОДЕЛИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВЫРАЖЕННОСТИ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Шевченко Т.А. .... 306

**СЕКЦІЯ 7. ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАТИСТИКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА БУДІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Даниленко К.І. .... 309

ЕКОНОМЕТРИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ПАНЕЛЬНИХ ДАНИХ

Шебеда Р. Є..... 312

СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РОЗВАГ НА СВІТОВОМУ РІВНІ

Щеглова В. С. .... 314

**СЕКЦІЯ 8. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ В УКРАЇНІ**

РАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ АУДИТОРСКИЕ КОМПАНИИ: ОБЗОР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кобец А. А. .... 317

## ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАРАБОТКИ КАРАЗИНСКОЙ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЙ ШКОЛЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ХОЗЯЙСТВА

**Задорожный Г. В.**

д. э. н., профессор,  
академик Академии философии хозяйства,  
академик Международной кадровой академии,  
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

*Путь к спасению только в пересмотре господствующих идей.*

*С. Франк*

Начало XXI века ознаменовалось дальнейшим обострением полисистемного глобального кризиса, из лабиринта которого пока нет четко определенных путей выхода. Традиционная механико-материалистическая наука *не может* осмыслить главную его причину, суть и механизм преодоления, поскольку *не исследует сознание, внутренний духовный мир человека-личности*, являющийся главным, базовым субъектом хозяйственных антикризисных трансформаций. Современная экономическая наука продолжает использовать традиционную догматическую *методологию индивидуализма*, в которой главными постулатами остаются *экономический индивид, биосоциальная природа человека и жесткая конкуренция* как продуктивный механизм экономического развития. Для нового взгляда на смыслы современного национального и мирового хозяйства, поиска путей преодоления глобального кризиса необходимо *кардинально обновить методологические основы* социальной, гуманитарной, прежде всего современной *экономической науки*.

Еще в 2012 г. руководители Института экономики и прогнозирования НАН Украины заявили: "Мейнстрим, экономикс, микроэкономика, макроэкономика, международная экономика и другие составляющие экономической теории подобной методологической ориентации *не в состоянии ответить на исторические вызовы*. Их категорийный состав, инструментарий, разнообразные модели, прогнозы и т. п. приспособлены к анализу в основном сбалансированной экономики, к решению проблем функционирования хозяйства, а реальная экономика находится в состоянии существенных преобразований, изменяющих не только формы, но и содержание экономических процессов. Именно поэтому научные достижения ряда нобелевских лауреатов, как сейчас оказалось, хорошо решали только локальные вопросы функционирования экономики, а перспективно *создавали предпосылки для углубления экономических диспропорций и усиления экономических рисков*" [1, с. 41] (выделено мной – Г. З.).

Но кардинальное изменение отечественных методологических экономических взглядов пока не произошло до сих пор. По-прежнему находясь в поле традиционного *неоклассического методологического мышления*, нечего и говорить о способности экономической науки разрабатывать *продуктивные практические рекомендации возрождения национальной экономики* в направлении повышения уровня и качества жизни, благосостояния украинского народа. Наши исследования проблем *выживания человечества* аргументируют *необходимость кардинального перехода* в формат *постнеклассической человекомерной экономической науки*, которая исследует *человекомерные комплексы с их ядром – целостным человеком*. Мы полностью разделяем мнение В. С. Степина о том, что *постнеклассический тип рациональности определит мейнстрим* будущего развития науки [2].

В этой весьма неоднозначной кризисной ситуации учеными *Харьковской Каразинской междисциплинарной методологической школы исследований хозяйства* осмыслены и обоснованы *новые теоретико-методологические положения* в контексте развертывания общей *мегаметодологии философии хозяйства*, поднимающей на *новую высоту* понимание

экономики не как внеценностного и внечеловечного мира денежно-прибыльных отношений, а более широко и глубоко – *хозяйства как целостной сферы жизни человека-личности*.

Углубление знаний о *социальности* как *нейтральном* взаимодействии индивидов выделяет и обосновывает *глубинный* уровень социальности — *уровень ценностей*, которые обуславливают мотивы, интересы человека, *задают цели* его жизнедеятельности. Духовно-нравственные ценности и мотивы должны *определять коридор* "благоносных" решений и поступков каждого человека. Поэтому крайне необходимо переходить от *целевой* рациональности к *ценностной* и внедрять *новую шестую стадию* международной конкуренции — *ценностной конкурентоспособности*, которая следует за *пятой* стадией – господства *интеллекта*. Выделение и характеристики пятой и шестой стадий международной конкурентоспособности (ранее известны четырьмя стадиями по М. Портеру), является новой теоретической разработкой Каразинской методологической школы.

Размышления о причинах и отрицательных для человека последствий глобального кризиса вызвали необходимость *отхода* от традиционного понимания человека как *биосоциального* существа. В начале наступившего века зародилось и новое понимание *единой триипостасной – духовно-био-социальной природы человека*, где именно *духовная ипостась* является *определяющей* в процессе человеческой жизни. *Человек*, как обосновывали религиозные философы Серебряного века, есть *дух*, а его *внутренний духовный мир* является *идеальным истоком* всех хозяйственных решений и поступков.

При этом следует акцентировать внимание на том, что наша *гипотеза* о триипостасной природе человека уже признана *аксиомой* социальной науки: «*как аксиому* следует принять целостно *три ипостаси природы человека*, а именно – духовную, биологическую и социальную. Следует по-новому, с высоты XXI века оценить, осознать как первостепенную духовную, моральную ипостась, ее особую роль, специфику, как фундаментальное качество, которого лишены другие живые существа» [3, с. 814] (выделено жирным курсивом мной – Г. З.).

Понимание триипостасной духовно-био-социальной природы человека открыло возможность показать, что *главным метаметодом* исследований целостной человеческой жизнедеятельности становится *триалектика*. Триалектика не просто «превышает» диалектику некой более высокой размерностью (от двух к трем). Триалектика в процессе своей *сущности-развертывания* «повествует» об *изначальной синкретичности*, в процессе осмысления которой человеческое сознание как бы *останавливается* и *зависает* на диалектике, превращая ее в *результатирующую форму* размышлений о *разрыве* реальности и ее *противоречивости*. Диалектика *не учитывает* этой *изначальной синкретичности* реальности, которая пронизывает все и вся, обеспечивая *цельность* мироустройства и миропостижения.

*Специфика триалектики* состоит в том, что все явления и процессы действительности *взаимосвязаны, взаимопроникающи*, реализуются в невидимом, *сущностном единстве*, на которое не обращает внимания диалектика. В триалектике заключено фундаментальное основание-всепроникновение реальности-действительности благодаря *духу*, который все не только соединяет-скрепляет-пронизывает, но и направляет к *единству-гармонии* как основоположному качеству мира. Поэтому, размышляя в формате диалектики, тем более традиционно-обыденной материалистической, в этом одностороннем формате *места и роли духу не находится*, что *кардинально искажает* саму реальность в диалектическом представлении. *Дух* – это *живой, житнетворящий «всепроницающий клей»*, без понимания которого жизнь диалектически разрывается, обедняется, расчеловечивается, оборачивается неизбежной катастрофичностью.

Триалектика исходит из того, что именно *исходная целостность реальности*, развертываясь на более поверхностном уровне постижения мира посредством анализа диалектических противоположностей, позволяет в ходе познания *сохранять живую действительность*, не разрывая и не умерщвляя ее, как это свойственно диалектике. Триалектика открывает иной взгляд и иное понимание *противоположностей как внутренних моментов процессуирующей живой действительности*, когда противоположности не

разделяются, но и не сливаются, а постоянно взаимообогащаются новым содержанием в Целом. Где в бытии сходятся двое, София-мудрость незримо там присутствуют в качестве «Третьего» (Н. Б. Шулевский). *Единоречие*, исходящее из *сакральных смыслов-ипостасей реальности* и развертывающееся в многообразии действительности, является *основанием триалектического постижения целостного мира и целостного человека, его хозяйства как целостной сферы жизнеотправления.*

В формате *триалектического мышления* одной из главных наработок Каразинской методологической школы явилось осмысление *четкого различения* понятий "индивид" и "личность", что помогло критически переосмыслить *методологию индивидуализма*, которая и поныне господствует в неолиберальном научном дискурсе и способствует насаждению-вменению *одномерного мировоззрения* без понимания *целостности* как самого человека, так и реальности, в которой он существует. В этом русле нами критически переосмыслены современные *концепции устойчивого развития* и *ноосферы*, носящие сугубо *технократический* характер. В них человек не рассматривается как цель, источник и ядро человекомерных комплексов. *Первоочередная роль* отводится *технике, машине, технологии.* НБИК-конвергенция (нано-, био-, информационные технологии и когнитивная наука), характеризующая *шестой технологический уклад*, создает *реальные условия* для замены человека киборгом. *Седьмой технологический уклад* должен рассматриваться как *сфера осмысленно-духовного хозяйственного творчества Чело-Века*, определять границы, коридор и механизмы реализации хозяйства через *возрождение духовно-нравственных ценностей творческой личности* и их *реализацию* в хозяйственных преобразованиях. В этом плане проблема *выживания человечества* должна рассматриваться в сформулированном польским писателем С. Лецом формате: «у человека нет выбора: он должен оставаться *человеком*».

Здесь речь, прежде всего, о *вполне человеке*, который является *целостной личностью*, которая на основе самопостижения, смыслопонимания и ответственной жизнедеятельности *самостоятельно создает свой мир* Истины, Красоты и Добра, являя свое *достоинство Чело-Века*. В этом плане мы *начали формировать новую личностную методологию*, главным постулатом которой является исходное понимание *личности как свободно-ответственного творческого базового субъекта* всех целостных хозяйственных преобразований. Введенные в научный оборот понятий «хозяйственный хронотоп» и «хозяйственный ареал личности» (О. Г. Задорожная) позволили существенно *дополнить* понимания цельности пространства-времени *третьим – ценностным измерением* жизнедеятельности человека, придать завершенность пониманию жизнеутверждающей содержательности *хозяйства* через его *человечность*.

Личность человека *не может постигаться исключительно научным* методом и эмпирическими экспериментами. Поэтому учеными Каразинской методологической школы обосновано, что вступление в формат *четвертой научной революции* и становление *новой постнеклассической науки* определяют вектор познания целостности современной реальности через *взаимодействие научного и вненаучного знания*. Это позволило увидеть в этой формирующейся науке человекомерность, т. е. придать новое понимание того древнего положения, что человек является мерой всех «вещей». С другой стороны, значение такого продуктивного взаимодействия научных, философских, религиозных, образных и прочих знаний подводит к пониманию *науки как расшифровки божественных чертежей Творения*, о чем *явно* свидетельствуют результаты новейших разработок в области квантовой физики, трансперсональной психологии, нейрофизиологии, космологии и других наук о *сознании* как фундаментальном основании реальности, более фундаментальном, чем привычные нам материя, пространство и время.

Учитывая такие новейшие научные разработки и основываясь на работах С. Н. Булгакова и В. Н. Тарасевича, мы существенно дополнили основы учения об *уноме человеке*, в котором заложена *человечность* как особая *специфика рода человеческого* среди всего живого на основе развертывания *архетипа "свобода—ответственность"*. *Уном человечности* включает в себя *геном* (биологическое) и *мемон* (культурно-социальное) и *разворачивается* в жизнедеятельности человека *в течение всей жизни*. Для человека имеют продуктивное,

жизнеутверждающее значение только те представления, решения и действия, которые следуют из *глубинных ценностей человечности* в само- и миропостижении и разворачиваются в продуктивных хозяйственных трансформациях, где человек на основе своей свободы и ответственности формирует отношения с другими людьми и Природой. Если главной характеристикой *физического мира* является *пространство-время*, то для внутреннего *духовного мира* человека подобной основополагающей характеристикой выступает *свобода-ответственность*. Отрыв свободы от ответственности оборачивается безответственностью, вседозволенностью, попранием нравственных устоев человеческого сообщества, что неизбежно несет кризис и деградацию человека.

Предложено *новое* понимание *глобалистики* как *интегральной науки о мировом хозяйстве*. Она призвана канализировать прежде всего *ценностные смыслы человечности*, т. е. начинаться с формирования *новой человекомерной науки* – *Уномики*. Полем ее исследований является процесс *развертывания* потенциально заложенной в реальности *духовно-нравственной константы антропного принципа*, которая не просто определяет его физические константы, но *изначально* задает человеку его *фундаментально специфическое основание-свойство-качество* – *человечность*.

Творческо-смысловые наработки Каразинской методологической школы хозяйствоведения позволяют не просто заявить, но и *онтологически обосновать*, что *Уномика* – сегодня лишь *впервые* обозначенная *новая судьбоносная наука о человечности* – имеет своей *целью* исследовать и обосновывать *благостный формат жизнедеятельности-поступка личности-микрокосма*. Исходя из понимания *синкретичности реальности* и многообразных форм *ее живого развертывания*, уномика позволит войти в формат определения-реализации *размерности ценностно-смыслового Универсума* (макрокосма) в эволюционном процессе. В этом плане *уномика, призванная раскрыть исходный сакральный код человека, его универс* (С. Н. Булгаков), неизбежно «вырастает» в *глобалистику* как *судьбоносную интегральную* человекомерную науку, предмет которой сводится к выявлению и обоснованию *смысло-благо-несущих оснований жизнедеятельности человечества* как *духовно-спасительной свободно-ответственной планетарной общины (собора) жизнесохранения*, а не простой суммативной совокупности «делков», стремящейся к торговле и конкуренции как глобальным процессам присвоения нараставаемой *прибыли* за счет приоритетного получения *интеллектуальной ренты*.

*Глобалистика* – это не простая прикладная наука, как считают многие исследователи. Она требует *духовно-нравственного формата смыслопостижения выживания человечества*, который должен фиксировать *новое понимание развития современного мирового хозяйства как человекомерного комплекса*. Глобалистика призвана изучать *продуктивные целостные практики человека-личности*, призванные *свободно-ответственно творить глобальный хозяйственный мир ради спасения и выживания человечества*.

Формат «*уномика – глобалистика*» позволяет развернуть смыслопоиск путей и способов преодоления современного полисистемного глобального кризиса, где явно усиливается *сетевое господство* новейшей *глобальной финансово-интеллектуальной власти*. Основным формативным выражением глобалистики является всестороннее осмысление *главного противоречия современности* между *новой ныне господствующей финансово-интеллектуальной властью* и *духовной властью*. Размышления о формах разрешения этого актуального противоречия позволило сконцентрировать внимание на постижении смысла и содержания *духовности*, что стало основанием для условного выделения *двух типов единой духовности человека*, которые, по-видимому, могут служить *критерием восприятия целостности самопостижения и самореализации его внутренней природы*, которая *нравственно-ответственно* развертывается-реализуется в каждом *поступке*.

*Первый* сущностный тип духовности проявляется как *духовно-божественное*, связанное с *внутренним осознанием Святыни – Благой Вести*, изначально заложенной в *исходно-онтологическом коде жизненного развертывания человека*, созданного «по образу и по подобию». За человеческим пониманием Святыни скрывается, припоминается, открывается та

изначальная искра Света, которая *разжигает жизнь*, всю целостную жизнедеятельность каждого человека. Жизнь человека в этом плане есть *чередa нравственно ответственных поступков личности*, которая свободно-ответственно творит свое хозяйство как *целостную сферу своего жизнеотправления*. Эта изначальная искра Света закладывается в *уном человека* и потенциально-содержательно представлена в его *богочеловечности*.

Второй более поверхностный тип духовности – *интеллекто-духовное* предстает как выражение *унома человека в повседневности* и сводится к внутренней способности *человеческого сознания* рационально-логически и расчетно-количественно существовать в этом *земном мире*, где *нет понимания актуальной надобности* углубляться в *мир духовно-божественного*. *Игнорирование* первого сущностного типа духовности в обыденной интеллектуальной деятельности претворяется в процессе постепенного нарастания *расчеловечивания*, когда в стремлении к успеху и *рационально-расчетному существованию* как бы *стирается* изначально заданная *богочеловеческая природа человека*.

Оба типа духовности человека имеют *единый онтологический корень*, который позволяет понимать *главную специфику человека*, отличающую его от всех других видов живого. **Человек** есть, прежде всего, *дух*, но он реализуется как бы в *двух разных уровнях* миропонимания и мироустроения: *поверхностно-деятельностном* и *смысло-сакральном*. Понимание *смысло-сакрального основания* требуемых антикризисных трансформаций неизбежно выводит на необходимость разработки и реализации *возрожденческо-спасительной национальной (и глобальной) стратегии духовно-ноосферно-устойчивого хозяйственного развития*, главные контуры уже представлены в разработках ученых Каразинской методологической школы хозяйствовидения. Несущий «каркас» такой стратегии, образно говоря, определяется сигналом «СОС» («спасите наши души») должен включать *три взаимосвязанных жизнеутверждающие основания* *человечно-человеческой жизнедеятельности* – *Семью, Образование и Социальное партнерство*, понимаемое в широком смысле.

Эти новые научно-теоретические положения позволяют не только кардинально обновить современную методологию социально-экономических, хозяйственных исследований, но и по-новому более глубоко и всесторонне переосмыслить кризисную действительность и разрабатывать *человечно-продуктивные практические рекомендации по возрождению украинской нации и преобразованию украинского народа в субъект посткризисных трансформаций*.

### Литература.

1. Геєць В. М., Гриценко А. А. Політекономічні й інституційні засади справедливості та усталеності соціально-економічного розвитку // Європейський вектор економічного розвитку. Зб. наук. праць. Вип. 2 (13) 2012. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2012. – С. 41-46.

2. Анализ структуры и динамики науки в социокультурном контексте. Материалы обсуждения избранных трудов В. С. Стёпина // [http://vphil.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1834&Itemid=52](http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1834&Itemid=52)

3. Колот А. М. Наука о труде: становление и теоретико-методологическое обновление // Политическая экономия: прошлое, настоящее, будущее. – К.: ЦУЛ, 2014. – С. 799-822.

## СЕКЦІЯ 1

### **СУЧАСНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: ПРОТИРІЧЧЯ, ТЕНДЕНЦІЇ, ОСОБЛИВОСТІ**

УДК 330.341:004+330.47

#### **MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY**

**Lychko Y. P.**

**Supervisor: Diachek O. Y., PhD in Economics**

**V.N. Karazin Kharkiv National University**

The importance of information technology in the economy today is one of the most popular topics for research. This is the result of the fact that today we live in the epoch of computer technologies used by us every day. Therefore, economists need to know and be able to apply information technology properly.

Very often today one can hear such a term as a virtual or information economy. This is due to the fact that information technology and the economy are two related spheres, which together give a positive production result. Without the latest information technologies the economy can't develop normally, and the state will be on the list of laggards.

The purpose of applying modern information technologies in the economy is the operative computer processing of information resources, storing large volumes of economically important information and transferring it to different distances, the longest and most incredible, and in the shortest possible time. However, the processing of economic information occurs according to certain and predetermined algorithms, which need not only be able to use, but first of all one must understand their correct meaning and purpose.

Economists consider information as data in the sphere of economy, which should be recorded, transmitted, stored and processed for using in the management of both the economy of the country in general and its individual objects. Information allows you to get a solution, how to organize the production of goods and services more efficiently and more profitable economically.

However, the modern consumer requires not only low prices and high quality, but also a full range of additional services. Therefore, in addition to the standard requirement to meet certain quality standards, organizations are forced to attract customers with a mass of additional high-quality services. This includes fast and convenient delivery, the ability to instant feedback to get all the necessary information at any time, providing complete information about the product and service on the site and much more. Because of that most firms have had to master the skill of e-marketing to



create online stores and actively invest in SEO (search engine optimization), or in search engine optimization, to raise the site's position in the search engine results for certain users' requests for website promotion . It has not gone unnoticed the entry into the WTO (World Trade Organization), which has significantly heated the competition in many businesses.

Thanks to new information technologies in the economy most businessmen today send their employees to advanced training courses and mastering new software products that allow to increase and optimize the final result of production. In turn, for employers, this means significant costs for training specialists, but in the future having a specialist who knows how to work with certain programs he will maximize the efficiency of labour force in his company.

Also, as everyone knows, recently the function of money has changed thanks to information technologies: plastic cards, virtual money have appeared. This allowed the society not to carry a lot of bills, but to provide its payments conveniently and reliably. All this belongs to a new stage in the development of information technology in the economy.

In addition to all the above, modern IT models allow us to calculate and forecast an economically important result and on its basis to make the right management decision. These models also allow the calculation of the cumulative economic effect, risks and flexibility of the system indicators.

Thus, the information economy is a developing branch of science (economy), which in turn requires maximum investments, aimed to acquiring high-tech equipment and training for the necessary level of specialists. However, we don't have to wait for the results for a long time. They are simply stunning and they can be described as a new stage in the development of science.

There is a situation where "the world of subtle technologies starts to control the world of machines - the world of reality".

**References:**

1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ 4-е изд., пер. и доп. Учебник для бакалавров, Трофимов В.В. - Отв. ред., 2013 / Гриф УМО
2. Инф. портал THE STUDENT JOURNAL

## BUSINESS INFORMATICS

**Chorna A. V.**

**Supervisor: Diachek O. Y., PhD in Economics**

**V.N. Karazin Kharkiv National University**

Business informatics (BI) is a discipline that combines the areas of management, IT (information technology) and business operations. Nowadays everything is based on machinery and automatized processes. Thus, it's necessary to follow our development and be aware of all modernizations. Especially companies are concerned with the problem of technology innovation. There has been hardly any business process, or operational task, that has not been supported by computer technology. Business informatics deals with these issues. Now this discipline is involved in a big amount of educational systems in such countries as Germany, France, Belgium, Sweden, Switzerland, Austria, Ukraine and others. Business informatics was first mentioned and created in Germany as *Wirtschaftsinformatik*. The main problems of business informatics' research are problems of efficient management system, business processes that provide with reaching strategic goals and support information technology.

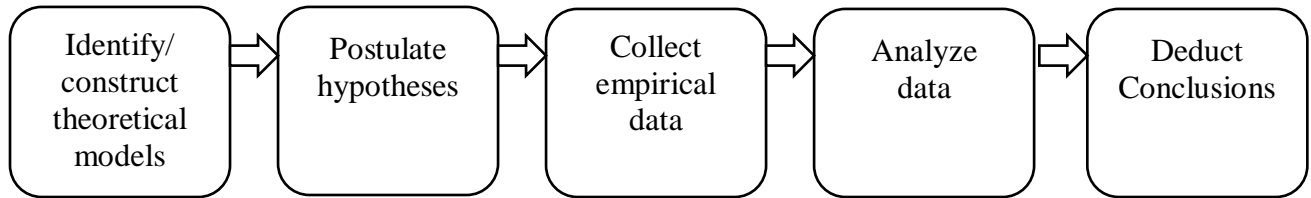
### **History of the discipline Business Informatics**

The first period in the BI's history is simply "*becoming aware of specific problem area*". In the 1950s and 1960s computer systems appeared and were involved in companies. So, corporate organizations were to adapt to computerized tasks and to customize computer systems to certain requirements. Computer users and providers cooperated in order to provide with efficient application systems. In the end of 1960s, German universities established courses that taught computer science. In 1959 the journal "*elektronische datenverarbeitungen*" (electronic data processing) appeared and its objective was to inform companies of the computer systems and methodology of using them. Companies' demand on computer specialists was constantly high and either business administration departments or computer science departments could hardly meet that demand. The second period took place in the 1970s and was called "*becoming independent and expansion*". Awareness of the problem caused establishment of the first university courses for BI in such countries as Austria, Germany and Switzerland. That section combined the sphere of business administration departments and computer science departments. The journal was renamed into "*Angewandte Informatik*" (applied informatics) and its main objective wasn't informing of mostly computer system issues in companies anymore. It transferred to applying solutions from computer science and information technology to business and economic companies' problems. The third period referred to 1980s and 1990s and was named as "*becoming a brand*". Its main feature was spreading of using computer technology in companies. Its main consequence, accordingly, was increasing of demand for such specialists. Hence, more and more universities arranged special courses for that sphere. For instance, by 1989 about 10 German universities offered courses in BI. In 1990 the journal was again renamed into "*Wirtschaftsinformatik*". Moreover, in 1993 the international conference in BI sphere was arranged for the first time. Finally, the last period which has been lasting since 2000 is called "*in the age of globalization*". BI is so widely spread that approximately 50 German universities offer this course and provide with bachelor and master degree in BI.

## Two basic approaches: Wirtschaftsinformatik and Information systems

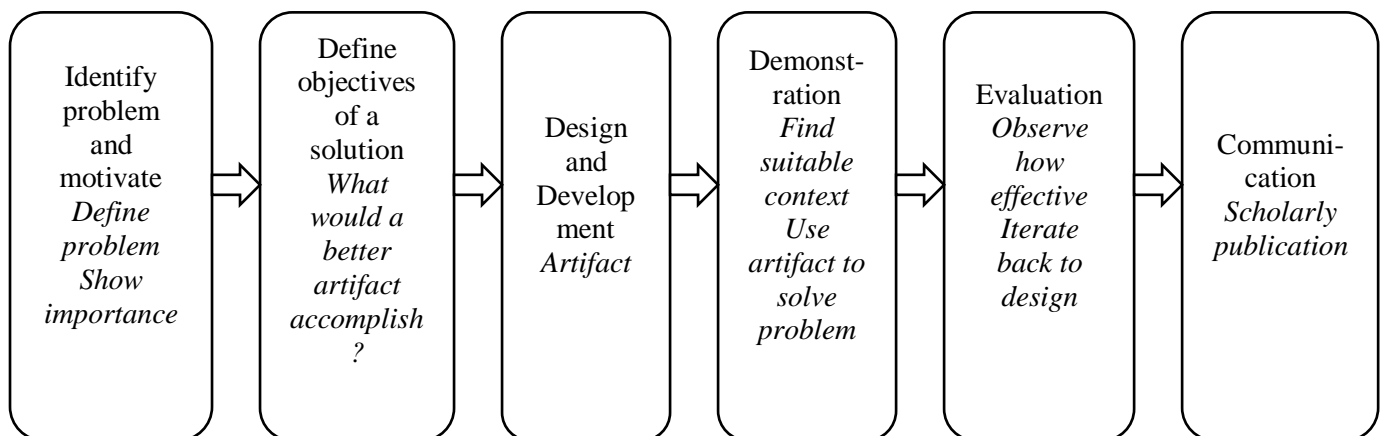
In our modern society there are two basic approaches/disciplines that describe the sphere BI: German – Wirtschaftsinformatik and North-American – Information systems. Differences are in methods and approaches to get insights. Behavioral science underlies the North-American approach. The researchers feature emphasis on methodological rigor and theoretical foundations. This model is described in Fig. 1.

Fig. 1. Behavioral science Research Process Model



In the German approach, the main basis is design science. The researches rely on practical side and strive to implement and evaluate information system artifacts that help in solving real problems. This model is described in Fig. 2.

Fig. 2. Design Science Research Process Model



## Suggestions for BI development

- It should be taken into account that BI is a interdisciplinary field and approaches in its studying should involve engineering, social sciences, informatics, economics.
- Two approaches (German and North-American) complement each other as theoretical and practical. Thus, both behavioral and design science should be combined.

In addition, it should be noted that in 2014 at the BI conference (CBI-2014) it was stated that there are two phenomena: business driven informatics and informatics driven business. In the case with “business driven informatics” informatics allows to improve already existing business, for example, in the way of data collection and reengineering of business processes. In the case with “informatics driven business” informatics is used in order to set up a new business, because it creates new markets and allows realizing new opportunities.

## Conclusion

Despite the fact that Business Informatics is rather young discipline, its necessity is high. A big amount of universities provides students with the opportunity to get bachelor and master degree in this field. History shows that Germany was a founder of this definition, although there is the North-American approach to studying and understanding this discipline. Analyzing both approaches lead to

the conclusion that it is relevant to combine the German approach, Wirtschaftsinformatik, practical side and the North-American approach, Information systems, theoretical side.

### References

1. D. Stelzer Business Informatics: characteristics, challenges and opportunities from a German perspective// Journal of Applied Informatics Vol. 10. No 6 (60). 2015
2. Peter Mertens,Dieter Ehrenberg,Peter Chamoni,Joachim Griese,Lutz Heinrich,Karl Kurbel Studienführer Wirtschaftsinformatik: Fach, Studium, Universitäten, Perspektiven// Springer-Verlag, 2013
3. Зараменских Е. П. Основы Бизнес-информатики: монография – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. – 380 с.

УДК 339.138:004:378

## **ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ДО БРЕНДУ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ЗА ДОПОМОГОЮ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ**

**Колосовська О. Д., Оніщенко В. С.**

**Науковий керівник: Фоміна Є.В., викл.**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Сьогодні характерним є стрімке зниження попиту на українському ринку освітніх послуг, що викликано сукупністю очевидних факторів, а саме: відсутністю досвіду у сфері сучасних ефективних методів побудови маркетингової стратегії вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ); недостатнім використанням можливостей мережі Інтернет для приваблення перспективної молоді. Ці фактори зумовлюють необхідність просування бренду ВНЗ у соціальних мережах, що гарантує вихід на новий рівень взаємодії із цільовою аудиторією. Просування навчальних закладів в Інтернеті є більш доцільним та ефективним, ніж традиційні канали, оскільки є дешевшим за інші з точки зору собівартості донесення інформації до абітурієнта та користується більшою довірою у потенційних студентів.

Репутація ВНЗ – це спосіб сприйняття аудиторією взаємодії ВНЗ з навколишнім середовищем – тобто справжній стан справ відносно успішності всіх заходів і систем функціонуючих в ВНЗ. Робота над створенням та розвитком бренду ВНЗ як основного елементу репутації – це безперервний процес налагодження комунікацій з цільовою аудиторією, інформування про всі результати діяльності ВНЗ та знаходження спільних довгострокових перспектив і проектів. Просування бренду в соціальних мережах служить декільком цілям: спілкування, розваги, отримання інформації, відмінність Інстаграм полягає у перегляді і публікації фото- і відео контенту.

Інстаграм – це соціальна мережа з візуальним контентом та багатомільйонною аудиторією, що зростає з невпинною швидкістю. За допомогою додатку Інстаграм ВНЗ можуть досягти пізнаваності та лояльності; ефективного управління репутацією та зворотній зв'язок. Інстаграм надає можливість створити комунікацію, яка може бути яскравим просуванням бренду ВНЗ. Але це можливо за умови, якщо просуванням будуть займатися студенти, а керівництво ВНЗ – лише ліберально окреслювати бажані грані та результати розвитку.

Створення творчої групи студентів ВНЗ, проведення, фінансове заохочення нових шляхів розвитку маркетингу, в поєднанні з природною обдарованістю молоді – може надати максимально позитивні зрушення в сфері розвитку освіти.

Ось чому для просування бренду ВНЗ за допомогою Інстаграм необхідно мати певну стратегію. Стратегія просування акаунту ВНЗ має охоплювати такі основні елементи: по-перше, ідея – це те за ради чого створюється акаунт, по-друге, контент-план – тематика візуального контенту, що публікується і супроводжується влучною та корисною інформацією, по-третє, цільова аудиторія – контент акаунту повинен бути цікавий саме їй.

Було проаналізовано топ-5 вищих навчальних закладів України за версією Освіта.ua [4] на наявність акаунтів в Instagram на кінець 2017 року, до якої входять: Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", Національний університет "Львівська політехніка".

На основі дослідження наявності акаунтів ВНЗ України проаналізовано залученість підписаних користувачів активних акаунтів. Результати дослідження представлено графічно найбільш активні акаунти ВНЗ за двома критеріями: кількість підписаних користувачів (рис. 1), залучення (рис. 2).

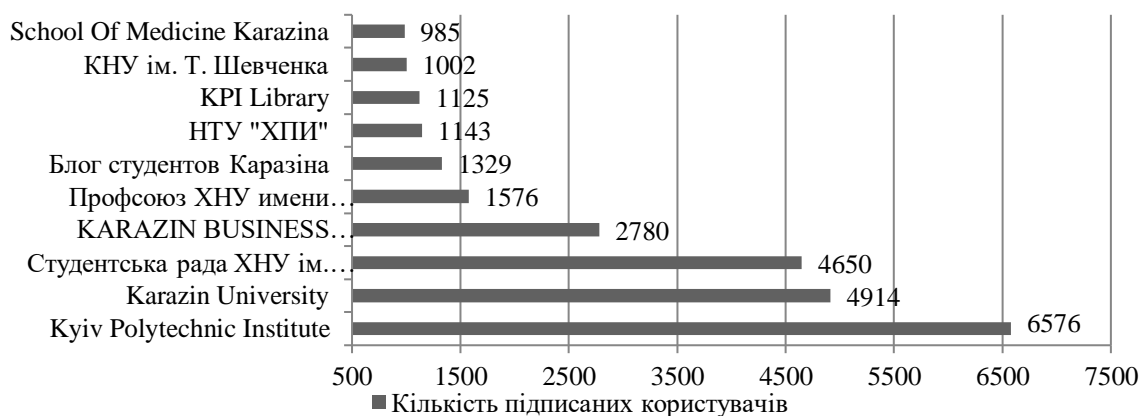


Рис.1. Топ-10 акаунтів ВНЗ за кількістю підписаних користувачів станом на березень 2018 року (розроблено авторами за джерелами [4, 5])

Як видно на рисунку 1, найбільшу кількість користувачів має головний акаунт НТУУ «КПІ» (@ntuukpi), друге і третє місце відповідно займають акаунти головний акаунт ХНУ імені В.Н. Каразіна (@karazinuniver) та студентська рада ХНУ імені В.Н. Каразіна (@karazina\_studrada). Варто зауважити, що більшість користувачів Instagram вважають, що основна мета присутності в соціальній мережі це генерація нових користувачів, що підписуються на акаунт та, що лише збільшення кількості користувачів призводить до підвищення лояльності до бренду та його пізнаваності. Проте, коли новий акаунт підписується, він проявляє пасивну лояльність і лише при залученні (лайк або коментар) він підтверджує своє ставлення. Таким чином варто розглядати залученість користувачів як не менш важливий інструмент у просуванні бренду як загалом, так і брендів вищих навчальних закладів. Розглянемо цей показник також на прикладі ТОП-10 акаунтів ВНЗ України (рис.2).

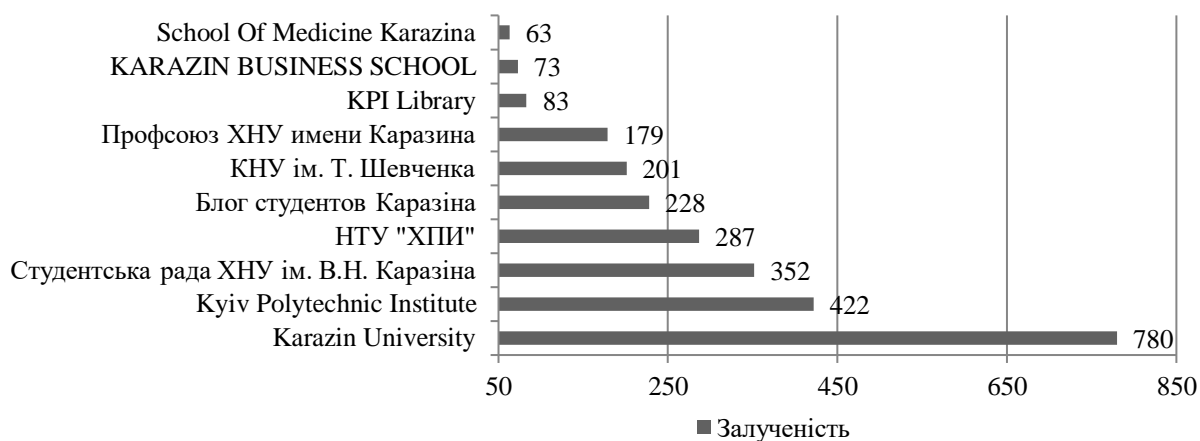


Рис. 2. Топ-10 акаунтів ВНЗ за обсягом залучення користувачів станом на березень 2018 року (розроблено авторами за джерелами [4, 5])

Як видно на рисунку, найбільшу кількість користувачів має головний акаунт ХНУ імені В.Н. Каразіна (@karazinuniver), друге і третє місце відповідно займають акаунти головний акаунт НТУУ «КПІ» (@ntuukpi) та студентська рада ХНУ імені В.Н. Каразіна (@karazina\_studrada). Тож бачимо, що хоча акаунт НТУУ «КПІ» має найбільшу кількість підписаних користувачів, головний акаунт ХНУ імені В.Н. Каразіна має кількість підписаних користувачів меншу, проте випереджає його за обсягами залучення в півтора рази. На це великою мірою може впливати кількість саме цільової аудиторії, що виступає, безумовно, головним аспектом Інтернет-маркетингу соціальних зв'язків.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що Instagram є унікальним сервісом з безмежними можливостями для маркетингу, які не вичерпуються лише рекламою. Інстаграм-акаунт вищого навчального закладу або його підрозділу можна зробити живим витвором мистецтва колективу ВНЗ, що буде знаходитися у невідпинному розвитку. Якщо підійти до процесу творчо та ліберально і зробити життя сторінки не формальним та звітним, а довіритись молодому медіа-поколінню, і експериментувати, то інструменти найбільшого Інтернет-маркетинг сервісу обов'язково нададуть достойний результат.

#### Список використаних джерел:

1. Фролов А.Г. Маркетинг образовательных услуг в сфере дистанционного обучения преподавателей высшей школы / А.Г.Фролов, А.В.Гаврилов // Educational Technology & Society. - №9. – 2006.
2. Шевченко Д. Інтернет-маркетинг в ВУЗах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://shevm.blogspot.com/2011/02/blog-post\\_09.html](http://shevm.blogspot.com/2011/02/blog-post_09.html)
3. Сорока М. Роль інтернет-маркетингу в управлінні вищою школою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/)
4. Інтернет рейтинг вузів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/45902>
5. Instagram / Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.instagram.com/>

## ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ФІНАНСАХ

**Корнієнко В.В.**

**Науковий керівник: Дячек О.Ю., к.е.н.**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Сьогодні інформаційні технології відіграють важливу роль у інвестиційних банках та інших організаціях у фінансовому світі.

Інформаційні технології фокусуються на розвитку електронних мереж, які обмінюються інформацією. Через те, що всі фінансові операції залучають обмін інформацією, зростаюча популярність online фінансів збігалася з прогресом в інформаційних технологіях. Як говорив, професор Джейн К.Вінн Вашингтонської школи права: «Фінансові інститути були в авангарді створення глобальної інформаційної економіки, яка існує зараз.»

Сьогодні фінанси спираються на інформаційні технології. У 1960-х роках Нью-Йоркська фондова біржа скоротила торгові дні, оскільки обсяг торгів був занадто високим для обробки вручну. Розвиток інформаційних технологій, таких як комп'ютери та локальні мережі в 1970-х роках приніс швидкий та доступний інформаційний доступ у фінансову індустрію.

Доступність комп'ютерів сприяла розвитку численних дрібних фінансових фірм, які обробляли дані електронним способом. У той же час швидкість та надійність інформаційних технологій стала поштовхом до створення загальнонаціональних фінансових послуг, включаючи електронну перевірку та обробку кредитних карток.

Відкритий, публічний характер Інтернету загрожує замкненим інформаційним мережам, розробленим фінансовою індустрією наприкінці 20-го століття. Внаслідок цього конфлікту банки перебувають на авангарді як в обміні інформацією, так і в технологіях інформаційної безпеки.

Інтернет-комерційні операції розпочалися в 1995 році, а до 1998 року online було оброблено транзакцій на суму понад 50 мільярдів доларів. У XXI столітті річна вартість Інтернет-транзакцій вища і вимагає більше мереж, комп'ютерів та інших програм безпеки. Фінансові установи не можуть конкурувати без широкої, але безпечної інформаційної мережі, тому інформаційні технології є важливими для їхнього успіху.

Інформаційні технології дозволяють фінансам функціонувати на глобальному рівні.

«Фінансові ринки можна розглядати як перші організовані, глобальні інформаційні ринки, що працюють через мережеві комп'ютери» - говорить професор Джейн К.Вінн. Без інформаційних технологій фінансові ринки не вчасно реагували на глобальні події, а фінансові компанії не вміли постійно одержувати інформацію одночасно з їхніми конкурентами.

Наприклад, Інтернет дозволяє постійно отримувати доступ до кредитних рахунків та кредитних рейтингів усім кредиторам, страховим компаніям та компаніям, які потребують фінансово-відповідальних клієнтів.

Інформаційні технології, які запускають соціальні мережі в Інтернеті, надають фінансовим установам важливу інформацію про своїх клієнтів.

Заохочуючи online-спільноти, пов'язані з їхньою продукцією, фінансові компанії не тільки отримують інформацію, але також заохочують вірність бренда.

Наприклад, такі сайти як TradeKing, дозволяють online-трейдерам обговорити їхній вибір та дати пораду новачкам. Соціально керовані інформаційні технології дозволяють фінансовим компаніям зв'язатися з молодшою демографічною групою, яка буде майбутнім споживачем.

Навіть дуже маленькі компанії використовують пакети бухгалтерського програмного забезпечення для створення фінансових звітів, таких як про прибутки та збитки та звіти про рух грошових коштів. Ця проста форма інформаційних технологій дозволяє власнику малого бізнесу заощаджувати час обліку та надавати доступ до управлінських звітів більш своєчасно. Середні та великі компанії використовують більш складні ІТ-системи, названі корпоративним плануванням підприємства або ERP, які є групами програмних модулів, які задовольняють потреби всіх функціональних областей компанії. Як видно з назви, ERP допомагає компанії планувати використання своїх ресурсів, процес яких контролює фінансовий департамент.

ІТ-системи дозволяють компанії об'єднувати кожне відділення всередині організації. Наприклад, інформація, отримана відділами виробництва, маркетингу та фінансування, може бути використана взаємно. Ця інформація доступна в режимі реального часу, тобто після створення в системі. Доступ до неї вимагає великої кількості досліджень або ручної роботи. Фінансовий персонал, який часто витрачав кошти на «копання» за потрібне їм число, тепер може займатися аналізом та інтерпретацією інформації.

Інформаційні системи, що використовуються фінансовим департаментом, мають функцію створення звітів. Система забезпечує певний рівень настроювання – звіти можуть бути налаштовані на основі конкретних потреб команди менеджменту. Автоматизація цих систем звітування означає, що швидко створюються регулярно створювані звіти.

Багато організацій користуються спільними зусиллями різних підрозділів. Фінансова команда виступає як внутрішні консультанти для інших відділів всередині організації. Коли всі підрозділи використовують централізовану ІТ-систему, вона скидає бар'єри, які раніше блокували потік інформації. У даний час компанія має централізовану базу даних, доступ до якої можуть отримати всі члени команди, відповідно до певних правил безпеки. У випадку з компанією, що має декілька офісів чи міжнародних підрозділів, ця можливість отримання доступу до однієї і тієї ж інформації по всьому світу дозволяє економити час та підвищити ефективність.

Створення вдалого прогнозу, який є більш точним дає можливість компанії мати точні фінансові результати. Фінансові співробітники потребують доступу до поглибленої інформації для створення моделей прогнозування, які показують як організація фактично працює.

Інформаційні технології багато використовують у фінансуванні. Компанії в даний час використовують ІТ різними шляхами від фінансової торгівлі до звітування про зарібок підприємства. Компанія в галузі фінансових послуг в Ірландії щоденно використовує свою інформаційну систему. Інформаційні технології дозволяють таким компаніям у цій галузі швидко обчислювати «фінансову статистику», а також використовувати для електронних переказів грошей. Якісна ІТ система у фондах має величезну користь компаніям і дозволяє їм конкурувати за новий бізнес.

Можемо впевнено сказати, що ІТ-індустрія буде продовжувати зростати в різних галузях промисловості. ІТ швидко стає дуже важливим компонентом, який забезпечує ефективну роботу підприємств. Однією з ключових напрямків розвитку є фінансова галузь, де можливості ІТ будуть зростати.

#### **Список використаних джерел:**

1. <http://smallbusiness.chron.com/importance-information-technology-finance-17292.html>
2. <https://bizfluent.com/info-8149234-role-information-technology-finance.html>
3. <https://news.efinancialcareers.com/uk-en/121466/sectors-explained-it-in-finance-2>



## **РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК В МИРОВОЙ ТОРГОВЛЕ**

**Рябовол Д.А.**

**Науковий керівник: Нестеренко О.М., к.е.н., доц.  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

На сегодняшний день Интернет-магазин Amazon.com занимает лидирующее место в сфере торговли онлайн, с сотнями тысяч наименований различных товаров, десятками категорий и даже планами доставлять товары дронами. Чтобы понять причину успеха этой компании, необходимо узнать алгоритм ее работы.

Изначально основатели во главе с Джеффом Безосом планировали занять рынок обычных книжных магазинов, привнеся на него новый способ продажи книг – через Интернет, заодно и вытеснив с этого рынка несколько сетей, десятилетиями торговавших книгами. В первое время своей деятельности группа молодых предпринимателей намеревалась работать, пользуясь довольно интересной схемой торговли – не хранить на складе все наименования, неся дополнительные расходы, как это происходит в офлайн магазинах, а заказывать их у поставщиков непосредственно покупателю. Был создан сайт и специальная система онлайн-заказа.

Уже через 2 месяца после старта продажи составляли около \$20000/нед., стратегия виртуального склада оправдывала себя. Что примечательно, компания не ставила цели получать прибыль в первые как минимум пять лет, а сосредоточиться лишь на росте. Некоторые инвесторы были не на шутку взволнованы, однако, даже при отсутствии дивидендов, график роста цены акций с тиккером AMZN выглядит довольно оптимистично. Начиная с нескольких долларов в 1997, сегодня одна акция стоит более \$1500.

Современный Amazon некоторыми категориями занимается самостоятельно, в то время как другие позволяет заполнять специфическими наименованиями товаров сторонним, зачастую мелким поставщикам.

Компания является владельцем множества патентов, например, на технологию покупки в один клик.

Amazon – это компания, движимая идеей чего-то нового, отодвигая финансовые вопросы на второй план. Так, например, Джефф Безос говорит, что им [компании] ничего не доставляет большего удовлетворения, чем изобретение «нормального». Так, Amazon теряет на своих электронных книгах Kindle, вместо того, чтобы делать деньги на предоставлении контента на каждое устройство, например. Но в то же время, огромное количество пользователей этого устройства заново изобретают книгу, перестают относиться к ней как к хрупкому физическому объекту.

В Украине некоторые компании тоже используют такую систему, когда товар выставляется на полках, а прибыль отправляется поставщику после продажи. Примером может служить сеть строительных супермаркетов «Эпицентр», а также «АТБ».

Что касается еще одного гиганта Интернет-торговли, Alibaba Group – это одна из крупнейших в мире компаний, работающих в сфере интернет-коммерции, владелец B2B (business to business) портала Alibaba.com. Основная география деятельности компании – Китайская Народная Республика. Компания была основана в 1999 году Джеком Ма, совместно с несколькими партнерами, и вскоре был зарегистрирован сайт Alibaba.com. Бывший

преподаватель английского языка решил создать площадку, которая открыла бы путь для небольших поставщиков и производителей на обширный Интернет-рынок.

На сегодняшний день, Alibaba является крупнейшей компанией в сфере онлайн-продаж в мире (по количеству проданных за год товаров, которые, тем не менее, по большей части связаны с внутренним рынком).

Структура группы Alibaba Group включает в себя не только площадки интернет торговли, но и собственную платежную систему AliPay, кинокомпанию Alibaba Pictures и другие.

В 2014 году компания вышла на IPO на Нью-Йоркской фондовой бирже и привлекла в общей сумме \$25 млрд., что стало самым крупным первичным размещением в истории. В первый же день ее акции выросли на 38%, что позволило сразу же обойти по капитализации eBay.

В 2016 году общий доход составил более \$15 млрд., а чистая прибыль – более \$11 млрд.

А вот идея создания Интернет-аукциона (на сегодня крупнейшего в мире) пришла к его основателю, Пьеру Омидьяру в конце 1995 года – как раз в эпоху активного развития интернет-технологий в сфере торговли. Благодаря страсти своей жены к коллекционированию различных вещей, которые можно обычно купить на аукционе, программист Омидьяр решил попробовать применить новые технологии в процессе создания онлайн-аукциона.

Несмотря на то, что вскоре этот миф был разрушен, доля правды в нем все же есть – первоначальное название AuctionWeb говорило само за себя, несмотря на то, что, как часто бывает с сегодняшними интернет-гигантами (Amazon, Facebook), не было какой-то глобальной цели, а это было лишь хобби. Как и большинство дотком-компаний, eBay рос как органически, так и путем приобретений других компаний. Пожалуй, самым большим достижением eBay можно считать приобретение платежной системы PayPal за \$1,5 млрд. в 2002 году.

Это позволило интернет-аукциону использовать творение в том числе Илона Маска в своих платежных операциях (между продавцами и покупателями). Однако в 2015 году компания PayPal решила окончательно отделиться, и ее акции начали торговаться отдельно.

Выручка eBay составляет колоссальные \$17 млрд., при том, что около 3 поступили не от комиссий (10%), а от продажи рекламы. Если бы eBay был рекламным агентством, то точно в десятке крупнейших в США.

#### **Список використаних джерел:**

1. The everything store: Джефф Безос и эра Amazon / Бред Стоун; пер. с англ. Н. Ильиной. – М. : Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 2014. – 416 с.
2. Business Insider. Режим доступа: <http://www.businessinsider.com/jeff-bezos-amazon-history-facts-2017-4>
3. Business Insider. Режим доступа: <http://www.businessinsider.com/the-story-of-jack-ma-founder-of-alibaba-2014-9>
4. Infographics Design Team. Режим доступа: <https://www.infographicdesignteam.com/blog/history-of-ebay/>
5. Investopedia.com. Режим доступа: <https://www.investopedia.com/articles/investing/060415/10-facts-you-didnt-know-about-amazon.asp>
6. Investopedia.com. Режим доступа: <https://www.investopedia.com/articles/investing/060914/how-well-all-be-amazoncom-customers-eventually.asp>
7. SuccessStory.com. Режим доступа: <https://successstory.com/companies/alibaba-group>
8. Your Story. Режим доступа: <https://yourstory.com/2018/02/the-story-behind-the-alibaba-group/>

## **СЕКЦІЯ 2**

### **УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

УДК 005.336.3: 005.95 / .96

#### **CONTINUOUS IMPROVEMENT CONCEPT OF QUALITY MANAGEMENT STAFF**

**Authors: Krikun Olga**

**PhD in economics, associate professor department of economy and management**

**V.N. Karazin Kharkiv national university**

**Yaroslav Zhurba, fourth year student of department of economy and management**

Learning quality management system is closely related with innovation. Because the essence of innovative work is to ensure the possibility of creating a new product that will meet the growing needs of society, a diverse population and individual personalities and new developments in the field not only to create products and services, but also education and culture to promote their development through improvement in quality. A variety of quality is ensured in the process of innovation, allows to improve the whole system. But this requires quality management, and through him the whole society. There is a need to develop and implement a unified concept for the whole country in quality of education and management.

The process of implementation of the quality system at the plant and further effective management is a means of motivating employees, as it allows: clear lines between them; have a vision of the final result of the organization both in total and on a personal level; operating efficiently generate information flows between the different branches of the organization.

Current approaches to HR refuse model of «economic man» and take into account the personal skills and characteristics of each employee. Most important here is to find the meaning of subjective human activity - personal understanding of possible behaviors. Therefore, the first step in the formation of the desired «organizational culture» of the company to be associated with enlightenment and fixing higher attitudes.

It is for sure that the money is taken seriously by all members of the organization, top management should define and publish quality policy of the company. It defines quality objectives for all employees and helps demonstrate compliance purposes as senior management. After approval of the quality policy, senior management is responsible for understanding, implementation and support

of this policy at all levels of the organization. As a tool of internal management, quality policy communicated to each of its employees, helps him feel their involvement in socially important, and not just be a workhorse, always questioned the adequacy of the assessment of their work and fear of punishment. Politics is the goal of performers and senior management of the enterprise.

The policy regulates the actions that achieving goals. Always remember that all legislative documents Quality System «derived» from politics [1].

It should also pay attention to employees in a special section of Quality System «corrective and preventive actions». It is focused on how to prevent the occurrence of defective products, and if its appearance - above all, correct procedure, which could lead to such consequences, not blame.

Essential for the success of this method is continuous training and retraining of all employees of the organization. The best strategy is to have training programs for each employee to the company manager youngest employee policy details and features of its application in problems of personal activities.

The biggest problem the staff is usually the initial stage of implementation of Quality System - go to work on «hard» regulations and procedures.

The human aspect is fundamental organizational changes, because it is the behavior of people in the organization - managerial and technical personnel, performers - ultimately determines what you can change, and how it will benefit. This is because the organization - the human system. People should understand and want to be able to implement the changes at first look might seem purely technical and abstractive, but actually somehow affect them.

Quality management systems also are human systems - people are created, managed and people are people. And they are good or perfect as professional and capable people who create these systems. However, even if all the problems which were discussed, resolved, remains one of the key points on which to focus. What results have been achieved in the implementation of the quality management system? Do anticipated product improvements, efficiency of services and satisfied customers, users and staff?

Therefore, the necessary methodology, based on a systems approach to problem solving, while taking into account the human aspect of any changes can not only avoid these difficulties, but also achieve significant, measurable results.

Attention is always necessary to explain changes in the implementation and support of the principles according to ISO 9004 standards, has led to widespread use of the latest edition of the standards TQM - Total Quality Management [2].

In addition to the documents with the maximum degree of regulatory detail specific actions the company can and should be documents defining the general principles that should guide both in management decisions and in carrying out any activity affects the quality. Such provisions also apply «policy» the quality of its task orientation «independence and entrepreneurship» in the right direction.

Rules (which actually reflect the company's values) can be transferred to the personnel of the organization by creating productive organizational culture aimed at integrating «soft resources» internal resources and efforts to achieve the goals (approach TQM). But changing the culture will take several years, but perhaps a decade, while on business only a few months to guide the internal order and restructuring schemes of control. And now, in our view, extremely useful methods of «rational bureaucracy» (Principle documentation) recommended by ISO standards.

The need for radical improvement and total quality management, organizations and companies towards continuous self-improvement and self-organization, where the ultimate goal - the market leader should be clear to all participants in this process.

**References:**

1. ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT) «Системи управління якістю. Вимоги» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id\\_doc=64013](http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=64013).
2. ДСТУ ISO 9004:2009:2012 (ISO 9004:2009, IDT) «Підхід на основі управління якістю» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://pidruchniki.com/2015060964893/menedzhment/dstu\\_iso\\_9001-2009\\_sistemi\\_upravlinnya\\_yakisty\\_vimogi](http://pidruchniki.com/2015060964893/menedzhment/dstu_iso_9001-2009_sistemi_upravlinnya_yakisty_vimogi).

УДК 005.32:658.310.42.

## **УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИМ КЛІМАТОМ В КОЛЕКТИВІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Алексієнко Г.С.**

**Науковий керівник: Пуртов В.Ф., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Успіхи процвітання підприємства, перш за все, залежать від правильного управління соціально-психологічним кліматом в трудовому колективі. Колектив - це спільність людей, в основі життєдіяльності якої лежить ціннісно-орієнтаційна єдність його членів, причому основні ціннісні орієнтації є суспільно-значущими.

Соціально-психологічний клімат в управлінні є комплексною психологічною характеристикою, що відбиває стан взаємовідносин і ступінь задоволеності співробітників різними факторами життєдіяльності колективу, служб і підрозділів організації.

Частіше суть соціально-психологічного клімату зводять до наступних психологічних явищ:

- станом колективної свідомості;
- відображенню особливостей взаємодії людей;
- емоційно-психологічного настрою групи;
- настрою групи;
- станом групи;
- психологічному єдності членів групи;
- взаєминам в групах і колективах та ін.

Сприятлива атмосфера в групі не тільки продуктивно впливає на результати її, але й перебудовує людину, формує її нові можливості і виявляє потенційні.

Актуальність даної проблеми диктується запитами практики, зумовленими встановленими в наші дні колективним характером людської діяльності та актуальними проблемами ефективності організації управління людьми, регуляції розгорнутих між ними відносин, використання виховних і психотерапевтичних впливів, що впливають на самопочуття і виробничі показники.

Метою науково-дослідницької роботи є узагальнення теоретичних аспектів управління соціально-психологічним кліматом та розробка науково-практичних пропозицій по вдосконаленню системи управління на конкретному об'єкті господарювання.

Об'єктом дослідження є Товариство з обмеженою відповідальністю Центр Краси й Здоров'я «Шоколад», розташований в місті Харків.

Предметом аналізу є соціально-психологічний клімат в трудовому колективі.

Соціально-психологічний клімат в управлінні - це результат спільної діяльності людей, їх міжособистісної взаємодії [2].

Ознаки сприятливого управління соціально-психологічного клімату:

- висока вимогливість і довіра членів організації один до одного;
- доброзичлива і ділова критика;
- вільне вираження власної думки організації при обговоренні всіх питанні групового життя;
- задоволеність приналежністю до організації;
- висока ступінь взаємодопомоги;
- достатня інформованість членів організації про всі аспекти її внутрішнього життя.

Центр Краси і здоров'я «Шоколад» - сфера послуг в місті Харкові, яка стрімко розвивається, в якій зосереджений спектр послуг по догляду за собою, що користуються найвищим попитом у населення.

Персонал салону краси, при бажанні клієнта, надає і консультаційні послуги з усіх питань, що знаходяться в їх компетенції. Центр Красоти та Здоров'я «Шоколад» надає наступні види послуг для населення:

- повний комплекс перукарських послуг;
- нігтьова студія пропонує унікальний манікюр, зміцнення натуральних нігтів, нарощування нігтів кольоровим акрилом, акваріумний дизайн, кольоровий френч;
- новий вертикальний солярій - мегамодний дизайн, потужна система кондиціонування, професійна косметика для засмаги;
- фотоомолодження і епіляція, професійна корекція мимічних зморшок, спеціальні програми проти старіння шкіри обличчя і тіла, видалення різних шкірних утворень, чистка обличчя, обгортання;
- апаратний педикюр, корекція врослого нігтя, нарощування нігтів на ногах, воскова депіляція;
- нарощування вій, пірсинг, біотату, естетична і терапевтична косметологія;
- салон флористики і дизайну «Шоколад» запропонує послуги зі складання весільних букетів, оформлення весільних кортежів, композиції до торжества з живих і штучних квітів, аранжування житлових і офісних приміщень.

Методики діагностики соціально-психологічного клімату у колективі на підприємстві:

- діагностика психологічного клімату в малій виробничій групі В. Шпалінського і Є.Г. Шелеста;
- експрес-діагностика стійкості до конфліктів;
- інтегральна задоволеність працею Н.П. Фетіскіна, В.В. Козлова;
- діагностика творчого клімату.

За результатами діагностики психологічного клімату персонал салону оцінює свій клімат, як середньо сприятливий. Експрес-діагностика стійкості до конфліктів показала, що в Центрі Красоти та Здоров'я «Шоколад» переважає виражений рівень конфліктності.

Були виявлені причини, що заважають оптимальному розвитку соціально-психологічного клімату:

- персонал не згоден з висунутим формальним лідером;
- виражена конфліктність між персоналом і керівником;
- розбіжність цілей та інтересів працівників і організації.

Етапи вдосконалення соціально-психологічного клімату:

- боротьба з вираженим рівнем конфліктності;
- тренінг, який допоможе вирішити багато проблем в колективі;
- підвищення загальної задоволеності працею.

За даними напрямками були розроблені рекомендації та запропоновано заходи щодо їх впровадження. Заходи щодо вдосконалення соціально-психологічного клімату:

1. Проведення соціально-психологічного тренінгу.
2. Створення «ящика ідей».
3. Введення «години творчості».
4. Створення ступінчастою кар'єри перукарів.

Дані висновки дозволяють повисити наукову обґрунтованість управлінських рішень із розробки вдосконалення управління соціально-психологічним кліматом в організації.

#### **Список використаних джерел**

1. Бородатий В.П., Крижко І.Д., Ягодзінський А.Й. Управління персоналом: Навч. посібник. – К.: ІЗМН, 2013. – 272 с.
2. Галкина Т. П. Социология управления : от группы к команде : учеб. пособие по спец. "Менеджмент" / Т. П. Галкина. - М. : Финансы и статистика, 2012. - 223 с.СОУНБ; Шифр 60.550я73; Авторский знак Г161; Инв. номер 2234861-ЕФ
3. Єлісеєва О.К. Методи та моделі в управлінні персоналом: Монографія / О.К. Єлісеєва, О.О. Третьяк, В.В. Узунов; Під. ред. д.е.н., проф. В.М. Узунова, к.т.н. О.К. Єлісеєвої. – Дніпропетровськ: «ІМА-прес», 2012. – 188 с.

УДК 330.3

## **МЕТРОПОЛІЗАЦІЯ, ЯК СКЛАДОВА ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ**

**Бабич В. Д.**

**Науковий керівник: Тернова І.А, к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Для того щоб розкрити тематику теми «Метрополізація, як складова просторового розвитку регіонів», для початку треба відповісти на таке важливе запитання, що таке сама метрополізація і метрополія.

Метрополізація це процес концентрації потенціалу розвитку у найбільших містах і зонах впливу. Цей термін схожий у тлумаченні з терміном урбанізація, що означає зростання значення міст у розвитку суспільства[1].

Традиційно під метрополією прийнято розуміти певний географічний центр (переважно – місто), що має залежні (у політичному, господарському чи культурному сенсі) території.

Сьогодні науковці дотримуються підходу, який визначає метрополію передусім як місто, яке є структурним елементом державного простору, але виступає як об'єкт міжнародних відносин в умовах глобалізації. В умовах глобалізації економіки, що характеризується не лише вільним рухом фінансових і матеріальних ресурсів, торгівлею товарами і послугами, а й вільним рухом трудових ресурсів, метрополізація набуває нового змісту, який відбиває складові та напрями розвитку регіонів. В сучасних умовах метрополізація це складова просторового розвитку регіонів держави, що втілює в себе розвинуте у всіх сферах місто і прилеглі території. Саме в такому напрямку потрібно розвивати наукові дослідження та формування концепцій державного регулювання розвитку регіонів України[2].

Якщо розглянути досвід Європейського союзу, коли він утворився, більша частина його внутрішніх територій припала на регіони, які мали рівень соціально-економічного розвитку суттєво відстаючий від столиць. У свою чергу столичні регіони не так сильно відставали від «економічного ядра», який утворився в межах п'ятикутника, вершинами якого були міста Лондон, Париж, Мілан, Мюнхен, Гамбург.

У моноцентричній моделі, яка і по сьогоднішній день залишається в Україні домінуючою, міста вписані у жорстку ієрархію, де метрополії отримують більше ресурсів за рахунок залежних від неї територій і таким чином не даючи їм розвиватися.

У Європі відмовилися від моноцентричної моделі та перейшли до поліцентричної, що дало змогу зробити й інші райони конкурентоспроможними, при цьому регіональні центри починають виконувати частину функцій метрополії і стають регіональною метрополією, яка у свою чергу допомагає розвиватися своєму регіону, а з часом відбувається подальша поліцентралізація завдяки якій регіон становиться конкурентоспроможним, але треба зауважити, що метрополізація схожа у розумінні із терміном урбанізація, що означає, що без цього процесу перехід до поліцентричної моделі неможливий. Для трансформації великого міста (у тому числі і регіонального центру) в повномасштабну метрополію найбільш істотним ми вважаємо комплекс таких взаємозв'язаних чинників: розмір і потенціал контрольованої території, демографічно-економічний масштаб самої метрополії, притаманні їй структурні особливості, характер взаємодії з іншими метрополіями, у тому числі і в рамках процесу глобалізації. При цьому, на думку більшості західних експертів, визначальним є вплив загального територіального соціально-економіко-культурного контексту, специфіка того чи іншого регіону, країни в цілому[3].

Системна реструктуризація економіки України та механізму державного регулювання регіонального розвитку, враховуючи сучасні умови та потреби особливо важливим, на наш погляд, є формування регіональних метрополій. Вважаємо, що фахівці з регіональної економіки повинні зосередити увагу на наступних питаннях:

- 1) розробка та узагальнення методологічних основ дослідження економічних аспектів метрополізації, систематизація, понятійного апарату та наукового інструментарію у цій сфері;
- 2) ідентифікація регіональних метрополій та визначення меж їх розширення;
- 3) класифікація регіональних метрополій, їх функцій та вивчення передумов активізації їх розвитку;
- 4) поглиблене вивчення кращого закордонного наукового та прикладного досвіду регулювання розвитку регіональних метрополій та прилеглих територій;
- 5) аналіз демографічних і суспільних процесів, що відбуваються у метрополіях, дослідження впливу метрополізації на регіональний розвиток в цілому;



б) визначення умов і ресурсів підвищення конкурентоспроможності регіональних метрополій;

7) формування інституційного та матеріального забезпечення відповідної якості життя населення регіональних метрополій;

8) дослідження соціального, фінансового та демографічного стану міст та прилеглих територій, оцінка існуючих ризиків і перспектив розбудови регіональних метрополій;

9) реструктуризація системи державного регулювання розвитку регіонів та реформування системи управління землекористуванням[4].

Таким чином слід відзначити, що на сучасному етапі в Україні не сформована система наукових концепцій розбудови регіональних метрополій, яка б відповідала сучасним соціально-економічним і політичним потребам та враховувала всі рівні ієрархії державного регулювання. Тому формування та подальший розвиток державної регіональної політики повинен спиратися на засади нової парадигми метрополізації простору держави та розробку науково обґрунтованих шляхів підвищення ефективності управління землекористуванням на всіх рівнях державного регулювання в Україні. При цьому необхідне проведення реформування системи управління землекористуванням у містах та державі в цілому, спрямоване на розбудову регіональних метрополій, як важливого елементу системи просторового розвитку, а відтак – досягнення сталого розвитку регіонів та України в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Толковый экономический словарь : для студентов экономических вузов / [сост. А.В. Терехов, В.Д. Щетинин, И.В. Зубарев и др.]. – М. : Квадрат, 1991
2. Hall P. The global city / P. Hall // Inter. Social Science Journal. – 1996. – No 48. – P. 15 – 23.
3. Стратегія розвитку Харківської області на період до 2020 року [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://kharkivoda.gov.ua/content/documents/431/43045/files/new-563\\_SRR2020.pdf](http://kharkivoda.gov.ua/content/documents/431/43045/files/new-563_SRR2020.pdf)
4. Казьмір Л.П. Державна просторова політика: європейський досвід і перспективи для України / Л.П. Казьмір, П.Г. Казьмір // Механізми управління земельними ресурсами в умовах ринкової економіки. – Харків: ХНАУ, ЛНАУ, 2010. – С. 117 – 120.

УДК 331.101.38

## **МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ - ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ КОМПАНІЇ**

**Бєлєзьорова Д.А.**

**Науковий керівник: Бабич С.М., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

Ефективність роботи будь-якої компанії цілком визначається трудовою діяльністю її співробітників. З цього випливає, що ефективність їх роботи слід підвищувати за допомогою різних методів, основний з яких - це управління мотивацією персоналу [1]. Однією з п'яти функцій управління є мотивація. Основне її завдання - спонукання працівників і колективів до ефективної праці, активізація всієї системи управління.

Мотивація персоналу - найбільш важливий інструмент підвищення ефективності роботи компанії, досягнення заданих цілей і поставлених завдань. Збіг особистих цілей співробітника і завдань, що стоять перед організацією, дає найбільш значимий економічний ефект для обох сторін [2].

Під мотивацією трудової діяльності мається на увазі задоволення співробітниками своїх трудових потреб в процесі виконання своєї роботи. Дане почуття виникає за рахунок реалізації особистих цілей, що поєднуються з поставленими цілями і завданнями компанії. Відповідно до цього керівники застосовують певні заходи, спрямовані на підвищення ефективності праці співробітників. Мотивація персоналу характеризується такими рисами:

- спонукальним характером діяльності;
- задоволенням потреб і очікувань працівників;
- загальними цілями, що об'єднують інтереси співробітників і компанії;
- зацікавленістю з боку співробітників;
- комплексністю заходів на підприємстві [1].

Уявлення про можливості мотивації праці працівників зазнали великі зміни в практиці управління. Мотивація також розглядається як рушійна сила людської поведінки, що базується на взаємозв'язку потреб, цілей і мотивів людини [4].

Мета управління мотивацією персоналу полягає в забезпеченні ефективного використання трудового потенціалу співробітників для вирішення поставлених завдань організації. Стимулювання і мотивування - різні поняття. Важливо розуміти, що стимулювання є інструментом, за допомогою якого здійснюється мотивування.

Стимули є інструментом впливу. Вони можуть бути представлені окремими предметами, діями інших людей, носіями зобов'язань і можливостей, пропозиціями працівнику компенсувати його дії. Так, під мотивацією персоналу мається на увазі стимулювання до роботи.

Слід розуміти, що не існує універсальної системи мотивації, її необхідно розробляти окремо для кожної організації відповідно до потреб і очікувань її співробітників. Мотивовані члени колективу працюють якісніше, ніж залякані, вимагають меншого розміру заробітної плати, а також лояльніше ставляться до перебоїв з видачею зарплати.

Виділяють ряд цілей і завдань по формуванню системи мотивації персоналу компанії:

1. Підвищити ефективність діяльності організації за допомогою визначення та реалізації управління мотивацією персоналу.
2. Збільшити дохід підприємства і знизити витрати завдяки досягненню цілей і завдань, а також збільшити результативність діяльності відділів і фахівців.
3. Підвищити результативність кожного співробітника в індивідуальному порядку за допомогою системи мотивації.
4. Сформуванню ефективний керівний склад.
5. Створити знання і навички в області стратегічного менеджменту і управління мотивацією персоналу.

Для того щоб створити ефективну систему управління мотивацією персоналу, слід керуватися наступними вимогами:

1. Об'єктивність – за допомогою об'єктивного аналізу досягнень фахівця визначається розмір винагороди для того чи іншого співробітника організації.
2. Передбачуваність системи управління мотивацією персоналу – працівник повинен чітко розуміти, за якої умови і внаслідок його роботи він отримати свою винагороду.

3. Адекватність – розмір винагороди того чи іншого працівника повинен відповідати рівню його кваліфікації, досвіду і індивідуальному внеску в процес досягнення загальних цілей компанії.

4. Своєчасність – відразу після того, як співробітник досягне певного результату, має отримати винагороду за виконану роботу. Коли компанія не має в своєму розпорядженні можливості виконати цю умову своєчасно, тоді даний результат враховується при нарахуванні подальшої винагороди.

5. Справедливість – кожен співробітник повинен чітко орієнтуватися в методах і способах формування винагороди. При цьому вони повинні відрізнятися справедливістю як для роботодавця, так і для колективу працівників.

6. Значимість – винагорода повинна бути істотною з точки зору співробітника організації [1].

Система управління мотивацією персоналу визначається особливостями політики організації. Необхідно враховувати систему мотивування, яку використовують конкуруючі компанії. І від того, наскільки ваша система управління мотивацією персоналу буде вигідно відрізнятися від системи іншого підприємства залежать плинність кадрів і продуктивність праці. Таким чином, слід ретельно розробляти систему стимулювання праці персоналу з урахуванням особливостей компанії [3].

Умовно систему мотивації персоналу підрозділяють на дві форми: матеріальну і нематеріальну. Єдиного правила або кращого методу мотивації не існує. Часто нематеріальні способи винагороди допомагають досягти бажаного результату набагато швидше, ніж грошові виплати. Саме правильне рішення - це використання комплексу заходів, спрямованих на стимулювання роботи персоналу [6].

Незважаючи на існування переліку розроблених і прекрасно зарекомендували себе схем мотивації персоналу, багато керівників підприємств стикаються з деякими труднощами.

Сучасному начальнику потрібно грамотно підійти до питання стимулювання підлеглих, щоб з найменшими витратами досягти високих показників функціонування організації. Система мотивації повинна відповідати основним потребам колективу і легко модернізуватися слідом за мінливими умовами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Управління мотивацією персоналу [Електронний ресурс] // Комерційний директор – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kom-dir.ru/article/1970-upravlenie-motivatsiey-personala>.
2. Види мотивації персоналу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://hrhelpline.ru/vidy-motivatsii-personala/>
3. Управління мотивацією персоналу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.hr-director.ru/article/66177-qqq-16-m7-20-07-2016-upravlenie-motivatsiey-personala?from=PW\\_Timer\\_Qa\\_Strong](https://www.hr-director.ru/article/66177-qqq-16-m7-20-07-2016-upravlenie-motivatsiey-personala?from=PW_Timer_Qa_Strong)
4. Башкатова Ю. І., Каптюхін Р. В., Звягіна Л. В. Особливості мотивації персоналу в сучасних корпораціях [Електронний ресурс] // Молодий вчений. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://moluch.ru/archive/65/10827>
5. Мельничук І. В. Сучасні методи мотивації персоналу в організації / І. В. Мельничук.
6. Методи мотивації персоналу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/metody-motivatsii-personala/>

## ДЕФИЦИТ ЛИНЕЙНОГО ПЕРСОНАЛА В УКРАИНСКОМ РИТЕЙЛИ

**Бурминская А. С.**

**Научный руководитель: Кудинова М.М., к.е.н., доцент  
Харьковский национальный университет имени В.Н.Каразина**

Линейный персонал – это низшее и самое многочисленное звено любой компании. Этот персонал выполняет работу, не требующую больших знаний и высокой квалификации, однако без их деятельности не обходится ни одна компания. Уборщицы, курьеры, официанты, рабочие на стройке – без этих сотрудников немислима работа организации и очень часто именно от их навыков и личных качеств зависит общий успех компании. Каждый руководитель и менеджер по персоналу знает, насколько сложной операцией является подбор линейного персонала. Это связано с рядом особенностей, включая:

– большую текучку кадров. Вследствие того, что линейный персонал не обладает высокой квалификацией, а должностные обязанности не требуют особых навыков, такие сотрудники получают достаточно небольшую заработную плату. Это приводит к тому, что линейный персонал постоянно ищет способы повысить свою зарплату и при первой возможности переходит в компанию с более выгодными условиями;

– надежность и ответственность. Достаточно трудно найти линейный персонал, обладающий этими качествами, и очень часто за неимением лучшего варианта и острой потребности в персонале руководители или кадровики вынуждены принимать на работу безответственных работников, халатность которых может навредить компании;

– наличие профессиональных навыков. Работники должны обладать определенными навыками, отсутствие которых может повредить производительности компании.

Украинский ритейл столкнулся с дефицитом линейного персонала. По данным [rabota.ua](http://rabota.ua), ежемесячно на сайте публикуется 11–12 000 вакансий в профессиональной сфере «Торговля». Большая часть из них – это линейный персонал, а лидер по количеству вакансий – должность «продавец-консультант». На втором месте – торговые представители, далее – кассиры. У каждой позиции тройки лидеров доля вакансий превышает долю резюме. «В ситуации, когда на вакансию кандидаты мало откликаются, шансов найти отличного кандидата в базе резюме не так уж и много», — говорит HR-эксперт в [rabota.ua](http://rabota.ua) Татьяна Пашкина. Операционный директор «ЭКО маркет» Игорь Карчевский говорит, что линейный персонал в компании занимает около 92 с% от общего числа сотрудников, а доля дефицита порядка 10 %. Особо остро стоит проблема специализированных работников: пекари, обвальщики мяса, кулинары, кондитеры, кассиры. По этому работодатели пытаются найти свой персонал определяют

приоритеты по которым работники выбирают ту или иную компанию. BRabota.ua отмечают, что в среднем зарплаты по Украине за 2017 год выросли на 11%. «Тем не менее, на многих позициях предлагаемая работодателями зарплата ниже ожиданий соискателей. Работодатели озабочены не только повышением заработных плат, но и мотивацией персонала. По словам Татьяны Пашкиной, работодатели активно используют мотивационные составляющие зарплат, например краткосрочную систему премирования (бонусы за сервис в магазине, ежемесячные конкурсы за индивидуальные достижения); долгосрочную систему премирования (за достижения по результатам квартала или сезона); дисконт на продукцию, представленную в магазине. «Сотрудников компании мотивируем хорошей заработной платой, развитием, обучением, поддерживаем благоприятный климат отношений в коллективе и комфортную продуктивную атмосферу – 90 % руководителей выросли в COMFY», – говорит Марина Майор. В логистическом операторе отмечают, что в компании можно сделать карьеру. «Средний возраст члена команды в компании составляет 23–25 лет. Человек, который начал со стартовой позиции в отделении, показал высокую результативность и наличие менеджерских навыков, может стать его руководителем уже через полгода работы», – рассказывают в «Нова пошта». По словам руководителя отдела персонала LeBoutique Ирины Скрипки необходимо также учитывать индивидуальный подход в мотивации: кого-то больше мотивируют тимбилдинги, кто-то ценит возможность саморазвития, а для кого-то мощным стимулом является финансовая составляющая.

Таким образом, одной из основных тенденций рынка труда Украины является недостаток линейного персонала. Эта проблема очень весома, так как этот персонал составляет большую часть персонала. Особенно ярко эту проблему можно проследить на примере ритейла. Тем не менее, зарубежные менеджеры выработали определенную стратегию, которая может сработать и в Украине. Основными пунктами такой стратегии является: однонаправленность работника и руководства, увеличение доли работников предпенсионного возраста, преобладание не материальной мотивации над материальной, улучшение климата внутри персонала, бонусы за преданность делу (увеличение зарплаты прямо зависит от количества проработанных лет в компании).

#### **Список использованной литературы**

1. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посіб. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К. : Кондор, 2003 – 453 с.
2. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия : учебное пособие / под ред, П. В. Шеметова. – М. : ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 1999. – 312 с.
3. Навчання та розвиток. Mondelez International [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.mondelezinternational.com>.

4. Унікальні моделі корпоративного навчання і розвитку персоналу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lvbs.com.ua>.
5. Шокун А. Кадровый голод / А.Шокун // Magazin Retailers [Електроннийресурс]. – Режим доступу : <http://retailers.ua/news/menedjment>.

УДК 338.2

## МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ ЯК ДЖЕРЕЛО РИЗИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Вербицька Г. В.**

**Науковий керівник: Дорошеко Г. О., д.е.н., професор  
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина**

В умовах впливу макросередовища українських бізнес реагує на виклики дійсності. Невміле керування, прийняття управлінських рішень веде до негативних наслідків, що несуть ризики зовнішнього середовища.

За даними Єдиного реєстру підприємств, щодо яких порушено впровадження у справі про банкрутство, зібрана статистична інформація за останні п'ять років з приводу кількості порушених справ на визнання підприємства банкрутом та стану їх на сьогоднішній день.

Таблиця 1.1

Кількість справ з приводу банкрутства

Рік	Зареєстровано заяв	Статус справи					
		Проведення у справі порушено	Ліквідація	Розпорядження майном	Санація	Мирова угода	Без статусу
2012	8216	1041	6603	254	45	23	250
2013	6404	465	5593	239	60	17	30
2014	5139	159	4661	24	79	19	197
2015	7015	56	6347	322	237	22	31
2016	1523	25	1301	148	23	0	26
2017	1463	35	1044	177	10	0	197
Σ	29760	1781	25549	1164	454	81	731

Статистичні дані 2012-2014 рр. демонструють, поступовий спад кількості підприємств, щодо яких було порушено впровадження у справі про банкрутство, але в 2015 р. цей показник почав стрімко зростати за рахунок кардинальних змін у політичному житті, що почалися роком раніше та призвели загальний стан національної економіки в скрутніше положення.

Для пояснення причин різких змін динаміки в наступні роки доцільно ознайомитися з міжнародним рейтингом інвестиційної привабливості України за аналізований період. Для

цього необхідно ознайомитися з динамікою такого показника, як індекс інвестиційної привабливості країни.

Індекс інвестиційної привабливості оцінює рівень національної економіки за сукупністю макро- та мікроекономічних факторів та є підґрунтям для прийняття інвестиційних рішень вкладників. Розраховується як середнє геометричне з коефіцієнтів-стимуляторів та дестимуляторів країни.

За версією топ-менеджерів членських компаній Європейської Бізнес Асоціації, ситуація має наступний вигляд (рисунок 1.1):

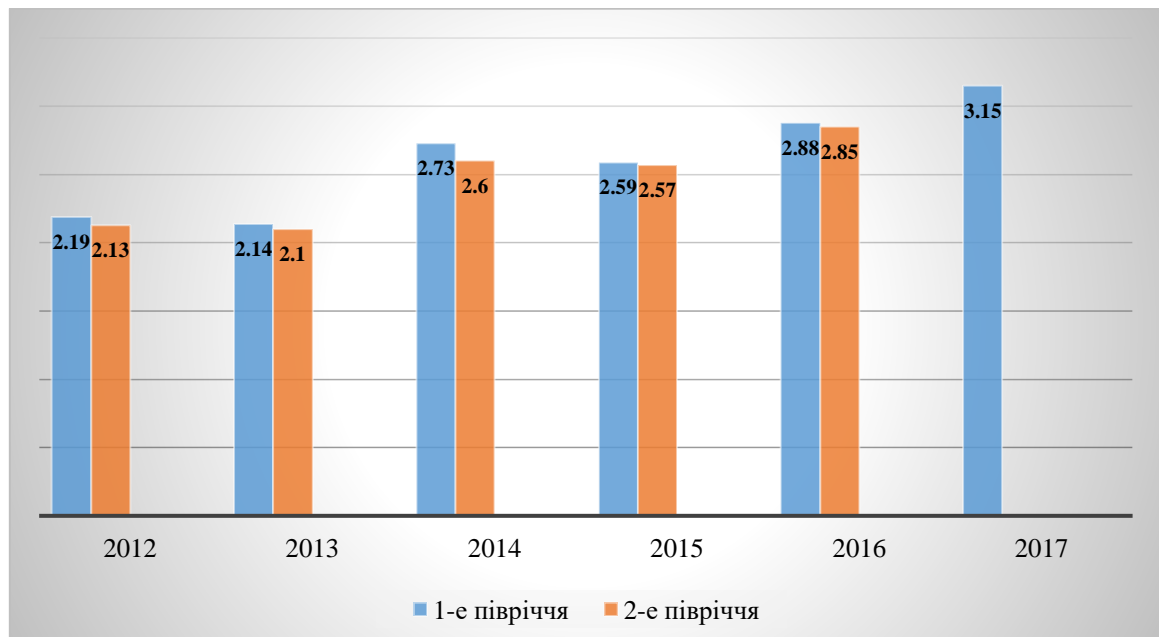


Рис. 1.1. Індекс інвестиційної привабливості України, 2012-2017 рр.

Даний показник виставлений за 5-бальною шкалою та в контексті національної економіки України останні роки показує позитивну динаміку, що говорить про поступове більш лояльне ставлення бізнесменів до процесу інвестування в Україні.

Таблиця 1.2

Співвідношення показників банкрутства та інвестиційної привабливості

Рік	Зареєстровано заяв на банкрутство	Середній індекс інвестиційної привабливості
2012	8216	2,16
2013	6404	2,12
2014	5139	2,70
2015	7015	2,58
2016	1523	2,87
2017	1463	3,15

Як буду зауважено раніше, після 2015 р. спостерігається значна зміна показника порівняно з минулими роками, а саме, у 2016 р. кількість порушених справ становила лише 21,7% від 2015 р.. Співвіднесення інформації з приводу банкрутства та інвестиційної привабливості в Україні, демонструє обернено пропорційну залежність, що відкриває причину такої тенденції, як скорочення справ по банкрутству. А саме, її можна пояснити боротьбою

фіскальних органів держави з наявністю такого поширеного явища, як відкриття фіктивних суб'єктів господарювання, що юридично функціонують період менший року.

Більш наглядно ситуацію демонструє питома вага певного статусу порушених справ за роки, що досліджуються (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Питома вага статусів порушених справ по банкрутству 2012 – 2017 рр., %

Як показують розрахунки питокої ваги на основі статистичних даних, останнім часом спостерігається зменшення відсоткового показника порушених справ з приводу банкрутства, що призвели до ліквідації суб'єкта господарювання. Але неможливо об'єктивно оцінити позитивність цієї тенденції, насамперед тому, що останнього року значним є відсоткова кількість справ без статусу, що пояснюється проблемою затягування їх розгляду. Також, суттєвим моментом є тенденція останніх трьох років повної відсутності укладання мирних угод, незважаючи на те, що попередні роки, цей показник зберігав відносно стале значення, що також можна пояснити змінами в нормативно-правовій сфері.

#### Список використаних джерел:

1. Єдиний реєстр підприємств, щодо яких порушено впровадження у справі про банкрутство // [Електронний ресурс: Офіційний сайт Міністерства юстиції України]. – Режим доступу: <https://nais.gov.ua/m/ediniy-reestr-pidpriemstv-schodo-yakih-porusheno-vprovadjennya-u-spravi-pro-bankrutstvo>
2. Українська правда // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/07/3/626672/>



## **ПЛАНУВАННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Говорова Є.І.**

**Науковий керівник: Бабич С.Н, к.е.н.**

**Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

На сьогоднішній день світова економіка, так само, як і економіка України, характеризується невизначеністю, непередбаченістю та динамічністю. Саме тому, є необхідним виявити та віднайти можливість уникати чи знижувати негативний вплив на діяльність підприємств.

До основних ключових факторів, що підвищують ефективність діяльності підприємств, можна віднести: оптимізацію бізнес-процесів; розширення ринків збуту; оптимальне ціноутворення; своєчасне впровадження інновацій; інвестиції в збереження та покращення якості продукції; виведення на ринок нових продуктів; удосконалення системи дистрибуції; вертикальна інтеграція, формування та розвиток інтегрованих об'єднань.[1] Але, жоден з зазначених процесів не може бути реалізований без чіткого та детально розписаного плану.

Тож, запорукою успішної діяльності та ефективності підприємства є функція планування. Саме вона дає змогу спланувати діяльність підприємства та працювати безперебійно, зважаючи на зовнішні та внутрішні фактори. Тому, метою даної статті є визначення важливості використання функції планування з метою підвищення ефективності діяльності підприємства.

Планування – це процес практичного втілення стратегії. Він полягає у прийнятті конкретних рішень, що дозволяють забезпечити ефективне функціонування і розвиток організації в майбутньому. [2]

Серед авторів, що за часи розвитку економіки займалися вивченням питання планування можна виділити Портера М., Мескона М. Х., Акоффа Р., Альберт М., Бланка І. А., Кульчинську О. О., Міценко Н. Г., Нелепа В. М., Тарасюка Г. М., та ін.

Процес управління ефективністю виробництва передбачає удосконалення, аналіз та розвиток планування як однієї з основних функцій процесу. Впровадження та формування системи планування дозволить підприємству визначати потенційно можливі організаційно-економічні, соціально-політичні, науково-технічні та інші фактори впливу зовнішнього середовища, а також дозволить ідентифікувати внутрішні загрози.

Планування у системі управління ефективністю є невід'ємним елементом. Визначення стратегії досягнення цілей підприємства базується на аналізі сприятливих та несприятливих факторів макро- і мікросередовища, можливостей, сильних та слабких сторін підприємства, що дозволяє здійснити аналіз стану і стратегічних можливостей підприємства, та досягти мети без істотних змін діяльності в ситуації, що склалася. Такий аналіз дозволяє зробити висновок про необхідність зміни стратегії: якщо необхідність існує, то потрібно здійснити аналіз можливих варіантів стратегії в нових умовах; якщо зміни не потрібні, то визначаються ринкові, виробничі та інші можливості. Вибір остаточного варіанта стратегії спирається на дослідження ринку і можливості підприємства. На основі обраної стратегії розробляється план її реалізації за рівнями управління, напрямками та термінами.

На сьогоднішній день можна відмітити те, що більшість підприємств під підвищенням ефективності розуміють отримання максимально можливого прибутку, однак, цілі, пріоритети та напрям розвитку підприємства залежать від економічних умов, в яких вони функціонують. Тож, будь-яка планова робота має розпочинатися з встановлення мети, орієнтирів та ключових моментів, на які і буде покладатися політика розвитку підприємства. На цьому етапі слід враховувати такі моменти: потреби споживача, взаємозв'язок між цілями; чіткий та конкретний виклад плану, його реальність та шляхи до практичного втілення; розробка декількох варіантів плану з урахуванням впливу внутрішніх та зовнішніх чинників; відстеження динаміки ринкових умов; відповідність кваліфікації працівників цілям організації та їх залученість. Також, необхідним є визначення та встановлення показників, на які має орієнтуватися підприємство, для того, щоб відстежувати та утримувати відповідний, необхідний рівень ефективності, та періодичний перегляд чи коригування показників відповідно до потреб підприємства.

Слід зазначити, що крім самої організації, ніхто не зможе забезпечити гідного зворотного зв'язку в плануванні ефективності власної діяльності та виробництва, та саме воно є відповідальним за формування планів та стратегії з урахуванням варіантів розвитку.

Таким чином, можна зазначити, що підприємство, яке прагне підвищити свою ефективність, має знайти оптимальний для своїх потреб баланс між можливостями та цілями, що заплановані, тобто, витратити свій час та ресурси оптимально та раціонально.

Тобто, підприємство, яке розробило і налагодило систему планування може більш стійко та впевнено реагувати на зміни, бо воно передбачило декілька варіантів розвитку подій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ефективність діяльності підприємства. Система показників оцінки ефективності діяльності підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [ekonomika\\_pidpriemstva](#)

2. Акофф, Р. Акофф про менеджмент [Текст] / Р. Акофф; пер. с англ. Ю. Канського; под ред Л.А. Волкової, 2002 р. – 447 ст.
3. Каткова, Н. В. Планування ефективності діяльності підприємств [Текст] / Н. В. Каткова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – Т. 1. – № 5. – С. 180-183.
4. Теоретичний аналіз сутності ефективності діяльності підприємства. Шепеленко М.П. [Електронний ресурс]. – Режим доступа:<http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream> 2013
5. Кульчинська, О. О. Роль стратегічного планування в ефективній діяльності підприємств [Текст] / О. О. Кульчинська // Вісник. Економіка. Проблеми економічного становлення. – 2012. – № 1. – С. 83-88.

УДК 005.342

## **МОДЕЛЬ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ І. АДІЗЕСА**

**Жердєва О. О.**

**Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

В сучасних ринкових умовах менеджери звертаються як до економічних, так і управлінських інструментів, які дозволяють оптимізувати менеджмент організації. Одним із таких інструментів є концепція життєвого циклу організації.

Проблемою життєвих циклів організацій займалась велика кількість науковців. Вчені розробили і представили достатньо моделей життєвих циклів організації. Найбільш відомі з них Адізес І., Грейнер Л., Ліппі Д., Данко Л., Шмідт В., Б. З. Молнар, І. А. Бланк, О. І. Пригожин, Г. В. Широкова та ін. Більшість науковців в основі своєї моделі життєвих циклів організації використовували різні організаційні характеристики та виокремлювали певні етапи розвитку.

Згідно з моделями відомих концепцій життєвого циклу організації: перш за все, що до організації слід відноситися як до живої істоти та що кожна організація має життєвий цикл, тобто сукупність стадій, через які вона проходить за період свого функціонування.

У життєвому циклі організації вчені та практики, як правило, виділяють такі стадії: народження, дитинство, юність, зрілість, старіння, відродження. З кожною з названих стадій зв'язані особливості у формуванні цілей і завдань управління персоналом усередині організації. Хоча різні автори сперечаються про кількість, тривалість і природу стадій розвитку, всі вони солідарні в тому, що кожна стадія містить її власну унікальну структуру, системи і стиль лідерства. Тобто зміни, яким піддається організація, підкоряються заздалегідь відомим шаблонам, внаслідок чого можна виділити найбільш типові проблеми для кожної стадії «життєвого циклу» розвитку організації.

На основі аналізу різних підходів до опису й трактування «життєвого циклу» організації як базова була вибрана концепція І. Адізеса. Він, на відміну від усіх інших моделей та вчених,

що розглядали цю тему, пропонує не вирішувати проблеми, а навчати організацію самій вирішувати свої проблеми – самонавчатися.

За І. Адісесом, менеджмент – це процес досягнення результатів і ефективності в короткостроковому й довгостроковому періодах.

Всі проблеми І. Адісес ділить на хвороби зростання (нормальні проблеми) й організаційні патології. Модель життєвого циклу І. Адісеса включає 10 стадій (рис.1).



Рисунок 1– Модель життєвого циклу І. Адісеса

Стадія «Зародження» – є першим етапом еволюції і розвитку організації: компанія існує виключно у вигляді ідеї, яка сформувалася в голові засновника компанії. Даний період еволюції підприємства ґрунтується на мріях і можливостях, а основним завданням керівника є створення і розвиток глибокої відданості ідеї. Чим вище ризик і невизначеність проекту, тим сильніше повинна бути віра в результат.

На стадії «Ясла» спостерігається наявність перевищення витрат над прибутком; хоча робота працівників ґрунтується на відданості справі, але система менеджменту є недостатньо ефективною, яка майже не передбачає делегування повноважень.

На стадії «Швидке зростання» (цю стадію ще називають «Go-Go») для організації характерно зростання пріоритетів розвитку бізнесу, орієнтація на збільшення продажів, разом з тим проявляються недоліки щодо послідовності та концентрації зусиль, відбувається децентралізація управління, контроль з боку керівництва стає опосередкованим.

На стадії «Юності» компанія переживає своє друге народження. Даний етап характеризується децентралізацією влади, переходом від підприємництва до професійного управління і визначенням чіткого фокусу компанії. На стадії юності найбільш яскравою проблемою стає народження внутрішніх конфліктів в компанії, які (при відсутності їх вирішення) можуть привести до передчасного старіння бізнесу або до втрати авторитету керівництва. На стадії юності культура управління компанією повинна трансформуватися з абсолютної монархії в конституційну монархію. За фактом повинна відбутися децентралізація влади, так як в компанії вже існують співробітники, здатні взяти на себе вирішення окремих питань. Але керівники бізнесу побоюються нових помилок і проблем, які може викликати децентралізація управління через відсутність правильних процесів в організації. Такий страх часто проковує створення додаткових інститутів управління.

Наступною стадією розвитку є стадія «Розквіт», на якій спостерігається творчий підхід до справи, орієнтація на результати. Етап «Стабільності» бізнесу – це перший крок до старіння

компанії. На етапі стабільності продажу вже не ростуть, але ще і не починають знижуватися, і компанія відчуває себе впевнено і спокійно. Керівництво компанії умиротворено стежить за успіхами бізнесу і повністю перестає стежити за мінливими потребами клієнтів. Компанія практично втрачає зв'язок із зовнішнім світом і перестає прислухатися до рекомендацій і тенденціям зовнішнього ринку. Часто старіючої компанією є досить велика організація, яка втрачає гнучкість і починає повільно відповідати ринковим змінам. У компанії починають переважати короткострокові цілі і завдання. Довгострокові проекти зупиняються, інвестиції в дослідження і розробку скорочуються. Для періоду «Аристократизм» характерні значні витрати коштів на формування системи контролю, додаткові виплати та облаштування. На стадії «Бюрократизація» в організації вже створено безліч систем, однак вони функціонально не орієнтовані; втрачаються контакти з навколишнім середовищем, організація концентрується лише на своїй діяльності, втрачається значення контролю.

Великою перевагою саме цієї моделі можна назвати те, що Адізес детально описує кожен етап життєвого циклу підприємства. Слід зауважити, що в цій моделі відображаються не тільки управлінські технології, але й елементи корпоративної культури та клімату підприємства. Автор пропонує скористатися категоріями гнучкості і контрольованості при розгляді життєвих циклів підприємства. Це перша модель, яка характеризує циклічний розвиток підприємства, описує ключові події та критичні ситуації в організаційному розвитку, а значить, з'являється можливість підготуватися до них відповідним чином.

Але, не дивлячись на переваги цієї моделі, в умовах української дійсності не всі етапи життєвого циклу, запропоновані теорією Адізеса, можуть бути універсально застосованими. Не дивлячись на те, що над цим питанням працювало багато вчених, усе одно можна точно сказати – універсальної моделі життєвого циклу, яка б могла бути застосована для будь-якого підприємства (для великих, середніх та малих підприємств; для підприємств із державним капіталом та приватних підприємств) в сучасних умовах господарювання в Україні взагалі ще й досі не існує.

#### **Список використаних джерел:**

1. Адізес И. К. Как преодолеть кризисы менеджмента. Диагностика и решение управленческих проблем / И. К. Адізес : пер. с англ. – СПб. : Стокгольмская шк. экон., 2006. – 285 с.
2. Адізес И. К. Стили менеджмента – эффективные и неэффективные / И. К. Адізес : пер. с англ. Т. Гутман. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. – 199 с.
3. Адізес И.К. Управление жизненным циклом корпорации / И. К. Адізес : пер. с англ. В. Кузина. – СПб. : Питер, 2008. – 384 с.
4. Кириченко В. Організаційні зміни як професійний стрес / В. Кириченко // Соціальна психологія. – 2008. – № 1. – С. 158–166.
5. Скібіцька Л. І. Організація праці менеджера / Л. І. Скібіцька : навч. посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2010. – 360 с.

## **ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Жуківець Т. І.**

**Науковий керівник: Бабич С. М., к. е. н., доцент  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

У зв'язку з трансформацією соціально-трудових відносин, зміною ціннісних орієнтирів працівників, посиленням соціальної відповідальності бізнесу управління персоналом – особливо важливий чинник підвищення конкурентоспроможності організації, досягнення успіху в реалізації її стратегії розвитку у сучасних умовах глобальної конкуренції і стрімкого науково-технічного прогресу, коли знання та навички співробітників стають головним джерелом тривалого розквіту будь-якої організації.

За сучасних умов господарювання ефективна управлінська діяльність є одним з найважливіших чинників функціонування та забезпечення стійкого розвитку і підприємств, і економіки загалом. Основна увага в процесі управління організацією має приділятися формуванню, розвитку і використанню людських ресурсів (персоналу), а управління персоналом є однією з головних підсистем загального управління організацією [2, с. 30].

Управління персоналом розуміють як систему взаємозалежних організаційно-економічних та соціальних заходів для створення умов щодо ефективного функціонування, розвитку й використання потенціалу людської сили на рівні організації. Обов'язковою умовою при цьому повинне бути органічне поєднання управління персоналом із концепцією розвитку організації [5, с.86].

Основна мета управління персоналом полягає у створенні більш ефективної координації між усіма членами компанії для покращення співпраці між різними ланками працюючих, генерування інноваційних ідей, окреслення цілей та завдання компанії [4].

Принципова відмінність персоналу від інших ресурсів організації полягає в тому, що працівник наділений свідомістю та є неповторною особистістю. До того ж трудова діяльність відбувається в умовах складної взаємодії індивідуальних, групових і колективних інтересів та цілей. Позитивними характеристиками персоналу як ресурсу праці є здатність до постійного самовдосконалення і розвитку, унікальність кожної людини, що створює неповторну організаційну культуру, можливість тривалих партнерських відносин організації і працівника на основі спільних інтересів.

Політика управління персоналом у кожній конкретній організації має свої особливості і залежить від багатьох чинників, серед яких: етап розвитку бізнесу, особливості корпоративної культури, місія організації та її цілі, стратегія, середовище ведення бізнесу. Залежно від цього вибудовуються різні моделі управління персоналом, які поєднують методи та засоби, що застосовуються задля розвитку та ефективного використання потенціалу працівників.

У світовій практиці є напрацьовані загальні підходи до вирішення проблем управління персоналом. Незважаючи на суттєві відмінності в управлінській та корпоративній культурі, підходах щодо розв'язання конкретних управлінських завдань, найуспішніші організації дотримуються схожих засадничих поглядів: практично кожна проблема організації — це передусім проблема управління персоналом; персонал організації — найцінніший та найпродуктивніший ресурс, від якого значною мірою залежить формування конкурентних

переваг; працівник і роботодавець є партнерами, які мають свої інтереси та цілі; розуміння і зближення інтересів і цілей працівників та роботодавця — шлях до підвищення ефективності діяльності організації; основою продуктивної праці персоналу є високий рівень вмотивованості, що потребує цілеспрямованого впливу на поведінку працівників, спонукання їх до конкретних дій для досягнення особистих та організаційних цілей [2, с.32].

Визначення ефективності управління персоналом здійснюється за показниками, які характеризують як ефективність трудової діяльності працівників, так і ефективність виконання окремих кадрових функцій та процесів. Показники ефективності трудової діяльності працівників об'єднані у три методичні підходи, згідно з якими ефективність управління персоналом проявляється, по-перше, через кінцеві результати діяльності працівників; по-друге, через результативність, якість та складність праці; і, по-третє, через показники соціальної ефективності. Вибір конкретного методичного підходу оцінювання ефективності трудової діяльності залежить від низки чинників: сфери економіки, розміру підприємства, кількості структурних підрозділів, загальної чисельності працівників, масштабу управління, рівня інформатизації й комп'ютеризації, рівня корпоративної культури, періоду часу, стану планування, моделі мотивації праці, системи і форми оплати праці, системи бухгалтерського обліку тощо. Ефективність управління персоналом у розрізі окремих процесів управління персоналом характеризується показниками ефективності підбору, адаптації, розміщення, навчання, оцінювання персоналу, розвитку його кар'єри, кадрового адміністрування та управлінської діяльності [1, с.35].

Унікальність персоналу у забезпеченні конкурентних переваг підприємства визначається тим, що на його основі формується людський та інтелектуальний капітал, які є основою продукування і руху знань. Саме працівник є власником і носієм знань, кваліфікації, досвіду, інформації, які він може накопичувати, використовувати, розвивати й передавати упродовж усього періоду свого життя й трудової діяльності. А в епоху постіндустріального суспільства знання та інформація - одні із основних ресурсів, що забезпечують інноваційний розвиток економіки.

Однак роль персоналу у забезпеченні конкурентоспроможності не можна абсолютизувати, оскільки ресурсне, технічне й технологічне забезпечення підприємств, їхні функціональні можливості, ринкові позиції, розміщення та інші чинники теж надзвичайно важливі, але більшість із-поміж них є похідними від впливу персоналу підприємства, зокрема управлінських та організаційних рішень його керівного складу та результатів роботи усього колективу.

Визнання науковцями та практиками пріоритетності переваг персоналу конкретного підприємства у конкурентній боротьбі зумовлене тим, що сучасні технічні засоби, технології та матеріальні ресурси рівною мірою доступні на ринку всім конкуруючим суб'єктам, а тому не можуть бути джерелом забезпечення конкурентних переваг. Натомість формування своєрідного набору компетенцій персоналу (підбір працівників відповідно до карти компетенцій), їхній постійний розвиток, а також специфіка організації та мотивації праці можуть стати недосяжними для конкурентів. Причому специфічні для підприємства колективні знання та організаційна культура, які формують так званий некодифікований капітал, часто не можуть бути скопійовані чи перенесені в умови іншого підприємства. Відповідно, здатність підприємства навчати і розвивати своїх працівників швидше за конкурентів є джерелом його економічних, соціальних і стратегічних переваг не лише у галузевому чи територіальному, а й загальнонаціональному та міжнародному масштабах. Саме персонал підприємства відіграє

ключову роль у досягненні певного рівня конкурентоспроможності праці, тобто прямо впливає на формування кінцевих параметрів продукції (обсяг, ціна, якість), які визначають її конкурентні позиції на ринку. Високий рівень конкурентоспроможності персоналу дає змогу підвищити рентабельність виробництва, збільшити вартість активів підприємства, поліпшити ефективність використання ресурсів, а найважливіше – забезпечити довгострокову, унікальну та самозростаючу, конкурентну перевагу підприємства завдяки використанню унікального джерела конкурентоспроможності. Тому всебічний розвиток персоналу повинен стати стратегічним завданням кадрової політики підприємств і держави [3, 88-89].

#### **Список використаних джерел:**

1. Герасименко О. Ефективність управління персоналом на малому підприємстві: індикатори стану та пріоритетні напрями підвищення / О. Герасименко, Г. Герасименко. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 7(172).- 2015. – С. 29–37.
2. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. — К.: КНЕУ, 2011. — 397.
3. Мартинюк Н. Розвиток персоналу як чинник підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Н. Мартинюк, Д. Черевко. // Аграрна економіка. – №3-4. - 2015. – С. 73–83.
4. Самойленко Г. І. Методика проведення аналізу впливу ефективності використання трудових ресурсів на фінансові результати діяльності підприємств / Г. І. Самойленко // Вісник університету банківської справи Національного банку України. - №1 (10). - 2011. - С. 330-336.
5. Управління персоналом у системі менеджменту організацій. // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. –№1. - 2015. – С. 86–90.

УДК 339: 338

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ: ФОРСАЙТ «РОЗУМНИХ МІСТ»**

**Зарва Н. М.**

**Науковий керівник: Тернова І. А., к. е. н.**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Вперше термін «foresight» вжив відомий письменник-фантаст Герберт Уеллс в 1930 році. Виступаючи на BBC, він запропонував ввести спеціальність - «професор передбачення», який подібно історичу буде вивчати та знаходити застосування майбутнім технологічним відкриттям.

Форсайт являє собою систему методів експертної оцінки стратегічних напрямків соціально-економічного та інноваційного розвитку, виявлення технологічного прогресу, здатного вплинути на економіку і суспільство в середньо- і довгостроковій перспективі.

Більшість Форсайт-проектів базуються на перспективі розвитку науки та технологій, котрі в свою чергу мають за мету підвищити конкурентоспроможності країни, галузі або регіону [1].



В Європейському Союзі місто вважається драйвером 3-х складових: розумного розвитку (розвиток економіки, заснованої на знаннях та інноваціях), сталого розвитку (сприяння більш ефективному використанню ресурсів, екологічно чистій і конкурентоспроможній економіці) та інклюзивного розвитку (сприяння високому рівню зайнятості, що забезпечує економічну, соціальну та територіальну згуртованість).

У країнах ЄС наявне загальне бачення міста майбутнього, яке є:

- місцем передового соціального прогресу з високим ступенем соціальної згуртованості, соціальної збалансованості;
- платформою для демократії, культурного діалогу і розмаїття;
- місцем зеленого, екологічного та відновленого навколишнього середовища;
- місцем тяжіння і двигуном економічного зростання.

Європейське місто майбутнього об'єднує три ключові концепції:

- «розумного міста» (smart city) - низьковуглецеві і безвідходні міста з розумними інформаційними потоками;
- «зеленого міста» (green city) - екологічно чисті, кліматично пружні й компактні міста;
- «інклюзивного міста» (inclusive city) - підтримка фізичної та економічної регенерації населення міста для подолання бідності й побудови справедливого суспільства [2].

На сьогоднішній день головною є концепція «розумного міста», інші ж вважаються складовими елементами першої.

На прикладі Харкова, як міста майбутнього, можна розглянути декілька можливих стратегічних шляхів розвитку. В першу чергу, на нашу думку, необхідно звернути увагу на соціальну впевненість і здоров'я населення міста. Наступним етапом може стати створення розумної економіки міста та забезпеченість населення робочими місцями. Далі для будь-якого міста майбутнього, доцільно звернути увагу на екологічну врівноваженість та енергетичну ефективність. Зелене та екологічно чисте місто завжди буде заохочувати туристів та інвесторів. Місто майбутнього безсумнівно має бути інвестиційно привабливим. Для цього важливо зміцнити позитивний інвестиційний імідж міста. Базовим та важливим етапом розвитку та створення міста майбутнього є покращення ефективності управління містом та створення громадянського суспільства.

Крім цього, існує ще декілька ключових ознак міста майбутнього, а саме: інтелектуальні системи управління дорожнім рухом; розумний підхід до вуличного освітлення; залучення жителів міста до управління; впровадження міської мережі Wi-Fi; розумний громадський транспорт; безготівкові платежі [3].

Яскравим прикладом справжнього розумного міста майбутнього є столиця Данії Копенгаген. Доказом цього є те, що протягом останніх років влада Копенгагена наполегливо стимулює бізнес до впровадження «розумних» міських програм: грамотної організації дорожнього руху, інтелектуального управління будинками, «розумного» освітлення.

Первинна мета - до 2025 року зробити столицю Данії вуглецево-нейтральним містом. Тому проект, включає кілька «зелених» програм: «Подумай про енергію» - щоб розповісти, за яку кількість вуглецю в атмосфері відповідальний кожна конкретна людина, і «Подумай про подорож» - щоб зрозуміти, як використовувати особистий транспорт раціонально, не завдаючи шкоди природі.

Безперечно, прикладом для наслідування також є Сінгапур. Перше у світі розумне місто звучить амбіційно. Саме завдяки програмі «Розумна країна» Сінгапур перетворився в «живу

лабораторію», і перший крок на шляху до оновлення міста, полягає в установці мережі «розумних» датчиків на всій території Сінгапуру.

У минулому році в районі Юхуа було встановлено тисячі датчиків, що дозволило органам влади виміряти енергію, виробництво відходів та використання води в режимі реального часу.

Протягом останніх двох років в місті тестували систему спостереження за людьми похилого віку. У квартирах встановлювали спеціальні датчики, котрі відстежували переміщення людей похилого віку.

Платформа, відома під назвою «Віртуальний Сінгапур», в даний час працює. Майже як 3D-Карти Google це точна репліка міста, з докладними деталями, такими як макет кожної будівлі [5].

Тепер перейдемо до одного з потенціальних представників рейтингу «найрозумніших» міст світу – Харкова. Наразі в місті створено та активно розвивається проект SMART CITY. Одночасно з формуванням Стратегії та Іміджу розумного міста, Харків розробляє цікаві інноваційні рішення, особливе місце відведено енергозберігаючій та соціальній сфері.

Саме в Харкові вперше в Україні було впроваджено систему Єдиного електронного квитка, головне завдання якої зробити пересування за допомогою громадського транспорту більш зручним та швидким.

Також не залишився непоміченим туристичний сектор. У ньому SMART CITY планує реалізувати проект QR-кодів «7 чудес Харкова». Перший QR-код вже відкритий на одному з головних символів Харкова – Дзеркальному струмені [4].

Тож можна зробити висновок, smart city вже не утопія, у нас є всі можливості для створення міста майбутнього яке буде бажаним для інвестування, комфортним для проживання, екологічно чистим та інноваційно-технологічним. І при цьому важливо пам'ятати, що минуле вже нам не підвладне, але майбутнє залежить від нас.

#### **Список використаних джерел:**

1. Соколов А. В. Форсайт: взгляд в будущее / А. В. Соколов // Форсайт . – 2007. – №1. – С. 8 - 15.
2. Стратегія розвитку міста Харкова до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.city.kharkov.ua/assets/files/docs/zakon/strategy2411.pdf>
3. 10 ознак «розумного міста» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://thefuture.news/smart-city/>
4. Харьков – Smart City. Управління інноваційного розвитку та іміджевих проектів Департаменту у справах сім'ї, молоді та спорту Харківської міської ради [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://invest.kh.ua/ua/>
5. Singapore - the world's first smart city? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.gemalto.com/review/Pages/Singapore---the-world%27s-first-smart-city.aspx>

## **СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

**Ковальова М.І.**

**Науковий керівник: Крикун О.О., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Україна стала членом Світової організації торгівлі, саме це відкриття нових кордонів для надходження зарубіжного товару на вітчизняний ринок. Дана ситуація може призвести до непередбачуваних наслідків та зникненню вітчизняних виробників, тому що більшість сучасної продукції не відповідає необхідному рівню якості та не може конкурувати з імпортною продукцією. У зв'язку з цим гостро постає питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробника за рахунок підвищення якості та отримання відповідних сертифікатів, що надало б можливість не тільки відстояти позиції на внутрішньому ринку, але й також зайняти провідні місця на зовнішньому ринку [1].

Якість – це поняття котре дає характеристику наскільки є ефективна діяльність, така як маркетинг, розробка та впровадження стратегій та організація виробництва.

В сучасну епоху з'явилося безліч трактувань поняття якості. В міжнародній організації термін якість (стандарт ISO-8402-94) має наступне значення – це сукупність характеристик та властивостей послуги чи продукції, котрі дають їм можливість задовольнити потреби споживача[3].

Кожне підприємство намагається досягати поставлених цілей та планок у сфері якості, завдяки чому і формується певний механізм управління, який охоплює всі стадії виробничих процесів, та має на меті мінімізувати витрати та налагодити взаємозв'язок між функціями. Даний механізм управління і є системою по управлінню якістю.

В дану епоху розвитку економіки відмінності у виробничих системах та процесах на підприємствах мають вплив на впровадження механізму управління якістю на підприємствах.

Наприклад, підприємства котрі працюють у сфері експорту продукції, мають у своїй структурі капіталу долю іноземних вкладів та мають необхідність конкурувати із зарубіжними підприємствами, які в свою чергу активно впроваджують механізми управління якістю в своїх виробничих процесах та мають більший капітал, а також інформаційні та людські ресурси для переходу на міжнародні стандарти ISO серії 9000 [2].

Але паралельно з цим з'являється нова проблема того що більшість підприємств на даному етапі не мають можливості впроваджувати нові механізми управління якістю у своїх виробничих процесах. На даних підприємствах управління якістю зводиться до контролю продукції чи послуги яку надають і не мають системного і кваліфікованого підходу до даного процесу. Перш за все дана проблема постає через недостатність фінансових коштів. Адже більша частина підприємств не має коштів навіть на оновлення матеріально технічної бази, не говорячи вже про кошти на впровадження механізму управління якістю продукції.

Крім проблеми не достатку коштів є ще ряд питань котрі виступають бар'єром в провадженні механізму контролю якістю на підприємстві.

Першим бар'єром виступає застаріле сприйняття поняття якості продукції керівництвом. Керівники ще з часів 90 – х років сформували в своїй уяві типове тлумачення якості. Проте в ринковій економіці з 90-х років, питання відповідності продукції встановленим стандартам

перестало, бути визначальним. Раніше продукція котра не відповідала певному переліку критерій була виключена ринковою системою, але часи змінювалися і потреби споживачів також і саме тому потрібно було створювати продукції котра б давала гарантії на те що продукт який споживач купує буде мати задані характеристики, постачатися та оплачуватися у визначені строки. Саме з того моменту і почало формуватися нове поняття якості, яке працює і до тепер в міжнародних стандартах. Саме тому потрібно керівництву переосмислити поняття якості виготовляємої продукції, а якщо ні то продукція котра виготовляється буде вважатися керівником якісною, але не буде користуватися попитом споживачів [2].

Наступної перешкода – це відсутність достатньої методологічної та теоретичної бази для впровадження механізму управління якістю. На жаль на даний час в Україні недостатня кількість наукового матеріалу для впровадження якісної системи управління якістю, за часту використовується застарілі данні теоретично-методологічної бази 90-х років, котра суттєво відрізняється від сучасного підґрунтя системи управління якістю у світі. Саме тому вирішення цього питання є досить важливим, що дасть можливість підприємствам України виправити помилки зроблені при впровадженні системи управління якістю.

Також не менш важливим питання є відсутність практичного досвіду впровадження механізму управління якістю на підприємстві. Україна тільки починає працювати над гідною на конкурентоспроможною продукцією котра відповідає всім міжнародним стандартам, в той час як зарубіжні партнери вже активно використовують міжнародні стандарти та на власних помилках удосконалюють та покращують свою теоретично- методологічну базу та якість своєї продукції. Але навіть при дотриманні всіх критерій все одно не можливо без допуску помилок, і тут постає головна мета досягти мінімізації помилок при впровадженні механізму управління якістю.

Недостатня кількість висококваліфікованих спеціалістів є наступною проблемою. Підприємству необхідно мати кваліфікований персонал в сферу вирішення фінансових питань та питань по якості продукції, котрі б займалися впровадженням механізму управління якістю. Україна має невелику кількість спеціалістів котрі мають уміння та знання у системах управління та механізму їх впровадження в сферах будівельних та торгівельних, не говорячи про процеси які мають специфічне управління. Для вирішення даного питання необхідно підключити державні органи та профільні міністерства України.

І останньою важливою проблемою є прагнення виробників отримати сертифікати, але не як зробити ефективним управління якістю на підприємстві. Саме це і слугує неефективному впровадженні даного механізму. Причиною даної проблеми виступає погоня за іміджем на ринку збуту та за високим рівнем конкурентоспроможності, що дає значну перевагу над конкурентами і отримує сертифікат, а після цього продовжує впроваджувати все ту ж політику відносно якості продукції що була і раніше, але вже зі знаком сертифікованого продукту. Тобто поліпшує рівень своєї продукції, залишаючись при застарілому механізмі впровадження якістю [3].

Як показує багатовіковий зарубіжний досвід – для того щоб здобути успіх на ринку та виготовляти конкурентоспроможну продукцію необхідно постійно вдосконалювати механізм управління якістю. Велика кількість зарубіжних підприємств для удосконалення систем управління якістю використовують міжнародні стандарти ISO серії 9000 та похідні від них QS 9000, ISO 14000 тощо. Але більш високі позиції займають ті хто дотримується концепції загального управління якістю (TQM) в кому враховуються потреби усіх зацікавлених сторін від споживачів до суспільства в цілому [4].

**Висновки.** Таким чином, підсумовуючи наведений вище матеріал, можна зробити висновок, що для підвищення конкурентоздатності підприємств в умовах вступу у СОТ, необхідно зосередитись на системі управління якістю на підприємстві, а також на методології її впровадження згідно міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Крім того, необхідно скористатися одним фактором, який підтверджує користь впровадження системи управління якістю в виробництво, це те, що дана система зможе активізувати внутрішні та зовнішні інвестиції, які охоче будуть вкладатися в сертифіковані виробництва.

#### **Список використаних джерел**

1. Наказ Президента України Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції: від 23 лютого 2001 р. №113 / 2001 // rada.kiev.ua/
2. Харченко Т.Б. Методика впровадження систем управління якістю на підприємстві // Актуальні проблеми економіки. - 2005. - №12 (54). - С. 152-156.
3. Шаповал М.І. Менеджмент якості: Підручник. - К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. - 475 с.
4. Юзьків Я., Тетера В. Роль стандартизації у підвищенні якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, процесів і послуг // Стандартизація, сертифікація, якість. - 2006. - №5. - С. 16 - 20.

УДК 331

## **ВПЛИВ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА СТАН НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ**

**Козюра Ю. О.**

**Науковий керівник: Третяк В. П. д.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Державне регулювання економіки становить своєю головною ціллю дотримувати інтереси держави, суспільства в цілому, соціально незахищених верств населення, не забуваючи при цьому про права та свободи особистості.

Складовими елементами ринку праці є: працездатне населення, зайняте населення, безробітні.

Відповідно Закону України «Про зайнятість населення»[1] :

Ринок праці – це система правових, соціально-трудова, економічних та організаційних відносин, що виникають між особами, які шукають роботу, працівниками, професійними спілками, роботодавцями та їх організаціями, органами державної влади у сфері задоволення потреби працівників у зайнятості, а роботодавців – у найманні працівників відповідно до законодавства.

Зайнятість – це не заборонена законодавством діяльність осіб, пов'язана із задоволенням їх особистих та суспільних потреб з метою одержання доходу (заробітної плати) у грошовій або іншій формі, а також діяльність членів однієї сім'ї, які здійснюють господарську діяльність

або працюють у суб'єктів господарювання, заснованих на їх власності, у тому числі безоплатно.

Безробіття – це соціально-економічне явище, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати (винагороди) як джерела існування;

Державне регулювання зайнятості – це формування і реалізація державної політики у сфері зайнятості населення з метою створення умов для забезпечення повної та продуктивної вільно обраної зайнятості і соціального захисту в разі настання безробіття.

Державне регулювання ринку праці направлене на досягнення раціонального в конкретних соціально-економічних умовах рівня зайнятості, найбільшої відповідності професійній структурі займаних робочих місць, пом'якшення наслідків безробіття.

В економічній енциклопедії С. В. Мочерного [2] під «інститутом» розуміється «форма суспільного устрою; сукупність норм права в будь-якій сфері суспільних відносин». Сучасний інституційний механізм регулювання ринку робочої сили в Україні представлений системою державних органів законодавчої, виконавчої і судової влади всіх рівнів, а також системою соціального партнерства. Головною ланкою в ланцюзі центральних органів виконавчої влади щодо забезпечення реалізації державної політики у сфері соціально-трудова відносин є Міністерство соціальної політики України, яке взаємодіє з іншими центральними і місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, відповідними органами інших держав, об'єднаннями громадян, релігійними об'єднаннями, благодійними організаціями й окремими громадянами.

Міністерство соціальної політики України (Мінсоцполітики) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України і який забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері праці та соціальної політики, зайнятості населення та трудової міграції, трудових відносин, загальнообов'язкового державного соціального та пенсійного страхування, соціального діалогу, соціального захисту [3].

У підпорядкуванні у Міністерства соціальної політики України перебувають такі організації, як: Державна служба зайнятості України, Державна служба України з питань праці, Науково-дослідний інститут праці і зайнятості населення Міністерства соціальної політики України і НАН України.

У вітчизняній економічній науці значний внесок у дослідження питання реформування ринку робочої сили внесли: М. Махсма [4], С. Калініна [5], М. Кім [6], І. Кучумова [7] та інші вчені-економісти.

Незважаючи на постійне розширення кола досліджень, багато аспектів теорії трудових відносин вивчені не повністю. В даний час залишаються актуальними питання формування конкурентоспроможної робочої сили, збереження і нарощування трудового потенціалу України.

Вагомим внеском у досягнення раціонального в конкретних соціально-економічних умовах рівня зайнятості є розвиток середнього та малого бізнесу. Так як в цьому секторі економіки зосереджена основна частина робочих місць. В Україні кількість зайнятих працівників на підприємствах за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі в 2016 році мала наступний вигляд: великі підприємства - 27,4 % працівників; середні підприємства – 45,2% працівників; малі – 27,4% працівників[8].

Переваги зайнятості населення України на малих і середніх підприємствах - це реалізація трудового, інтелектуального, підприємницького, творчого потенціалу населення; забезпечення стабільної продуктивної зайнятості; скорочення рівня безробіття, створення значного числа нових робочих місць; розвиток у громадян ділових та підприємницьких навичок, а також підвищення ступеня їх адаптації до ринкових відносин; формування середнього класу як основи політики соціального партнерства.

В умовах підвищення ефективності функціонування механізму регулювання ринку праці в Україні, необхідно враховувати, з одного боку, загальні закономірності організації, притаманні ринковій економіці, а з іншого - соціально-економічні та політичні особливості розвитку нашої держави.

Державна політика у області зайнятості в Україні покликана охоплювати регулювання заробітної платні, стимулювання створення нових робочих місць і розвитку підприємництва, надання допомоги безробітним в організації власної справи, створення мережі підприємств захищеної зайнятості для інвалідів, організацію перепідготовки працівників, організацію суспільних робіт, виплату допомоги по безробіттю.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про зайнятість населення» [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon.kadrovik01.com.ua/regulations/8186/10462/460803/>
2. Економічна енциклопедія : у 3 т. Т. 1 / відп. ред. С. В. Мочерний [та ін.] – К. : Акалемія, 2000. – 864 с.
3. Міністерство соціальної політики України. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.msp.gov.ua/content/vidomstva.html>
4. Махсма М. Світові тенденції трансформації зайнятості населення в умовах глобалізації економіки / М. Махсма // Україна: аспекти праці. – 2007. – № 4. – С. 10–15.
5. Калініна С. П. Ринок праці та зайнятість: теоретико-методологічний аспект : монографія / С. П. Калініна. – Донецьк : Дон ГУ, 2005. – 227 с.
6. Ким М. Н. Институциональные аспекты инфраструктуры рынка труда в трансформационной экономике / М. Н. Ким // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2004. – № 634 : Сер. економічна. – С. 33–36.
7. Кучумова І. Ю. Державне регулювання ринку праці в умовах трансформації економіки : монографія / І. Ю. Кучумова. – Х. : НТМТ, 2009. – 204 с.
8. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

## **УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Коломієць Т. П., Сухомлін М. Є.**

**Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Управління якістю є однією з ключових функцій обслуговування населення підприємствами сфери послуг. В першу чергу, підвищення якості надання послуг підприємствами громадського харчування є засобом досягнення і підтримки конкурентоспроможності. В Україні увага до управління якістю в ресторанній справі зростає в зв'язку з розвитком ресторанних мереж. Управління якістю послуг, засноване на плануванні і задоволенні споживачів, – один з головних критеріїв економічного процвітання підприємства громадського харчування [6].

Якість – це авторитет фірми, збільшення прибутку, зростання процвітання, тому робота з управлінням якістю фірми є найважливішим видом діяльності для всього персоналу, від керівника до конкретного виконавця. Якість виробленої продукції (товарів або послуг) – найважливіший показник діяльності підприємства. Підвищення якості продукції значною мірою визначає виживання підприємства в умовах ринку, темпи науково-технічного прогресу, зростання ефективності виробництва, економію всіх видів ресурсів, що використовуються на підприємстві. Зростання якості виробленої продукції – характерна тенденція роботи провідних фірм світу. Підприємства сфери соціально-культурного сервісу і туризму так само не є винятком. Далеко не секрет, що за останнє десятиліття істотно збільшилася кількість сервісних організацій, зросла зайнятість в цій сфері, розширився спектр пропонованих послуг, загострилася конкуренція. Перед вітчизняними підприємствами соціально-культурного сервісу і туризму постають питання: «Як адаптуватися до умов, що змінюються?» «Як зайняти стійку позицію і встояти у конкурентній боротьбі?» Саме тому дедалі помітнішу роль відіграє управління якістю продукції і послуг. Пояснюється це, тим, що якість, поряд з ціною, гарантіями, термінами обслуговування і сервісом є найбільш вагомим аргументом конкурентоспроможності послуг [1].

Якість замовленого гостем страви або напою матеріально і відноситься до виробничої складовою якості ресторанної послуги. Це виробниче якість порівняно легко піддається контролю і оцінці, так як воно матеріально. Одночасно існує також сервісне якість, що представляє собою якість послуг, що надаються працівниками торгового залу в процесі обслуговування клієнта. Ця складова якості є нематеріальною, тому об'єктивність його оцінки та контролю являє собою важливу проблему. Ймовірно, що погано надану послугу не можна повернути продавцеві як неякісний товар, вона існує тільки в конкретний період часу. Підприємство ресторанного бізнесу має подбати про створення стандартів обслуговування, які повинні містити встановлені рестораном вимоги, що пред'являються до наданих їм послуг для того, щоб рівень сервісу відповідав очікуванням гостей. Необхідно створити такі умови, щоб всі встановлені на підприємстві стандарти якості були в максимальному ступені дотримані. Забезпечення високого рівня сервісу неможливо без суворого дотримання наступних стандартів [5]:

– технології обслуговування;



- стандартів зовнішнього вигляду обслуговуючого персоналу, що містять обов'язкові вимоги до обслуговуючого персоналу щодо дотримання зовнішнього вигляду;
- стандартів поведінки обслуговуючого персоналу.

На відміну від виробничої складової ресторанної послуги – страви (матеріального продукту), її сервісної складової притаманні специфічні риси, враховуючи які можна значно підвищити ефективність надання сервісних послуг. До них відносяться невідчутність, невіддільність від джерела і об'єкта послуги і мінливість якості. Таким чином, якість ресторанного бізнесу може розглядатися як єдність двох складових частин: виробничого і сервісного (рис. 1).

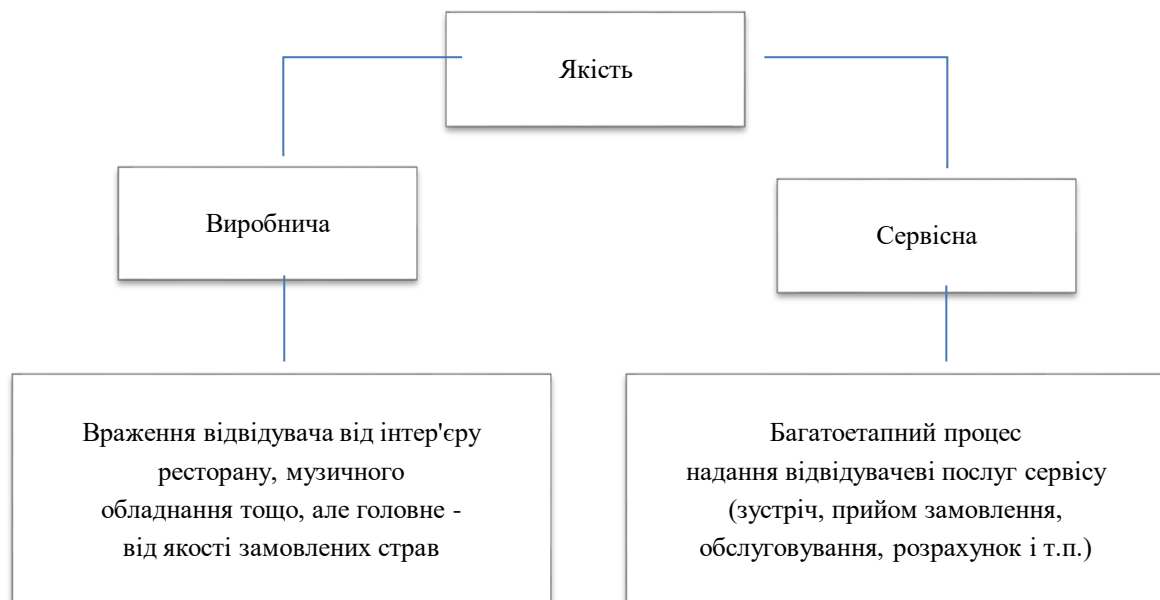


Рисунок 1 – Складові загальної якості ресторанного продукту

*Джерело: розроблено авторами*

Розглядаючи виробничу і сервісну складові оцінки якості надання послуги в ресторані, можна констатувати, що сервісна складова має, як це, на перший погляд, не парадоксально, перевагу над виробничою. Потрібно враховувати, що людський фактор, що забезпечує сервісну складову послуги, виходить на перше місце. Безпосередній контакт обслуговуючого персоналу з клієнтом, названим в літературі «моментом істини», здатний як згладити шорсткості, якщо такі присутні у виробничій складовій якості (наприклад, офіціант може замінити блюдо відвідувачеві, зробити комплімент від шефа і т.п.), і тим самим поліпшити кінцеве враження клієнта про надану послугу. У той же час, якщо виробнича складова процесу надання послуги піддається елементам стандартизації, з сервісною все йде значно складніше, так як відомо, що вона носить суто індивідуальний характер і прив'язана до суб'єкта, який цю послугу надає, тому тут і виникає складна проблема, пов'язана з підбором персоналу таким чином, щоб це могло б забезпечувати уніфікацію якості надаваних їм послуг. З цією метою на підприємстві повинні розроблятися чіткі правила професійного підбору персоналу та його підготовки [1].

Менеджмент ресторану, здійснюючи підбір професійного штату з урахуванням психотипу і маючи чітку програму мотивації і подальшого підвищення професійних навичок персоналу, багато в чому полегшує собі питання управління підприємством. Процес управління виробничою та сервісною складовими якості для менеджера доповнюється завданням "управління клієнтами", яким підприємство надає послуги, забезпечуючи програми лояльності.

Цей процес відбувається як шляхом надання клієнту якісних послуг, так і шляхом реалізації спеціальних програм лояльності для постійних клієнтів [4].

Стабільна і висока якість приваблює постійних клієнтів, створює і формує позитивну думку, дозволяє робити ціни вище, ніж у конкурентів, а також допомагає утримати хороших службовців, які високо цінують правильно організовану роботу і якісні послуги. Крім того, висока якість допомагає скоротити витрати, пов'язані з втратою клієнтів через неякісних послуг в майбутньому.

Програма якісного обслуговування включає [2]:

1. Забезпечення лідерства, тобто співробітники повинні представляти завдання та цілі майбутнього розвитку підприємства. Керівництво ресторану має доводити цю інформацію до службовців.

2. Введення маркетингового підходу в усі підрозділах ресторану.

3. Розуміння потреб клієнтів.

4. Розуміння суті бізнесу, для чого в компанії повинна бути організована злагоджена робота всієї команди співробітників, які усвідомлюють, що їх робота впливає на результати роботи всіх членів колективу і підприємства в цілому.

5. Застосування в роботі прогресивних методів організації праці.

6. Забезпечення працівникам певної свободи дій, щоб задовольнити всі побажання гостей.

7. Використання відповідних технологій для розвитку бази даних клієнтів і методів зв'язків з ними.

8. Забезпечення належного управління кадрами шляхом найму на роботу гостинних співробітників.

Щоб зрозуміти, що заважає ефективній роботі ресторану і виявити його слабкі і сильні сторони, керівництво повинно провести аналіз показників, що характеризують ефективність його діяльності. Повинен проводитися також аналіз завантаження за попередній рік по місяцях, аналіз середньої ціни за страву за попередній рік по місяцях, річний і щомісячний дохід з одного місця [1].

Також проводиться кількісний та якісний аналіз діяльності ресторану, який має на меті виявити, що пропонує ресторан і яке його місце на ринку. Маючи таку інформацію, ресторану легше визначити свої ринкові сегменти і поставити реальні цілі.

Головне завдання, що стоїть перед керівництвом ресторану, – це завоювання 20 % лояльних гостей, які будуть забезпечувати 80 % прибутку. Не всі клієнти роблять основний прибуток підприємства, є такі, яким дійсно подобається ресторан, і таких гостей потрібно заохочувати, дякувати і цінувати. Існує велика кількість способів заохочення гостей, а так як справа стосується людей, то потрібен індивідуальний підхід до кожного гостя.

Підводячи підсумок, можна сказати, що, незважаючи на всі труднощі, зростання ресторанної та готельної індустрії в Україні поступово набирає дедалі більших темпів. Якість послуг ресторанів та готелів буде підвищуватися в міру розвитку цієї індустрії в країні в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку / А. О. Аветисова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – № 28. – С. 117–123.

2. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: посібник / О. Ю. Давидова, І. М. Писаревський, Р. С. Ладиженська. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 414 с.

3. Державна служба статистики в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

4. Заремба П. Основи менеджменту : навч. посіб./ П. Заремба. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2014. – 165 с.

5. Науменко М. О. Шляхи забезпечення якісного обслуговування споживачів на підприємствах ресторанного господарства / М. О. Науменко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 36. – С. 179–181.

6. Яшина О. В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні / О. В. Яшина // Вісник Львівської комерційної академії. – 2013. – № 38. – С. 137–141.

УДК 005.5:005.21+657.633]:303.446

## **ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК І ВІДМІННІСТЬ У ВИЗНАЧЕННЯХ «КОНТРОЛІНГ» ТА «ВНУТРІШНІЙ АУДИТ»**

**Коротка Д.В.**

**Науковий керівник: Крикун О.О., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

У світовій практиці основною передумовою виникнення і розвитку контролінгу та аудиту є взаємна зацікавленість організацій в забезпеченні реальності та достовірності обліку і звітності, попередження недоліків, зловживань, приховування витрат і доходів, неправильного розподілу прибутків, навмисного їх присвоєння.

Спочатку порівнюємо поняття «контролінг» і «аудит» (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння понять «контролінг» та «аудит»

Поняття «контролінг»		Поняття «аудит»	
Автор	Визначення	Автор	Визначення
Манн Р., Майэр Е. [7]	Система управління процесом досягнення кінцевих цілей і результатів діяльності фірми	Адамс Р. [2]	«Без аудита нет надежности счетов. Без надежности счетов нет контроля. А без контроля, что караулит власть?»
Майэр Е. [6]	Сукупність методів оперативного і стратегічного управління: обліку, планування, аналізу та контролю, що об'єднуються на якісно новому етапі розвитку ринкових відносин	Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993 [1]	Аудит - перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України

Анискін Ю. П., Павлова А. М. [3]	Концепція спрямована на ліквідацію «вузьких місць» і орієнтована на майбутнє у відповідності з поставленими цілями і завданнями для отримання певних результатів	American Accounting Association - AAA-Commitee on Basic Auditing Concepts [4]	Аудит - це системний процес отримання й оцінки об'єктивних даних про економічні дії та події, що встановлює рівень їх відповідальності визначеному критерію і представляє результати зацікавленим користувачам
----------------------------------	--	---	--

Розглянемо поняття «внутрішній аудит». Міжнародний Інститут Внутрішніх Аудиторів дає наступне визначення внутрішнього аудиту: «Внутрішній аудит – це незалежна, об'єктивна діяльність з надання впевненості та консультативних послуг, що має приносити користь організації та покращувати її діяльність. Внутрішній аудит допомагає організації досягати поставлених цілей за допомогою системного, упорядкованого підходу до оцінки і підвищення ефективності процесів управління ризиками, контролю, і корпоративного управління [4].

Аналізуючи поняття спостерігається взаємозв'язок і відмінності у визначеннях «контролінг» та «внутрішній аудит».

Загальні характеристики:

- використовують загальну інформаційну систему, тобто дані обліку витрат і фінансові результати;
- дані контролінгу використовуються для прийняття управлінських рішень, а дані проведеного аудиту можуть бути вихідною базою оцінки діяльності підприємства, визначення його платоспроможності та запобігання банкрутству;
- обидва поняття базуються на концепції підзвітності з метою визначення результатів діяльності підприємства.

Загальні завдання:

- аналіз установчих документів, юридичних взаємин та обов'язків замовника;
- достовірність даних про чистий прибуток компанії, його розподіл та використання;
- співвідношення даних синтетичного та аналітичного обліку щодо залишків матеріальних активів, правильність їх оцінки- повнота відображення в балансі майна, правильність його оцінки;
- точність визначення фінансового результату роботи підприємства.

Відмінні характеристики:

- контролінг забезпечує необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень шляхом інтеграції процесів збору, обробки, підготовки, аналізу, інтерпретації інформації;
- контролінг надає інформацію для управління трудовими і фінансовими ресурсами, а також сприяє оптимізації залежності "витрати - обсяг - прибуток";
- аудит забезпечує виживання підприємства на рівнях стратегічного і тактичного управління, здійснюючи прогнозування фінансово-господарської діяльності підприємства, оцінювання перспективи його розвитку, розробляючи заходи для ліквідації збитковості та підвищення ефективності виробництва;
- аудит сприяє упорядкування обліку і звітності, коли підприємство-клієнт не в змозі організувати облік і звітність за відсутності кваліфікованих фахівців або з інших мотивів, при цьому аудиторі складають баланс, фінансову звітність, облікові регістри на підставі первинних документів (відновлюють кількісно-вартісний облік).

Основна кінцева мета будь-якого комерційного підприємства - отримання прибутку

(контролінг можна назвати системою управління прибутком підприємства), але в деяких випадках цілі підприємства можуть бути іншими (наприклад, завоювання частки ринку, усунення конкурентів), тоді контролінг орієнтує зусилля підприємства в напрямку цих цілей, в якому аудит допомагає досягти кінцевої мети - отримання прибутку. Аудит є продовженням контролінгових функцій і своєрідним механізмом регулювання внутрішнього балансу економіки підприємства, що забезпечує зворотний зв'язок в контурі управління.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про аудиторську діяльність: Закон України. Прийнятий Верховною Радою України 22.04.1993 № 3125-ХП//Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 23, із змін, та доповн.
2. Адамс Р. Основы аудита: Пер. с англ. / Под ред. Я. В. Соколова. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1995. – 398 с.
3. Анискин Ю. П. Планирование и контроллинг : Учеб. по специальности «Менеджмент организаций», 2-е изд. / Ю. П. Анискин, А. М. Павлова – М. : Омега-Л, 2005. – 280 с.
4. ВГО “Інститут внутрішніх аудиторів України”, Міжнародні стандарти професійної практики внутрішнього аудиту (Стандарти), Редакція: січень 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iaa.org.ua>
5. Кайлюк Є.М. Контролінг: Навч. посіб. / Є. М. Кайлюк. – Харків, ХНАМГ – 2004 – 223с.
6. Майєр Э. Контроллинг как система мышления и управления – М.: Финансы и статистика, 1993. – С. 88.
7. Манн Р. Контроллинг для начинающих / Р. Манн, Э. Майєр. – М. : Финансы и статистика, 1992. – С. 8.
8. Рядська В. В. Аудит: Навч. пос. / В. В. Рядська, Я. В. Петраков. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 416 с.

УДК 658.012.32

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСІВ ПАТ «ТУРБОАТОМ»**

**Коршик К. С.**

**Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

На сьогоднішній день перед підприємцями повстає така проблема, як визначити і підвищити ефективність діяльності підприємства. Фінанси представляють собою основу системи підприємництва, без якої воно не може працювати. Фінансові ресурси підприємства являють собою єдиний вид ресурсів, який безпосередньо і з невеликою кількістю витрат трансформується в інші види ресурсів (трудові, засоби і предмети праці), необхідних для стабільного процесу виробництва.

В умовах ринкової економіки ефективне управління фінансовими ресурсами, яке має назву – фінансовий менеджмент – є головним для організації і забезпечує багато в чому її економічну стабільність і ефективність.

Над даною проблематикою працювали такі вчені: Л. Д. Буряк, О. М. Литнев, А. В. Череп, А. Д. Шеремет, С. І. Юрітай та інші.

Ефективність діяльності – це відносний ефект, тобто результат співвідношення отриманого ефекту (результату), вироблених економічних благ до об'єму витрачених на це ресурсів і характеризує результативність певної операції, проекту, діяльності [1, с. 76].

Питання оцінки ефективності використання фінансів підприємства є головним на сьогоднішній день. Фінанси служать найбільш дієвим засобом, що дозволяє здійснювати ефективне регулювання діяльності підприємства. Для того щоб здійснювати внутрішній фінансовий контроль, необхідний контроль всіх сфер діяльності підприємства.

Існують різноманітні методи дослідження ефективності використання фінансових ресурсів, які використовують саме ці показники. Ми дослідимо ефективність за допомогою методу регресійного моделювання (табл. 1).

Таблиця 1

Показники діяльності Харківського ПАТ Турбоатом за 2013–2017 роки

Квартал	Готова продукція( $x_1$ )	Гроші та їх еквіваленти( $x_2$ )	Чистий фінансовий результат: прибуток( $Y$ )
2013 (1)	132948,0	723320,0	117115,0
2013 (2)	149796,0	677141,0	167177,0
2013 (3)	110674,0	601484,0	237589,0
2014 (1)	80362,0	752732,0	367888,0
2014 (2)	101811,0	693877,0	321466,0
2014(3)	137969,0	723276,0	399599,0
2015 (1)	261492,0	1279368,0	393231,0
2015 (2)	178533,0	1586236,0	675711,0
2015 (3)	144179,0	1857801,0	823441,0
2016 (1)	154215,0	2408312,0	684549,0
2016 (2)	89056,0	1568591,0	837911,0
2016 (3)	58807,0	1235483,0	1288387,0
2017 (1)	103700,0	915398,0	278320,0
2017 (2)	57672,0	658491,0	430636,0
2017 (3)	68782,0	799450,0	587369,0

Джерело: складено автором на основі даних [2].

На підставі методів регресійного моделювання визначаємо ефективність використання фінансів Харківського ПАТ «Турбоатом». В загальному виді модель має вигляд:

$$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 \quad (1)$$

де  $a_0, a_1, a_2$  – параметри моделі [3, с.61]

На підставі методів регресійного моделювання також визначено, що ефективність використання фінансів Харківського ПАТ «Турбоатом» визначається, насамперед, діючою мережею філій коефіцієнт детермінації становить 0,65:

$$Y = 366447.135 - 2.8883 x_1 + 0.4489 x_2 \quad (2)$$

де  $Y$  – чистий фінансовий результат;

$x_1$  – готова продукція;

$x_2$  – гроші та їх еквіваленти.

Для отриманої регресії фактичне значення  $F$ -критерія Фішера дорівнює 15,56. Табличне значення  $F$ -критерію при  $df_1 = 2$  і  $df_2 = 20 - 2 - 1 = 17$  степенях вільності і рівні значимості  $\mathcal{L} = 0,05$  дорівнює 3,59. Так як фактичне значення  $F$ -критерію більше табличного отримане рівняння регресії вважаємо статистично значимим з ймовірністю 0,95.

Важливо, що й параметри отриманої моделі теж є значимі оскільки табличне значення  $t$ -критерію Стьюдента, складає 2,1 і є меншим за  $t$ -критерій для кожного з параметрів. Тобто всі параметри “гроші та їх еквіваленти” і “чистий фінансовий прибуток” впливають на результат.

Можна зробити висновок враховуючи фактори впливу на фінансовий результат, а також значення  $F$ -критерія Фішера, використання фінансових ресурсів підприємства є ефективним.

#### **Список використаних джерел:**

1. Погорелов С. М. Дослідження шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства / С. М. Погорелов, О. В. Леденко, О. А. Матяж // Вісник НТУ «ХП». – 2015. – № 26(1135). – С. 76–82.
2. Інтернет-портал Агентства smida.gov.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/>.
3. Дудко В. С. Економіко-математичне моделювання : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : в 2 частинах / В. С. Дудко, Т. Д. Краснова, В. В. Лаговський. – Ірпінь : НУДПСУ, 2010. – 448 с.

УДК 378.22 – 057.212:378.14

## **ПРОБЛЕМА ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ**

**Кравченко А. І.**

**Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

На сучасному етапі глобалізації різноманітність економічної системи зумовлює необхідність у підготовці висококваліфікованих менеджерів до професійної міжкультурної взаємодії, оскільки у коло обов'язків менеджера входить управління персоналом, зібраним з представників різних культур, а також встановлення продуктивних відносин з партнерами не лише в Україні, а й на міжнародному рівні.

Сучасний менеджер повинен володіти такими рисами, як здатність дотримуватись загальноприйнятих норм поведінки та моралі в міжособистісних відносинах, готовність підтримувати врівноважені відносини та уміння спілкуватися з членами колективу, здатність працювати в міжнародному середовищі, уміння користуватися іноземними мовами, виявляти толерантне ставлення до традицій, етнічних цінностей, звичаїв інших культур у професійній діяльності тощо.

Проте, як свідчить практика вищої школи, викладачі недостатньо враховують потребу майбутніх менеджерів у підготовці до міжкультурної взаємодії під час професійної підготовки.

Превалювання в педагогів вищої школи авторитарного стилю професійного спілкування та домінування в освітньому процесі репродуктивних методів і форм навчальної роботи перетворює студентів на пасивних поглиначів інформації, яким бракує комунікабельності, толерантності, бажання сприйняти та зрозуміти свого опонента.

Тоді, як для того, щоб контакт з представником іншої культури був ефективним, необхідно, щоб мовець мав відповідну комунікативну настанову на продуктивне спілкування та встановлення контакту з людиною, як із рівноправним партнером.

Німецький фахівець з теорії комунікацій Г. Малетцьке зазначає, що йдеться про міжкультурну взаємодію та комунікацію, якщо партнери по комунікації є представниками різних культур і усвідомлюють це, тобто коли є взаємне відчуття «інакшості» партнера.

Таким чином, головною причиною непорозуміння в міжкультурному спілкуванні є не відмінність мов, а відмінність національних картин світу комунікантів.

За дослідженнями зарубіжних учених на міжкультурну взаємодію впливають такі чинники: міжкультурна та комунікативна компетентність суб'єктів взаємодії; мотивація до взаємодії, яка залежить від комунікативної компетентності та особистих психологічних характеристик суб'єктів, наприклад, екстравертність / інтравертність комунікантів.

Враховуючи це, можна виокремити характерні чинники, що зумовлюють труднощі студентів-менеджерів у міжкультурній взаємодії:

- незнання мови та брак знань щодо особливостей іншомовної культури;
- невміння аналізувати і правильно інтерпретувати прояви іншомовної культури;
- недостатній рівень мотивації, пов'язаний з особистим упередженим ставленням до культурних відмінностей або особистими рисами характеру;
- невміння обирати власну стратегію поведінки з представниками іншомовної культури (уникнення спілкування, неуспішний міжкультурний контакт тощо).

Отже, проблеми, що виникають у процесі міжкультурної взаємодії, пов'язані з браком досвіду студентів у встановленні міжособистісних відносин та їхньою недостатньою підготовкою до міжкультурної взаємодії

Враховуючи все вищезазначене, можна зробити висновки, що основними чинниками, які зумовлюють актуальність проблеми, є: потреба сучасного суспільства в менеджерах, здатних ефективно професійно взаємодіяти на міжкультурному рівні; нагальна потреба вищої школи в науково-методичному забезпеченні підготовки менеджерів до міжкультурної взаємодії; потреба студентів-менеджерів у підготовці до професійної міжкультурної взаємодії та превалювання авторитарного стилю професійного спілкування «викладач – студент» у практиці вищої школи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Біла книга національної освіти України / Т. Ф. Алексеєнко, В. М. Аніщенко, Г. О. Баллта ін. ; за заг. ред. акад. В.Г. Кременя ; НАПН України. – К. : Інформ. системи, 2010. – С. 13.
2. Куликова Л.В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. На материале русской и немецкой лингвокультур : монография / Л.В. Куликова. – Красноярск : РИО КГПУ, 2004. – 196 с.
3. Хоскинг А. Курс предпринимательства / А. Хоскинг ; общ. ред. и предисл. В. Рыбалкина ; пер. с англ. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 349 с .
4. Brislin R. W. Conceptualizations of intercultural behavior and training / R. W. Brislin D. Landis, M. E. Brandt. In R. Brislin & D. Landis (Eds.) // Handbook of intercultural training. Toronto : Pergamon, 1983. – Vol. 1, 2–26.



УДК 351.77

## **СУЧАСНІ ПИТАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

**Кравченко А. І.**

**Науковий керівник: Третяк В.П., д.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Галузь охорони здоров'я – це сукупність підприємств і організацій територіальної соціальної інфраструктури, метою діяльності яких є організація та забезпечення доступного медичного обслуговування населення. Соціальна необхідність розвитку галузі охорони здоров'я пояснюється тим, що рівень розвитку будь-якого суспільства безпосередньо пов'язаний зі станом здоров'я населення [1].

Найважливішими серед проблем, що постали на сучасному етапі розвитку вітчизняної охорони здоров'я - це насамперед такі, як: формування оптимального ресурсного потенціалу системи охорони здоров'я та суспільно необхідної структури медичних кадрів; визначення та пошук можливих і необхідних обсягів фінансування, інновацій та інвестицій; вдосконалення територіальної організації медичних закладів та управління якістю медичної допомоги; поліпшення профілактики захворювань і формування здорового способу життя, покращення територіальної доступності медичної допомоги, тобто вдосконалення регіональної політики у сфері охорони здоров'я [2].

Головною загальною ознакою сучасного періоду є пристосування галузі охорони здоров'я до нових економічних умов через урізноманітнення організаційно-правових форм закладів державної та недержавної власності, розвиток між ними конкурентних відносин у ході укріплення ринку медичних послуг.

Розвиток галузі охорони здоров'я є пріоритетним напрямком соціальної політики України. Запропонована Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015–2020 роки є складовою Національного плану дій з реформування, котрий був проголошений Указом Президента України від 12 січня 2015 року №5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020 [3].

Стратегія є рамковим документом, що формує контекст, бачення, принципи, пріоритети, задачі та основні подальші кроки реформування української системи охорони здоров'я.

Мета Стратегії полягає у визначенні ключових проблем системи охорони здоров'я, потенційних напрямів і шляхів їх розв'язання для формування нової державної політики у галузі, включаючи глибинні нормативні трансформації та впровадження нових фінансових механізмів, із метою забезпечення прав людини у сфері охорони здоров'я.

На базі стратегії Міністерство охорони здоров'я розробило Концепцію реформування фінансування системи охорони здоров'я та законопроекти, що запуснуть реформу української медицини.

Закон «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» був прийнятий парламентом 19 жовтня 2017 року. Цей закон запроваджує в Україні практику встановлення гарантій з медичного обслуговування - програму державних гарантій медичного обслуговування населення (програма медичних гарантій) як перелік та обсяг медичних послуг

та ліків, які оплачуються з державного бюджету на основі єдиних національних тарифів. Запровадження програми медичних гарантій в Україні допоможе покращити стан здоров'я населення, забезпечити справедливий розподіл ресурсів, зробити систему охорони здоров'я більш прозорою, а також сконцентрувати ресурси на найбільш результативних та необхідних послугах [4].

В умовах трансформації суспільства охороні здоров'я притаманні динамічні зміни чисельності зайнятих, глибокі кількісні та якісні зрушення в структурі кадрового потенціалу, значною мірою зумовлені зростаючими потребами в медичних послугах, необхідністю розширення їх асортименту та підвищення рівня обслуговування населення.

Медичні кадри є головною, найбільш важливою частиною ресурсів охорони здоров'я, що забезпечують результативність та ефективність діяльності як усієї системи охорони здоров'я в цілому, так і окремих її структур.

Кадровий потенціал потребує комплексного вивчення, виявлення регіональних особливостей формування раціональної професійно-кваліфікаційної структури, визначення основних проблем і перспектив розвитку.

На основі таких досліджень можна вносити чіткі пропозиції щодо подальшого реформування системи охорони здоров'я. Завдання її реформування як на загальнодержавному, так і регіональному рівні, забезпечення відповідності рівня її розвитку суспільним потребам, закономірно висувають високі вимоги до загальної та професійної підготовки працівників закладів охорони здоров'я, зумовлюють необхідність володіння сучасними технологіями лікувального процесу.

У зв'язку з цим охороні здоров'я вкрай потрібна радикальна реформа, але її базисом мусить стати правовий механізм, який буде здатен регулювати всі аспекти надання медичної допомоги населенню. Підсумком цього має бути створення медичного права.

#### **Список використаних джерел:**

1. Третяк В.П. Управління розвитком соціальної інфраструктури України в умовах глобалізації : монографія / В. П. Третяк. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна 2014. – 317 с.
2. Куценко В.І., Трілленберг Г.І. Сфера охорони здоров'я: соціально-економічні та рекреаційні аспекти / РВПС України НАН України. - К., 2005. - 367 с.
3. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015-2020 років. [Електронний ресурс] / Режим доступу до джерела: <http://moz.gov.ua/strategija>
4. Медична реформа. [Електронний ресурс] / Режим доступу до джерела: <http://moz.gov.ua/plan-reform>

## ПРОГРАМА ІНВЕСТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

**Лонцький О.С.**

**Науковий керівник: Дорошенко Г. О., д.е.н., професор  
Харківський Національний Університет ім. В. Н. Каразіна**

У загальному вигляді інвестиційна діяльність будь-якої компанії є багатограним процесом, направленим на досягнення цілей організації, а в умовах кризи вона пов'язана з високим ризиком і відповідальністю.

Одним із важливих ресурсів антикризового управління є інвестиції, які є вкладенням грошових коштів або матеріальних, інтелектуальних та інших цінностей (які мають вартість і ціну) у конкретне підприємство. Суб'єкти, що здійснюють інвестиції, називаються інвесторами, які бувають внутрішніми і зовнішніми. В умовах кризи промислове підприємство, як правило, вкрай обмежене в засобах для довгострокового інвестування (реорганізації цехів, передислокації обладнання, придбання й установки нового обладнання, впровадження енергозберігаючих технологій, придбання ліцензії, технічної документації, інструменту і т. п.).

Проте промислове підприємство, що вибрало дорогу перетворень, але знаходиться в кризовому стані, часто має у своєму розпорядженні достатньо засобів для залучення коштів у розвиток. Наприклад: будівлі та обладнання, які може продати, а виручені кошти направити в інвестиційні проекти. Такий шлях використання внутрішніх інвестиційних ресурсів може бути найбільш коротким, що особливо важливо для організацій, що знаходяться в кризовому стані. Також можливе залучення коштів на інвестиційні цілі і з прибутку від основної виробничої діяльності, що, однак, дуже обмежено через, як правило, збиткове функціонування кризової організації.

Промислові підприємства які обрані для аналізу інвестиційної діяльності у часи скрути також можуть залучати інвестиції ззовні, у так званих зовнішніх інвесторів, які в свою чергу поділяються на портфельних та стратегічних інвесторів. Розглянемо кожного представника більш детально та їх справжній зиск в наданні інвестицій для компанії.

Портфельні інвестори – це суб'єкти, що вклали грошові кошти в покупку акцій, облігацій та інших цінних паперів акціонерного товариства. Такі інвестиції ніяк не відбиваються на величині активів фірми, що належить йому.

Стратегічні інвестори – це, як правило, юридичні особи, що направляють свої грошові кошти на розширення фондів (основних і оборотних) фірми. Зазвичай стратегічний інвестор купує досить крупний пакет акцій (20–30% статутного фонду) за пільговою ціною, укладаючи договір з їх продавцем про те, що він протягом певного терміну вкляде певну суму коштів у модернізацію відповідного виробництва. Така форма інвестування особливо приваблива для промислових фірм із застарілою технологією і що переживають з цієї причини стагнацію.

Таким чином, і портфельний, і стратегічний інвестори вкладають свої кошти у фірму, що не належить їм, з однією метою – отримати її в своє розпорядження для реалізації власних цілей.

Також одним із засобів поліпшення економічних показників промислових фірм у світовій практиці використовується створення філій. Оскільки у створенні робочих місць за рахунок розміщення виробництв, як правило, зацікавлена місцева влада, то фірма під час організації

філії може отримати від них конкретні пільги для бізнесу. Створивши декілька філій у різних регіонах, компанія може за рахунок них поліпшити своє положення.

Наступним етапом філіалізації виробництва може стати переведення активів у філії з центру з подальшою його санацією (навіть із перенесенням штаб-квартири в одну з філій). На сьогоднішній час, для вітчизняних компаній цей тип виходу з кризи не є актуальним, хіба що створення керуючих компаній по управлінню активами, в офшорах, задля зниження податкового навантаження, покращення фінансових показників, які відбиваються на фінансовому стані компанії.

До теперішнього часу в українському загальному і антикризовому менеджменті не напрацьований достатній досвід філіалізації промисловості. Проте з урахуванням світових тенденцій до диверсифікації виробництва слід чекати розширення подібної практики і в Україні.

Як було згадано раніше, в умовах кризи інвестиційна діяльність пов'язана з ризиком та високою відповідальністю, тому здійснення інвестиційного процесу базується на відповідному стратегічному плануванні. Головною метою якого є оптимальне для кризової організації поєднання економічних і технологічних елементів виробництва, що забезпечує її вихід по критичному (найменш витратному) шляху з кризи.

Інвестиційна політика підприємства під час кризи є сукупністю принципів і правил досягнення головної її мети в конкретний термін часу. Вона визначає засоби досягнення і форми діяльності, містить установки й обмеження в діях менеджерів (що не можна, а що можна).

Інвестиційна політика реалізується в комплексних програмах діяльності фірми, складовими елементами якої зазвичай виступають один або декілька інвестиційних проектів. Останні можуть займати центральне місце в антикризовій інвестиційній програмі (якщо вони досить великі по масштабах) або виступати в ролі її периферійних компонентів (якщо вони орієнтовані на окремі завдання).

Інвестиційним проектом є документ, що містить техніко-економічне обґрунтування пропонованого заходу, його ресурсне забезпечення і порядок дій учасників щодо його здійснення.

Здійснення інвестиційних проектів, як правило, поділяють на такі фази: передінвестиційну (пошук інвестиційних ідей; підготовка проекту; вибір прийняттого варіанту проекту); інвестиційну (пошук інвесторів і оформлення договорів; технічне проектування; будівництво; вчення персоналу; запуск); експлуатаційну (набір потужності; стабілізація виробництва; розширення; оновлення).

Підводячи підсумки, слід наголосити, що розробка, аналіз програми інвестування в кризовий час є дуже актуальною темою для багатьох компаній в Україні сьогодні. Те наскільки детальний, чіткий, реальний та оперативний цей план – залежить майбутнє багатьох компаній, а мобілізуюча складова напряму відображається на фінансовій стабільності і на досягненні цієї стабільності, без якої неможливий подальший розвиток.

## **ЧИННИКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Мірошник В.В.**

**Науковий керівник: Москаленко К.І., к.е.н.**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

На сучасному етапі розвитку кадрового управління все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета процесу мотивації полягає в отриманні максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну ефективність і прибутковість діяльності підприємства. Практика зарубіжних та українських компаній свідчить про тенденцію до суттєвих змін у підходах до визначення методів мотивації персоналу.

Як правило, керівники вітчизняних підприємств використовують систему стимулів, які мають короткостроковий вплив на працівника і забезпечують нетривалий ефект [3], що обумовлено людськими потребами як матеріальними, так і нематеріальними (потреби мають властивість зростати, тому їх майже неможливо задовольнити повністю на 100%; як тільки людина починає отримувати більше, то і потреби одразу зростають); звичкою (цей механізм не дозволяє людині довго насолоджуватися певними благами; якщо працівнику весь час підвищувати заробітну плату, хвалити або навпаки оголошувати незадоволення, то через деякий час ці явища стануть для нього буденними, і він не звертатиме на них увагу).

Кожна людина індивідуальна, і в кожній людині є індивідуальні потреби, які вона бажає задовольнити, працюючи на підприємстві. Вибираючи місце роботи, людина не думає про всі аспекти системи мотивації, а звертає увагу лише на ті, які важливі для неї у даний момент часу відповідно до особистих і кар'єрних очікувань. Залежно від зайнятого положення на підприємстві виділяють такі групи працівників [1]:

– Студенти та молоді фахівці, які тільки закінчили навчальний заклад. Пріоритетами кар'єрного зростання для них є можливість спробувати себе в різних підрозділах підприємства та знайти своє місце, підвищення особистого професійного рівня, можливість проявляти ініціативу й отримати визнання.

– Молоді фахівці з досвідом роботи до 3-х років – це люди більш амбітні, які вже мають деякий досвід у певній роботі та хочуть спробувати себе в більш серйозних справах, які потребують самостійності й відповідальності за результат.

– Висококваліфіковані фахівців, для яких важливим є стабільність, можливість горизонтального розвитку, сім'я; наявність у компанії пенсійної програми, спеціальних пропозицій щодо отримання відповідних пільг для членів їх родини.

– Молоді матері. При появі в сім'ї дитини у жінки змінюються потреби і пріоритети, у тому числі і в плані кар'єри: більш привабливими стають можливість гнучкого графіка роботи, медична страховка, наявність дитячих садків від компанії тощо.

При побудові ефективної системи мотивації необхідно також враховувати інформацію про те, яку роль у самооцінці і прийнятті працівником рішення відіграє чужа думка, тобто тип

його референції, під чим розуміють співвідношення пріоритетності власної та чужої думки при прийнятті рішень та самооцінці людини.

Існують три типи референції: внутрішній, зовнішній та змішаний [2].

Якщо у працівника переважає зовнішній тип, то він буде більш схильним до «правильної» роботи (працюватиме за інструкціями, потребуватиме схвалення його роботи з боку керівника та колег). Такий співробітник буде не впевненим у собі, для нього дуже важливою є думка інших людей про нього та його роботу. Найкраще йому підійдуть виконавчі ролі на підприємстві. Співробітника з зовнішнім типом референції порівняно легко мотивувати, і так само легко змінювати його точку зору. Тому в навколишньому середовищі таких людей повинен бути лідер, авторитет, який буде здатен впливати на нього.

Якщо у людини переважає внутрішній тип, то більш за все її будуть хвилювати власні думки і дії. Вона буде спиратися на власний досвід, професіоналізм, знання та навички. Таку людину нелегко переконати змінити свою точку зору, а іноді і зовсім неможливо це зробити. Причиною такої поведінки є високе відчуття відповідальності і відсутність страху перед нею. Для такого працівника велике значення має право висловлювати власну думку, бути причетним до певних дій і ситуацій, самостійно приймати рішення та їх реалізовувати. Це варто враховувати при розробленні системи мотивації.

Змішаний тип є найбільш універсальним, в ньому один з типів проявляється більшою мірою, ніж інший.

З метою побудови ефективної системи мотивації персоналу з урахуванням індивідуальних потреб співробітників доцільно їх розділити на певні умовні групи (табл.).

Таким чином, побудова ефективної системи мотивації персоналу на підприємстві залежить від багатьох чинників, які на неї впливають. Керівник підприємства може будувати ефективну систему мотивації працівників і вибирати стимули спираючись на поділ їх на такі категорії: залежно від зайнятого положення в організації (студенти та молоді фахівці, які тільки закінчили навчальний заклад; молоді фахівці з досвідом роботи до 3-х років; висококваліфіковані фахівці; молоді матері); залежно від типу референції (зовнішній, внутрішній, змішаний); залежно від особистих причин працівника (гроші, особиста вигода, інтерес, почуття обов'язку).

Таблиця – Розподіл працівників підприємства залежно від особистих мотивів праці

Назва групи	Питома вага, %	Гендерний склад, %		Характеристика
		Чоловіки	Жінки	
Мисливці за бонусами	22,0	41,7	58,3	Такі люди бажають мати як матеріальну, так і нематеріальну винагороду. Для них найбільше підходять оплата відпочинку та туристичних путівок
Домосіди	18,0	55,1	44,9	Для них сім'я – це головне, їм важливо розділяти особисті справи і роботу. Тому вихідний день, додаткова відпустка будуть їм в радість
Матеріалісти	19,0	38,9	61,1	Їм до вподоби гроші і все, що з ними пов'язано. Краща мотивація – цінні подарунки, оплата транспортних послуг, мобільного зв'язку
В'язні	17,0	45,2	54,8	Для них важлива свобода. Це здебільшого люди, які вже досягли певних результатів у житті і задовольнили свої матеріальні потреби. Таким людям потрібно

				пропонувати участь у тренінгах, виставках, нових проектах, додаткові години відпочинку
Мисливці за похвалою	16,0	52,3	47,7	Працівникам, що належать до цієї групи, важлива думка керівників і співробітників. Вони не дуже звертають увагу на премії, їм важливіше зайняти високий соціальний стан. Їм можна запропонувати участь в різних культурних і корпоративних заходах, а також у різних конкурсах та іграх
Ініціатори	8,0	64,8	35,2	Таких працівників легко мотивувати, тому що вони отримують задоволення від своєї роботи. Але вони працюють добре, щоб зайняти певні позиції в організації. Вони очікують на кар'єрне зростання. Також не буде зайвим і оплата тренажерного залу та відпочинку

При побудові системи мотивації слід пам'ятати, що не можна мотивувати всіх працівників однаково. Користуючись запропонованим поділом працівників, керівник підприємства може розробити індивідуальну систему мотивації для кожного співробітника або для їх групи, оскільки від цього залежить ефективність роботи не тільки самого працівника, але й усього підприємства в цілому.

**Список використаних джерел:**

1. Гавриш О.А. Технології управління персоналом : монографія / О.А. Гавриш, Л.Є. Довгань, І.М. Крейдич, Н.В. Семенченко. – Київ : НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2017. – 528 с.
2. Грищенко В.Ф. Інноваційні підходи до удосконалення системи мотивації персоналу малих підприємств України у сучасних умовах господарювання / В.Ф. Грищенко, М.С. Чернова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №1. – С. 103-112.
3. Черкашина М.В. Напрями покращення мотивації персоналу підприємства в сучасних умовах / М.В. Черкашина, М.О. Науменко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – №58. – С. 170-179.

## ОСНОВНІ ПРИЧИНИ МІГРАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНИ

**Парфьонова А. О.**

**Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Можна з упевненістю стверджувати, що в 2017 році за кордон на роботу виїхало більше українських трудових мігрантів, ніж в 2016-му. І, відповідно, в 2018 році виїде більше, ніж в 2017-му. Введення безвізового режиму України з країнами Євросоюзу кардинально ситуацію не змінило, тому що тренд відтоку робочої сили був досить сильний і до введення безвізового режиму. Ризиком цього тренда є те, що кожна країна (наприклад, Польща, Чехія, Словаччина, Німеччина) вже почали пропонувати спеціальну політику по залученню трудових мігрантів з України.[1]

У рекрутингових агенціях «Headhunter Україна» і WORLDSTAFF говорять про те, що в останні декілька років все більше менеджерів середньої ланки і топ-менеджерів виїжджають працювати в країни Євросоюзу. Якими ж навиками повинен володіти топ-менеджер, що потрібен закордоном?

В результаті проведених досліджень було виявлено, що професійні вимоги знаходяться тільки на 11 місці, а пріоритетні інші характеристики, а саме:

1. Філософія критичного мислення, аналіз, аргументація і ухвалення рішень.
2. Уміння бачити тренди. Це дає можливість створювати конкурентні переваги завтрашнього дня вже сьогодні, тим самим дозволяючи бути на крок попереду конкурентів.
3. Глибокі знання і бачення майбутнього галузі, уміння працювати з потоками інформації.
4. Уміння прогнозувати наслідки. Розуміння, до яких результатів приведуть ті або інші дії або бездіяльність, кожне прийняте рішення – це управління ризиками, майбутніми викликами і можливостями.
5. Здатність діяти і приймати ефективні рішення в умовах невизначеності. Уміння зосередитися, концентруватися і мобілізувати всі ресурси в будь-якій ситуації.
6. Постійне зосередження всього спектру зусиль на потребах кінцевого споживача продукції або послуг.
7. Мудрість і стійкість як лідера і менеджера. Уміння знаходити компроміс і бути гнучким – це мудрість; а уміння слідувати переконанням, своєму баченню, чуттю в будь-якій ситуації – це стійкість.
8. Знання всього спектру місій, бізнес-стратегії і посадових обов'язків керівника компанії.
9. Здатність формувати команди і об'єктивно ними управляти. Побудова плоских організаційних структур з мінімальним рівнем ієрархії і на основі команд – підхід, який довів свою ефективність.
10. Глибокі знання і навички кількісної і якісної оцінки своєї роботи і роботи підрозділів, які знаходяться в підпорядкуванні. Уміння розуміти актуальність робіт, вичленяти найважливіші аспекти і відкидати непотрібні, оцінювати всі види ресурсів для їх виконання. [2]

Аналітики Headhunter підрахували, що в 2017 році 88 % українських офісних працівників розглядають варіант працевлаштування за кордоном. Переїжджають фахівці середньої і вищої керівної ланки. Чим же вони керуються при ухваленні такого рішення? Менеджерів



приваблюють рівні зарплат, пільги і можливості особистого й професійного розвитку, які пропонують зарубіжні компанії, тому українським компаніям доводиться прикладати зусилля для утримання ключових співробітників. Найбільш популярними для переїзду залишаються країни ближнього зарубіжжя (наприклад, Росія, Казахстан, Азербайджан), а також країни Західної Європи і США. Також багато фахівців виїжджають до Польщі, Чехії, країн Прибалтики. Багато українських фахівців виїжджає за рубіж в рамках кадрової ротації в своїх компаніях. Деякі зарубіжні компанії закрили свої офіси в Україні та запропонували перспективним співробітникам приїхати працювати до них. У інших же мультинаціональних компаніях працюють внутрішні програми розвитку співробітників і багатьом талановитим українцям було запропоновано поїхати попрацювати в інші офіси, щоб отримати додатковий досвід (рис. 1).

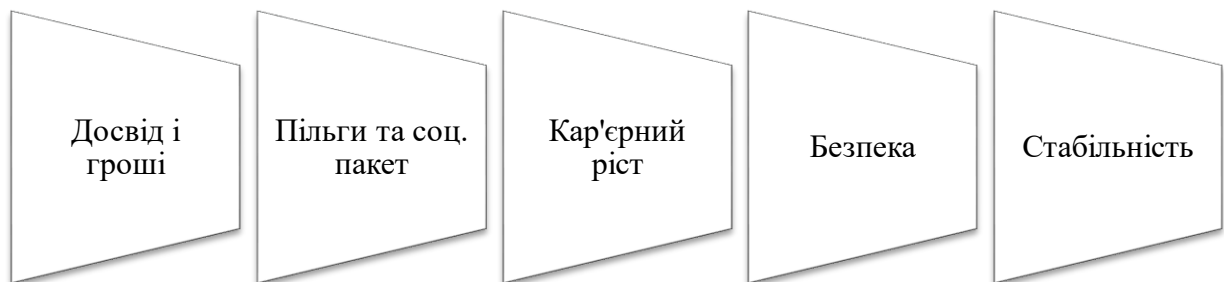


Рисунок 1 – Основні причини міграції українських топ-менеджерів

У результаті проведеного опитування Headhunter було виявлено:

1. Практично троє з п'яти опитаних призналися, що не бачать свого майбутнього в Україні.
2. Кожен другий не задоволений розміром зарплати і рівнем розвитку економіки.
3. Ледь менше половини вважають за неможливе залишатися в країні, в якій не дотримуються закони і процвітає корупція.
4. І ще двоє з п'яти стурбовані нестабільною політичною ситуацією.

Проте погодяться на переїзд закордон українці лише за певних умов. Наприклад, якщо працедавець надасть хороші фінансові і кар'єрні можливості або буде можливий переїзд разом з сім'єю. [3]

Таким чином, кваліфіковані фахівці і менеджери з України потрібні за кордоном, де вони користуються популярністю із-за порівняно невисокого рівня фінансових очікувань і хороших професійних навичок. На нашу думку, це досить позитивний тренд, що свідчить про високий професіоналізм і відмінну підготовку наших кадрів, а з іншого боку – серйозний сигнал для працедавців і уряду України: потрібно зберегти кадровий капітал країни. Для цього необхідно підвищити реальну заробітну плату працівників та покращити умови праці, щоб вони могли вдома розвивати свої професійні навички і підвищувати продуктивність підприємства.

#### Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.org>.
2. Державна служба зайнятості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68>.
3. AIN. Журнал інтернет бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ain.ua/>.

## СУЧАСНІ НЕМАТЕРІАЛЬНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

**Поточняк В.А.**

**Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Усім відомо, що мотивація є дуже важливою складовою для нормальної роботи всього персоналу, а відповідно ефективного функціонування підприємства. Отже, доречна та своєчасна мотивація є запорукою успіху компанії. Уже давно минули ті часи, коли менеджери просто віддавали вказівки, ніяк не мотивуючи своїх підлеглих.

Кожен керівник замислюється, як правильно стимулювати співробітників без великих витрат, але з великими результатами, адже сучасні методи мотивації персоналу мають свої складності. Методи мотивації персоналу прийнято поділяти на дві категорії: матеріальні та нематеріальні.

У наш час все більш популярними стають нематеріальні методи мотивації. І однією з безлічі причин їх зростаючої популярності є їх вигідність для роботодавців з огляду на свою низьку витратність. Існує велика кількість нематеріальних методів мотивації, наприклад таких, як: підвищення кваліфікації за рахунок підприємства, похвала від адміністрації установи, кар'єрне зростання тощо. Вони всі є дуже важливими, проте слід більше досліджувати методи, що використовуються компаніями, які є провідними у світі та мають звання компаній з кращою корпоративною культурою.

Найкращими методами нематеріальної мотивації вважають:

1. Жартівливе покарання гірших співробітників. Не обов'язково штрафувати гірших працівників, можна придумати різні жартівливі титули та звання, які отримують ті, хто не справляється зі своєю роботою [1]. Але якщо керівник зауважує не лише промахи підлеглих, а й успішно виконану роботу, службовці прагнуть і надалі не розчаровувати керівництво.

2. Розваги. Багато сучасних компаній за кордоном мають ігрові та лаунж-зони, де співробітники можуть відпочити і відволіктися від проблем. Робота стає більш ефективною, а у персоналу підвищується настрій, покращується самопочуття і не виникає думок про те, наскільки гнітюча атмосфера в офісі.

3. Спонтанні подарунки. Невеликі презенти співробітникам просто для гарного настрою не можуть не тішити та не стимулювати персонал працювати.

4. Увага членам сім'ї співробітників. Компанії можуть надавати дитячі путівки до табору або санаторію, видавати солодкі подарунки на свята, гарантувати медичне страхування всім членам сім'ї кожного працівника [1].

5. Заміна премії більш бюджетними варіантами. Не кожна компанія може дозволити собі видавати премії кращим співробітникам. Проте вони можуть, наприклад, дати людині позаплановий вихідний день чи відпустити її на годину-дві раніше протягом тижня.

6. Премії тим, хто має гарне здоров'я. За кордоном вже давно практикуються такі методи мотивації та стимулювання персоналу, як надання премії тим, хто не хворів весь рік і постійно проходив медичне обстеження [1].

7. Вільне відвідування роботи. Кращим фахівцям на певний час можна встановити вільний графік відвідування [1].

8. Великий вибір призів за хорошу роботу. Наприклад, абонемент в спортивний зал, похід в ресторан або кіно. Також в деяких компаніях діє система так званих поїнтів – балів, за які працівник може вибрати собі приз. Схема дуже проста: кожен день на спеціальному сайті співробітники можуть поставити один одному певну кількість цих поїнтів. Коли працівник набирає достатню кількість, він може обміняти їх на якийсь приз, наприклад додатковий тиждень відпустки, путівку, квитки в театр та ін.

9. Свій інтер'єр. Деякі компанії дозволяють своїм співробітникам облаштовувати свої офіси на свій розсуд, що також можна вважати гарною мотивацією, адже приємно працювати в місці, яке повністю задовольняє тебе і твій смак.

Кожен керівник повинен усвідомлювати, що найпродуктивнішим є той персонал, який є щасливим та здоровим, тому роботодавець повинен бути зацікавлений в турботі про своїх підлеглих. Отже, всі менеджери мають цікавитися, вивчати нові, креативні методи мотивації та системи заохочення як висококваліфікованих спеціалістів, так і усього персоналу взагалі, а потім втілювати їх в практику.

#### **Список використаних джерел:**

1. Методи мотивації персоналу MOTIVE4YOU [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://jak.magey.com.ua/articles/metodi-motivacii-personalu-motive4you.html>.
2. Современная мотивация персонала: 12 идей, которые вы точно оцените [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.gd.ru/articles/4008-sovremennaya-motivatsiya-personala>.
3. 10 самых необычных правил компании Zappos [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://supersales.ru/korporativnaya-kultura/10-samyx-neobychnyx-pravil-kompanii-zappos.html>.

УДК 332.133.44

## **ЧИННИКИ ТА УМОВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

**Прус Ю.І.**

**Науковий керівник: Родченко В.Б., д.е.н., професор  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Глобалізація економіки та ріст інтернаціоналізації буття змінили ролі ключових учасників ринку, перерозподіливши відповідальність держави, регіонів та громад за економічний розвиток на місцях. Роль держави як головного гравця в місцевій економіці зменшилась. Тепер суб'єктами міжнародних економічних відносин найчастіше виступають окремі підприємства, регіони та територіальні громади.

Нинішній період зростання характеризується парадоксальним наслідком глобалізації, коли інтеграція економіки окремих країн і регіонів у глобальну економіку не мінімізує, а посилює значимість місцевого контексту для розвитку та інновацій [4].

Станом на 1 січня 2018 року в Україні створено 699 об'єднаних територіальних громад (ОТГ), 34 з яких очікують рішення ЦВК про призначення перших виборів. Лідерами

з реалізації реформи децентралізації є Житомирська, Хмельницька, Чернігівська, Дніпропетровська та Волинська області, найгірші показники щодо розвитку ОТГ характерні для Київської, Закарпатської, Вінницької, Черкаської та Кіровоградської областей [1].

В умовах обмежень на ресурси, загострення кризових явищ, необхідності підвищення конкурентоспроможності ОТГ важливого значення набуває формування ефективної моделі управління її розвитком. Структура середовища громади може бути представлена контрольованими факторами внутрішнього середовища і неконтрольованими факторами зовнішнього середовища громади (рис. 1) [2, 3].

Внутрішнє середовище громади має три головні складові: комплекс ресурсів, поточний соціально-економічний стан, культурні й управлінські фактори місцевих органів влади.

У свою чергу ресурси громади можна умовно розділити на три укрупнені групи: природні ресурси і географічне положення; технологічні ресурси; соціальні ресурси.

До природних ресурсів можна віднести сукупність об'єктів і сил природи, до яких відносяться мінеральні ресурси (паливно-енергетичні, рудні і нерудні корисні копалини) і ресурси біосфери (земельні, водні та біологічні ресурси). У дану групу чинників також включаються об'єкти природної спадщини: природні пам'ятки, природні об'єкти, які мають видатну цінність з точки зору збереження їх природної краси, наукового дослідження.

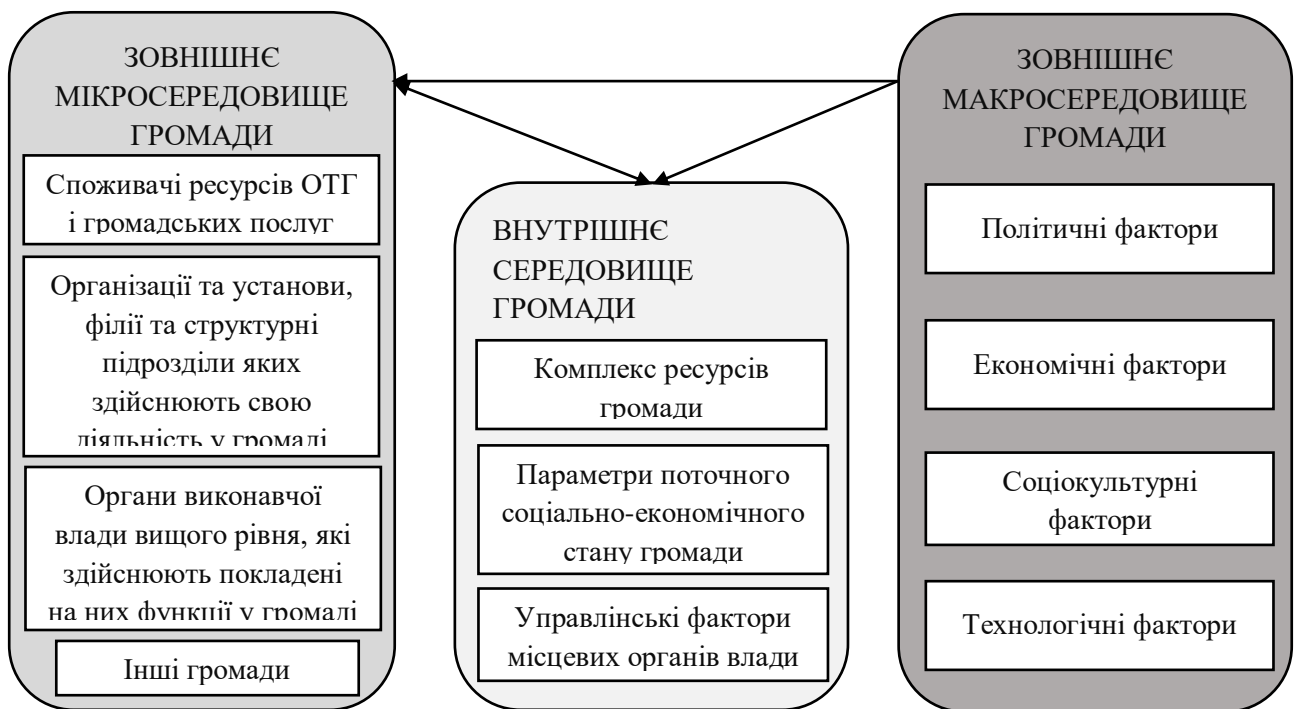


Рис. 1. Сукупність факторів розвитку громади [2, 3]

Технологічні ресурси – це комплекс ресурсів, що дозволяють вести виробничу діяльність у громаді. У цю групу ресурсів можуть бути віднесені: матеріальні об'єкти господарського і негосподарського призначення, кількість і якість робочої сили, рівень розвитку транспорту і розміщення головних транспортних шляхів, розвиток засобів комунікації (види зв'язку, доступність і якість зв'язку), наявність об'єктів виробничої інфраструктури.

Соціальні ресурси громади представлені сукупністю відносин, що виникають між людьми, які мешкають в ОТГ, у процесі їх взаємодії один з одним. У цю групу ресурсів громади також відносять і соціальну інфраструктуру.

Соціально-економічний стан громади може бути оцінений за групами показників: показники, що відображають фінанси громади (доходи і витрати бюджету, обсяг безоплатних перерахувань від бюджетів інших рівнів та ін.); показники, що відображають економічне благополуччя мешканців громади (середня заробітна плата, обсяг платежів за житлово-комунальні послуги, прострочена заборгованість з заробітної плати та ін.); показники, що відображають соціальне благополуччя мешканців громади (рівень зареєстрованого безробіття, рівень злочинності, види і форми соціальної підтримки, забезпеченість об'єктами культури, охорони здоров'я та освіти); показники, що відображають рівень розвитку виробничої та невиробничої сфер у громаді (динаміка обсягу виробництва підприємств, зайнятість, обсяг товарообігу і реалізації платних послуг тощо).

Третя складова внутрішнього середовища громади – управлінські фактори місцевих органів влади як певної установи, яка здійснює управління громадою (цілі та завдання управління, структура організації, технологія прийняття та реалізації рішень, кваліфікація та мотивація персоналу).

Внутрішнє середовище громади представлено об'єктивно існуючими характеристиками самої громади. Важлива відмінність внутрішнього середовища полягає в тому, що його чинники є контрольованими та при бажанні більша їх частина підлягає коригуванню.

Зовнішнє середовище громади представлене мікро- і макрорівнями. Зовнішнє мікросередовище громади складають споживачі ресурсів громади та суспільних благ, інші громади (громади-конкуренти), органи виконавчої влади вищого рівня, які здійснюють покладені на них функції у громаді, і головні організації (установи), філії яких знаходяться на території громади.

Зовнішнє мікросередовище громади – це відносно самостійні від громади приватні особи, комерційні та некомерційні організації та установи, які живуть або здійснюють діяльність на її території та виступають в ролях споживачів, конкурентів, постачальників і посередників у русі ресурсів і благ громади. Важливо зауважити, що елементи зовнішнього мікросередовища не підлягають прямому контролю та не підзвітні громаді. Вони відносяться до громади як до одного з можливих місць застосування своїх ресурсів (інтелектуальних, фінансових та інших ресурсів), тому мають можливість вибору громади як місця розміщення своїх ресурсів. Громада може лише створити умови для того, щоб вибір відбувся на її користь, для чого необхідно реалізувати цілий ряд іміджевих політик. У цьому сенсі об'єкти зовнішнього мікросередовища здійснюють вплив на громаду, задають «правила гри» для неї, спонукаючи виконувати певні дії.

Зовнішнє макросередовище громади представлене через комплекс політико-правових (нормативно-правові документи, передбачені правила і процедури прийняття управлінських рішень та ін.), економічних (проведена фінансова, бюджетна, податкова політика відповідного рівня і загальні макроекономічні тенденції та ін.), соціокультурних (якість і культура національних відносин, сформовані культурні традиції, звичаї тощо) і технологічних факторів (рівень досягнень НТР, розвиток нових джерел енергоресурсів тощо), зміна яких на рівні країни (системи більш високого порядку) може здійснювати вплив на розвиток громади.

Зовнішнє макросередовище громади представляють сили, які проявляються час від часу, нерегулярно або не напряму і його зміна може вплинути на «фонові умови» розвитку громади. Тобто зовнішнє макросередовище є об'єктивна даність, впливати на нього неможливо.

У зв'язку з цим можна виокремити із різноманіття факторів зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування громади зовнішні умови та внутрішні чинники, які найбільше впливають на рівень її розвитку (рис. 2).



Рис. 2. Чинники та умови розвитку територіальних громад (авторська розробка)

Таким чином, сьогодні в Україні активно реалізується реформа місцевого самоврядування, основана на європейських принципах. Питання залучення інвестицій, створення нового бізнесу, нових робочих місць набуває першочергового значення. Влада стає відкритою, до управління громадою активно залучаються мешканці. У країні вже проведено фінансову децентралізацію, запроваджено ефективні державні інструменти стимулювання регіонального розвитку, впроваджено систему електронних закупівель, відмінюються сотні бюрократичних процедур, що десятиріччями стримували розвиток територій.

ОТГ як певна соціально-економічна, структурно-галузева та просторова цілісність піддається впливу умов зовнішнього оточення (соціальні, просторові, інвестиційні) та чинників внутрішнього середовища (природно-ресурсні, людські, інформаційні, фінансові, організаційні), які, утворюючи певну єдність, суттєво впливають на її сталий розвиток.

Оскільки у ході реформи громади отримали повноваження, ресурси та відповідальність перед мешканцями, подальшим напрямком дослідження є розробка моделі господарювання територіальних громад, в основі якої лежали б її сильні сторони (оригінальні внутрішні чинники) та спроможність швидко адаптуватися до зміни умов зовнішнього середовища.

#### Список використаних джерел:

1. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування станом на 10 січня 2018 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [goo.gl/GrPN3w](http://goo.gl/GrPN3w).
2. Родченко В.Б. Теоретико-методичні засади розвитку регіонального економічного простору в умовах трансформаційних зрушень / В.Б. Родченко, Ю.І. Прус // Соціальна економіка. – 2016. – №52(2). – С. 46-53.

3. Сачук Т.В. Основы территориального маркетинга : монография / Т.В. Сачук. – Петрозаводск : изд. Карельского научного центра РАН, 2004. – 202 с.
4. David Wolf. Social Capital And Cluster Development In Learning Regions. – 2001.

УДК 316.334.56

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ КОУЧИНГУ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Рибалка А. С.**

**Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Підвищення особистої ефективності керівника є однією з важких, але й основних проблем з психологічної точки зору бізнесу. Різноманітні тренінги особистого росту та успіху, розвиваючі семінари, інструменти тайм-менеджменту, які існують на сьогоднішній день, це все є прикладами методів саморозвитку та вдосконалення внутрішнього «я».

Умови сучасного середовища, де розвивається бізнес, вимагають не одностороннього, а комплексного розгляду даної проблеми, де буде враховуватися особливі якості кожного керівника та рівень його залученості в процес [3].

На мій погляд, саме таким методом є коучинг. Адже основоположні принципи та техніки коучингу, забезпечують можливість підвищення особистої ефективності в бізнесі.

Застосування коучинг-підходу дозволяє зробити процес більш цілісним, об'єднати активно-діяльнісний і ціннісно-смісловий компоненти розвитку людини як особистості.

Розглянемо дослідження, у якому взяли участь 34 керівника великих українських комерційних організацій. На першому етапі дослідженні, всі респонденти заповнювали розроблену анкету, яка дозволяє виявити рівень самооцінки особистої ефективності керівників, виділити найбільш проблемні питання, а також ступінь готовності керівників до роботи з підвищення особистої ефективності та самовдосконалення. Отримані результати опитування показні на рисунку 1. З графіку ми можемо побачити, що всі респонденти оцінюють свою ефективність як дуже високу (31 %), високу (45 %) або середню (24 %).

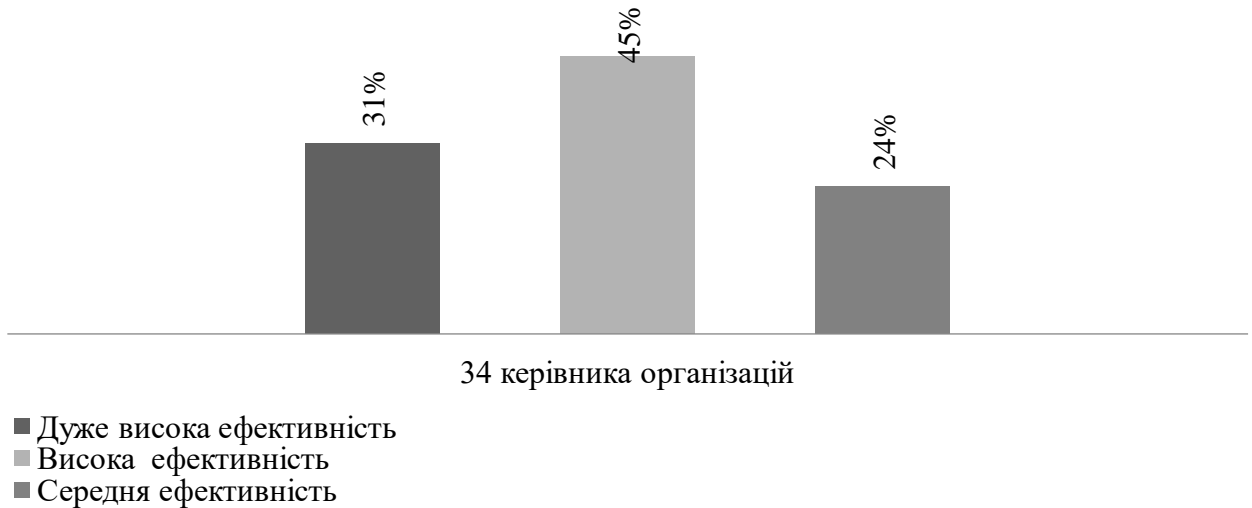


Рисунок 1 – Результати опитування серед керівників 34 організацій

*Джерело:* розроблено автором самостійно

Група керівників з 11 осіб (32 %), не вважають за необхідне приділяти час питанню підвищення самовдосконалення, з них 64 % оцінюють свою ефективність як дуже високу, а 36 % – як високу і не бачать необхідності замислюватися над цим питанням.

При цьому більша група керівників – 23 людини (68 %) висловили готовність до роботи над собою. При опитуванні, що саме знижує їх ефективність праці, було виявлено такі проблеми, як брак сил і часу на виконання всіх справ, сильно відчутна нестача часу, неможливість повністю зосередитися на одному якомусь завданні. На наступному етапі роботи були проведені коуч-сесії з учасниками дослідження, які висловили інтерес до можливості підвищити ефективність роботи (23 людини або 68 % від усіх) [6].

Виходячи з отриманих даних, в ході проведеного дослідження, для досягнення мети підвищення особистої ефективності в бізнесі необхідно провести роботу з аналізу діяльності керівника, всіх тих справ, які він виконує протягом робочого дня та його робочих обов'язків. Правильний розподіл всіх завдань, які стоять за керівником, дозволяє більш ефективно використовувати один з найбільш дефіцитних ресурсів – час, планувати свій робочий день, делегувати повноваження.

Розглянемо один з методів тайм-менеджменту розподілу робочого часу та визначення пріоритетів справ дня – матриця Ейзенхауера. Виглядає матриця як чотири квадрати, які утворюються при перетині осей «Важливо – Неважливо» по горизонталі і «Терміново – не Терміново» по вертикалі [2].

На практиці пряме застосування матриці Ейзенхауера в її класичному варіанті неефективно. Як показали результати дослідження, проведеного перед коучинг-сесією, в інтерв'ю: 87 % керівників відзначили, що всі їхні справи термінові і важливі! А відповідно, виникають труднощі з визначенням пріоритетів. Ця проблема ефективно вирішується саме застосуванням методів коучингу. В цьому випадку всі справи розподіляються на чотири групи не відразу, а в процесі коуч-сесії. Кінцевим результатом якої є розстановка пріоритетів і розподіл усіх справ на «термінові – важливі», «термінові – неважливі», «нетермінові – важливі» і «неважливі – нетермінові». При цьому, не дивлячись на затвердження керівників про важливість і терміновість всіх справ, за час проведеної коуч-сесії кожен з них виділив завдання для всіх чотирьох груп [5].



Після завершенню роботи з респондентами було проведено повторне опитування, спрямоване на виявлення змін після тренінгу. Як показали дані інтерв'ю, результатом проведеної роботи стало більш усвідомлене ставлення не тільки до конкретних повсякденних справах, але до самого процесу організації своєї роботи та до постанови пріоритету справ. Були виявлені індивідуальні питання, які потребують подальшого опрацювання такі як - труднощі з передачею повноважень (делегування), страх втратити контроль, необхідність в більш чіткому плануванні та інші проблемні питання. Відзначалася конкретизація планів і професійних перспектив, а також усвідомлення і формулювання своїх особистих професійних цінностей, цілей та дій.

Виділимо важливі моменти в коучинг-підході:

1. Найкращі умови в організації для застосування коучингового підходу – досягнення менеджментом рівня «управління за цілями».

2. Внутрішнє співробітництво – впровадження системи управління інформаційними потоками в організації підвищує ефективність застосування коучингового підходу [1].

3. Коучинг ефективний в ситуаціях змін.

4. Впровадження трьох вищеназваних систем (в менеджменті – управління по цілям, в розвиток працівників – коучингу, в комунікаціях – інформаційного внутрішньокорпоративної співпраці) спричиняє необхідність впровадження четвертої – системи інноваційного розвитку організації.

5. Керівник повинен володіти компетенціями, які дозволять йому здійснювати управління в стилі «коучинг». Ефективність коучингового підходу залежить від багатьох факторів, і якщо їх не враховувати, то можна зіпсувати найкращу ідею.

Коучинг – не вирішить усі проблеми у компанії, а керівництво до дії в ситуації розвитку організації. Досвід супроводу проектів показав, що управління в стилі «коучинг» існує, але це не весь процес управління, а лише його невелика частина. І багато чого залежить від коуч-компетентності керівника, його усвідомленості і навички переходити в режим «коучинг» [5].

Узагальнюючи все вищесказане, можна зробити висновок про важливість реалізації коучинг-підходу у компаніях, що включає в себе глибоке опрацювання ціннісно-сміслового, активно-діяльного і тимчасового компонентів, при вирішенні завдань підвищення особистої ефективності в бізнесі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малий В. В. Коучинг як стиль менеджменту та управління персоналом фармацевтичної організації / В. В. Малий // Український біофармацевтичний журнал. – 2014. – № 6. – С. 4–10.
2. Ландсберг Макс. Коучинг : повышайте собственную эффективность / Макс Ландсберг. – М. : ЭКСМО, 2008. – 396 с.
3. Максимов В. Е. Коучинг от А до Я. Возможно всё / В. Е. Максимов. – СПб.: Речь, 2004. – 123 с.
4. Троп С. Коучинг в обучении. Руководство для тренера и менеджера / Троп С., Дж. Клиффорд. – СПб. : Питер, 2008. – 63 с.
5. Уитмор Дж. Внутренняя сила лидера: Коучинг как метод управления персоналом / Уитмор Дж. – М. : Альпина Паблишер, 2015. – 309 с.
6. Алфьорова В. Коучинг як інструмент професійного розвитку людини в сучасних реаліях міста / В. Алфьорова // Соціологічні студії. – 2016. – № 2. – С. 94–98.
7. Короленко С. М. Коучинг як інноваційний інструмент ефективного управління персоналом / С. М. Короленко, Р. В. Короленко, Ю. О. Судакова. // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_1\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_28).

## ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ АПК

**Рибалка А. С.**

**Науковий керівник: Пуртов В.Ф., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Концепція ринкових відносин об'єктивно обумовлює наявність ризику в абсолютно усіх областях господарської діяльності. Ринкове середовище вносить в діяльність компаній компоненти невизначеності і розширює «асортимент» ризикових ситуацій, що з'являються при наявності певних обставин і факторів.

Підприємствам необхідне своєчасне врахування умов ризику при прийнятті управлінських рішень; грамотна організація процесу управління ризиковою ситуацією, що орієнтована на забезпечення адаптації роботи підприємства, до мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища. [3]

Серед вчених, які вклали справжній внесок в формування концепції ризику, можна виділити: А.П. Альгин, Дж.М. Кейнс, А. Маршалл, А. Моргенштейн, Ф. Ночівля, Дж. Нейман. [2]

Економічний ризик - це об'єктивно-суб'єктивна категорія у діяльності суб'єктів господарювання, пов'язана з подоланням невизначеності та конфліктності в ситуації неминучого вибору. Вона відображає міру (ступінь) відхилення від цілей, від бажаного (очікуваного) результату, міру невдачі (збитків) з урахуванням впливу керованих і некерованих чинників, прямих та зворотних зв'язків стосовно об'єкта керування. [5]

У всіх сферах суспільно-економічного життя існує безліч ризиків, які потрібно класифікувати за видами, щоб далі можна було піддавати їх системному аналізу, приймаючи раціональні управлінські рішення.

Нараховують більше 40 різних критеріїв ризиків і більше 220 видів ризиків, так що в економічній літературі немає єдиного розуміння в цьому питанні.

Однією з основних причин неефективного управління ризиками є відсутність ясних і чітких методологічних основ цього процесу.

Процес управління ризиками відобразимо наступним чином на рисунку 1.



Рисунок 1 – Процес управління ризиками. Джерело: розроблено автором самостійно

У сучасних умовах господарювання, що характеризуються політичною економічною та соціальною нестабільністю існуюча на підприємстві система управління повинна включати механізм управління ризиками. Головним етапом формування механізму управління ризиком на підприємстві є створення служби ризик-менеджменту. [9]

Механізм управління ризиками підприємства в сучасних умовах господарювання повинен мати чітку ієрархічну структуру з необхідністю її коригування за підсумками реалізації програми заходів щодо зниження ризиків і з урахуванням мінливих чинників впливу.

Розглянемо ризик-менеджмент на прикладі підприємства ТОВ «Славутич», яке знаходиться у селі Великі Вікнини що на півночі Збараського району. Товариство має яскраво виражену буряко - зернову спеціалізацію. У процесі проведення господарсько-фінансової діяльності ТОВ „Славутич” постійно стикається з виникненням різних ризикових подій, що обумовлює необхідність побудови класифікаційної схеми його ризиків. В основі класифікаційної схеми ризиків покладена залежність фінансових результатів підприємства від його діяльності, яка представлена на рисунку 2.

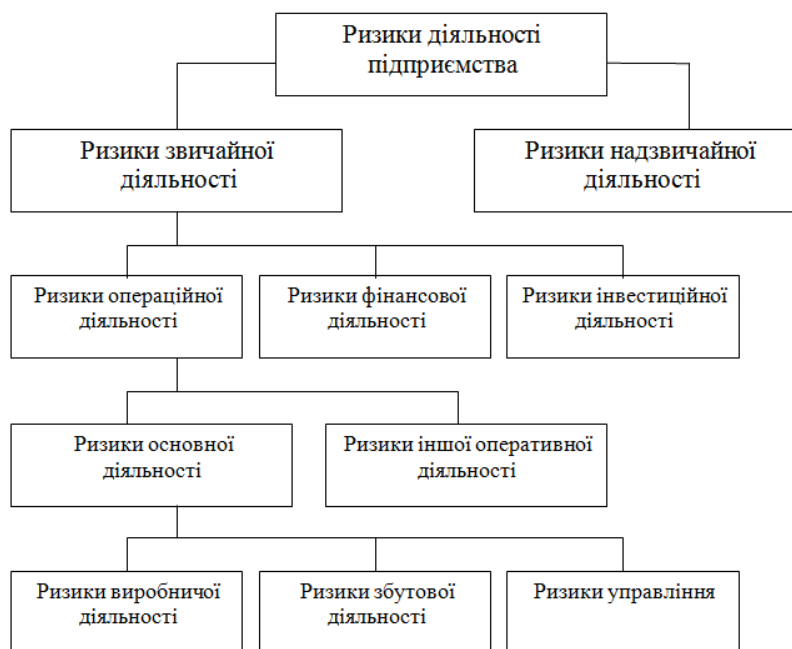


Рисунок 2 Схема методів управління ризиками

Джерело: розроблено автором самостійно

Основні ризики ТОВ «Славутич» [15]:

- ризики, що виникають при розробці і упровадженні нової продукції;
- недосконалість законодавства (в т.ч. антимонопольного);
- конкуренція;
- ризики, пов'язані з розвитком компанії і будівництвом нових об'єктів;
- стихійні біди;

На даному етапі своєї діяльності перед ТОВ «Славутич» стоїть наступне завдання: створення системи управління ризиками процесу, що дозволяє прогнозувати ризики та знижувати ризикові витрати в бізнес-процесах.

Для зниження ступеня ризику обирають такі методи, як розподіл ризику, зовнішнє страхування, лімітування, диверсифікація, створення резервів, здобуття додаткової інформації.

Для формування інформаційної моделі системи управління ризиками проектів підприємства скористаємося технологією бізнес-моделювання ОРГ-Майстер. ОРГ-Майстер дозволяє вирішувати комплекс задач управління в частині моделювання проектної діяльності підприємства на структурному і процесному рівнях, формувати документовані процедури та організаційні положення. [1]

Засобами ОРГ-Майстер можна побудувати структурно-функціональні моделі системи управління ризиками проектів підприємства, які складаються з ієрархічно впорядкованих класифікаторів функцій, процесів, організаційних ланок, ресурсів і документів, а також відносин між ними.

В даний час у ТОВ «Славутич» - проводиться дослідна експлуатація автоматизованої підсистеми внутрішнього контролю та управління операційним ризиками. Введення підсистеми в промислову експлуатацію буде запланований на початок 2019 року.

Впроваджувана автоматизована система управління ризиками дозволить в оперативному режимі відстежувати і керувати розвитком ризикових ситуацій починаючи від рівня співробітників до топ-менеджменту компанії.

Підводячи підсумки вищесказаному, можна відзначити наступне, що система управління ризиками на будь-якому підприємстві виробничої сфери діяльності при впровадженні в запропонованому варіанті є досить витратною, з фінансової точки зору. Тому на первісному етапі впровадження системи управління ризиками на підприємстві, можна обмежитись наявністю кваліфікованого ризик-менеджера і ретельно відібраною групою фахівців. Результати дослідження цієї роботи можуть бути використані на підприємстві ТОВ «Славутич», а також як методичний матеріал при здійсненні досліджень з ризик-менеджменту на інших промислових підприємствах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Агеев А.Е. Моделирование организационных структур и процессов управления рисками проекта / А.Е. Агеев // Открытые информационные и компьютерные интегрированные технологии: сб. науч. тр. Нац. аэрокосм. ун-та им. Н.Е. Жуковского «ХАИ». - Вып. 32. - Харьков, 2006. - С. 110 - 113.
2. Гранатуров В.М. Економічний ризик: сутність, методи вимірювання, шляхи зниження. - М.: Видавництво "Справа і Сервіс", 2014. С.15
3. Гузенко Г. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: сутність, економічний механізм її розбудови, особливості / Г. М. Гузенко, Ю. О. Гайдученко // Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія : Економічна теорія та право. - 2013. - № 3. – С.77-89.
4. Карпунцов М. В. Ризикостійкість підприємства // Актуальні проблеми економіки. - 2011. - №3(81). - С. 71-76
5. Пуртов В.Ф. Основы менеджмента (сто вопросов и ответов по купсу4 «Менеджмент»: конспект лекций): Учебное пособие Харьков: ХНУ, 2007.-134с.
6. Hopkin P. Fundamentals of Risk Management: Understanding, Evaluating and Implementing Effective Risk Management / P. Hopkin. – London: Kogan Page, 2010. – 384 p.

## ІНТЕРЕСИ ВИРОБНИКІВ, СПОЖИВАЧІВ І СУСПІЛЬСТВА В ЯКІСНІЙ ТА КОНКУРЕНТОЗДАТНІЙ ПРОДУКЦІЇ

**Рогозянський Б.М.**

**Науковий керівник: Крикун О.О., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Категорія якості товару не обмежується виключно експлуатаційними, смаковими характеристиками, складом, інгредієнтами, терміном використання залежно від вигляду продукції. Всі ці поняття слід розглядати як складові показника якості. Наявність лише одного атрибуту, що характеризує якість товару, недостатньо для того, щоб споживач почав розглядати продукцію у вигляді основного для своєї споживчої корзини. Навіть продукція або послуги нижчої цінової категорії повинні володіти повним набором якісних характеристик, щоб унаслідок жорсткої конкурентної боротьби не зникнути з відповідного сегменту ринку.

Тісний взаємозв'язок якості та конкурентоспроможності не випадковий. Кожен вид товару володіє об'єктивними і суб'єктивними ознаками. Якщо зовнішня оболонка представляється нам суб'єктивною ознакою залежним від уявлення про нього суб'єкта, тобто споживача, то об'єктивні властивості продукції визначають саме його якісні показники. Обидва типи ознак продукції важливі при визначенні місця її на прилавку.

Розглядаючи взаємозв'язок інтересів виробників, споживачів і суспільства приводить до думки, що кожен отримує свою вигоду, але з певним механізмом відповідальності, повноважень і процедур організації, а також процесів і ресурсів, які забезпечують здійснення загального керівництва якістю, здатною бути в прогнозах тенденцій на ринку, можливих дій конкурентів і попиту (рис. 1).

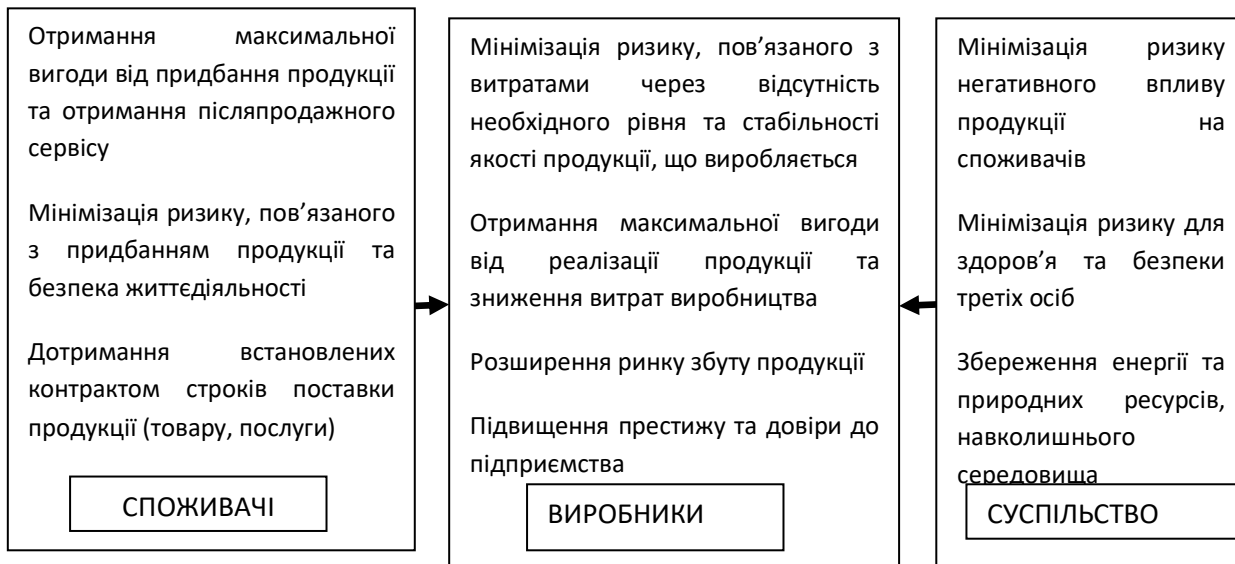


Рис. 1. Взаємозв'язок інтересів виробників, споживачів і суспільства

Споживач відбирає відомі йому товари, завдяки маркетинговим дослідженням, за допомогою визначення місця кожного з них в його рейтингу якості [1]. Саме показник якості продукції забезпечує зрештою лояльність цільового сегменту, є найбільш важливим для

споживача і стійким атрибутом товару, що визначає кількість повторних покупок, також величину попиту. Якщо організація має можливість успішно вести боротьбу за споживачів, то якість виступає найважливішим інструментом дії на неї.

У ринковій економіці виробник і споживач самі знаходять себе на ринку, їх мотивації базуються на фінансовому вигаді і максимізації споживчого ефекту. При цьому споживач має вибір між якнайкращими товарами різних виробників. Споживач, будучи головною фігурою, визначає напрями розвитку виробництва, нарощує виробництво продукції зі свого власного бажання. Тим самим споживач вказує, що слід виробляти. Виробник повинен піклується про конкурентоспроможність своєї продукції, брати до уваги думку споживача продукції і забезпечувати максимально можливий їх спектр. Необхідність подібного, обґрунтовує неоднорідність в уявленні споживачів про оптимальний набір якісних характеристик продукції. Одну групу клієнтів не турбує наявність широкої гамми атрибутів якості, вирішальну ж роль грає існування єдиного певного компонента - ціна. Іншу групу цікавить присутність обов'язкових властивостей, можливих якостей і характеристик продукції й т.ін. Таким чином, облік максимальної кількості параметрів якості, яку можливо закласти у продукцію, що виробляється, гарантує організації вигідне положення на ринку. Якість продукції в умовах сучасного виробництва є важливою для виробника його ефективність, рентабельність підприємства і це потребує постійної уваги. Всі процеси по забезпеченню, проектуванню, збереженню якості об'єднані в систему управління якістю [2].

Кожен індивід визначає вартісне вираження представленого набору якісних характеристик продукції по-своєму і його уявлення, часто, не співпадає з ціною, що призначається виробником, і саме ця суперечність не дозволяє людині зробити покупку. Більш того, у разі зіткнення індивіда з набагато меншою ціною на продукт, ніж вартість, яка, в його уявленні, повинна виражати заявлений круг якісних параметрів, споживач з великою часткою вірогідності не почне здійснювати покупку, оскільки буде упевнений в тому, що продавець не чесний по відношенню до нього.

Таким чином, вартісні характеристики, що відображають, зокрема, величину вкладень в поліпшення якості і виражені в ціні, потрібно вважати не атрибутами якості, але мірою його оцінки.

Варто відзначити, що подібне твердження справедливе для держав з вільною ринковою економікою. У таких країнах державний апарат не впливає на дію законів ринку, зокрема не наказує організаціям, що і в якому вигляді виробляти, унаслідок чого реалізуються права економічних суб'єктів на свободу підприємницької діяльності, регульовану дією конкуренції. Боротьба за покупця і велику кількість організацій, що займаються аналогічною діяльністю, примушують співробітників проводити роботи по збільшенню конкурентоспроможності продукції, що виробляється.

На рівні нашої держави проблема підвищення якості стає проблемою підвищення якості життя через забезпечення основних потреб громадян України, гарантованих Конституцією. Значення процесів управління якістю на рівні держави, а також необхідність формування національної політики відносно якості продукції, яка стосується охорони здоров'я, безпеки, охорони навколишнього середовища, а також підтримки національного виробника з погляду вимог міжнародного ринку і здійснення заходів щодо формування загальної культури якості за допомогою впровадження в організаціях систем управління якістю.

Таким чином, багато фахівців сприймають управління якістю як щось дане в завершеному вигляді. Проте, проблема постійного поліпшення якості продукції є настільки

складною і різноманітною, що її успішне рішення можливе тільки за умов, коли всі учасники виробничого процесу не тільки проникнуться прагматичною стороною цієї справи, але і сформулюють нову, сучасну систему поглядів, розвиватимуть і удосконалюватимуть систему управління якістю, направлену на задоволення споживачів і всіх зацікавлених сторін в якісній продукції.

**Список використаних джерел:**

1. Агеєв Є. Я. Управління якістю : навчальний посібник для самостійної роботи по вивченню дисципліни / Є. Я. Агеєв . - Львів : Новий Світ-2000, 2012 . - 239 с.
2. Крикун О. А. Управление качеством: учебное пособие / О. А. Крикун. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. – 380 с.

УДК 331.08

## **АДМІНІСТРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Середа І.С.**

**Науковий керівник: Бабич С.М., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна**

Слід визначити, що на будь-якому рівні управлінської діяльності, будь-яких масштабів від маленької організації до великої корпорації, управлінці мають проблеми з конфліктами. Вважається, що попередження конфлікту, зупинка його, просто необхідна в умовах праці. Але треба відмітити, що конфлікти – це не обов'язково щось погане. Напроти поганим та негативним, що в свою чергу має руйнівний характер є поведінка в конфліктній ситуації.

Варто зрозуміти, що в сучасному світі, ми зіштовхуємося з великою кількістю ідей, цілей та життєвих позицій, як окремих людей, колективів так і інших груп людей. Постійно виникають протиріччя між сторонами, тим самим це призводить до конфліктів.

Проведення аналізу між особових стосунків в організації дозволить керівникові виробничого колективу виділити об'єкт і предмет конфлікту, проблему, інцидент, умови протікання і мотиви, потреби, мета, позиції, інтереси й цінності учасників складові конфлікту.

Подібний аналіз є необхідною процедурою, яка дозволяє правильно виявити заходи для врегулювання конфлікту на конкретній стадії його розвитку.

Мета роботи – розглянути сутність та природу конфлікту в організації, а також проаналізувати управління конфліктами в організації.

Важливою частиною кожного підприємства є його людські ресурси.

Людські ресурси – специфічний і найважливіший з усіх видів економічних ресурсів. Як фактор економічного розвитку людські ресурси – це працівники, що мають певні професійні навички і знання і можуть використовувати їх у трудовому процесі.

Існує безліч причин виникнення конфліктів. (3) В основі багатьох конфліктів лежить інформація, яка приймається однією стороною, але повністю неприпустима для іншої.

До факторів виникнення конфліктів можна віднести питання соціального статусу, розділення ресурсів, товарів, услуг, доходів а також особистісні системи поведінки, переконань та віри. Поведінкові фактори неминуче призводять до конфліктів.(1)

З сучасної точки зору, що навіть в організаціях з ефективним управлінням, конфлікти все ж таки можливі, а іноді навіть корисні. Дані конфлікти називаються конструктивними, в їх основі лежать розбіжності в вирішенні головних проблем організації, що в наслідку може попередити застій фірми та стимулювати співробітників до нових дій та цілей.

Існую декілька способів подолання конфліктів:

Першим кроком вирішення проблеми є розуміння джерела виникнення конфлікту.

1) Уникнення (при цій стратегії сторона стримується від висловлювання своєї позиції, також не бере на себе відповідальність за вирішення проблеми, та намагається не потрапляти в конфліктні ситуації.)

2) Згладжування (при цій стратегії дії керівника націлені на збереження добрих відносин в колективі. Його девіз: «Не варто сваритися, тому що всі ми - одна щаслива команда, що знаходиться в одному човні, яку не слід розгойдувати».)

3) Компроміс (при цій стратегії сторона спрямовую свої дії на пошук рішення, і повністю задовольняються потреби обох сторін. В процесі переговорів шукає проміжні «середні» рішення, що влаштовують обидві сторони, при яких ніхто нічого особливо не втрачає, а й не набуває. (2)

Також керівники використовують такі методи вирішення конфліктів:

- Створення чіткої системи поведінки в організації
- Допомога співробітникам у вирішенні особистих та робочих проблем
- Конструктивна реакція на скарги з боку співробітників
- Інформування про зміни праці
- Удосконалення системи підбору нових співробітників
- Представлення нового співробітника колективу, а також знайомство з системою праці на підприємстві
- Тім білдінг
- Розмеження та розширення повноважень співробітників(4)

Підводячи підсумки, слід зазначити, що своєчасне вирішення конфлікту, а ще краще попереджають виникнення конфліктів, будь-яка організація з легкістю досягне фінансових результатів, за рахунок згуртованої, колективної праці. А успішне вирішення конфліктів та їх профілактика, потребує визначення природи конфлікту з боку керівника, знання та навички управління підлеглими, та оволодінням контролю над конфліктними ситуаціями. Хочеться відмітити, що зараз у сучасному світі, конфлікт-це невід'ємна частина системи відносин та розвитку взаємодії між сторонами.

#### **Список використаної літератури:**

1. Криворучко, О. Аналіз конфлікту в колективі [Текст] / О. Криворучко // Персонал. – 2003. – № 4 – 5. – С. 101 – 103.
2. Локутов С.П. Конфлікти в колективі: причини, управління, мінімізація. - М.: Вентана-Граф, 2001.
3. Населення і людські ресурси суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/40/2646.html>.
4. Сомова Л.К. Вирішення конфліктів // Менеджер. - 2000. - № 11.



## ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПЦІЇ GOOD GOVERNANCE У МЕХАНІЗМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Соболь Д.О.

Науковий керівник: Тернова І.А., к.е.н.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Одним з найбільш актуальних питань наукового розвитку є вивчення концепцій публічної адміністрації. Питання про пошук найкращого способу контролю суспільством також потребує ретельного дослідження, яке підкреслює його важливість. Загалом поняття державного управління та належного врядування розглянуто окремо в наукових дослідженнях вітчизняних дослідників, таких як А. Амосов, Н. Гавкова та ін. Це питання також було розглянуто в роботі вчених інших країн (Д. Красильников, А. Сивинцева, А. Троїцька). Тим не менше, практичне застосування такої концепції державного управління як належного врядування (Good Governance) вимагає окремого вивчення складних зв'язків його компонентів. Три найбільш популярних і поширених у світі поняття державного управління: класична модель управління (Old Public Management), новий публічний менеджмент (New Public Management) та належне урядування (Good Governance).

Концепція ефективного управління відрізняється від концепції нової державної адміністрації, підкреслюючи як політичне управління, яке є єдиним джерелом політичних рішень, так і процес торгів, який кожен учасник намагається максимально збільшити. Однак, вона може ефективніше задовольняти соціальні потреби та приймати соціально важливі рішення. Концепція характеризується використанням політичних, економічних, адміністративних повноважень для керівництва державними ресурсами та справами [4].

Нині не існує загальноприйнятого перекладу назви концепції. Використовуються імена, такі як «якісне» урядування, «належне» урядування, «відповідне» урядування, та «ефективне» урядування. З огляду на думку автора, враховуючи той факт, що держава повинна забезпечити задовільний рівень життя своїх громадян, відповідний рівень забезпечення якісних державних послуг передає поняття та зміст поняття концепції. Поняття «Good Governance» часто використовують у міжнародній науковій літературі, щоб виразити «управлінські процеси, які здійснюються для управління державними установами з метою забезпечення реалізації прав людини державних установ та державних ресурсів» [3].

У 1993 році Світовий банк визначив термін «Governance» як засіб використання влади в процесі політичного, економічного та соціального права на розвиток політичних, соціальних, економічних ресурсів країни. Консолідація формування концепції як окремої моделі управління відбулася після її публікації в 1997 році Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй «Governance» для сталого розвитку людських ресурсів. У наш час концепція належного урядування не є новою, але розвивається. Належне управління стосується управління сталого розвитку, пов'язаного з цими принципами:

1. Участь як наріжний камінь концепції. Очікується, що і чоловіки, і жінки візьмуть участь. Це може бути прямо чи опосередковано через установи-резиденти чи представників. Участь повинна бути інформована та організована.

2. Прозорість. Даний принцип означає, що рішення приймаються та виконуються відповідно до встановлених правил та положень, а інформація є вільною для тих, кого можуть торкнутися рішення та їх реалізація.

3. Чутливість. Належне врядування вимагає, щоб установи та процеси намагались обслуговувати всіх зацікавлених сторін упродовж розумного строку та висловлювали концепцію поєднання відповідей та здібностей.

4. Консенсусна орієнтація. У суспільстві багато акторів та перспектив. Належне врядування вимагає враховувати різні інтереси для того, щоб досягти широкого консенсусу, який є найбільшим інтересом громади.

5. Рівність та всеосяжність. Процвітання суспільства спирається на твердження, що всі його члени відчують частиною цілого, але не відчують себе виключеними зі шляху розвитку.

6. Ефективність та дієвість. Принцип означає, що всі процеси та інститути дають результати, які задовольняють потреби громади для кращого застосування ресурсів.

7. Звітність. Це важлива умова для належного врядування. За збирання несуть відповідальність не лише державні установи, приватний сектор та державні установи.

8. Конкуренентоспроможність. Надання послуг означає, що конкуренція використовується для отримання ціни на гроші.

Ці показники можна розділити на декілька груп: легітимізація та право голосу (участь та однакостайність) стратегічна лінія (стратегічне бачення) ефективність (зворотній зв'язок та ефективність) відповідальність (відповідальність і прозорість) рівність (рівність та законність) [2].

Д. Красильников, А. Сивинцева та А. Троїцька привертають увагу до недоліків концепції. До них відносяться: необхідність додаткового часу та ресурсів, щоб громадяни могли брати участь у прийнятті та реалізації рішень; незадоволеність певних груп населення рішеннями, прийнятими для загального блага; наявність широкого спектру технічних напрямів доступу до інформації; необхідність створення відповідного корпоративного контексту для заохочення концепції, включаючи зріле громадянське суспільство, комерційний сектор, професійну та відповідальну бюрократію.

А. Амосов та Н. Гавкалова справедливо стверджують, що сьогодні існує класична модель і нова державна адміністрація в країні. Необхідно дотримуватися основних принципів запровадження концепції належного управління в державі, вирішення проблем суспільства, встановлення збалансованого зв'язку між «людиною-суспільством і державою», авторитетного встановлення конструктивного діалогу з громадянами та висхідного згори, участь громадян у державних справах, створення ефективної виборчої системи, прозорість, підзвітність та відкритість інформації [1].

Таким чином, суть належного урядування визначається в цілях, політиці та програмах управління, у способах їх впровадження, досягнених результатах, та найважливіше - у занепокоєнні загальним уявленням про якість функціонування різних установ, ставлення та поведінка громадськості, відкритість, чесність та прагнення виконувати суспільні обов'язки. Не слід забувати, що підходи, принципи та методи реалізації кожної концепції публічного управління мають універсальні характеристики і є особливими для кожної країни. З цієї причини, вивчення сучасних методів управління вимагає вивчення еволюції державного управління та вивчення його основних понять.

### **Список використаних джерел:**

1. Амосов О. Ю. Моделі публічного адміністрування (архетипова парадигма) / О. Ю. Амосов, Н. Л. Гавкалова // Публічне управління: теорія та практика. Спец. випуск. –2013. – С. 6–13. – Режим доступу : [http://academy.gov.ua/NMKD/library\\_nadu/\(13\)/456dfa7d-f8d1-4901-aaa1-c237823cb99a.pdf](http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/(13)/456dfa7d-f8d1-4901-aaa1-c237823cb99a.pdf)
2. Красильников Д. Г. Сучасні західні управлінські моделі: синтез New Public Management и Good Governance / Д. Г. Красильников, О. В. Сивинцева, Е. А. Троїцька // Ars Administrandi. – 2014. – №2. – С. 45–62. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennye-zapadnye-upravlencheskie-modeli-sintez-new-public-management-i-good-governance>
3. Солових В. П. «Good Governance» як одна із сучасних моделей державного управління / В.П. Солових // Науковий вісн. Академії муніцип. упр. Серія «Управління». – 2010. – № 1. –С. 112–120. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvamu\\_upravl\\_2010\\_1\\_17.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvamu_upravl_2010_1_17.pdf)
4. Глазун О. Право на належне управління: Сутність та перспективи впровадження в контексті реформування інституту державної служби. - 2017. – С.121-123. - Режим доступу: <http://pgr-journal.kiev.ua/archive/2017/9/26.pdf>

УДК 332.146.3

## **УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ**

**Станіславська І. Б.**

**Науковий керівник: Пуртов В. Ф., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Формування ринкової системи господарювання пов'язане зі зростанням підприємницької активності в усіх сферах національної економіки. Особлива роль належить малому підприємству, яке є одним із вагомих чинників формування конкурентного середовища і виступає своєрідним двигуном економічного розвитку [4, с. 196].

Соціально-економічний розвиток країни та її регіонів безпосередньо залежить від ефективності використання підприємницької активності. Розуміння сутності підприємницького потенціалу та його використання набувають все більшого значення. Ефект розвитку малого бізнесу, як свідчить зарубіжний досвід, проявляється не тільки на мікрорівні (через збільшення обсягу продаж та прибутку), але й в масштабних перетвореннях соціально-економічного розвитку регіонів та країни в цілому. Малий бізнес, залежно від ступеня розвитку, стабілізує певні сектори регіональних ринків, залучаючи до обігу місцеві ресурси, сприяючи розвитку малих міст та селищ; він є провідним сектором ринкової економіки; визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП; здійснює структурну перебудову економіки, швидку окупність витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку споживчими товарами та послугами повсякденного попиту, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця; має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий соціальний прошарок підприємців-власників; сприяє послабленню монополізму та розвитку конкуренції [2, с. 101].

На початок 2015 р. в Україні було зареєстровано більше 420 тис. підприємств. Лівова частка (більше 94 %) підприємств відноситься до малих. За різними оцінками малі та середні

підприємства виробляють від 7 % до 15 % ВВП. За даними Федерації роботодавців України, 85 % української економіки створюється приблизно трьома сотнями крупних підприємств, та лише 15 % ВВП генерується малим та середнім бізнесом. В той же час, в Австрії цей показник досягає 45 % ВВП, в Німеччині – майже 60 % [2, с. 103].

В регіонах України малий бізнес розвинений нерівномірно. За кількістю підприємств лідером є м. Київ. Саме тут зареєстровано 75 тисяч юридичних осіб, або 20,6 % від загальної кількості в Україні. На одну тисячу мешканців столиці припадає близько 26 підприємств. При цьому слід зазначити, що багато підприємств, які зареєстровано в м. Київ фактично знаходяться в інших регіонах. Пов'язано це з тим, що таким чином малі підприємства намагаються оминати увагу до себе перевіряючи органів та спрощенням доступу до певних ресурсів, в тому числі і фінансових. Друге місце по кількості підприємств, які зареєстровані, посідає Одеський регіон. Тут на одну тисячу населення припадає 10 юридичних осіб. Поряд з тим, фахівці зазначають, що саме Одеський регіон характеризують найбільш значні показники щодо корупції та найбільш низькі показники щодо захисту прав власності; спостерігається висока небезпека рейдерства в цьому регіоні, що негативно впливає на реалізацію інвестиційного потенціалу Одещини.

Достатньо високими є показники Харківської області – 9 підприємств на одну тисячу мешканців. Високий рівень економічного розвитку області пов'язаний з вигідним географічним положенням та зі значними запасами власних сировинних ресурсів. В рейтингу інвестиційної привабливості Харківщина займає одне з перших місць. Порівняно з цим, Рівненська та Чернівецька області є найбільш слабкими по загальній кількості підприємств – відповідно 5 тис. та 4 тис. або по 4 підприємства на кожну 1000 мешканців. В рейтингу інвестиційної привабливості стосовно бізнес-клімату Чернівецька область є однією з найпоганіших в країні. Основними проблемами цього регіону експерти називають бюрократію та тиск фіскальних органів. Розвиток малого бізнесу в Рівненській області гальмує також і слабкий внутрішній ринок.

За абсолютною кількістю підприємств, найбільш високі показники після м. Київ на сході були в Донецькій та Дніпропетровській областях (відповідно 28 тис. та 27 тис. підприємств) – на кожну припадає близько 7,5 % від всіх підприємств України. Слід також зазначити, що в цих регіонах знаходяться великі промислові об'єкти. Питома вага великих підприємств, які формують ділову активність – не більше 0,1 % від загальної кількості юридичних осіб. Крім того, в Дніпропетровській області найбільш висока щільність населення та рівень його урбанізації за рахунок цього тут на 1000 мешканців припадає лише 8 підприємств. При цьому, 80 % зареєстрованих в країні суб'єктів господарювання – це фізичні особи-підприємці (ФОПр). Самий високий показник ФОПр на 1000 мешканців – у великих портових центрах (наприклад, на Одещині – 32,4). В м. Київ, Харківській та Хмельницькій областях – по 32, а у Чернівецькій області – 31. Найбільш низька «щільність» ФОПр – на Західній Україні: в Тернопільській, Рівненській та Львівській областях – по 22 підприємця на 1000 мешканців. Однак, за абсолютною кількістю ФОПр на область лідером був Донецьк. Сумарно на м. Київ та Донецьку область припадало 16 % ФОПр [2, с. 105-107].

Аналізуючи розподіл малих підприємств по регіонах України, можна виділити властиві йому основні функції.

По-перше, неоціненний внесок малого бізнесу у справу формування численних суб'єктів ринкового господарства, насамперед у створенні ефективного недержавного сектору

економіки, орієнтованого на попит, створення конкурентного середовища в регіоні та в його районах.

По-друге, малий бізнес, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості.

По-третє, величезним є внесок малого бізнесу у здійснення прориву в багатьох важливих напрямках науково-технічного прогресу, сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукомісткої продукції.

По-четверте, малий бізнес робить вагомий внесок у розв'язання проблеми зайнятості в районах регіону. Ця функція проявляється у здатності малого бізнесу створювати нові робочі місця й поглинати надлишкову робочу силу під час спадів та структурних зрушень економіки. Якщо в період криз спостерігалося скорочення робочих місць на великих підприємствах, то дрібні фірми їх не тільки зберігали, а й навіть створювали нові.

По-п'яте, важлива функція малого бізнесу полягає в пом'якшенні соціальної напруги, бо саме він є фундаментальною основою формування середнього класу [4, с. 200].

Сприяння розвитку малого та середнього підприємництва на регіональному рівні необхідно розглядати як один із найбільш пріоритетних напрямів діяльності місцевих органів влади щодо забезпечення динамічного сталого розвитку територій. Врахування регіональних особливостей при цьому обумовлюється тим, що цей сегмент економіки переважно зорієнтований на місцеві ринки, який допомагає задіяти підприємницький потенціал як вагомий ресурс регіонального розвитку. Потенціал позитивного впливу малого та середнього підприємництва на соціально-економічні процеси не може використовуватися в повному обсязі до того часу, поки не будуть виявлені та ліквідовані негативні фактори, а також обґрунтовані шляхи та механізми поступального розвитку діяльності малих підприємств, як важливого сектору національної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uzakon.ru/zakon-o-razvitii-predprinimatelstva.html>.
2. Забарна Е. М. Специфіка малого підприємництва в соціально-економічному розвитку регіонів України / Е. М. Забарна // Економічний форум. – 2016. – № 2. – С. 101–109.
3. Райнін І. Л. Адміністративно-правові проблеми забезпечення діяльності малого і середнього бізнесу в Україні / І. Л. Райнін // Наше право. – 2016. – № 1. – С. 24–26.
4. Семченко-Ковальчук О. Б. Стан та перспективи розвитку малого і середнього підприємництва: регіональний аспект / О.Б. Семченко-Ковальчук // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2013. – № 2 (66). – С. 196–203.

## МЕХАНІЗМ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ус Ю.О.

Науковий керівник: Рекун Г.П., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Динамічні зміни зовнішнього середовища, його турбулентність вимагають постійного розвитку та вдосконалення процесу управління підприємством, розробки нових прогресивних механізмів, здатних зменшити вплив негативних факторів на загальні показники його діяльності. У сучасних умовах розвитку ринкових тенденцій в Україні, обумовлених якісно новою системою господарських зв'язків і механізмів конкурентних відносин, одним із актуальних завдань адаптації господарюючих суб'єктів до умов невизначеності є вдосконалення організаційної структури управління підприємством.

Будь-які зміни на підприємстві здійснюються з урахуванням того, що вони забезпечать кращі умови для досягнення підприємством своїх цілей, підвищать ефективність управління ним. Як правило, організаційні вдосконалення на підприємстві можна звести до декількох напрямів [2]: удосконалення організаційних структур за рахунок внутрішніх спрощень; заміна організаційних структур ієрархічного типу на адаптивні; інтегрування (створення) різноманітних форм органічних структур усередині ієрархічної структури; створення конгломератів (поєднання різнорідних елементів); формування організаційних структур майбутнього – модульних та атомістичних підприємств.

Традиційно процес удосконалення організаційних структур складається з таких етапів: планування – впровадження – оцінка. На думку автора, вони не дають змогу вирішити проблеми своєчасності виявлення потреби в структурних змінах. Обмеження процесу структурних змін тільки перерахованими вище стадіями на практиці призводить до того, що керівництво підприємства усвідомлює необхідність структурної перебудови та ухвалює рішення про початок планування, коли криза вже в наявності. У зв'язку з цим, процес удосконалення організаційної структури повинен включати діяльність зі своєчасного виявлення потреби в структурній реорганізації.

Функціонування економіки на принципах самоорганізації викликає необхідність формування механізмів удосконалення організованих структур підприємств. Такий механізм повинен забезпечувати своєчасне визначення потреби в структурних змінах на підприємстві, якісне проектування і ефективне впровадження структурних проектів. Специфіка процесів структурного розвитку та умов їх здійснення висуває певні вимоги до формування такого механізму [1]: плановість; адаптивність; системність; підтримка вищого керівництва; забезпеченість ресурсами; соціально-психологічна підготовленість персоналу тощо.

Дослідження літератури за тематикою дослідження та кращих практик здійснення структурних змін дозволяють обґрунтувати концептуальну модель механізму вдосконалення організаційної структури управління підприємством (рис.), найважливішими компонентами якого є блоки мотивації, організаційно-правового, методичного, інформаційного, соціально-психологічного, кадрового, матеріально-технічного та фінансового забезпечення.

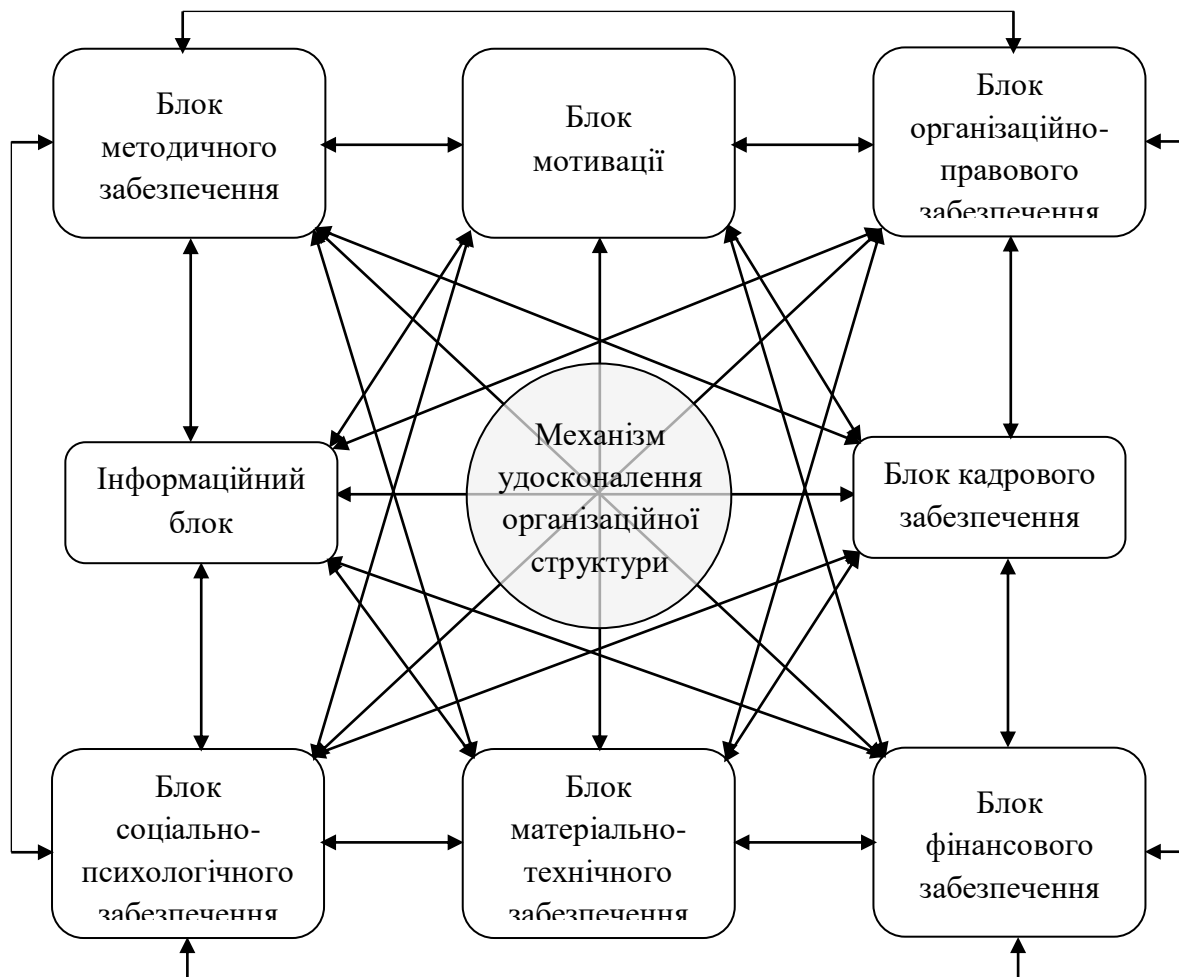


Рис. Модель механізму вдосконалення організаційної структури управління підприємством (складено автором відповідно до [1; 3; 4])

Важелем, що приводить у рух механізм удосконалення організаційної структури управління, є блок мотивації. Блок організаційно-правового забезпечення призначений для регламентації процедур функціонування механізму, складу підрозділів і фахівців, які залучаються до процесу структурного вдосконалення, розподіл між ними функцій, прав і обов'язків. До функцій блоку методичного забезпечення відносяться вивчення відповідних методичних підходів до аналізу проектування та оцінці ефективності організаційних структур підприємств; розробка методичних рекомендацій щодо здійснення етапів удосконалення організаційної структури.

В основі інформаційного блоку повинна лежати інформаційно-пошукова система, що дозволяє оперативно отримувати й обробляти інформацію, необхідну для розробки, прийняття та оцінки структурних рішень. Окрім того, до завдань даного блоку відносять широкий розподіл інформації про цілі планованих структурних змін, прогресивні напрямки вдосконалення організаційної структури, результати впровадження структурних проектів.

За блоком кадрового забезпечення закріплюються функції підбору та підготовки необхідних фахівців, навчання працівників підприємства передовим методам аналізу і проектування організаційних структур. Досвід показує, що при безперервному протіканні на підприємстві процесів навчання існує велика ймовірність успішного структурного вдосконалення.

Метою соціально-психологічного забезпечення є створення творчої атмосфери в колективі, орієнтованої на зміни психологічного настрою працівників, розв'язання існуючих конфліктів, підвищення взаєморозуміння і поліпшення комунікацій між підрозділами та службами, керівниками та виконавцями.

Блок матеріально-технічного забезпечення вирішує завдання оснащення всіх елементів механізму необхідними матеріальними засобами: приміщеннями, оргтехнікою, електронно-обчислювальною технікою, програмними продуктами тощо, а фінансове забезпечення передбачає акумулювання та розподіл грошових коштів, відповідно до потреб у фінансових ресурсах інших блоків.

Модель механізму вдосконалення організаційної структури управління підприємством передбачає: визначення потреби в структурних змінах; проектування структурних змін; процеси впровадження структурних проектів та оцінки результатів структурних змін; діяльність з методичного, організаційно-правового та ресурсного забезпечення структурних змін.

Таким чином, чітка структурна побудова підприємства дає можливість правильно зрозуміти і розставити пріоритети в роботі, раціонально розподілити функціональні обов'язки між його підрозділами і здійснювати контроль їх виконання. Ефективність механізму вдосконалення організаційної структури управління підприємством повністю залежить від спроможності управлінського персоналу поєднати розуміння тенденцій сучасних економічних процесів у всіх підрозділах підприємства, з одного боку, та вимог зовнішнього середовища, з іншого. Правильно проведене удосконалення існуючої організаційної структури сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства та рівня задоволення потреб споживачів, що призведе до збільшення його прибутковості та зміцнення конкурентних позицій на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Буднік М.М. Механізм удосконалення організаційної структури управління підприємством / М.М. Буднік, О.Л. Сорокіна // Бізнес Інформа, 2014. – №10. – С. 376-380.
2. Поповиченко І.В. Декомпозиція організаційної структури підприємства як основа створення його логістичної системи / І.В. Поповиченко // Ефективна економіка. – 2009. – №2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
3. Стратегія підприємства у постіндустріальній економіці : монографія / А.П. Наливайко, О.М. Гребешкова, Т.І. Решетняк та ін. ; за заг. Ред. А.П. Наливайко, О.М. Гребешкової. – Київ : КНЕУ, 2017. – 418 с.
4. Principle-based organizational structure : a handbook to help you engineer entrepreneurial thinking and teamwork into organizations of any size / N. Dean Meyer. – NDMA Publishing, 2017. – 448 p.



**ПОРІВНЯННЯ IQ ТА EQ (EMOTIONAL QUOTIENT),  
АКТУАЛЬНІСТЬ ЇХ ВЖИВАННЯ У КОНТЕКСТІ ОЦІНКИ ЗДІБНОСТЕЙ  
ОСОБИСТОСТІ У КАДРОВОМУ ПРОЦЕСІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Хлібосолов А. С.**

**Науковий керівник: Рекун Г. П., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Сьогодні безліч компаній, не зважаючи на сучасні тенденції, серед усіх можливих шляхів оцінки людських навичок, умінь та гуманних рис, за інерцією, простотою та розповсюдженістю продовжують використовувати IQ-показники, які за нашою оцінкою не тільки не уявляються ефективними, але й часом дискримінаційними. Одне зрозуміло точно: незалежно від типу організації, слід заздалегідь зіставити показники IQ та EQ (emotional quotient), аби попередити організацію від необґрунтованого вибору та витрат на зайві оцінки, тестування тощо, щодо показника, використання якого просто не має сенсу для оцінки ефективності трудових ресурсів підприємства.

Можна сміливо сказати, що буквально з моменту винаходу коефіцієнта інтелекту і до початку нового тисячоліття, IQ-показник вважався панацеєю усюди: на рівні освітнього закладу, компанії-організації та навіть на національному рівні. Вже й держави хизувались рівнем IQ населення (хоча більшість вчених упевнені, що рівень показника не залежить від досвіду – тобто є уродженим), компанії та освітні заклади формували стратегії відбору та мотивації, спираючись на коефіцієнт інтелекту. Звісно ж, дуже зручно використовувати розповсюджений тест, щоб визначити, підходить людина чи ні для певної праці, посади та ін. Проте, з часом з'явилися сумніви, що рівень IQ, що має особа, хоч якимось чином корелює з рівнем його загального успіху, а також положенням у ієрархії компанії, суспільства, тощо. Аби довести це – наведемо приклади статистичних досліджень Mensa International, за результатами яких можна дійти висновку, що нема жодних підстав шукати залежність рівня інтелекту людини та сфери зайнятості чи матеріального стану. Зв'язку просто немає, бо серед людей з найвищим IQ на планеті є як мільйонери так і бідні. Такий розклад речей наштовхує на ідею, що успіх людини може залежати від іншого показника, або комплексу таких. Бодай єдиною альтернативою, хоча й не опробованою до кінця на різних рівнях суспільства (для цього потрібне не одне десятиліття за умови інтенсивної популяризації) і є так званий EQ.

Визначимо одразу, які з рис особистості є об'єктами оцінки EQ за моделлю здібностей (Майєра-Селоуєя-Карузо) для подальшого порівняння з IQ:[3]

- 1) Сприйняття емоцій чи емпатія – здатність людини розрізняти емоції інших людей, а також ідентифікувати їх достовірний склад незалежно від викривлення стану співбесідника вербальними інструментами.
- 2) Стимулювання мислення - це здатність свідомо формувати власне емоційне тло для найбільш зручного виконання визначених дій.
- 3) Розуміння емоцій – це здатність особи до формування причинно-наслідкових зв'язків між емоційним станом та діями, що дозволяє прогнозувати поведінку суб'єкта. Це також дозволяє зрозуміти глибинні потреби людини, що завжди є порокуою ефективної комунікації.

4) Керування емоціями – це навичка, що характеризується контролем та впливом на поточні емоції, мотивацію іншої особи, а також здатність до підпорядкування власних емоцій свідомості. Від керування власними емоціями однозначно залежить якість прийнятих рішень, побудування логічних ланцюгів, тощо.

Як видно з вищенаведеного, всі чотири ключових параметри емоційного інтелекту – це навички, тобто вони можуть бути набуті. Емоційний інтелект дійсно можна розвивати, він однозначно зростає з роками досвіду, адже комунікативна компетенція може бути натренована якщо не тільки практикою спілкування, то більшою мірою точно[1]. З порівняльної характеристики обох коефіцієнтів (Рис. 1) зрозуміло, що перший – IQ – цілком орієнтований на внутрішні логічні здібності людини, та ніяк не впливає на якість комунікації.



Рис. 1 - Порівняння EQ та IQ за категоріями.

З емоційним інтелектом – навпаки – на перед виносяться комунікаційні навички, афективне розуміння та мотивація, а встановлення причинно-наслідкових зв'язків – як похідна. Наступний порівняльний критерій визначає можливість розвитку IQ чи EQ. За результатами дослідження психологів, до 80% інтелектуального розвитку людина набуває у спадок.

Залишок становить факторний вплив оточуючого середовища, проте найбільш чутливими до корегування оточенням рівня IQ є діти до 18 років. Після 18 прогрес майже зовсім припиняється. Це означає, що спадкові характеристики, якщо й можна доповнити чи скорегувати – то тільки у юності. З емоційним інтелектом ситуація діаметрально протилежна: на початку життєвого шляху сприйняття, а тим паче контроль власних емоцій покривається інстинктивним механізмом, а вже потім – розвивається у контексті виховання, досвіду спілкування, вивчення відповідних дисциплін, як то психологія, самоменеджмент та ін.[1]

Останнім параметром, що поєднує деякою мірою обидва інструменти – це спосіб отримання результатів. Найпростішим емпіричним шляхом є проведення тестування серед суб'єктів дослідження. Проте, є й тут різниця. Якщо тести на визначення рівня

інтелектуального розвитку є досить складними та об'ємними, то тестування на предмет рівня емоційного інтелекту може бути уміщений у двадцяти питаннях, на які можна відповісти без пошуків закономірностей, тощо. Тестування EQ зазвичай спирається на перелік питань, що відображають життєві ситуації, а варіанти, наведені до кожного з них, можуть здатися абсолютно прийнятними. Цим обумовлена відносна «правдивість» результатів тестування. Якщо звернути увагу на деталі досліджень, стає зрозуміло, що організувати перші – надскладне завдання навіть в умовах компанії. Ця форма не сприяє дотриманню принципів економічності та зменшенню витрат часу.

Будемо об'єктивними – IQ дійсно у більшості випадків корелює з продуктивністю праці, що може відображатися на доходах людини з певним рівнем розвитку інтелекту. Проте казати про зростання на соціальних сходинах у даному випадку скоріш не доводиться. Беручи до уваги те, що об'єктом дослідження є людина як соціальна одиниця, та її ефективність у реалізації соціально-трудова відносин, то з викладеного вище робимо висновок, що IQ не може бути використаний навіть як комплементарний до базового показника – EQ.

#### **Список використаних джерел:**

1. Зарицька, В. В. Необхідність розвитку емоційного інтелекту особистості в процесі її підготовки до професійної діяльності / В. В. Зарицька // Вісник Одеського національного університету. Серія: Психологія. — 2010. — Т. 15. — Вип. 16. — С. 13-24.
2. Курмишева Н. І. Емоційний інтелект і менеджмент / Н. І. Курмишева // Постметодика. - 2010. - № 6. - С. 56-59.
3. Mayer, J.D., Salovey, P., Caruso, D.R., Emotional Intelligence Meets Traditional Standards for an Intelligence // Intelligence. – 1999. – V. 27

УДК 330.3

## **СУЧАСНІ МОДЕЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РОЗУМНОЇ СПІЛЬНОТИ**

**Шлома Т.В**

**Науковий керівник: Тернова І.А, к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

В Україні національна модель державного регулювання є фундаментальною методологічною базою формування стратегії регіонального розвитку країни. Вона конкретизує соціально-економічні заходи реалізації регіональної політики держави суспільного інноваційного розвитку. У багатьох країнах реалізуються проекти сталого розвитку розумної спільноти ця концепція має назву «розумне місто» [1,2]. З огляду на сучасні темпи інновацій велике значення набуває стандартизація створення сучасної міської інфраструктури, яка спроможна забезпечити відповідний соціальний рівень населення. В процесі формування сучасної моделі сталого розвитку розумної спільноти, територіальні громади повинні отримати вагомий інструментарій просування нових ідей і підходів регіонального розвитку. В Україні система державного регулювання регіонального розвитку повинна забезпечити формування освітніх та інноваційних програм розвитку міських громад.

Формування «Розумних громад» - це процеси, які обумовлюють створення потенційних умов для комфортного проживання, здобуття освіти, удосконалення та розвитку, підвищення якості людського капіталу таких громад. Ефективне об'єднання ініціатив міських громад, інформаційно-комунікаційних технологій та міської влади сприяє досягненню поставленої мети, як найповнішої відповідності міста суті концепту «Розумне місто» [3]. Головну роль в концентрації талановитих і креативних кадрів в містах починає відігравати тенденція до створення сприятливих та комфортних умов проживання та роботи. Важливою умовою конкурентоздатності міста стає вміння зберегти і розвивати потенціал жителів міста, а також залучати в місто і утримувати новий людський потенціал, який з часом трансформується у швидкозростаючий людський капітал, що формує додану вартість і підвищує капіталізацію міського середовища.

Термін «розумні спільноти» добре звучить, але фактичного визначення інтелектуальної спільноти на даний час немає. Хоча Дамер Р. та Кочія А. на основі системного підходу та аналізу наукових публікацій за 20-річний період щодо визначення моделі «розумних громад» і виокремлення категорій, що визначають поняття «розумна спільнота» змогли дати деяку характеристику, яка на мою думку, могла б стати фундаментом для формування даного поняття. В «розумній спільноті» повинні мати місце інноваційні технології у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), логістики, виробництво електроенергії тощо, повинні створювати переваги для громадян з погляду їх включення до участі в наступному:

- поліпшенні якості навколишнього середовища в міському просторі, зменшуючи викиди CO<sub>2</sub> та кількість шкідливих відходів;
- оптимізації споживання енергії за рахунок енергоефективності та відновлювальних джерел енергії;
- підвищення якості життя громадян через забезпечення кращих державних та приватних послуг[4].

Тобто створення певних умов для розвитку суспільства громади та підтримки цього розвитку дасть можливість для функціонування «розумної спільноти».

Також існують організації, такі як Світовий фонд для розумних громад та проект «Європейські інтелектуальні міста», які намагалися визначити концепцію, а також створити модель та визнати існуючі приклади розумних громад.

Хоча ще немає встановленого визначення інтелектуальної спільноти, існує безліч потенційних атрибутів (деякі з них були наведені вище). Звичайно, технологія відіграє величезну роль. Інтелектуальні громади мають потужні мережі, які пов'язують державні служби як між собою, так і з зовнішніми організаціями, роблячи їх більш доступними та зручними для користувачів. Наприклад, вони можуть пов'язувати різні правоохоронні органи як між собою, так і з національними базами даних [5].

Покращення здатності співтовариства та його членів конкурувати в сучасному світі є однією з основних цілей розумних громад. Економічна життєздатність громади не просто залежить від людей у громаді - вона безпосередньо з нею пов'язана. У той же час, місцева економіка повинна бути достатньо життєздатною, щоб люди прагнули залишитися та розвивати її та себе в ній.

Історично, інфраструктура полягала у побудові та утриманні таких систем, як енергетичні системи та дороги, також відомі як твердий капітал. Але розумні громади також стурбовані «м'яким» капіталом - тим, що краще для громади, але не обов'язково є відчутним. Вони можуть включати в себе її управління, політику та освітні можливості. Іноді цей термін

використовується для опису міст, які знаходяться на першому місці інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), але це більше, ніж просто підключення до Інтернету.

Інтелектуальні громади мають широкомугове підключення, яке є доступним і доступним для своїх мешканців, зазвичай за участі певного типу уряду. Наприклад, місцеве самоврядування в розумній громаді може субсидувати вдосконалення існуючої мережі (наприклад, укладання волоконно-оптичних кабелів, щоб кожен міг мати широкомуговий доступ) у місцях, де вони взагалі не матимуть стимулу це робити. Просто наявність з'єднання недостатньо. Вони можуть надавати безкоштовне або субсидоване устаткування, програмне забезпечення та широкомугове з'єднання для тих, хто не може це собі дозволити. У громадських приміщеннях також може бути доступ WIFI [6].

Останній компонент - який багато спільнот нехтує - це освіта. Інтелектуальні громади мають програми для підвищення комп'ютерної та веб-навичок у людях різного віку та передусім, у тому числі тих, хто не має ніякого досвіду. Часто це означає працювати з лідерами громад, щоб з'ясувати найкращий спосіб зробити Інтернет важливим та корисним для всіх.

Навчання в цілому є надзвичайно важливим для успішної інтелектуальної спільноти, але це також стосується збільшення того, що економісти називають «людським капіталом». Звичайно, маючи багато по суті розумних людей, це робить відмінність, але так само є і люди, які володіють надзвичайно товарними навичками на основі знань (тобто не ручні праці) робочих місць. Інтелектуальні громади мають плани для залучення та використання цих людей, включаючи вдосконалення існуючої системи державної освіти та надання можливостей середньої та постійного розвитку професійної освіти [7].

Розумні громади працюють над популяризацією інновацій та творчості. Вони можуть мати програми та капітал, щоб заохотити початківців та політику, які роблять територію привабливим місцем для створення магазину та пошуку працівників з необхідними навичками. Там є спосіб для жителів активно брати участь в управлінні та керівництві уряду та громади. Деякі розумні громади включають екологічний компонент, прагнучи зробити громаду більш екологічно-безпечною та стабільною. Вони також ефективно продають свою громаду та мають робочу групу для роботи над планами та стратегіями.

Таким чином концепції «розумних спільнот» спрямовані на побудову нової моделі територіальної організації. На рівні центральних та місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в процесі формування сучасної моделі сталого розвитку адміністративно-територіальних утворень, «розумних спільнот» повинна мати стратегічну орієнтованість інфраструктурних проєктів. Система державного регулювання регіонального розвитку має виняткове значення для стандартизації мережевої інфраструктури та включає нормативно-методичне забезпечення створення та розвитку потенціалу жителів міста.

### **Список використаних джерел:**

1. Місто Чикаго. Програма «Розумні спільноти» [Електронний ресурс] // Офіційний сайт міста Чикаго. – 2012. Режим доступу: [http://www.cityofchicago.org/city/ua/depts/doit/supp\\_info/digital\\_excelencedemonstrationcommunities.html](http://www.cityofchicago.org/city/ua/depts/doit/supp_info/digital_excelencedemonstrationcommunities.html)
2. Wakefield J. London to test 'smart city' operating system (Electronic resource) / Wakefield J. // BBC News / – 2012. – Mode of access: <http://www.bbc.com/news/technology-17940797>
3. Сухарев М.В. Умные города и сетевые сообщества развития [Електронний ресурс] /Сухарев М.В. // Журнал «Экономика и предпринимательство» – 2017. – №9. (3) . – С. 970 – 975. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29679715>

4. Євроінтеграційні наміри України в контексті технічного регулювання як чинника сталого розвитку територіальних громад [Електронний ресурс] // Офіц. сайт Національного інституту стратегічних досліджень. Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/2337/>

5. Smart Cities project (Electronic resource) / The North Sea Region Programme / – 2014. – Mode of access: <http://www.smartcities.info/aim>

6. Курчеева Г.И. Угрозы для информационной безопасности в высокоорганизованных системах типа «Умный город» / Г.И. Курчеева, В.В. Денисов [Електронний ресурс] // Интернет – журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8. – 2016. – №3 Режим доступу: <http://naukovedenie.ru/PDF/146EVN316.pdf>

7. Умные города: модели, инструменты, рэнкинги и стандарты / Дрожжинов В.И., Куприяновский В.П., Намиот Д.Е., Синягов С.А., Харитонов А.А// Міжнародний журнал відкритих інформаційних технологій ISSN: 2307- 8162 т. 5 – 2017 – № 3. – С. 19–47

УДК 005.336(477.54)

## ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ДОСТУПНОСТИ ТРЦ «ФРАНЦУЗСКИЙ БУЛЬВАР»

**Якунин А.Е., Полищук Ю.В.**

**Научный руководитель: Бабич С.Н., к.э.н, доцент  
Харковский национальный университет им. В.Н. Каразина**

На данный момент многие жители Харькова психологически не расценивают для себя ТРЦ «Французский бульвар» как доступный. Это связано с тем, что рядом с ТРЦ нет достаточно популярных маршрутов общественного транспорта. Хотя ТРЦ расположен в центре города и находится вблизи всех 3 веток харьковского метрополитена. Сейчас, данная проблема решается благодаря маршруту бесплатного автобуса от ближайшей станции метро, но он не является достаточно комфортным, и из 700000 человек, которые ежемесячно посещают ТРЦ, им пользуется около 50000 человек. Нам необходимо предложить вариант улучшения сервиса доставки клиентов и увеличить количество посетителей, которые пользуются общественным, а не личным автотранспортом из-за ограниченности парковочных мест. Нужно убедить посетителей, что данная ситуация не является проблемой (рис. 1,2)<sup>[2]</sup>.

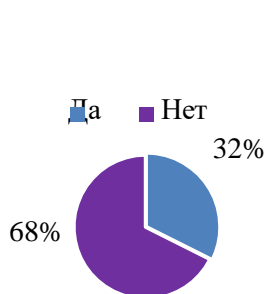


Рис. 1 - Считают ли посетители ТРЦ "Французский бульвар" транспортно-доступным?

- 1 раз в неделю и чаще
- Несколько раз в месяц
- Реже, чем 1 раз в месяц

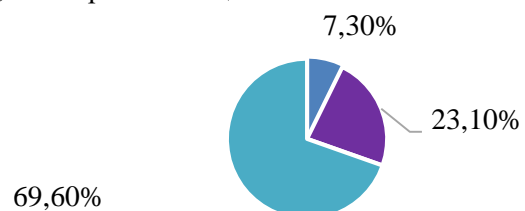


Рис. 2 - Как часто посещают ТРЦ "Французский бульвар"?

Мы предлагаем изменить (создать новую) в ТРЦ карточную систему начисления баллов, с помощью которой покупатели смогут рассчитываться за такси после совершения покупок в магазинах, посещение кафе и кинотеатра. Решение состоит в том, чтобы за каждую потраченную 1000 грн. на карту покупателя засчитывалось некоторое количество баллов (или кэшбек) на сумму 50 грн., или 5% от потраченных средств. Этой суммы будет достаточно, чтобы добраться из торгового центра домой, или к наиболее комфортному виду транспорта для покупателя.

Важный момент – на каждом заведении–партнере необходимо повесить условный знак, что будет информировать посетителей о том, что заведение действует в системе проекта. Это сможет стимулировать покупателей посещать именно заведения партнеров, а другие учреждения – поддержать проект.

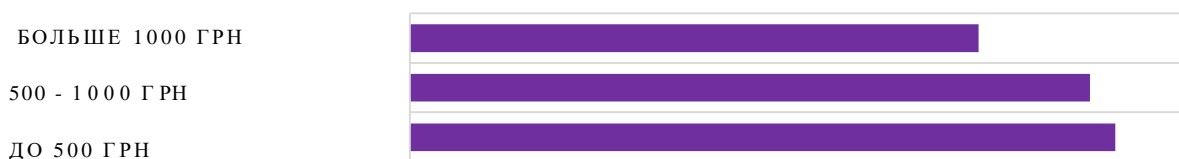


Рис. 3 - Какую сумму тратят клиенты при посещении ТРЦ "Французскийбульвар"?

По данным опроса среди посетителей (рис. 3) ТРЦ «Французский бульвар» 29,1% опрошенных «оставляют» в кассах магазинов более 1000 гривен, 34,8% – от 500 до 1000 грн. и 36,1% меньше 500 грн. за одно посещение ТРЦ. Наше решение подходит для посетителей, которые тратят от 500 грн., потому-что с 500 грн. посетитель может получить 25 грн., за которые может доехать на такси до ближайших станций метро или автобусов (по данным тарифов самых популярных служб такси). Бенефициарами проекта есть посетители ТРЦ

«Французский бульвар», которые хотят отказаться от использования общественного транспорта, получить «бонус» от покупок в ТРЦ в виде бесплатной поездки с или в торговый центр на наиболее комфортном виде транспорта – такси.

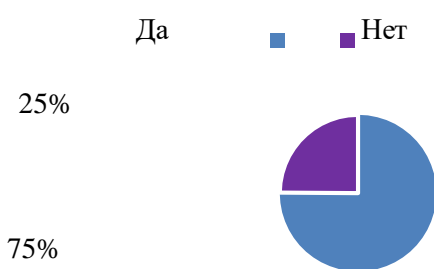


Рис. 4 - Возникает ли дискомфорт у посетителей при использовании общественного транспорта для того, чтобы посетить ТРЦ?

ТРЦ «Французский бульвар» будет первым среди торгово–развлекательных центров, в котором будет работать система бесплатного проезда на такси.

Во–первых, клиенты получают возможность доехать домой с комфортом и быстро, после того, как воспользуются услугами магазинов и ТРЦ (рис. 4).

Во–вторых, покупателям не нужно будет тратить время на ожидание общественного транспорта, ведь это уменьшает степень удовлетворения от посещения ТРЦ.

В–третьих, если посетитель ранее пользовался собственным авто, то у него не возникнет необходимости найти себе место на парковке, которая часто бывает заполнена.

Мы считаем, что больше всего подходит к привлечению в проект такси 3040. Именно эта служба является наиболее популярной в нашем городе, имеет невысокие цены и самый большой автопарк, что позволяет сократить время ожидания.

Финансирование проекта может идти из трех источников:

- 1) Из фондов ТРЦ.
- 2) Магазины и другие заведения на территории ТРЦ. Возможно включение статьи финансирования проекта до арендной платы за использование площади ТРЦ.
- 3) Посетители. Возможно повышение цен заведений на 5%. Средства от повышения цены будут идти непосредственно на карту покупателя.

Таким образом, наше решение заключается в создании карточной системы начисления бонусов, с помощью которой покупатели смогут с комфортом и быстро добраться домой после посещения ТРЦ. Организация транспортной доступности соответствует таким потребностям и требованиям посетителей и руководства:

- 1) ТРЦ будет более транспортно-доступным для посетителей.
- 2) Клиенты будут более комфортно и быстрее добираться до или с ТРЦ, чем общественным транспортом.
- 3) Парковка будет менее загружена автомобилями.
- 4) ТРЦ «Французский бульвар» станет более привлекательным для покупателей за счет того, что этот проект покажет заботы о посетителях.
- 5) Такой проект еще не используется другими торговыми центрами.
- б) Увеличение количества посетителей.

Таким образом, наиболее подходящим вариантом решения данной проблемы, мы считаем изменение действующей в ТРЦ программы лояльности на накопительную карточную систему скидок, с помощью которой посетители получают возможности оплатить услуги такси на маршруте до или из ТРЦ «Французский бульвар». Решение основывается на результатах анкетирования среди посетителей ТРЦ, количество которых составило 528 человек (по данным авторов), и позволяет выполнить существующие задания руководства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Информационные технологии управления: Учебно-практическое пособие / Под ред. Черкасова Ю. М. — М: ИНФРА-М, 2001 — 264с.
2. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. — СПб.: Питер, 1998.- С. 242.
3. Красс М. С., Чупрынов Б. П. Основы математики и ее приложения в экономическом анализе: Учебник. — 3-е изд., исп. — М.: Дело, 2002. — 688с.
4. Логистика: «Учебное пособие»:/ Под ред. Аникина Б. А. — М.: Изд-во Проспект 2007 408с.
5. Теслер К. И., Коробейникова А. А. Принципы создания общедоступной среды в больших городах на примере г. Москвы // Сб. докл. конф. по итогам науч. -исслед. работ студ. М.: МГСУ 2011/2012. С. 71–74.



## СЕКЦІЯ 3

### ФІНАНСИ, БАНКІВНИЦТВО ТА СТРАХУВАННЯ: РИЗИКИ, ЗАГРОЗИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ

УДК: 343.9.024:336.7

#### НАЙПОШИРЕНІШІ НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВА ПІРАМІДА»

Гончарова Ю. Ю.

Науковий керівник: Шуба Е. А., к.е.н., доцент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

**Анотація.** У статті наведено причини виникнення фінансових пірамід. Проаналізовано діяльність перших компаній, які розробили бізнес схему швидкого збагачення. Розглянуто сутність поняття "фінансова піраміда".

**Ключові слова:** інвестиційна діяльність, інвестори, капітал, фінансова конструкція, фінансова піраміда.

У всі часи люди замислювалися над тим, як зберегти та примножити свої кошти. Разом з тим, постійно потрібні кошти тим, хто займається бізнесом, реалізуючи свої бізнес-ідеї. Створюється інвестиційний попит та інвестиційні пропозиції: інвестори, йдучи на певний ризик, вкладають свої кошти в цінні папери компаній, розраховуючи на отримання відсотків, дивідендів або позитивних змін вартості цінних паперів. Передбачити результат інвестиційної діяльності неможливо. Адже існує досить велика кількість підприємств, які є фінансовими пірамідами, що виступають в ролі комерційних організацій. Вкладники у подібні фірми і підприємства практично приречені на втрату своїх коштів.

Найчастіше, фінансові піраміди реєструються, як організаційно-правові форми і залучають інвесторів для реалізації проектів або бізнес - ідей. Виплата коштів здійснюється тільки за умови, що прибутковість проекту, нижче доходу обіцяного інвесторам [3]. Результатом завідома, є банкрутство фірми та збитки інвесторів.

Засновником першої в світі фінансової «піраміди» вважається італієць Чарльз Понці, який емігрував до Америки. В 1919 році він розробив бізнес схему швидкого збагачення. Чарльз заснував фірму «The Securities Exchange Company» та пропонував людям заробляти на купівлі та продажу товарів в різних країнах. Вкладникам італієць обіцяв 150% від вкладеної суми за 45 днів. У серпні 1919 компанія була перевірена федеральними агентами

та ліквідована, як піраміда [3]. Широкої популярності також набула афера Бернарда Медоффа. Він відкрив інвестиційний фонд «Madoff Investment Securities», який мав репутацію одного з найнадійніших в США. Інвестори, могли отримати 13% річних. Вони були переконані, що цій фірмі вдавалося бути успішними завдяки серйозному списку клієнтів. Коли інвестори намагалися забрати свої кошти, було з'ясовано, що фірма не займалася інвестиціями грошей вкладників як мінімум протягом останніх 13 років. Серед потерпілих виявилось 3 000 000 людей і сотні фінансових організацій, які втратили свої заощадження на загальну суму понад 64,8 млрд дол. США [3].

У вітчизняному законодавстві на сьогоднішній день немає чіткого визначення сутності поняття «фінансова піраміда».

Ярмоленко Ю. В. визначає фінансову піраміду як установу або підприємство, яке у своїй діяльності використовує схему заволодіння чужим майном або коштами шляхом обману або зловживання довірою під виглядом економічно вигідного проекту, членство в якому можливо виключно за умови здійснення платежів на користь установи, що дає змогу іншим членам організації та безпосередньо організаторам отримувати прибуток [5].

Коваленко А. В., Уртенів М. Х., Чагаров Р. Х. під чистою фінансовою пірамідою розуміють організацію, фінансова діяльність якої зводиться в основному до пірамідальної схеми залучення капіталу. Як фінансовий інструмент при цьому можуть використовуватися різноманітні цінні папери, а також кредитні договори, трастові, страхові договори та ін. [2].

При створенні фінансових пірамід засновник не обов'язково має бути представлений підприємством чи організацією, він може бути виключно фізичною особою, яка здійснює шахрайську схему через мережу Інтернет без заснування юридичної особи, можливо, використовуючи у своїй діяльності загальновідомі бренди чи назви успішних компаній [2].

Агасандян Г. визначає фінансову піраміду як фінансову конструкцію, що представляє собою зростаючу в часі систему боргових зобов'язань, підтримувану все зростаючими в часі грошовими надходженнями, яка функціонує без реінвестування зібраних коштів і тільки до того моменту, коли поточні витрати на погашення цінних паперів, випущених раніше, стають рівні поточним доходам від продажу нових паперів [2].

Прокопенко В. Ю., Дубина М. В., Коваленко К. О. розглядають фінансову піраміду як форму організації бізнесу, яка не передбачає виробництва товарів чи надання послуг, забезпечує своє існування за рахунок обов'язкових, постійних членських внесків чи інших платежів, які не використовуються для провадження легальної, з позиції законодавства, фінансової діяльності з метою отримання доходу, а використовуються для збагачення, насамперед, засновників таких схем шляхом перерозподілу коштів, акумульованих у процесі діяльності фінансової піраміди, на користь незначної кількості учасників, і супроводжується існуванням ошуканих споживачів фінансових послуг таких структур [2].

Міркін Я. М., Росляк Ю. В., Сізов Ю. С. стверджують, що фінансова піраміда – це схема роботи організаторів піраміди з інвесторами, у якій зобов'язання на раніше залучені грошові засоби не повністю покриваються за рахунок їх вкладення у прибуткові проекти або активи, з метою придбання яких були залучені кошти, а будуть погашені за рахунок вступу у схему нових інвесторів і отримання від них надходжень грошових засобів [2].

Князев С. М. розглядає фінансову піраміду як вид шахрайства і, враховуючи її криміналістичні ознаки, сформулював визначення категорії «фінансова піраміда». Проте у даного визначення є певний недолік, а саме те, що автор звужує поняття, беручи за прикриття злочинної діяльності лише інвестиційну діяльність [1].

Слід зауважити, що фінансова піраміда не завжди створюється з метою обману вкладників. Іноді в фінансову піраміду перетворюються звичайні підприємства і банки. Специфіка роботи підприємства така, що їх власники змушені брати кредити в банку для відкриття або розвитку бізнесу. Якщо він не в змозі з яких-небудь причин виплатити колишній кредит, він бере новий або використовує кошти, отримані від клієнтів [4]. В результаті відбувається перерозподіл коштів між учасниками, тобто утворюється фінансова піраміда.

Найчастіше це відбувається через неправильні розрахунки, переоцінки власних ресурсів і можливостей ринку [4]. Перетворюються в фінансові піраміди або великі підприємства, або банки, які мають високий рівень довіри з боку інвесторів і клієнтів.

Отже, проаналізувавши наукові підходи до трактування поняття «фінансова піраміда», можна сказати: фінансова піраміда – це організація чи фізична особа, яка спрямовує свою діяльність на залучення і перерозподіл грошових коштів серед її учасників, що призводить до фінансової шкоди громадян, які потрапили до піраміди.

#### **Список використаних джерел:**

1. Князев С. М. Фінансова піраміда: поняття та криміналістичні ознаки / С. М. Князев // Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ . – 2011. – № 1(1). – С. 30-37. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/aymvs\\_2011\\_1\(1\)\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/aymvs_2011_1(1)_5).

2. Прокопенко В. Ю. Особливості функціонування фінансових пірамід та їх вплив на розвиток ринку фінансових послуг України / В. Ю. Прокопенко, М. В. Дубина, К. О. Коваленко // Бізнес Інформ. – 2015. – № 5. – С. 226 – 232. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2015\\_5\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_5_37).

3. Трифонова Кристина Владимировна, Пазилова Ситора Уринбаевна, Крылова О.В. Финансовые пирамиды // Символ науки. 2016. №3 – 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-piramidy>

4. Якубова И. И. Финансовая пирамида: что это и как ее определить // Экономика. Бизнес. Информатика. – 2017. – Т. 3. – №. 4. – С. 324-330. – Режим доступа: <https://www.internetnauka.com/index.php/journal/article/viewFile/211/354>

5. Ярмоленко Ю. В. Сучасні технології побудови фінансових пірамід / Ю. В. Ярмоленко // Право і суспільство. – 2014. – № 1. – С. 176-182. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis\\_2014\\_1\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis_2014_1_35).

## **ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ РОБОТИ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН.**

**Доценко. О. В.**

**Науковий керівник: Гребенюк Н. О. к. е. н. доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Вибір теми обумовлено її актуальністю, оскільки швидкі зміни в інформаційному просторі підштовхують банки оперативно реагувати на них. Коли платіжні системи були вперше комп'ютеризовані, основні процеси не були суттєво змінені. Зараз в основі звичайних платіжних систем лежить центральний "кліринговий банк", який виконує функції бухгалтерського обліку, причому розрахунки відбуваються через книги цього центрального органу. Технологія так званої технології "блокчейн" або "розподіленого реєстру" (DLT) вводить принципово іншу структуру децентралізованих платіжних систем, з криптографічними методами шифрування інформації.

В основі криптографічних розрахунків лежить технологія блокчейн (англ. «Blockchain», «block» - блок, «chain» - ланцюг) - цифровий реєстр, в якому хронологічно і публічно враховуються всі транзакції в мережі валюти. Іншими словами, блокчейн слугує розподіленою і децентралізованою базою даних, що сформована учасниками системи, в якій неможливо фальсифікувати дані через хронологічний запис і публічне підтвердження усіма учасниками мережі транзакції, а також повний контроль учасника системи свого цифрового активу. Технологію блокчейн також називають технологією розподільчого реєстру або LTD (distributed ledger technologies). Основною і головною особливістю блокчейна є використання алгоритмів математичного обчислення, а також виключення «людини» і людського фактору при прийнятті рішення системою [1].

Всі транзакції в блокчейн зберігаються в єдиному реєстрі або в головній книзі, та складають децентралізовану структуру для прийняття колективних рішень. Оскільки транзакції повністю впорядковані за часом, поточний стан системи (набір балансів користувачів в разі фінансового блокчейна) визначається виключно цим реєстром транзакцій. Зберігання всієї історії змін стану системи має свої переваги, наприклад можливість визначити стан системи в довільний момент часу, просто «програвши» заново відповідні транзакції.

В ідеальному випадку обробка транзакцій в рамках блокчейн технології повинна відповідати таким властивостям:

- транзакції повинні бути узгоджені з поточним станом системи.
- транзакції повинні бути авторизовані.
- транзакції повинні бути незмінними.
- транзакції повинні бути кінцевими.
- стійкість до цензури.

Можна стверджувати, що система блокчейн буде широко використовуватися у майбутньому, оскільки зможе задовільнити головні потреби при здійсненні транзакцій, а саме надійність швидкість та зручність. Технологію блокчейн будуть використовувати в самих різних сферах людської діяльності. Згідно з результатами дослідження IBM Institute of

Business Value, в 2017 році 15% фінансових установ використовували блокчейн в практичній діяльності.[2] ПриватБанк став першим українським банком що почав застосовувати сучасну технологію а згодом ОTR банк став випробувати системи блокчейн. 6 жовтня 2017 року Верховна Рада зареєструвала законопроект №7183 «Про обіг криптовалют в Україні».[4] Цей документ вперше визначає поняття криптовалюти, майнерів, і наділяє НБУ статусом органу, який буде здійснювати управління в сфері обігу віртуальних валют.

Будь яка технологія має свої позитивні та негативні сторони, тому треба зважати на можливі загрози та слабкі сторони системи. Для прогнозування ефективності використання даної технології в Україні застосуємо SWOT аналіз (рис.1).

<p style="text-align: center;"><b>Сильні сторони</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Швидка робота системи</li> <li>2) Повністю атоматична обробка операцій</li> <li>3) Децентралізована робота серверу</li> <li>4) Колективна робота вузлів системи</li> <li>5) Відносно дешево обслуговування</li> <li>6) Універсальність первинного коду системи</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Загрози</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Колізії в законах</li> <li>2) Не сприйняття нововведення</li> <li>3) Урегулювання конфліктів сторін використання</li> <li>4) Виникнення способів взлому криптографічних шифрів</li> <li>5) Зловживання технологією, підробка децентралізованих систем централізованими</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Слабкі сторони</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Слабкий досвід використання</li> <li>2) Недостатня база розробок кібербезпеки для технології</li> <li>3) Неможливість скасування транзакції після підтвердження</li> <li>4) Складність адаптації з іншими розрахунковими системами</li> <li>5) Відсутність спеціалізованих кадрів для роботи з системою</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Можливості</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1)Зменшення витрат на обслуговування</li> <li>2) Збільшення прозорості операцій</li> <li>3) Зменшення значущості людського фактору</li> <li>4) Отримання нових продуктів у сфері послуг</li> <li>5) Відновлення даних минулих транзакцій при взломі серверу</li> <li>6) Покращення системи, її захищеності та безпеки</li> </ol>

Рис.1 SWOT аналіз впровадження системи блокчейн в Україні\*

\*- Джерело: створено автором за матеріалами [1-4]

Для тестування технології в банківській та небанківській сферах слід по-перше визначити конкретну ціль застосування та проаналізувати різні варіанти та можливості для адаптації з надсистемою та підсистемою організації. Під час прийняття рішення щодо введення в експлуатацію системи блокчейн слід відповісти на наступні запитання:

- 1) Для яких цілей буде використовуватися система?
- 2) Які функції вона виконуватиме?
- 3) Чи узгоджується з використанням інших електронних систем?
- 4) Система буде повністю чи частково децентралізованою?
- 5) Який спосіб криптографічного шифрування буде використовувати система?
- 6) Скільки потрібно мінімальної обчислювальної потужності та як це буде впливати на витрати підприємства чи фірми?

Використання технологій блокчейн в Україні не заборонено законом. Тож пропонується, дозволити комерційним банкам проводити неторгові операції з купівлі-продажу криптовалют за гривні, при цьому забезпечувати операційну безпеку клієнтів та надавати консультації.

Ми вважаємо, що розповсюдження обмінних операцій за допомогою криптографічних

методів дозволить комерційним банкам:

1. Захистити клієнтів банків від шахраїв;
2. Підвищити довіру до банків (одна з найважливіших проблем);
3. Нове джерело доходів для банків;
4. Створення систем Smart контрактів прискорить швидкість документообігу та ефективність договорів;
5. Smart системи дозволять розширити асортимент послуг банку;
6. Зменшення витрат на інкасацію та перевозки банківських документів;
7. Зменшення витрат на робочий персонал що обслуговує документообіг;
8. Зменшення витрат на оплату обчислювальних центрів та обслуговування технічних активів управління;
9. Зменшення витрат на виготовлення та введення в експлуатацію грошово-розрахункових документів.

#### **Список використаних джерел:**

1. A.V. Babkin, D.D. Burkaltseva, V.V. Pshenichnikov, A.S. Tyulin, Cryptocurrency and blockchain technology in digital economy: development genesis [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ntv.spbstu.ru/fulltext/E10.5.2017\\_01.PDF](https://ntv.spbstu.ru/fulltext/E10.5.2017_01.PDF)
2. Blockchain Luxembourg S.A.R.L. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blockchain.info/charts/blocks-size?timespan=all&showDataPoints=true>
3. Realizing the Potential of Blockchain [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Realizing\\_Potential\\_Blockchain.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Realizing_Potential_Blockchain.pdf)
4. Проект Закону про обіг криптовалюти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=62684](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62684)

УДК 336.71

## **ОЦІНКА ДОХІДНОЇ ТА ВИТРАТНОЇ ЧАСТИН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

**Загинайло Ю.Р.**

**Науковий керівник: Дорошенко О.Г., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна**

В сучасних умовах розвитку банківської системи України, прибуткова діяльність комерційних банків є головною складовою фінансової стабільності та стійкості банківської системи, яка в свою чергу відіграє значну роль на шляху сучасної трансформації економіки нашої країни. Розгляд даної теми є досить актуальною, оскільки ситуація, що склалася на теренах нашої держави, тобто економічний та політичний дисбаланс, вимагає від діяльності існуючих банків чітких та швидких рішень, які підвищать ефективність діяльності банків. Для вирішення даної проблеми необхідно розглянути питання, щодо формування та регулювання доходної та витратної частин банківської системи України.

Серед вітчизняних вчених, які зробили значний внесок у розвиток теорії та практики функціонування банківської системи, зробили такі вчені: О. Барановський, О. Васюренко [1], Д.Гладких [2], О. Дзюблюк, С.П. Праслова [3], О. С. Вовченко [4], А.М. Герасимович [5].

Для оцінки прибутковості чи збитковості банківської системи необхідно розглянути фінансові результати діяльності банків України за період 2010-2017 рр., які представлено у

таблиці 1. За досліджуваний період 2010-2017 рр. доходи банків зросли на 41 387 млн. грн., що у відносному вираженні складає 30 %. Це зростання обумовлено завдяки зростанню процентних доходів на 10 707 млн. грн. (9%), комісійних доходів на 21 845 млн. грн. (143 %), результату від торговельних операцій на 5 124 млн. грн. (232 %), інших операційних доходів на 1 987 млн. грн. (37%), інших доходів 849 млн. грн. (170 %) та повернення списаних активів на 875 млн. грн. (448 %). Розглядаючи загальну суму доходів в динаміці, видно, що з 2010 року дохідна частина поступово зростала і в 2014 році становила 210 201 млн.грн., після чого просліджується спад і в 2017 році показник становив 178 235 млн. грн.. Зменшення доходів обумовлено зменшенням складових дохідної частини, тільки показник комісійних доходів мав тенденцію до збільшення.

Витратна частина фінансового результату банків за період 2010-2017 рр. зросла на 52 720 млн. грн. (що у відносному вираженні складає 35 %). Приріст загальних витрат відбувся за рахунок зростання процентних витрат 9 557 млн. грн. (16 %), комісійних витрат - на 6 989 млн. грн. (263 %), загальних адміністративних витрат – на 15 131 млн. грн. (52 %), інших операційних витрат на 716 млн. грн. (7%), відрахування в резерви – на 2 505 млн. грн. (5%), а також збільшення податку на прибуток на 3 442 млн. грн.. Мінімальне значення показнику витрат за розглянутий період спостерігався в 2012 році (145 150 млн.грн.), максимальне значення показнику витрат було в 2016 році (350 078 млн.грн.). Помітне коливання витратної частини обумовлено значною змінною складової витратної частини, а саме показнику відрахувань у резерви та змін процентних витрат.

Таблиця 1

Доходи і витрати банків України ( в млн.грн.)

Показники	2010*	2011 *	2012*	2013*	2014*	2015*	2016*	2017*	Приріст в 2017 р. відповідно до базисного 2010 р.	Темп росту в 2017 р. відповідно до базисного 2010 р.
<b>ДОХОДИ</b>	136 848	142 778	150 449	168 888	210 201	199 193	190 691	178 235	41 387	30%
процентні доходи	113 334	113 352	117 547	129 932	151 257	135 145	135 807	124 041	10 707	9%
комісійні доходи	15 271	18 473	21 161	24 974	28 276	28 414	31 362	37 116	21 845	143%
результат від торговельних операцій	2 207	3 993	3 231	3 304	15 511	21 490	8 243	7 331	5 124	232%
інші операційні доходи	5 342	5 726	5 798	5 112	10 093	9 567	9 605	7 329	1 987	37%
інші доходи	499	622	1 053	2 404	2 165	2 729	3 946	1 348	849	170%
повернення списаних активів	195	612	1 659	3 162	2 899	1 848	1 728	1 070	875	448%
<b>ВИТРАТИ</b>	149 875	150 486	145 550	167 452	263 167	265 793	350 078	202 595	52 720	35%
процентні витрати	61 409	59 506	68 204	80 881	97 171	96 079	91 638	70 966	9 557	16%
комісійні витрати	2 660	3 072	3 080	3 975	4 889	5 846	7 182	9 649	6 989	263%
інші операційні витрати	10 706	15 861	13 199	12 319	15 579	12 991	10 920	11 422	716	7%
загальні адмін.витрати	29 058	34 327	37 265	40 672	44 614	36 742	39 356	44 189	15 131	52%
відрахування в резерви	46 171	36 508	23 423	27 975	103 297	114 541	198 310	48 676	2 505	5%
податок на прибуток	-129	1 212	379	1 630	-2 383	-406	-418	3 293	3 422	
<b>ЧИСТИЙ ПРИБУТОК (ЗБИТОК)</b>	-13 027	-7 708	4 899	1 436	-52 966	-66 600	-159 388	-24 360	-11 333	

\* Без урахування неплатоспроможних банків. Побудовано автором за джерелом [6]

Як бачимо з таблиці 1, за досліджуваний період тільки у 2012 р. та 2013 р. доходи перевищували витрати, що свідчить про прибутковість банківської системи у розмірі 4 899 млн. грн. та 1 436 млн. грн. відповідно. В інших роках спостерігалися збитки у розмірі: 13 027 млн. грн. у 2010 р., 7 708 млн. грн. у 2011р., 52 966 млн. грн. у 2014р., 66 600 млн. грн. у 2015 р. та досягли максимального значення у 2016 році – 159 388 млн. грн., в 2017 р. – 24 360 млн. грн. У 2016 році зафіксовано історично високий збиток сектору — 159 млрд грн, що зумовлено саме резервуванням кредитного портфеля Приватбанку.

Гострими проблемами сучасного банківського сектору України являються: недовіра до банківських установ; політичні процеси негативно впливають на банківський сектор; олігархічний устрій суспільства; девальвація національної грошової одиниці; подорожчання кредитних ресурсів в Україні; зменшення якості кредитного портфеля банків; низький рівень ризик менеджменту банків, а також такий фактор як – активне втручання НБУ, політика «оздоровлення» банківської системи. З одного боку, ліквідація неплатоспроможних банків та банків, які порушували українське законодавство, має позитивно вплинути на прозорість банківської системи. З іншого боку, зменшення учасників банківського сектору може призвести до погіршення конкурентного середовища та умов надання банківських продуктів.

**Висновок.** В результаті досліджень, ми прийшли до наступних висновків.

Сучасний стан банківської системи України є збитковим, прибутковими були 2012 та 2013 роки. Такий стан характеризується рядом негативних факторів, а саме: військово-політична нестабільність, зниження довіри населення до банків, загальноекономічна дестабілізація та збитковість діяльності системних банків. Для вирішення актуальних проблем банківського сектору та нормалізації його функціонування необхідно застосувати систему заходів, спрямованих на загальноекономічну стабілізацію країни, повернення довіри до банківського сектору та підвищення ефективності діяльності НБУ у сфері контролю та регулювання банківської системи. Пошук шляхів вдосконалення банківського сектору з урахуванням світової практики, встановлення оптимальних пропорцій між приватними, державними та іноземними банками; розробка систему підтримки банківського сектору для усунення негативних тенденцій; забезпечення інноваційного розвитку банківського сектору. Реалізація запропонованих заходів дозволить мінімізувати вплив негативних факторів у короткостроковій перспективі та створить умови для розвитку банківської системи України у майбутньому.

#### **Список використаних джерел :**

1. Васюренко О. В. Облік і аудит у банках : навч. посіб. / О. В. Васюренко. — К. : Знання, 2006. — 613 с
2. Гладких Д. Основні складові доходів і витрат українських банків / Д.Гладких // Вісник НБУ □ 2013. □ № 5. □ С. 22-27
3. Прасолова С. П. Банківські операції [текст] : навч. посіб. та практ. /. С. П. Прасолова, О. С. Вовченко— К. : «Центр учбової літератури», 2013. — 568 с
4. О. С. Вовченко Банківські операції [текст] : навч. посіб. та практ. /. С. П. Прасолова, О. С. Вовченко— К. : «Центр учбової літератури», 2013. — 568 с
5. Герасимович А.М. Аналіз банківської діяльності підручник/А.М. Герасимович, М.Д. Алексеєнко, І.М. Парасій-Вергуненко та ін. — К.: КНЕУ, 2014
6. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс] URL: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=34661442&cat\\_id=34798593](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593)



## МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Злобіна А.І.

Науковий керівник: Загорська Д.М., к.е.н.

Харківський національний університет В.Н. Каразіна

За сучасних умов розвитку страхового ринку України можна впевнено стверджувати, що успіх діяльності страхових компаній потребує особливих знань функціонування самого ринку, а також специфіки здійснення продажів тієї чи іншої страхової послуги. Страховий маркетинг займається вивченням цих питань. Страховими компаніями використовується маркетинг в якості засоба, який сприяє розвитку їхньої страхової діяльності. Він виступає важливим інструментом взаємодії, а його основне призначення полягає в оптимізації співробітництва з клієнтами – споживачами страхових послуг.

Під страховим маркетингом слід розуміти взаємоузгоджену фінансову, інвестиційну та операційну діяльність страховика, що спрямована на створення ефективних взаємовідносин між страховою компанією та клієнтом, що надає можливість задовольнити потреби страхувальника в надійному захисті від різних ризиків одночасно з досягненням високої рентабельності функціонування страхової компанії завдяки розумній політиці розробки й реалізації страхових послуг.

У реалізації страхових послуг допомагає реклама. Реклама в страхуванні – це інструмент надання інформації про страхову компанію і послуги, що пропонуються нею для задоволення потреб страхувальників з урахуванням економічних інтересів страховиків. Метою такої реклами є:

- ✓ надання достовірної інформації про діяльність страхової компанії;
- ✓ залучення клієнтів до реалізації страхових послуг;
- ✓ формування довіри до страхової компанії.

Головними ознаками реклами у будь-якій сфері діяльності, зокрема у сфері страхування, є: виразність, унікальність, простота та цікавість, запам'ятовуваність. У жодному разі рекламне звернення не повинно містити спеціальних страхових термінів [1].

Проаналізуємо, скільки страхові компанії витрачають на рекламу та маркетинг. У таблиці нижче (табл.1) зазначено витрати на рекламу та маркетинг за шість останніх років щоквартально.

Таблиця 1

Витрати на рекламу та маркетинг страховиками поквартально за 2014-2017 роки, тис. грн.

Рік	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	Всього
2012	15060,7	16974,4	15971,00	23596,20	71602,31
2013	16141,2	20990,9	18627,8	25611,3	81371,13
2014	12796,20	16332,53	18120,28	29993,63	77242,63
2015	37129,51	7445,69	20091,28	32754,32	97420,80
2016	30150,64	30164,47	37417,15	39918,76	137651,02
2017	25148,40	31561,42	37859,66	-	94569,48

Примітка. Розроблено за даними [2]

З даних таблиці випливає, що витрати на рекламу та маркетинг щорічно збільшуються.

Українські страховики використовують більш активно такі рекламні кампанії, що спрямовані не на створення активного споживання страхових послуг, а на формування позитивного іміджу серед споживачів. Нині страхові компанії намагаються переносити свою діяльність у інтернет-середовище. Зменшення кількості страхових агентів призводить до того, що компанії збільшують кількість проведених рекламних кампаній, це пояснює такий стрімкий зріст витрат на рекламу за останні роки. визначити чиє реклама для страхових компаній ефективною можна, побудувавши залежність між витратами на рекламу та страховими внесками. За даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання ринків фінансових послуг України, визначимо, як збільшення рекламних витрат впливають на зростання страхових платежів (табл.2).

Таблиця 2

Темп приросту страхових платежів та витрат на рекламу й маркетинг

Рік	Витрати на рекламу, тис. грн.	Страхові платежі, тис. грн.	Темп приросту, %	Темп приросту, %
2012	71602,31	19698673,92	-	-
2013	81371,13	26185172,42	13,64	32,93
2014	77 242,6	24 607 505,2	-5,07	-6,03
2015	97 420,8	27 549 424,2	26,12	11,96
2016	137 651,0	32 414 145,4	41,30	17,66
2017	94 569,5	29 369 385,8	-31,30	-9,39

Примітка. Розроблено за даними [2]

Аналізуючи дані таблиці, видно, що отримані страхові премії у 2012 році дорівнювали 19 698 673,9 тис. грн, а витрати на рекламу та маркетинг – 71 602,3 тис. грн. У наступному 2013 році збільшення витрат на рекламу також призвело до зростання страхових платежів. А от в 2014 р. при зменшенні витрат на рекламу до 77 242,6 тис. грн., і страхові внески зменшилися, і склали - 24 607 505,2 тис. грн. В наступних періодах спостерігається така ж залежність, тобто можна висновок про те, що при змінненні витрат на рекламу та маркетинг прямопропорційно змінюються і страхові премії.

Аналіз статистичної звітності про діяльність страхових компаній в Україні дозволяє зробити висновок про те, що на третину зросли витрати страховиків на маркетингову та рекламну діяльність за аналізовані періоди. Варто відзначити, що активність в просуванні своїх послуг за допомогою реклами виявляють страхові компанії, що спеціалізуються на ризиковому страхуванні: за 9 місяців 2017 року - 81 949,3 тис. грн. ( і відповідно 12 620,2 тис. грн. - «Лайфові» компанії).

Отже, проаналізувавши отримані результати, можна зробити висновок, що збільшення рекламних витрат сприяє зростанню обсягів страхових премій. Проте, страховим компаніям не варто збільшувати самі витрати на рекламу, а потрібно врахувати особливості страхових

послуг, проаналізувати її ефект на потенційного клієнта, врахувати інтереси всіх груп страхувальників, особливості запитів населення з різним рівнем доходу та інші фактори.

І хоча на сьогоднішній день можливості підвищення власної економічної безпеки, що відкриваються страхуванням, у недостатній мірі знайомі та затребувані громадянами, їх реклама може не тільки принести прибуток рекламному агентству і підвищити рівень продажів страхової компанії, але і зробити життя громадян більш спокійним та безпечним.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кропельницька С. О, Плещ І. І. Страхові послуги: навчальний посібник. Івано-Франківськ, ДВНЗ — Прикарпатський національний ун-т ім. В. Стефаника, 2013. 390 с.
2. Офіційний сайт Нацкомфінпослуг [Електронний ресурс]. URL: <https://nfp.gov.ua>

УДК 336.761

## **ФОНДОВЫЙ РЫНОК КАК ЛОКОМОТИВ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

**Калашников С. К.**

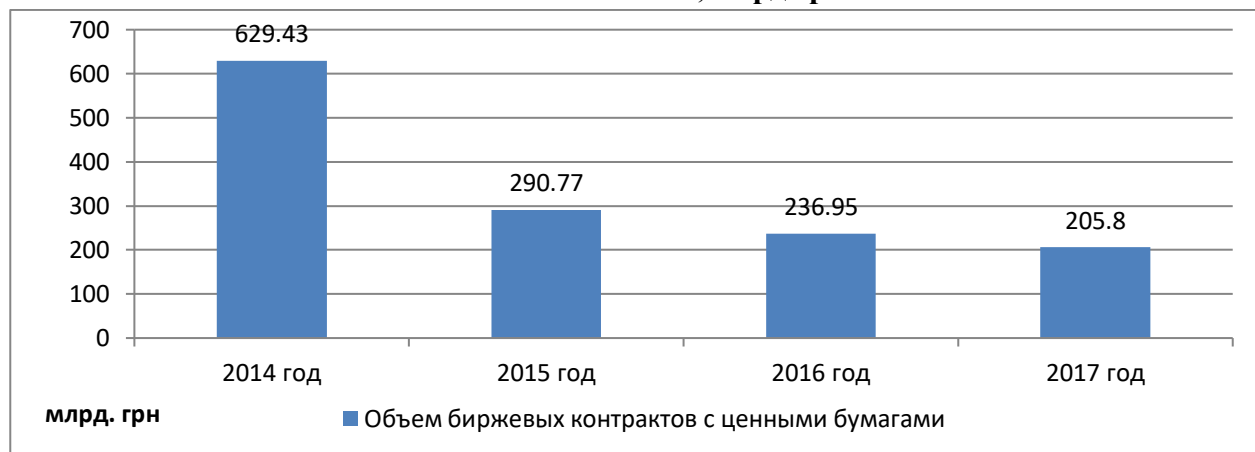
**Научный руководитель: Глущенко А.С., к.е.н., профессор  
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина**

Рыночная экономика не может эффективно функционировать без хорошо развитого фондового рынка. Рынок ценных бумаг дает возможность мобилизовать и перенаправить финансовые потоки в те отрасли экономики, которые в них нуждаются. В развитых странах с рыночной экономикой, фондовый рынок является тем локомотивом, который движет экономику в сторону развития и благополучия. К сожалению, в Украине этот локомотив пока еще не работает в полную силу.

Главной особенностью фондового рынка Украины является то, что он недостаточно развит. Рынок ценных бумаг в той или иной стране характеризуется, прежде всего, объемом биржевой торговли ценными бумагами.

По результатам торгов на организованном рынке Украины в течение 2017 года объем биржевых контрактов с ценными бумагами составил 205 млрд грн. Если проследить этот показатель в динамике, то мы можем наблюдать что с 2014 года данный показатель сократился на 423,63 млрд грн. (диаграмма 1) [1]

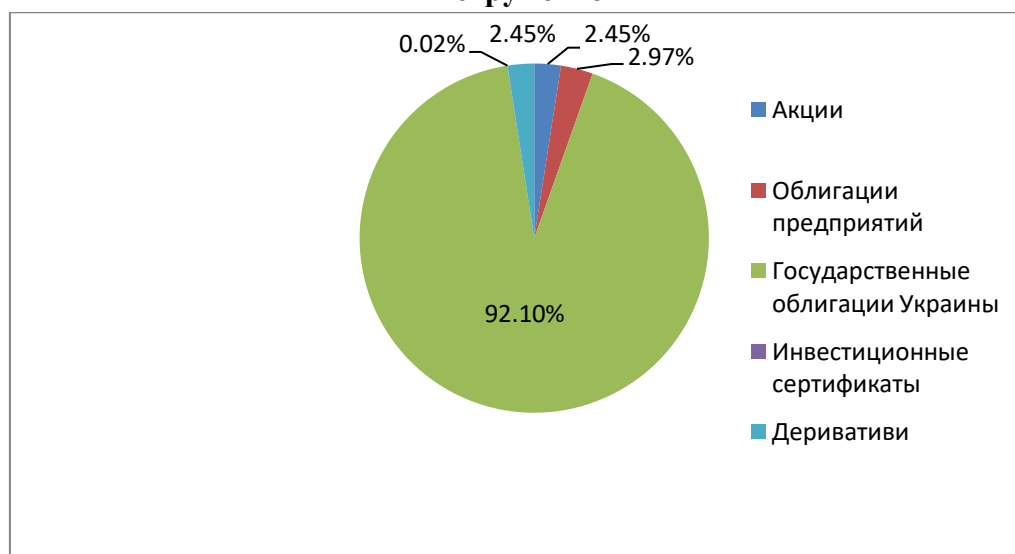
**Диаграмма 1. Объем биржевых контрактов с ценными бумагами  
за 2014 - 2017 гг., млрд грн**



Источник: сгруппировано автором по данным источника [1]

Наибольший объем торгов по финансовым инструментам на организаторах торговли за указанный период зафиксировано с государственными облигациями Украины – 18,96 млрд грн (92,1% от общего объема биржевых контрактов на организаторах торговли в течение 2017). (диаграмма 2) [1].

**Диаграмма 2. Доля биржевых контрактов с распределением по виду финансовых инструментов**



Источник: сгруппировано автором по данным источника [1].

О масштабах украинского рынка ценных бумаг можно судить, сравнивая его с рынками других стран. Так, средневенной оборот на рынке акций Варшавской фондовой бирже составляет 220 млн евро. На украинском фондовом рынке годовой объем торговли акциями составляет всего 505 млрд грн или 168,38 млн евро.

Выделим ряд проблем современного фондового рынка Украины.

Одна из основных проблем отечественного рынка капитала - отсутствие заинтересованности населения страны. По статистике только около 7% населения Украины знают, что такое фондовая биржа и на ней можно зарабатывать.

Также проблемой фондовых бирж является то что, в обращении находится мало акций и облигаций надежных эмитентов. Бизнес в большинстве случаев продавал акции на биржевом рынке, чтобы сделать компанию формально публичным акционерным обществом, а не для того, чтобы привлечь дополнительные средства.[2]

Еще одной проблемой неликвидного отечественного фондового рынка является отсутствие реальной диверсификации инструментов торгов. Основными ценными бумагами, которые формируют статистику бирж по объему торгов, являются государственные облигации внутреннего займа.

Считаем верными предложения о необходимости создать благоприятные предпосылки для повышения платежеспособного спроса на украинские ценные бумаги со стороны внутренних инвесторов, упростив процедуры выхода на рынок и предложив инвестиционно привлекательные финансовые инструменты и гарантии защиты инвестиций.[3]

Для решения существующих проблем считаем необходимым создать максимально удобную для участников финансового рынка инфраструктуру институтов, в том числе:

- создать благоприятные организационно-правовые условия для появления конкурентного и эффективного отечественного рынка рейтинговых услуг, деятельности независимых рейтинговых агентств;
- модернизировать учетную инфраструктуру фондового рынка, которая облегчит расчеты между субъектами инвестиционной деятельности, способствовать эффективному выполнению и обеспечению сделок;
- создать условия для объединения существующих депозитариев в центральный депозитарий и построение центральной расчетно-клиринговой палаты, которая повысит ликвидность рынка, упростит расчеты по сделкам с ценными бумагами и уменьшит транзакционные издержки.

Следует подчеркнуть, что проблема развития фондовых бирж в Украине особенно актуальна и ее решение требует разработки государственной программы развития фондового рынка с учетом зарубежного опыта и национальных особенностей. Базой данной программы должно быть обеспечение информационной открытости, прозрачности и обеспеченности биржевой деятельности. Вместе с этим, нужно внедрить мониторинг и надзор за реализацией данной программы. Только после этого фондовый рынок сможет стать тем локомотивом, который будет двигать экономику страны в сторону развития и благополучия.

#### **Список использованных источников:**

1. Аналітичні дані щодо розвитку фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.nssmc.gov.ua/fund/analytics>.
2. Глущенко О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку біржового механізму України / О. В. Глущенко, Т.О. Бровкова // Фінансовий потенціал суб'єктів господарювання як чинник сталого розвитку ринкової економіки : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (1 лютого 2013 р.) / Відповідальний редактор Глущенко В.В. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. – С. 90 – 93.
3. Глущенко О. В. Первинне розміщення цінних паперів (ІРО) в Україні: загрози та можливості / О.В. Глущенко // Економіка та фінанси в умовах глобалізації: досвід, тенденції та перспективи розвитку : зб. тез II Міжнарод. наук.-практ.конф. – Макіївка, 2010. – С. 45-46.

## ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Носенко Д.В.

Науковий керівник: Гребенюк Наталя Олександрівна, доцент  
Харківський Національний Університет ім. В. Н. Каразіна

Фондовий ринок є однією з найважливіших частин економіки будь-якої країни, в тому числі й України. З його допомогою здійснюється перерозподіл інвестиційних ресурсів і капіталу з однієї галузі в іншу, тобто відбувається автоматичне регулювання інвестиційних процесів у економіці країни і регіонах. Чим правильніше й ефективніше працюватиме фондовий ринок, тим швидше й інтенсивніше розвиватиметься економіка країни. Тому виникає потреба у визначенні сучасного стану та проблем функціонування фондового ринку, шляхів їхнього вирішення, оскільки Україна має потенціал створити економіку, яка могла б успішно інтегруватися в європейські та світові економічні відносини. Саме це зумовлює актуальність даної теми дослідження.

Ціллю роботи є об'єктивна оцінка сучасного стану фондового ринку України для визначення вектору розвитку фондового ринку.

Серед вітчизняних науковців, які займаються дослідженням цієї проблеми, слід виділити таких авторів: О. І. Барановського, В. М. Лютого, С. В. Онишко, В. М. Шелудько.

Сьогодні, на жаль, фондовий ринок в Україні ще не став інструментом перерозподілу капіталу і поки не сприяє акумуляції коштів, таких необхідних для інвестицій. Це пов'язано з тим, що немає великого прагнення потенційних покупців до придбання вітчизняних цінних паперів через недовіру до них, оскільки в нинішніх умовах зростання заборгованості підприємств, банкрутств не можна виключити можливість зміни фінансового становища навіть успішних підприємств. Значною мірою стримуючим фактором для розвитку фондового ринку є відсутність чіткого законодавства, що передбачало б механізм контролю за станом фондового ринку й поведінкою емітентів на ринку паперів [1].

Сучасний фондовий ринок України характеризується такими ознаками [2]: Низький рівень ліквідності, відсутність ефективно працюючого законодавства, мала частка компаній, що проходить лістинг, слабка інформованість громадян про фондовий ринок, низький рівень капіталізації, нерозвинена інфраструктура, недостатня кількість кваліфікованих кадрів, тощо.

Основними цінними паперами, з якими здійснюються операції на фондовому ринку, є акції, облігації, інвестиційні сертифікати (Рис.1).

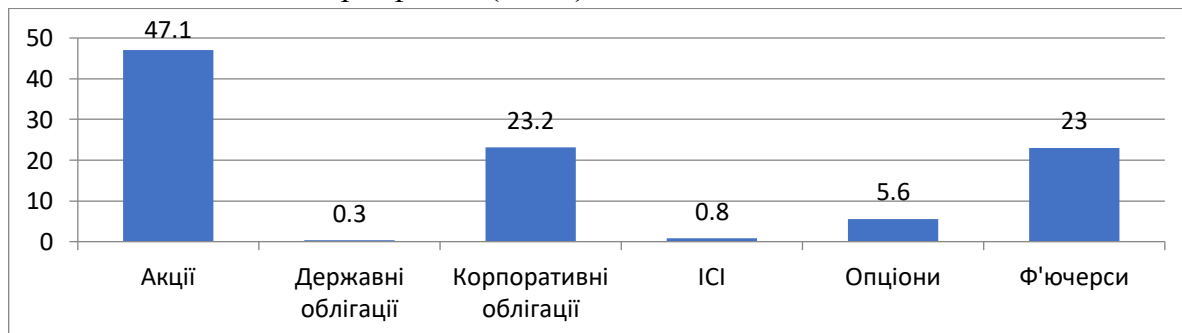


Рис. 1. Структура торгів цінними паперами у % (побудовано автором згідно з даними Міністерства Фінансів України)

Нинішня ситуація в Україні переконує у неможливості швидкого проведення необхідних макроекономічних перетворень та побудови конкурентоспроможної економіки, здатної прийняти виклик глобалізації. Результати комплексної оцінки відповідності національної системи України вимогам міжнародних рекомендацій FATF показали, що загальний рівень відповідності становить 73%. Зокрема: правова система – 83% відповідності, фінансова система – 68%, інституційна система – 78%, міжнародне співробітництво – 79% [3].

Провівши аналіз фондового ринку України, можна зробити проміжні висновки про його стан та розвиток:

По-перше, створення фондового ринку в Україні відбувалося за умов відсутності чіткої та логічної нормативно-законодавчої бази, а також невідповідності окремих елементів ринку міжнародним стандартам.

По-друге, важливою проблемою, що постає перед Україною, є те, що правове забезпечення та механізми котирування цінних паперів ще досі чітко не визначені, відсутня відповідна інфраструктура, ринок недостатньо прозорий та малоліквідний.

По-третє, український фондовий ринок перебуває у безпосередній залежності від світового, це засвідчує підвищення значень українських фондових індексів під час стрімкого росту світових індексів та сприятливих політичних та економічних новин.

Також існує серйозна проблема – це низький відсоток акцій, які перебувають в обігу. Внаслідок цього фондовий ринок України більш волатильний, ніж світові фондові ринки. Підсумовуючи вищесказане, можна відзначити, що сучасний стан фондового ринку України визначається не тільки ступенем його інтегрованості в світовий ринок капіталів і характером глобалізаційних процесів, а й внутрішніми факторами (економічного, політичного і соціального характеру) [4].

На підставі проведеного аналізу, ми сформуваємо та пропонуємо ряд рекомендацій, дотримання яких призведе до покращення ситуації на фондовому ринку України.

По-перше, необхідно розвивати інфраструктуру фондового ринку, а також впровадити широкий спектр інструментів та механізмів взаємодії між суб'єктами ринку. Це можливо при умові створення єдиних, максимально уніфікованих правил функціонування фондових бірж, критеріїв унесення та перебування цінних паперів у лістингу.

По-друге, неодмінною складовою розвитку фондового ринку має стати його інтеграція у світові фінансові ринки, тобто дозволити більшій кількості вітчизняних підприємств розміщувати свої акції на іноземних біржах, та навпаки, заохочувати закордонні компанії до виходу на українські біржі. Водночас розвиток фондового ринку України має бути тісно пов'язаний з розвитком інших сегментів фінансового ринку (банківського, страхового, сектору пенсійного забезпечення тощо).

По-третє, основною функцією ринку цінних паперів має бути створення більш прозорого та зрозумілого механізму акумулювання, розподілу та перерозподілу фондів коштів від особи, яка володіє вільними інвестиційними ресурсами, до особи, якій необхідні такі ресурси для розвитку. Досягти виконання цієї функції можливе лише шляхом всеосяжної рекламної та інформаційної кампанії, яка дозволить українцям ознайомитися з фондовим ринком, його сутністю, а так само дізналися про можливість отримання доходу від операцій з цінними паперами. Це дозволить акумулювати велику кількість тимчасово вільних коштів, від інвесторів, що раніше нічого не знали про фондовий ринок, та дасть населенню альтернативу банківському депозиту.

### **Список використаних джерел:**

1. Аналіз розвитку ринку цінних паперів в Україні [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурса: <https://conferencekneu.wordpress.com/>;
2. Шаманська О. І. Особливості розвитку ринку цінних паперів в Україні [Електронний ресурс] / О. І. Шаманська. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5431>;
3. Віктор І. С., Ліпич С.В. Індекси та рейтинги на фондовому ринку України/ І. С. Віктор, С. В. Ліпич., 2017.
4. Вітюк Н. Фондовий ринок України і перспективи його розвитку / Н. Вітюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://libfor.com/index.php?newsid=1532>.

УДК 336.276

## **СУЧАСНІ ШЛЯХИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОГО БОРГУ УКРАЇНИ**

**Носенко Д.В.**

**Науковий керівник: Глушенко А.С., к.е.н, професор  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Розбалансованість фінансової системи, обмеженість внутрішніх накопичень, негативне сальдо поточного рахунку платіжного балансу країни обумовлює потребу в зовнішніх коштах для забезпечення стабільного економічного розвитку країни. Але неефективний механізм залучення коштів і їх непродуктивне використання призвели до досить швидкого накопичення зовнішнього боргу України, що негативно впливає на фінансову безпеку і зовнішню кредитоспроможність держави. Нові умови розвитку вимагають пошук оптимальних методів управління зовнішнім боргом. Саме це обумовлює актуальність теми дослідження.

Метою роботи є оцінка сучасного стану зовнішнього боргу України та визначення перспективних напрямків регулювання проблем, пов'язаних з управлінням зовнішнім державним боргом.

Дослідженнями у цій сфері займалися: Алісова Е.О., Василюк О.Д., Гальчинський А.С., Філіпенко А.С., Міщенко В.І., Ющенко А.В., Чухна А.А та ін.

У момент проголошення незалежності Україна мала нульовий рівень зовнішньої заборгованості, оскільки всі обов'язки, які випливали з позик колишнього СРСР, перейняла на себе Російська Федерація. [1]

Зовнішній державний борг безпосередньо пов'язаний з проблемою економічної безпеки країни. Шляхи вирішення проблеми зовнішнього державного боргу прямим чином впливають на бюджетну дієздатність країни, стабільність гривні, а так само відносини у співпраці з міжнародними фінансовими організаціями.

До основних причин швидкого зростання зовнішньої заборгованості України за роки її незалежності можна віднести: необхідність збільшення валютних резервів для забезпечення стабільності національної грошової одиниці, залежність від імпорту енергоносіїв, потреби технічного переозброєння більшості галузей національної економіки.

За останні 5 років валовий зовнішній борг України зменшився на 12,9%, але одночасно проходив процес зменшення ВВП. [2] Протягом 2013-2016 років обсяг ВВП зменшився на



52,2%. Станом на 31.12.2016 зовнішній борг на душу населення становить 2660 дол. США, в той час як ВВП - 2185,6 дол. США. [2] Аналізуючи дані, стає очевидним, що знижується тільки абсолютна величина заборгованості, при одночасному зниженні ВВП, що, при обліку катастрофічного зниження кількості населення, веде до зростання заборгованості на душу населення. Станом на 30.09.2017 обсяг валового зовнішнього боргу України досяг 117 350 млн. дол. США, збільшившись за рік на 3,4%. [2] Згідно з методологією МВФ, максимально допустимий розмір зовнішнього боргу для країн з низьким і середнім рівнем доходів, до яких належить і Україна, складає 49,7% ВВП. Україна завершила 2017 року з результатом 121,7% ВВП. Така величина показника свідчать про те, що повноцінна інтеграція в європейський економічний простір, найближчим часом, неможлива.

Проведене дослідження дозволило розробити такі пропозиції по врегулюванню проблеми зовнішньої заборгованості України.

По-перше, з метою підвищення ефективності економічної політики потрібно ввести систему індикаторів попередження негативних і несприятливих подій для економіки держави. Також необхідно розвивати можливості уряду проводити активні операції з борговими зобов'язаннями держави, які не тільки підвищать ефективність управління державним боргом, а й забезпечить економічну і фінансову безпеку.

По-друге, одним зі стратегічних напрямків урядової політики має бути дуже швидке отримання міжнародного кредитного рейтингу інвестиційної категорії, яка надасть можливість не тільки отримувати достатньо дешеві фінансові ресурси для фінансування перспективних напрямків державної політики, а й дозволить підвищити кредитні рейтинги вітчизняних суб'єктів господарювання. Тобто вона повинна бути спрямована на мінімізацію вартості довгострокових позик, забезпечення доступу країни до внутрішніх і зовнішніх ринків капіталу, а також зменшення чутливості фінансової системи до потрясінь на міжнародних фінансових ринках. Зміцнення боргового суверенітету України, підвищення її кредитного рейтингу і міжнародної репутації можна досягти шляхом активізації менеджменту боргового процесу.

1. Визначення оптимального співвідношення між зовнішнім і внутрішнім боргом, яке б відповідало поточній економічній ситуації і стратегічним інтересам України;

2. Удосконалення процедури визначення ліміту державного боргу на поточний рік, шляхом введення додаткових індикаторів боргового навантаження;

3. Визначення допустимих меж використання бюджетних надходжень для обслуговування державного боргу;

4. Здійснення контролю і постійного моніторингу потоків грошових коштів і, в разі можливості перевищення в певні періоди граничних показників, проведення політики попередження негативних явищ;

5. Розробка і реалізація стратегії управління державним боргом, яка дозволить перейти від практики "латання бюджетних дірок", до дійсно цілеспрямованої політики в сфері управління державним боргом.

Під час розробки стратегії управління зовнішнім боргом в довгостроковому періоді слід враховувати реалізацію наступних цілей:

1. Поступове перетворення короткострокових боргів в середньострокові, а за можливістю - в довгострокові. Це може істотно знизити обсяги обслуговування зовнішнього боргу країни.

2. Чітке визначення допустимого рівня використання бюджетних надходжень для обслуговування зовнішнього боргу. Обмеження пропорції виплат з обслуговування боргу до

бюджетних надходжень дозволить водночас обмежити зростання зовнішнього державного боргу до ВВП.

3. Обов'язкове врахування при залученні зовнішніх кредитів можливих змін валютного курсу і їх безпосередній вплив на динаміку державного боргу і бюджетний дефіцит. [3]

В системі заходів щодо оптимізації зовнішньоборгового навантаження України та забезпечення зваженого управління фінансовими ризиками головне місце повинні займати:

1. Поповнення міжнародних валютних резервів до рівня, достатнього для задоволення потреб резидентів України в іноземній валюті, яка буде витрачатися на обслуговування зовнішніх боргів, в разі порушення позитивної динаміки надходження іноземних позик;

2. Підвищення рівня фінансового управління на державних підприємствах і контроль з боку міністерств за цільовою спрямованістю зовнішніх кредитів, які отримали ці підприємства, і обґрунтованість джерел їх погашення;

3. Встановлення більш жорстких вимог до формування резервів банків під кредитні ризики за операціями в іноземній валюті;

4. Поширення нормативів обов'язкового резервування на ресурси, залучені українськими банками на зовнішньому ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Зовнішній борг України [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/finance/debtgov/foreign/>.

2. Україна та МВФ [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://finance.liga.net/economics/2018/1/22/news/56386.htm>.

3. Зовнішній борг України: структура і динаміка [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://insiders.com.ua/spravochnik/vneshnij-dolg>.

УДК 336.71

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**Почуєва А.В.**

**Науковий керівник: Глушенко В.В., д.е.н., професор  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

В умовах системної банківської кризи, що тривала з 2014-2016 роки значна кількість банків призупинила свою діяльність. На сьогоднішній момент діяльність в банківському секторі стабілізується. Тому вкрай важливим є приділення значної уваги існуванню банків України в сучасних умовах, проблемам забезпечення їх прибутковості та фінансової стійкості.

Прибуткова діяльність банківської системи України є не тільки забезпечення рентабельної діяльності, необхідності існування кожного з її компонентів, а також найважливішим фактором розвитку економіки України в цілому. Аналіз причин ризиків

банківської діяльності та отримання прибутків фінансовими установами в Україні, з метою запобігання їх ліквідації та для подальшої успішної діяльності, з перспективами виходу на міжнародний рівень та підвищенню довіру з боку іноземних інвесторів.

Метою дослідження є визначення тих заходів, які впливають на підвищення прибутковості банківської діяльності в Україні. Вивченням цього питання займалися багато вітчизняних (А. П. Вожжова, В. В. Вітлінської, О.П. Баранівський, В. М. Геєць) та зарубіжних вчених (Р. Л. Міллер, П. С. Роуз.). Вони значну увагу приділяли саме аналізу активів і пасивів банку, прибутковості фінансових установ.

Банківська система України - це сукупність різноманітних видів банків та банківських установ у їх взаємозв'язку, складова частина кредитної системи України. Банківські ризики та витрати заважають отриманню прибутку. З точки зору банку, ризик – це потенційна можливість недоотримання доходів або зменшення ринкової вартості капіталу внаслідок несприятливого впливу зовнішніх або внутрішніх факторів. Банківська діяльність не може існувати без ризиків, але якщо їх розрахувати і здійснити комплекс необхідних заходів, можна їх мінімізувати. Національний Банк України виділив 9 видів ризиків: кредитний, ризик ліквідності, ризик процентної ставки, ринковий, валютний, операційно-технологічний, ризик репутації, юридичний та стратегічний. Ризик є неминучою частиною банківської діяльності в цілому, тому банк воліє їх мінімізувати [1]. Заходи, які вживають банки для їх мінімізації: страхування депозитів, зміна процентних ставок залежно від ризикованості кредиту, різноманіття виконання активних операцій. Зменшення або мінімізація ризиків – це один із шляхів прибуткової діяльності.

Після цього можна розглядати формування прибутковості та шукати шляхи її збільшення [2]. Прибутковість усієї фінансової системи складається з прибутковості кожного з банків окремо. Основними показниками прибуткової діяльності банку, які використовуються у світовій практиці, є показники ROA (прибутковість активів) та ROE (прибутковість капіталу).

Показник прибутку на активи **ROA** визначається відношенням чистого прибутку (після оподаткування) ЧП до середньої вартості загальних активів, А:  $ROA = \frac{ЧП}{А} * 100\%$  Він характеризує обсяги прибутку, отримані за рахунок активів банку. Про ефективність використання наявних активів свідчить значення показника не менше 1 %.

Показник прибутку на капітал **ROE** визначається відношенням чистого прибутку до вартості акціонерного капіталу банку, К:  $ROE = \frac{ЧП}{К} * 100\%$  Показник ROE є мірилом дохідності для акціонерів банку. Він встановлює приблизний розмір чистого прибутку, який отримали б акціонери від інвестування капіталу, тобто ризику, на який вони йдуть, вкладаючи свої кошти з метою забезпечення прийняттого рівня прибутку. Банк працює ефективно тоді, коли значення показника не менше 15% [3].

Рішенням правління НБУ від 21.03.2018 три банки було названо системно важливими на 2018 рік, 3 рік поспіль. Системно важливий банк - це термін, яким визначають банки, банкрутство або неналежне функціонування яких може створити системні ризики для фінансової системи. Тому проаналізуємо формування прибутковості всієї банківської системи саме на прикладі цих банків [4].

Нижче наведені дані про фінансові результати роботи трьох найбільших банків в Україні (фінансова звітність за станом на 01.01.2016 і на 01.01.2017)

Таблиця 1. Аналіз прибутковості активів, тис. грн[5]

Назва банку	2015 р.			2016 р.		
	Середня вартість активів	Чистий прибуток/збиток	Показник ROA, %	Середня вартість активів	Чистий прибуток/збиток	Показник ROA, %
1.ПриватБанк	186 500 500	746 000	0,4	216 000 000	216 000	0,1
2.Ощадбанк	115 729 729	-8 564 000	-7,4	144 388 235	-12 273 000	-8,5
3.Укрексімбанк	110 179 775	-9 806 000	-8,9	133 320 754	-14 132 000	-10,6

Наведені показники свідчать, що тільки Приватбанк ефективно використовує наявні активи: показник прибутковості активів ROA за 2015 р. становив 0,4 %, а за 2016 р. – 0,1%, тобто знизився на 0,3 %.

**Шляхи підвищення прибутковості банку є важливим для подальшого розвитку всієї банківської системи:** 1.Забезпечення підтримки ліквідності банку на основі аналізу її стану, тобто можливість банку виконати вчасно і повністю свої зобов'язання 2. Прогнозування результатів діяльності на конкретний період, тобто банк повинен бачити перспективи і цілі свого розвитку на поточний рік 3. Зростання статутного капіталу, фондів спеціального призначення і резервів, тобто проведення науково-обґрунтованої політики у даній області 4. Розширення мережі якісних послуг, наприклад ПриватБанк, який виконує більше 150 послуг для комерційних та фізичних осіб 5. Загальне зростання активів, що приносять процентний дохід, за рахунок залучення більшої кількості позичальників при ретельному аналізі їх фінансового стану, зменшення дефіциту довгих ресурсів, що позбавляє можливостей інвестиційного кредитування 6. Підвищення рівня професіоналізму і компетентності серед працівників банків, тобто надання більш якісних послуг клієнтам, привернення іноземних інвесторів 7. Створення та збереження страхових резервних фондів, для того щоб відшкодувати можливі втрати по кредитах 8. Зниження витрат на утримання апарату управління, тобто формування складу працівників зважаючи на їх компетенції 9. Дотримання наукових підходів і використання новітніх технологій в роботі банківської системи 10. Звуження політичних маніпуляцій 11.Залучання довгострокових кредитів [6].

**Висновок:** Оскільки підвищення ефективності в діяльності окремої фінансової установи можна розглядати, як дієвий інструмент комплексного розвитку та реформування всієї банківської системи України, то вкрай важливим є не тільки пошук шляхів нарощування ресурсів українських банків, але й впровадження стратегії диверсифікації та універсалізації за межами традиційного банківського бізнесу. Важливим є перехід від моделей банківської стратегії, орієнтованої на отримання короткострокового прибутку до банківської стратегії довгострокового інвестування та збільшення прибутку.

#### Список використаних джерел;

1.Бандурка О.М., Глущенко В.В., Глущенко А.С. Гроші і кредит. Підручник, 2-ге вид., доп. і перероб., «Магнолія 2006», 2014, 368с.

2. Звіт про фінансову діяльність [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=60778933>

3. Стукало Н.В. Розвиток банківської системи України в контексті прийняття рекомендацій Базельського комітету // Н.В. Стукало, М.В. Литвин // Фінанси України. – 2011. – № 7. – С. 62-72.

4. Васюренко О. В. Економічний аналіз діяльності комерційних банків: навч. посібник / О. В. Васюренко, К. О. Волохата. – К., 2006. – 463 с.
5. Офіційний сайт Bankografo.com [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://bankografo.com/analiz-bankiv/bankivska-statystyka/metodika-rozrahunku-bankivskih-pokaznikiv>
6. Матвієнко О.С. Шляхи підвищення прибутковості банківської діяльності в Україні [Текст] /О.С. Матвієнко//Молодий вчений.-2014.-№6.

УДК 336.7

## **НБУ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЙОГО ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ**

**Романів В.В.**

**Науковий керівник: Глушенко Віктор Володимирович, д.е.н., професор  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Центральний банк – ядро банківської системи країни. Центральний банк інколи називають ще «банком усіх банків», так як завдяки йому сукупність банків перетворюється на банківську систему. Центральний банк відіграє важливу роль в економіці кожної країни, він регулює грошовий оборот для забезпечення стабільного, не інфляційного розвитку економіки. Центральний банк – це основний суб'єкт монетарної політики.

Однією з головних та ефективних функцій центрального банку України є проведення високоякісної грошово-кредитної політики України. Грошово-кредитна політика – це сукупність заходів, які спрямовані на покращення стабільності кредитної політики та грошового обігу [3].

В Україні за грошово-кредитну політику відповідає - Національний банк України. Відповідно за Конституцією України НБУ проводить заходи щодо забезпечення стабільності, низького рівня безробіття та інфляції та інші заходи.

Основною функцією Національного Банку України відповідно до Конституції України є проведення грошово-кредитної політики та забезпечення стабільності грошової одиниці, що є основою для забезпечення збалансованого економічного розвитку, підвищення рівня зайнятості та реальних доходів населення [1].

Грошово-кредитна політика на сучасному етапі потребує економічного розвитку, удосконалення своїх інструментів з підтримки ліквідності банківської системи. Сьогодні основними проблемами щодо проведення НБУ грошово-кредитної політики є:

- скорочення ВВП;
- нестабільність грошово-кредитної політики;
- непланова діяльність НБУ, що обумовлена вирішенням тільки поточних проблем;
- нестабільна цінова політика;
- дестабілізація банківської системи [4].

Незважаючи на стан справ для покращення грошово-кредитної політики у 2018 році необхідно здійснити такі першочергові кроки для зниження системних ризиків для банківської системи, економіки і суспільства в цілому:

- негайне призначення членів Ради НБУ, а також введення законодавчих норм, які б унеможливили прийняття Правлінням НБУ рішень з питань, які відносяться до компетенції і повноважень Ради НБУ, у разі відсутності Ради НБУ;

- введення норм щодо надання членам Ради НБУ права бути присутніми на засіданнях Правління з правом дорадчого голосу;

- введення норм щодо обов'язкових наслідків звернень Ради НБУ до Президента та Верховної Ради України щодо незадовільної діяльності

Правління, невиконання рекомендацій Ради НБУ щодо реалізації Основних засад грошово-кредитної політики;

- встановлення заборони для НБУ змінювати вимоги до формування регулятивного капіталу та інші істотні правила діяльності банків частіше, ніж раз на рік;

- введення норми, яка зобов'язує НБУ щоквартально, а у випадку фінансової кризи щомісячно публікувати у відкритому доступі офіційний «Звіт з фінансової стабільності», в якому надавати об'єктивну інформацію щодо стану банківської системи;

- встановлення обов'язку НБУ забезпечувати оприлюднення інформації про підстави ухвалення рішень щодо неплатоспроможності банку та відкликання банківської ліцензії, разом з інформацією про вжиті НБУ заходи з метою недопущення цього;

- скасування норм щодо заборони забезпечення судового позову шляхом зупинення рішень НБУ [2].

Вжиття відповідних заходів дозволить повною мірою використати закладений до Закону України «Про Національний банк України» потенціал, сприятиме проведенню НБУ передбачуваної та виваженої політики, поверненню центрального банку під контроль суспільства [2].

Як висновок, можна зауважити, що НБУ та інструменти його грошово-кредитної політики є ключовим елементом з огляду на результативність та ефективний вплив на економіку. Останніми роками грошово-кредитна політика характеризується більшою стабільністю та системністю проведення. Проте політична нестабільність та недовіра до України зі сторони зарубіжних інвесторів та Міжнародних економічних організацій потребує від уряду та Національного банку вироблення ефективної системи пріоритетів та стратегії грошово-кредитної політики.

#### **Список використаної літератури:**

1. Коновалова С. О. Специфіка кредитно-грошової політики в умовах світової фінансової кризи / С. О. Коновалова // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – №8. – С. 47-48

2. Стратегія розвитку банківської системи України 2016-2020 роки «Подолання кризи, стабільність національної валюти і банківської системи та економічне зростання» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://kneu.edu.ua/userfiles/Credit\\_Economics\\_Department/afedra+bankspravi/proekt\\_strategi.pdf](https://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/afedra+bankspravi/proekt_strategi.pdf).

3. Базилевич В., Базилевич К., Баластрик Л. Макроекономіка / Базилевич В., Базилевич К., Баластрик Л.//Грошово-кредитна система: зміст, структура, об'єкти, суб'єкти. Риси сучасної грошово-кредитної системи. Грошово-кредитна політика в Україні: проблеми і перспективи. – 2007.- С. 542-551,582 – 592.

4. Аналіз монетарної політики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/08/FEAO\\_Analysis-of-the-NBU-Monetary-Pollicy-Effectiveness\\_A5\\_03.pdfz](https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/08/FEAO_Analysis-of-the-NBU-Monetary-Pollicy-Effectiveness_A5_03.pdfz).

## РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ, ЙОГО НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ

Самігулліна А.Р.

Науковий керівник: Глущенко А.С. к.е.н., професор  
Харківський Національний університет ім. В.Н. Каразіна

Пенсійна система України, яка побудована виключно на солідарних принципах, потребує подальшого реформування. Основними факторами, що зумовлюють таку потребу, є наступні: складна економічна ситуація в країні, щорічне зростання дефіциту Пенсійного фонду, тенденції збільшення тривалості життя населення тощо.

Пенсійне страхування - одна з найважливіших основних форм соціального захисту, в основу якої покладено страховий метод, тобто внесення в особливі фонди обов'язкових платежів суб'єктами підприємницької діяльності незалежно від форм власності та видів господарської діяльності та особами найманої праці, які працюють на умовах трудового договору, й використання державою цих коштів для матеріального забезпечення громадян [1, с. 58]. Загалом пенсійне страхування – це один з видів страхування населення. Як і будь-який вид страхування, пенсійне страхування проявляється через ряд функцій. Воно виконує дві основні функції [2]: ● функція покриття ризику; ● запобіжна функція.

Вітчизняне пенсійне законодавство передбачає дві форми пенсійного страхування: *обов'язкову*, яка відіграє головну роль, і *добровільну*.

Тому є досить доречним розглянути систему пенсійного забезпечення в Україні, яка складається з трьох рівнів [3]:

Перший рівень - солідарна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, що базується на засадах солідарності і субсидування та здійснення виплати пенсій і надання соціальних послуг за рахунок коштів Пенсійного фонду на умовах та в порядку, передбачених законодавством.

Другий рівень - накопичувальна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, що базується на засадах накопичення коштів за страхованих осіб у Накопичувальному фонді або у відповідних недержавних пенсійних фондах та здійснення фінансування витрат на оплату договорів страхування довічних пенсій і одноразових виплат на умовах та в порядку, передбачених законом.

Третій рівень - система недержавного пенсійного забезпечення, що базується на засадах добровільної участі громадян, роботодавців та їх об'єднань у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання громадянами пенсійних виплат на умовах та в порядку, передбачених законодавством про недержавне пенсійне забезпечення.

Пенсійне забезпечення в Україні завжди було досить гострим питанням та досить складним. Нині діюча в Україні пенсійна система не зовсім виконує свої завдання, оскільки пенсійні витрати в державі щороку зростають.

Тому можна виділити такі основні проблеми пенсійної системи України: ● Україна – це країна із старіючим населенням, що в свою чергу погіршує співвідношення між громадянами працездатного і непрацездатного віку. За прогнозами вчених, вже у 2025 р. на одного

працюючого припадатиме один пенсіонер.● особи, що досягли пенсійного віку, мають низький рівень пенсії;● незбалансований бюджет Пенсійного фонду України.

Отже, розглянемо проблеми та переваги пенсійного забезпечення на кожному рівні пенсійної системи.

Серед основних проблем *першого рівня* пенсійної системи України можна виділити:

- економічні (безробіття, залежність пенсійної виплати від середньої заробітної плати, зростання цін на споживчі товари);
- соціальні (велика кількість осіб пенсійного віку та пільговиків);
- фінансові (дефіцит Пенсійного Фонду України).

Щодо *другого рівня* системи пенсійного страхування, то вона полягає в тому, що кожен громадянин України щомісяця відкладає частину зарплати собі на старість і з віком розмір відрахувань збільшуватиметься.

Система індивідуальних пенсійних рахунків має ряд переваг: розмір внесків визначає розмір майбутньої пенсії; внески, що робить особа, є її власністю; у разі значних внесків протягом трудової діяльності розмір пенсії буде більшим, аніж за солідарною системою. Але ця система має і недоліки, які полягають в тому, що забрати заощаджені кошти до настання пенсійного віку неможливо.

Комітет соціалістики, зайнятості та пенсійного забезпечення Верховної Ради рекомендував парламенту запровадити накопичувальну систему пенсійного страхування з 1 січня 2019 року. Про це повідомив міністр віце-прем'єр-міністр Павло Розенко.[5].

Але накопичувальну систему можна запроваджувати лише після формування необхідних економічних передумов, коли не буде дефіциту в Пенсійному Фонді України.

Отже, запровадження II рівня пенсійного страхування дозволить розподілити ризики виплати низьких розмірів пенсій між I та II рівнями пенсійної системи і таким чином застрахувати майбутніх пенсіонерів від негативних демографічних тенденцій та коливань в економічному розвитку держави [4].

*Третього рівень*, має подвійне завдання: забезпечення гідними пенсіями громадян України, шляхом створення накопичувального персоніфікованого пенсійного забезпечення та довгострокових внутрішніх інвесторів.

Станом на 30.09.2017 в Державному реєстрі фінансових установ містилася інформація про 64 недержавних пенсійних фонди та 22 адміністратори НПФ. Недержавні пенсійні фонди зареєстровано у 8 регіонах України (Херсонська область 1,6%; Одеська 1,6%; Харківська 3,1%; Івано-Франківська 3,1%; Львівська 3,1%; Дніпропетровська 6,2%; Донецька 9,4%; м. Київ 71,9%) [4].

III рівень є досить складним до впровадження в нашій країні, адже ми маємо недосконале нормативно-правове регулювання діяльності як банків так і страхових організацій, а також недовіра нашого народу до недержавного соціального захисту, що є загальною проблемою, що притаманна всім рівням пенсійної системи України.

*Висновок:* Загрозливі демографічні тенденції, низький рівень офіційних заробітних плат, відсутність соціальної справедливості щодо розмірів пенсій, дефіцит Пенсійного Фонду України – усе це призвело до неспроможності існуючої в Україні солідарної системи пенсійного страхування забезпечити гідний рівень життя пенсіонерів.

Тому, на наш погляд, щоб покрити дефіцит Пенсійного Фонду України, потрібно збільшити кількість платників податків, тобто зменшити рівень безробіття, ефективно використовувати кошти фонду, а також запровадити накопичувальну систему.



Що стосується перспективних напрямів поліпшення пенсійного забезпечення населення України, то потрібно насамперед запровадити II рівень пенсійної системи, активніше залучати до сплати пенсійних внесків підприємців, мігрантів, забезпечити стабільність функціонування недержавного рівня пенсійної системи.

Отже, щоб подолати кризовий стан в системі пенсійного страхування України, необхідно досягти таких результатів: забезпечення фінансової стійкості та стабільності сегментів пенсійного страхування; підвищення рівня життя пенсіонерів; заохочення громадян до заощадження на старість; зменшення пенсійного навантаження роботодавців.

#### **Список використаних джерел:**

1. Юрій С. І. Соціальнострахування: підручник/ С. І. Юрій, М. П. Шаварина, Н. В. Шаманська. - К. :Кондор, 2006. - 464 с.
2. Бланкарт Ш. Державніфінанси в умовахдемократії/ За ред. В.М. Федосова – К.: Либідь, 2000.
3. ЗУ «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування». Режим доступу. [Електронний ресурс]: <https://zakon.help/law/1058-IV/edition06.02.2017/>
4. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення станом на 30.09.2017. Режимдоступу. [Електронний ресурс]: [https://www.nfp.gov.ua/files/17\\_Dep\\_Repetska/NPF\\_III\\_kv%202017.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/17_Dep_Repetska/NPF_III_kv%202017.pdf)
5. Накопичувальна система пенсійного страхування. Режим доступу. [Електронний ресурс]: <https://www.pravda.com.ua/news/2017/09/6/7154208/>

УДК 336.1

## **РЕФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОГО ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

**Феклістова Д. П.**

**Науковий керівник: Глушенко А.С. к.е.н., професор  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Загальнообов'язкове державне соціальне страхування – система прав, обов'язків і гарантій, що передбачає надання соціального захисту за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати страхових внесків, надання бюджетних коштів і інших джерел відповідно до чинного законодавства України [1].

Метою дослідження є аналіз сучасного стану загальнообов'язкового державного соціального страхування в Україні та шляхів його реформування.

Для забезпечення загальнообов'язкового соціального страхування в Україні до початку 2015 року на державному рівні функціонували такі фонди: 1) Пенсійний фонд України; 2) Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності і витратами, обумовленими народженням і похованням; 3) Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування від нещасних випадків на

виробництві і професійних захворювань; 4) Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття.

Проте, починаючи з січня 2015 року відбулися зміни в складі цих фондів на основі ряду прийнятих законодавчих актів. Так, 28 грудня 2014 року було прийнято Закон України № 77, яким у новій редакції викладено Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» [2]. Зокрема, цим законом визначено об'єднати Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності та Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві, створивши замість них Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування України. На рис. 1 вказані цілі створення Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України.

Проаналізувавши динаміку адміністративно-господарських витрат Фонду соціального страхування, можна відмітити неоднозначні зміни у цій категорії видатків. Слід зазначити, що не відбулося значного скорочення адміністративних витрат Фонду соціального страхування (що було однією з головних цілей об'єднання двох фондів в один), а порівняно з 2016 у 2017 році управлінські видатки зросли на 332 378 тис. грн., або майже на 26%.

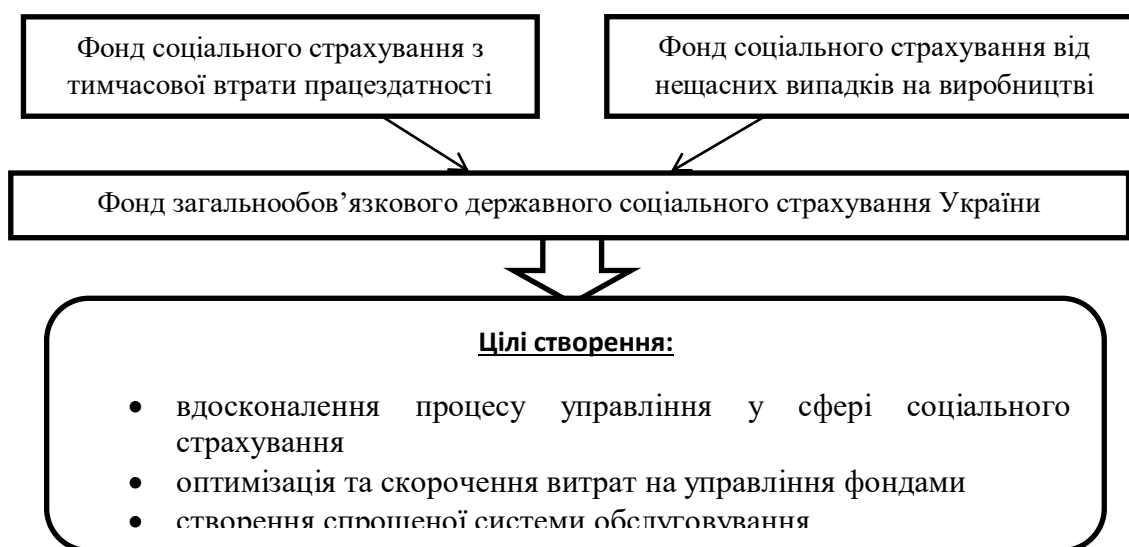


Рис. 1 Основні цілі створення Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України [Побудовано автором за джерелом 2].

Урядом було прийнято постанову Кабінету Міністрів України „Про затвердження бюджету Фонду соціального страхування України на 2018 рік”. Згідно з цією постановою доходи бюджету Фонду складуть 22,8 млрд. грн., з яких 20,4 млрд. грн., - страхові внески страхувальників та застрахованих осіб. За структурою витрат найбільші видатки заплановані на матеріальне забезпечення та соціальні послуги 11,8 млрд. грн. (54%), страхові виплати 8,3 млрд. грн. (38%) та на адміністративно-господарські витрати 1,1 млрд. грн. (5%) Найменше коштів було вирішено витратити на профілактику страхових випадків, а саме 22,6 млн. грн. (0,1%) [3].

Динаміка страхових нещасних випадків на виробництві є негативною. В 2017 році серед причин нещасних випадків переважали організаційні – 65,5% (3 249), психофізіологічні - 22,3% (1 109) та технічні причини – 12,2% (607) нещасних випадків.

Динаміка кількості професійних захворювань теж є негативною. Найбільша кількість професійних захворювань зареєстрована у: Дніпропетровській області (34,5 %), Львівській

області (30,5 %) та Донецькій області (16,4 %). Кількість потерпілих осіб у цих областях складає 81,4 % від загальної кількості потерпілих по Україні, які мають профзахворювання. Це пояснюється тим, що найбільша частка профзахворювань була виявлена у робітників, які працювали у галузі добувної промисловості і розроблення кар'єрів, а саме підприємства цієї галузі зосереджені на територіях трьох вище зазначених областей.

Зважаючи на вищевикладене, варто звернути увагу на ефективність роботи страхових експертів. Основним завданням служби страхових експертів є виконання статутних функцій та обов'язків Фонду щодо проведення профілактичних заходів, спрямованих на усунення шкідливих і небезпечних виробничих факторів, запобігання нещасним випадкам на виробництві, професійним захворюванням та іншим випадкам [4].

Для вдосконалення роботи служби страхових експертів вважаємо необхідним: збільшити частоту перевірок підприємств добувної промисловості і розроблення кар'єрів стосовно дотримання вимог діючих технічних умов безпечної праці; широко пропагувати організацію і впровадження безпечних і нешкідливих умов праці; створювати програми поліпшення стану безпеки, умов праці та виробничого середовища; збільшити частину видатків бюджету Фонду державного соціального страхування на профілактику страхових випадків. На поліпшення ситуації може значно вплинути введення загальнообов'язкового страхування відповідальності роботодавця перед працівником, яке має покривати роботодавцю витрати на грошову компенсацію працівнику витрат, понесених ним у зв'язку із нанесенням на виробництві шкоди його життю та здоров'ю. У такому разі ця функція перейде до розпорядження страхових компаній і Фонд зможе скоротити свої витрати, направивши ці кошти на розвиток Фонду.

**Висновки.** Однією з головних цілей реформування двох фондів і створення Фонду соціального страхування було скорочення адміністративних видатків, чого ще не було досягнуто. Тому, важливим питанням залишається ефективне планування бюджету Фонду та досягнення мети скорочення адміністративних видатків.

У зв'язку з негативною тенденцією зростання кількості нещасних випадків на виробництві та кількості професійних захворювань, варто звернути увагу на здійснення заходів профілактики цих випадків, роботу страхових експертів та збільшити видатки бюджету Фонду на профілактику страхових випадків.

#### **Список використаної літератури**

1. Фінанси: Навч. посіб. / А. С. Глущенко/, Львів "Магнолія 2006", 2014, - 440с. URI: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13888>
2. Закон України від 28.12.14 № 77-VIII "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування загальнообов'язкового державного соціального страхування та легалізації фонду оплати праці" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/zakonodavstvo-pro-diyalnis/zakoni-ukraini/63467.html>
3. Офіційний сайт Фонду соціального страхування України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fssu.gov.ua/fse/control/main/uk/index> Профілактика виробничого травматизму та професійних захворювань за 2017 рік Режим доступу: <http://www.fssu.gov.ua/fse/control/main/uk/publish/article/954522>
4. Положення про службу страхових експертів з охорони праці, профілактики нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0066-12/paran13#n13>

## СЕКЦІЯ 4

### СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

УДК 339.72:[336.744:004]

#### CRYPTOCURRENCY MARKET AS A PART OF THE GLOBAL FINANCIAL SYSTEM

**D.A. Chekanov**

**I.L. Didorchuk**

**V.N. Karazin National University**

**Chekanov D.A. Cryptocurrency market as a part of the global financial system.** The changes in the volume and structure of the crypto-currency market over the past three years are investigated in the article. The author defines the most important types of crypto currency, analyzes the process of their formation and development. On this basis, the main trends in the development of the crypto-currency market are determined.

**Key words:** Bitcoin, cryptocurrency, the cryptocurrency market, the global financial system.

**Чеканов Д.А. Ринок криптовалют як частина міжнародної фінансової системи.** У статті досліджено зміни в об'ємі та структурі ринка криптовалют за останні три роки. Автор виділяє найбільш значущі види криптовалют, аналізує процес їх становлення та розвитку. На базі чого визначаються загальні тенденції розвитку ринка криптовалют.

**Ключові слова:** Біткоїн, криптовалюта, міжнародна фінансова система, ринок криптовалют.

**Чеканов Д.А. Рынок криптовалют как часть международной финансовой системы.** В статье исследовано изменения объёма и структуры рынка криптовалют за последние три года. Автор определяет наиболее значимые виды криптовалют, анализирует процесс их становления и развития. На этой базе определяются основные тенденции развития рынка криптовалют.

**Ключевые слова:** Биткоин, криптовалюта, международная финансовая система, рынок криптовалют.

We watch the world of money and finance being transformed. Diversified assets and innovative financial channels, instruments and systems are creating new paradigms for financial transaction and forging alternative conduits of capital.

The emergence of the cryptocurrency market has become the most significant manifestation of these processes. Since this part of the global financial system has a rapid pace of development, the need for a scientific analysis of the cryptocurrency market arises.

Researchers in this area are Dr Hileman G., LeBlanc G., Rauchs M., Stefan M.

The purpose of the article is to investigate the current trends in the development of the cryptocurrency market as a part of the global financial system.

The technical definition of cryptocurrency according to the Oxford Dictionary is "a digital currency in which encryption techniques are used to regulate the generation of units of currency and verify the transfer of funds, operating independently of a central bank." What exactly does this mean though? It means that cryptocurrency is online money that, because of a mathematic algorithm, cannot be inflated or tampered with by any single institution like a central bank. In fact, cryptocurrencies are not backed by any government or central bank in the world. They are an alternative private currency developed out of the free market and new digital technologies.

This is what Nobel laureate F.A Hayek theorized in his famous pamphlet *Denationalization of Money* (1978). He argues that if government removed itself as an obstacle from the free market, individuals and monetary entrepreneurs would provide the optimal quantity and variety of monetary products. If the forces of competition can make virtually all other products and services into better quality products and for a lower price, why not have that work for the monetary industry as well? What kind of benefits can come from alternative currencies according to Hayek. More stable purchasing power, increased difficulty (and sometime the impossibility) of counterfeiting, and increased divisibility because it's possible to have more denomination options. All of these benefits and more have come to fruition in the form of cryptocurrencies. [1, p.21]

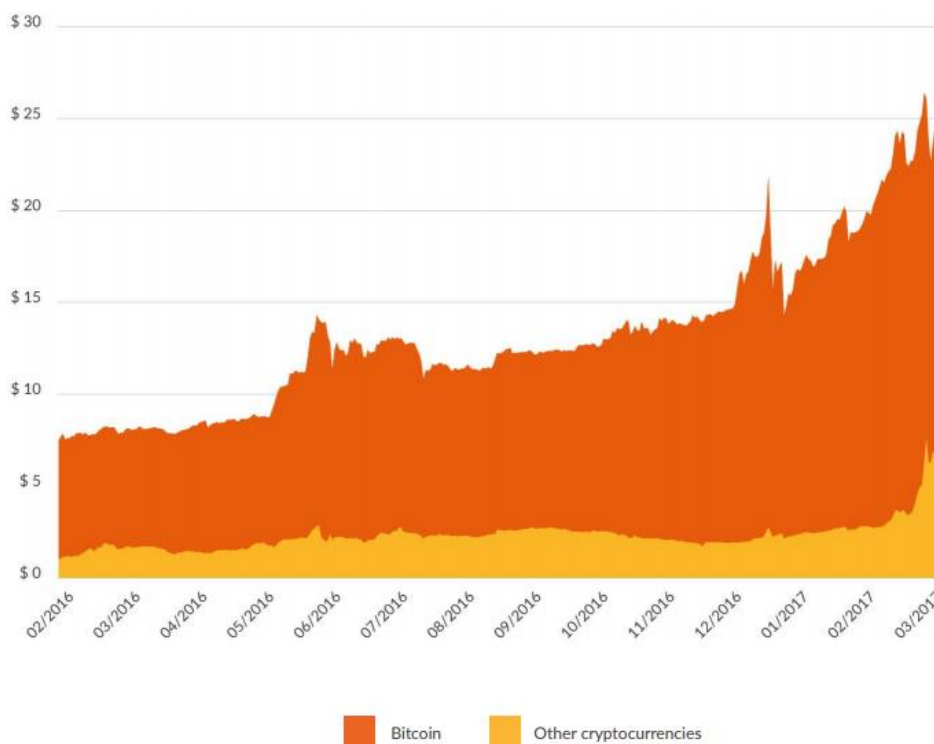
The world's most powerful, valuable, and popular cryptocurrency, called bitcoin, was invented for free by a still unknown creator. Bitcoin is considered the "gold standard" of the cryptocurrency market. Bitcoin began operating in January 2009 and is the first decentralized cryptocurrency, with the second cryptocurrency, Namecoin, not emerging until more than two years later in April 2011. Today, there are hundreds of cryptocurrencies with market value that are being traded, and thousands of cryptocurrencies that have existed at some point. It combines the strengths of commodity backed money ,with the convenience of fiat money, while avoiding most of the problems of both currencies. Bitcoin cannot be artificially inflated, stimulated or depressed by the actions of a central bank or government. This is one of the primary benefits that bitcoin mirrors from commodity money like gold. However unlike gold, Bitcoins have fiat money advantages such as easier divisibility. There is no need to carry coins or bars of gold when someone wants to go to the market. No need for melting or printing or high shipping and guarding costs. It is easier to store and transfer. Bitcoin has many of benefits that fiat money has over gold or commodity backed money.

The majority of cryptocurrencies are largely clones of bitcoin or other cryptocurrencies and simply feature different parameter values (e.g., different block time, currency supply, and issuance scheme). These cryptocurrencies show little to no innovation and can be referred to as 'altcoins'.

In contrast, a number of cryptocurrencies have emerged that, while borrowing some concepts from Bitcoin, provide novel and innovative features that offer substantive differences. These can include the introduction of new consensus mechanisms (e.g., proof-of-stake) as well as

decentralized computing platforms with ‘smart contract’ capabilities that provide substantially different functionality and enable nonmonetary use cases.

The combined market capitalization (i.e., market price multiplied by the number of existing currency units) of all cryptocurrencies has increased more than threefold since early 2016 and has reached \$27 billion in April 2017 (Figure 1). A relatively low, but not insignificant share of value is allocated to duplication (i.e., ‘altcoins’), while a growing share has been apportioned to innovative cryptocurrencies (‘cryptocurrency and blockchain innovations’).



Source: Cambridge Centre for Alternative Finance [2, p.14]

Figure 1. The total cryptocurrency market capitalisation

As of April 2017, the following cryptocurrencies are the largest after bitcoin in terms of market capitalization:

1. Ethereum (ETH): decentralized computing platform which features its own Turing-complete programming language. The blockchain records scripts or contracts that are run and executed by every participating node, and are activated through payments with the native cryptocurrency ‘ether’. Officially launched in 2015, Ethereum has attracted significant interest from many developers and institutional actors.

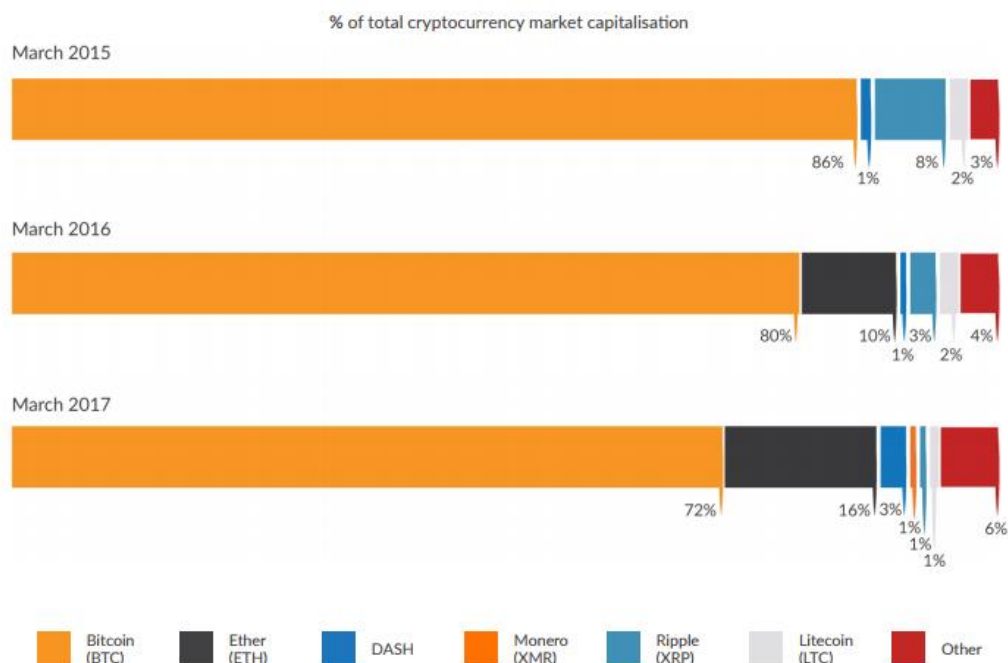
2. Dash: privacy-focused cryptocurrency launched in early 2014 that has recently experienced a significant increase in market value since the beginning of 2017. In contrast to most other cryptocurrencies, block rewards are being equally shared between miners and ‘masternodes’, with 10% of revenues going to the ‘treasury’ to fund development, community projects and marketing.

3. Monero (XMR): cryptocurrency system that aims to provide anonymous digital cash using ring signatures, confidential transactions and stealth addresses to obfuscate the origin, transaction amount and destination of transacted coins. Launched in 2014, it saw a substantial increase in market value in 2016.

4. Ripple (XRP): only cryptocurrency in this list that does not have a blockchain but instead uses a ‘global consensus ledger’. The Ripple protocol is used by institutional actors such as large banks and money service businesses. A function of the native token XRP is to serve as a bridge currency between national currency pairs that are rarely traded, and to prevent spam attacks.

5. Litecoin (LTC): litecoin was launched in 2011 and is considered to be the ‘silver’ to bitcoin’s ‘gold’ due to its more plentiful total supply of 84 million LTC. It borrows the main concepts from bitcoin but has altered some key parameters (e.g., the mining algorithm is based on Scrypt instead of bitcoin’s SHA-265).

Although bitcoin remains the dominant cryptocurrency in terms of market capitalization, other cryptocurrencies are increasingly cutting into bitcoin’s historically dominant market cap share: while bitcoin’s market capitalization accounted for 86% of the total cryptocurrency market in March 2015, it has dropped to 72% as of March 2017 (Figure 2). Ether (ETH), the native cryptocurrency of the Ethereum network, has established itself as the second-largest cryptocurrency. The combined ‘other cryptocurrency’ category has doubled its share of the total market capitalization from 3% in 2015 to 6% in 2017.



Source: Cambridge Centre for Alternative Finance [2, p.16]

Figure 2. The cryptocurrency market structure

When comparing the average number of daily transactions performed on each cryptocurrency’s payment network, Bitcoin is by far the most widely used, followed by considerably distant second-place Ethereum (Table 1). All other cryptocurrencies have rather low transaction volumes in comparison. However, a general trend towards rising transaction volumes can be observed for all analyzed cryptocurrencies since Q4 2016 (except Litecoin, whose volumes are stagnant). Monero and DASH transaction volumes are growing the fastest.

Table 1

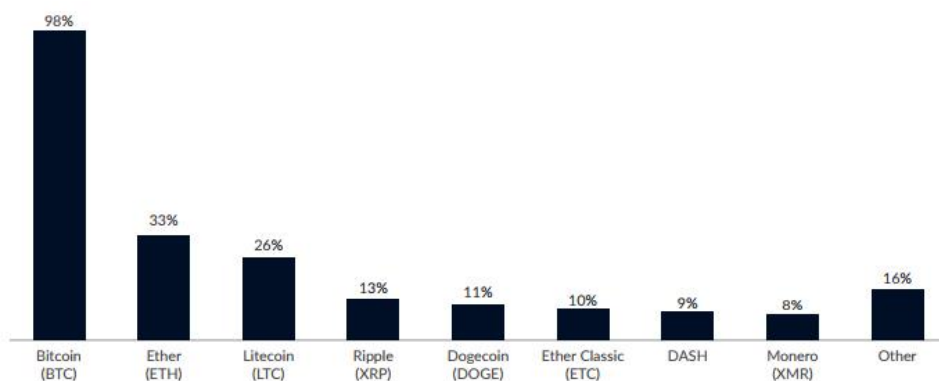
## Average daily number of transactions for largest cryptocurrencies

	Bitcoin	Ethereum	DASH	Monero	Litecoin
Q1 2016	201,595	20,242	1,582	579	4,453
Q2 2016	221,018	40,895	1,184	435	5,520
Q3 2016	219,624	45,109	1,549	1,045	3,432
Q4 2016	261,710	42,908	1,238	1,598	3,455
Q1 2017	286,419	47,792	1,800	2,611	3,244

Source: Cambridge Centre for Alternative Finance [2, p.18]

If significant price movements and on-chain transaction volumes reflect the popularity of a cryptocurrency system, it can be established that DASH, Monero and Ethereum have seen the greatest increase in popularity in recent months.

Nevertheless, Bitcoin remains the clear leader both in terms of market capitalization and usage despite the rising interest in other cryptocurrencies. Bitcoin is also the cryptocurrency that is supported and used by the overwhelming majority of wallets (Figure 3).



Source: Cambridge Centre for Alternative Finance [2, p.18]

Figure 3. The structure of supporting cryptocurrency by companies

Conclusion. The market of cryptocurrency is rapidly developing. The level of market capitalization is growing, new types of cryptocurrencies appear. Despite the fact that bitcoin holds leading positions, new currencies will soon be able to compete with the leader due to additional functions.

#### Reference:

1. LeBlanc G. The effects of cryptocurrencies on the banking industry and monetary policy / G. LeBlanc // Senior Honors Theses. — Michigan : Eastern Michigan University, 2016. — C. 20-22.
2. Dr Hileman G. & Rauchs M. Global cryptocurrency benchmarking study / Dr G. Hileman & M. Rauchs // Senior Honors Theses. — Cambridge : Cambridge Centre for Alternative Finance, 2017. — C. 12-18.
3. The Oxford Dictionary [Electronic resource]. — Access mode: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/cryptocurrency>.



## УМОВИ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Абраменко А.С.

Науковий керівник: Кім Т.І., доцент

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

**Ключові слова:** «інтелектуальний капітал», «науково-технічний прогрес», «розвиток інтелектуального капіталу», «інтелектуальний капітал у світі».

**Актуальність** обраної теми дослідження обумовлена тим, що в даний час основним джерелом багатства нації стають не капітал, праця або природні ресурси, а знання. Набуті протягом життя знання людини формують його інтелектуальний капітал.

Інтелектуальний капітал є складовою частиною національного багатства поряд із природними ресурсами, основними фондами, матеріальними оборотними коштами. Саме інтелектуальний капітал просуває розвиток технології виробництва і його продукції, які потім стають більш конкурентоспроможними на ринку.

**Метою дослідження** є визначення ролі інтелектуального капіталу як важливого чинника розвитку світової економіки на основі науково-технічного та технологічного прогресу.

Інтелектуальний капітал (ІК) – це сукупність інтелектуальних ресурсів, умінь і навичок, які людина використовує для отримання прибутку. Капітал представлений у вигляді розумових здібностей і моральних устоїв працівників організації, що характеризують знання, навички, творчі здібності, моральні цінності, культуру праці.

Під формуванням ІК розуміється процес інтелектуального розвитку та накопичення знань та умінь під час навчання у дошкільних, шкільних закладах, а також у період набуття середньої та вищої професійної освіти.

Розвиток ІК включає: підвищення кваліфікації вже працюючих людей, примноження накопичених знань, вдосконалення вмінь та навичок, враховуючи сформовану раніше базу.

Розвиток інтелектуального капіталу залежить як від бажання і зусиль самого працівника, так і від готовності адміністрації підприємства сприяти цьому процесу. Сприяння це має виражатися у створенні комфортних умов, раціональної організації режиму праці та відпочинку, здорового харчування, організації дозвілля працівників, формуванні ефективної корпоративної культури, у сприятливому середовищі якої прагнення до інтелектуального та професійного зростання буде нормою.

Основні соціальні, мікро- та макроекономічні умови для ефективного розвитку інтелектуального капіталу викладені у таблиці 1.

Таблиця 1.

	Стабільна, позитивна сімейна обстановка
	Комфортна психологічна обстановка
	Висококваліфіковані викладачі
	Гнучкість освітніх програм
	Ефективна профорієнтаційна робота

	Використання інноваційних освітніх технологій
	Практико-орієнтоване навчання
	Широке використання інформаційно- телекомунікаційних технологій у навчанні
	Тісне співробітництво підприємств та організацій з навчальним закладом
	Стабільна обстановка в системі освіти
	Допомога у працевлаштуванні
	Можливість підвищувати свій освітній рівень
	Заохочення саморозвитку співробітників
	Можливість кар'єрного росту

Джерело: складено автором за матеріалами [4].

Серед факторів, що впливають на формування інтелектуального капіталу господарюючого суб'єкта, виділяються чинники внутрішнього середовища (мікрофактори): економічний та технічний рівні виробництва, ступінь задоволеності працею, відносини у колективі, ефективність використання фінансових та інтелектуальних ресурсів, а також рівень розвитку інтелектуального середовища на підприємстві, чинники зовнішнього середовища (макрофактори): становище підприємства на ринку, законодавча база, соціальне становище громадян у країні та стан громадської думки щодо діяльності колективу, та егофактори – емоційно-психологічний стан людини, при якому реалізуються її творчі здібності [5].

При цьому факторами ефективного відтворення інтелектуального капіталу є науково-технічний прогрес, рівень інформатизації суспільства, політика в сфері інтелектуальної власності та інноваційної діяльності, наявність сучасної ринкової інфраструктури, стан інституційного середовища і т.д.

Американські менеджери при виборі довгострокових партнерів виходять із того, що інтелектуальний капітал фірми повинен складати не менше 40% у загальній структурі капіталу, тільки тоді підприємство вважається перспективним [3, с. 97–101].

Іншою, із обраних для дослідження країн, є Японія. Головною умовою економічного розвитку Японії є використання інтелектуального капіталу: кваліфікованої робочої сили, інформаційно-технологічних ресурсів, досягнень науково-технічного прогресу, розвитку альтернативних джерел енергії, розвиток машинобудування, матеріалознавства, приладобудування та ін. [2, с. 179].

Сінгапур - країна Південно-Східної Азії, де за життя одного покоління, держава перестрибнула з «третього світу» в «перший» і саме завдяки залученню міжнаціональних компаній, цілеспрямованому сприянню впровадженню передових виробництв, використанню новітніх технологій.

За даними індексу Глобальної Конкурентоспроможності Всесвітнього Економічного Форуму, першу десятку лідерів складають: Швейцарія (індекс – 5,74), Сінгапур (5,72), США (5,70), Нідерланди (5,57), Німеччина (5,57), Швеція (5,53), Сполучене Королівство (5,49), Японія (5,48), Гонконг (5,48), Фінляндія (5,44), Україна займає 85-те місце серед 138 країн, що входять до рейтингу, із індексом 4,00. Причому, одним з найважливіших факторів, використовуваних для обрахування рейтингу, є “фактори інновацій та розвитку”. [6]

Для України дуже важливим є застосування досвіду розвинених країн у вдосконаленні інноваційної та інтелектуальної діяльності. Тому дуже важливо зараз розвинути потужні економічні механізми створення та поширення нововведень, удосконалити законодавство, розвивати активність та креативність людського потенціалу держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мурашко В. В. Організаційно-економічне регулювання використання та розвитку інтелектуального капіталу : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.09.01 "Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політи-ка" / В. В. Мурашко. – Донецьк, 2006. – 22 с.
2. Згуровський М. Гео економічні сценарії розвитку і Україна / М. Згуровський, Ю. Пахомов, А. Філіпенко та ін. - К.: Академія, 2010. – 323 с.
3. Габдулліна Л.М. Интеллектуальный капитал как предпосылка эффективного функционирования производства / Л.М. Габдулліна // Проблемы современной экономики. – 2008.
4. Келейнова М.Е. Условия формирования и развития интеллектуального капитала / М.Е. Келейнова // Экономические науки. – 2012. - № 7 (92), с. 44-48.
5. Політтехнолог порівняв нинішню Україну і Сінгапур 50-х років минулого століття: умови для старту однакові [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://ukr.segodnya.ua/economics/enews/polittechnolog-sravnii-nyneshnyuyu-ukrainu-i-singapur-50-h-godov-proshlogo-veka-usloviya-dlya-starta-odinakovy--602446.html>.
6. The World Economic Forum. Report 2016-2017: Insight Report. World Economic Forum. Geneva, 2017 . [Електронний документ] – режим доступу: [//www.reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016.pdf](http://www.reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016.pdf)

УДК 339.9:[338.1:339.137.2]

## **ІНДЕКС ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК ІНДИКАТОР РІВНЯ РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

**Баль Д.О.**

**Науковий керівник: Ковтун Т.Д., ст.викл.**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Визначення міжнародної конкурентоспроможності національних економік, методи її виміру завжди перебувають у центрі уваги економістів та політиків. Для оцінки використовують різні міжнародні індекси, серед яких провідне місце займає Індекс глобальної конкурентоспроможності. Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) (ГІК) є важливим економічним показником, який характеризує конкурентоспроможність країн світу, що знаходяться на різних рівнях економічного розвитку. Теперішня методика розрахунків базується на розробці американського економіста Ксав'єра Сала-і-Мартіна [1], за якою індекс створюється з комбінації загальнодоступних статистичних даних і результатів глобального опитування керівників компаній - великого щорічного дослідження, що проводиться Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ) разом з

мережею партнерських організацій - провідних дослідницьких інститутів і організацій. Індекс порівнює конкурентоспроможність країн за 12 складовими конкурентоспроможності: інституції, інфраструктура, макроекономічна стабільність, охорона здоров'я та початкова освіта, вища освіта та професійна підготовка, ефективність ринку товарів, ефективність ринку праці, рівень розвитку фінансового ринку, технологічна готовність, розмір ринку, рівень розвитку бізнесу, інновації.

Розрахунок ГІК відбувається шляхом зіставлення значень кожного з аналізованих показників та обчислення індексів по кожному із них. Згідно з отриманими результатами певній країні присвоюється місце в рейтингу, яке прямо пропорційне її балам. Дослідженням глобальної конкурентоспроможності охоплено в 2016-2017 рр. 138 країн, було опитано більше 21000 компаній.

Лідери глобального рейтингу конкурентоспроможності серед країн світу представлені у табл. 1. Якщо проаналізувати дані глобального рейтингу, то можна визначити його залежність від показників добробуту країни, її соціально-економічного розвитку. Країни з високим рівнем економічної свободи та конкурентоспроможності демонструють високий економічний потенціал, який впливає на рівень добробуту в країні. Вже багато років поспіль рейтинг очолюють Швейцарія та Сінгапур. До групи найбільш конкурентоспроможних країн також постійно входять США, Німеччина, Нідерланди, Японія, Фінляндія, Швеція та Великобританія.

Таблиця 1

**Країни-лідери глобального рейтингу конкурентоспроможності**

2013-2014 р.			2016-2017 р.		
Місце	Країна	Індекс	Місце	Країна	Індекс
1	Швейцарія	5,67	1	Швейцарія	5,81
2	Сінгапур	5,61	2	Сінгапур	5,72
3	Фінляндія	5,54	3	США	5,70

Складено автором за даними [2; 3].

Слід зазначити, що у 2016-2017 рр. Україна втратила у рейтингу шість позицій і опустилася з 79 місця серед 140 країн, на 85-те серед 138 країн (табл. 2). Таке істотне зниження показника глобальної конкурентоспроможності відбулося у результаті погіршення соціально-економічних показників розвитку через військовий конфлікт на сході України.

Таблиця 2

**Характеристика місця України в рейтингу за індексом глобальної конкурентоспроможності**

2010-2011 рр. (з 139 країн)	2011-2012 рр. (з 142 країн)	2012-2013 рр. (з 144 країн)	2013-2014 рр. (з 148 країн)	2014-2015 рр. (з 144 країн)	2015-2016 рр. (з 140 країн)	2016-2017 рр. (з 138 країн)
89	82	73	84	76	79	85

Складено автором за даними [3]

Порівняння місць в рейтингу за індексом глобальної конкурентоспроможності дозволяє зробити висновок, що Україна програє середнім оцінкам розвинених країн ЄС за всіма

складовими конкурентоспроможності. Україна відстає за наступними показниками: складові макроекономічного середовища, ефективність ринку праці та розмір ринку. Досить значне відставання України спостерігається за складовими інституцій, інфраструктури, технологічної готовності та інновацій. Слабкі інституції, низька ефективність ринку товарів і проблемний фінансовий ринок – складові, які стримують зростання конкурентоспроможності України. Вища освіта та професійна підготовка, охорона здоров'я і початкова освіта та обсяг ринку – складові, за якими в Україні все ще зберігається відносна конкурентна перевага. Найгірше, порівняно з іншими, в Україні оцінюються наступні показники: надійність банків, ефективність правової системи у вирішенні суперечок і захист прав міноритарних акціонерів.

Слід зазначити, що значній кількості країн вдалося значно покращити свої індекси глобальної конкурентоспроможності: Албанія, Еквадор, Ефіопія, Філіппіни, Катар, Шрі-Ланка, ОАЕ та Зімбабве. Важливо зауважити, що на початковій стадії показники більшості цих країн були набагато гіршими за українські, лише Філіппіни та Шрі-Ланка знаходилися на приблизно схожому рівні з Україною перед тим, як досягнути свого п'ятирічного поступу. За період між 2006/2007 і 2015/2016 роками найбільшого прогресу досягли Філіппіни, що піднялися в рейтингу на 28 позицій [4].

Реалізація Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» передбачає досягнення 25 ключових показників, що оцінюють хід виконання реформ та програм, третій з яких встановлює, що «за глобальним індексом конкурентоспроможності Україна увійде до 40 кращих держав світу» [5]. Але на думку провідних економістів світу досягнення місця серед 40 найкращих країн рейтингу до 2020 року є дуже малоімовірним для України і потребуватиме від неї встановлення численних світових рекордів. Підвищення конкурентоспроможності економіки України потребує вирішення як проблем фундаментального характеру, так і посилення факторів, які забезпечують пряме підвищення ефективності виробництва і перехід до інновативного та сталого розвитку. Таким чином, глобальний індекс конкурентоспроможності є інструментом, який може бути використаний для визначення конкурентних переваг країни, а також для з'ясування проблем, які заважають її економічному розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Sala-i-Martin X., Artadi E.V. The Global Competitiveness Index // Global Competitiveness Report. — Global Economic Forum, 2004.
2. Global Competitiveness Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness>.
3. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2017-2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2>.
4. Оцінюючи Україну: Місце серед 40 Найкращих Країн за Індексом Глобальної Конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/uk/evaluating-ukraine-top-40-of-the-global-competitiveness-index-ua/>.
5. Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [zakon.rada.gov.ua/go/5/2015](http://zakon.rada.gov.ua/go/5/2015).

## **АФРИКА - СУЧАСНИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАЙДАНЧИК КИТАЮ**

**Белозьорова Д.А.**

**Науковий керівник: Шуба О.А., к.г.н., доцент**

**Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

Актуальність статті. Багато міжнародних інвесторів розглядають Африку як привабливий майданчик для інвестицій по мірі розвитку ринків країн, що розвиваються, таких як Китай та Індія. З населенням близько мільярда і значними природними ресурсами континент зростає протягом десятиліть. Але регіон був під впливом війни і політичного режиму, які стримували багато транснаціональних компаній та інвесторів.

Світова фінансово-економічна криза й економічний спад в центрах світової економіки виявили обмеженість можливостей розвинених країн як в рішенні проблем поживлення своєї економіки, так і в забезпеченні на міжнародному рівні стабільності зростання глобальної економіки. У цей період спостерігався відплив капіталу з ринків розвинених країн, що супроводжувався зростанням припливу капіталу в економіку і прикордонні ринки країн, що розвиваються [1].

За останні 10 років державні і приватні компанії Китаю стали основними інвесторами в Африку, перевищивши суму інвестицій США і ЄС разом узятих. У першому десятилітті XXI століття найбільш розвинені економічні відносини сформувалися у Китаю з ПАР, Нігерією, Алжиром, Суданом і Замбією. В середині 2000-х рр. на ці країни припадало до 70% китайських інвестицій в африканські економіки. На відміну від США і європейських держав, які позначали свою економічну присутність в Африці, в першу чергу, гуманітарною допомогою, Китай відразу ж зробив наголос на інвестиціях в будівництво промислових підприємств, розвиток торгівлі та сільського господарства [3].

Китай розглядає Африку, в першу чергу, як багате джерело природних ресурсів. У регіоні зосереджені величезні запаси природних ресурсів, близько 60% необроблених земель сільськогосподарського призначення, величезний внутрішній ринок зі зростаючою купівельною спроможністю і велика кількість потенційних низькооплачуваних робітників.

Незважаючи на неодноразові заяви КНР про зниження частки природних ресурсів в імпорті з Африки, саме вони залишаються основною складовою торгівлі. В цілому в 2016 році імпорт сирої нафти з Африки покрити 23% потреб Китаю. При цьому нафта становить 64% від загального імпорту Китаю з африканських країн. Також Африка забезпечує 6% китайського імпорту залізної руди (в основному з Південної Африки) і 8,3% імпорту міді (здебільшого з Замбії). Формула африкано-китайського співробітництва: «допомога в обмін на ресурси». Численні проекти з будівництва доріг та інфраструктури в Африці цікавлять китайський бізнес з прагматичної сторони, без них поставки сировини в КНР просто неможливі.

КНР заявили, що вони прагнуть до зменшення ролі природних ресурсів у китайсько-африканських відносинах і замість цього фокусуються на співробітництві з питань розвитку, включаючи інфраструктуру, транспортні мережі, обробку промисловість і медицину [5].

Ще однією причиною співпраці Китаю з Африкою можна виділити те, що в Африці проживає велика кількість китайських мігрантів. За офіційними даними, число китайських

робітників в Африці на кінець 2016 р склало 259 385 осіб: велика частина з них - в Анголі (71 542), потім йде Алжир (50 231) і Конго (14 483). Частина з них залишилася в африканських країнах після завершення спільних проектів [2].

Інвестиції Китаю в Африку призводять до позитивного образу країни. Це відкриває для китайської продукції нові ринки збуту. У багатьох країнах Африки стали звичайними магазини, в яких китайці торгують дешевими товарами масового споживання, виготовленими в КНР. Більш того, вони продають за низькими цінами виготовлені в Китаї тканини, які копіюють африканський дизайн [7].

Згідно міжнародної консалтингової компанії Ernst & Young Китай інвестував в Африку з 2005 року більше 66 млрд дол США і створив на континенті 130 тис. робочих місць. 80% всіх інвестицій припадають на китайські державні компанії [6].

Критику на континенті викликають дисбаланс у торгівлі Китаю з низкою африканських країн, небагатих сировиною, приплив дешевої китайської продукції, що перешкоджає розвитку місцевої промисловості, зростання китайської міграції та його негативний вплив на африканське підприємництво, ігнорування заходів з охорони навколишнього середовища. Однак в цілому країни континенту позитивно оцінюють партнерство з Пекіном, вважаючи, що воно сприяє росту і розвитку Африки [8].

Китай працює з африканськими країнами на розширення і розвиток їх продуктивних потужностей, що є шляхом до політичної стабільності, оскільки у все більшого числа молодих людей буде робота. Соціальна та політична нестабільність протягом тривалого часу були ключовими перешкодами для іноземних інвестицій в континент.

Незважаючи на значну соціально-політичну нестабільність, що негативно впливає на бізнес-середовище та інвестиційний потенціал країн, Африка привертає інвесторів своїм потенціалом до зростання, природні ресурси і копалини продовжують відігравати важливу роль в інвестиційній привабливості Африки. Поступальний розвиток Африки обумовлений багатою ресурсною базою та сприятливою демографічною ситуацією.

#### **Список використаних джерел:**

1. Морозов В. П. Роль прямих іноземних інвестицій у розвитку сільського господарства країн Африки на південь від Сахари [Електронний ресурс] / В. П. Морозов. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-pryamyh-inostrannyh-investitsiy-v-razvittii-selskogo-hozyaystva-stran-afriki-k-yugu-ot-sahary>
2. Китайські інвестиції в Африку [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.finqint.info/kitayskie-investitsii-v-afriku-palka-o-dvuh-kontsah/>
3. Китайський слід в Африці: Піднебесна витісняє США і Європу [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://topwar.ru/107905-kitayskiy-sled-v-afrike-podnebesnaya-vytesnyaet-ssha-i-evropu.html>
4. Китай не колонізує Африку, а розвиває [Електронний ресурс] // Global Times. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://regnum.ru/news/2243342.html>
5. Ірисова О. Гуманний імперіалізм: як Китай завойовує Африку [Електронний ресурс] / О. Ірисова. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/mir/283713-gumannyyi-imperializm-kak-kitai-zavoevyvaet-afriku>
6. Китай і Африка: Відносини знаходяться на підйомі [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://regnum.ru/news/2294894.html>
7. Китай та Африка: взаємний інтерес. – Тамбов: Грамота, 2015. – С. 157–160
8. Дейч Т. Що Китай робить в Африці? [Електронний ресурс] / Т. Дейч. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.menswork.ru/?q=node/90>

## РЕБРЕНДИНГ: ЕТАПИ ТА ГОЛОВНІ ІНСТРУМЕНТИ

Бойко Ю.А., Сквіра І.О.

Науковий керівник: Фоміна Є.В., викл.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

На даному етапі розвитку сучасної економіки важливим питанням є позиціонування товарів на ринку. Створення бренду забезпечує стабільний попит на товари, які мають однакові функціональні можливості і характеристики. Тому одним із найпотужніших інструментів управління брендом є ребрендинг. Ребрендинг – це сукупність заходів зі зміни бренду з метою відповідності характеристик бренду цільовій аудиторії в цілях стимулювання зміни споживацького ставлення до нього, завданням якого є створення довгострокової позитивної тенденції зростання бренду на ринку [2]. Виходить при ребрендингу відбувається повне оновлення бренду. Важливим моментом, який необхідно враховувати в процесі ребрендингу, є той факт, що не виробляється ліквідація старого бренду і створення нового, а відбувається еволюція бренду.

Компанії, які використовують ребрендинг можна розділити на три категорії (рис 1).

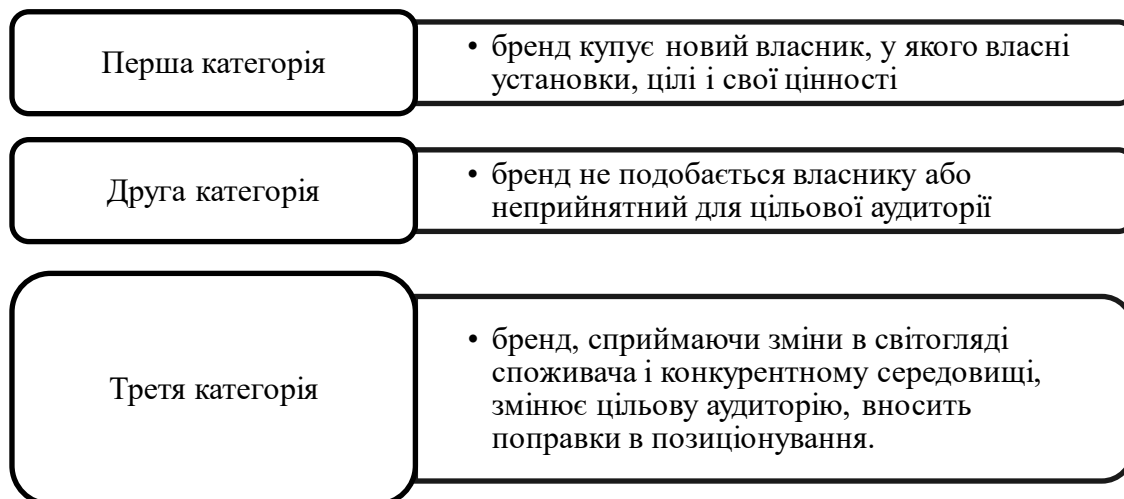


Рис. 1. Категорії компаній при використанні ребрендингу  
(складено авторами за джерелом [1])

У першій категорії новий власник може використовувати той же бренд компанії без змін, який вже був у придбаній компанії або піддати змінам все, що пов'язано з придбаним брендом. Компанії, пов'язані з третьою категорією використання ребрендингу – це найчастіше компанії, які застосовують ребрендинг, як цілісний маркетинговий інструмент поновлення бренду.

Основними причинами проведення ребрендингу є:

- старіння бренду: бренд повинен постійно стежити за перетвореннями, щоб відповідати вимогам ринку так, як тенденції постійно змінюються;
- зміни в конкурентному середовищі: поява сильних конкурентів;



–зміни в довгострокових стратегічних завданнях розвитку компанії: збільшення продажів, розширення цільової аудиторії, тоді ребрендинг допоможе адаптувати бренд під мінливі умови ринку;

–зміна сфери діяльності компанії: зміна функціональних характеристик товару, розширення асортименту, випуск нових товарів;

–криза в компанії;

–поява нових потенційних споживачів і зміни в існуючих цільових групах споживачів.

Характеристика етапів ребрендингу представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Етапи ребрендингу (складено авторами за джерелом [1-2])

Етап	Характеристика
Аудит бренду	Проводиться детальний аналіз стану бренду компанії. Вивчаються: слабкі і сильні сторони бренду, ставлення споживачів до нього, лояльність цільової аудиторії, дослідження фінансових джерел компанії. Особливу увагу потрібно приділити споживачам, дуже важливо не тільки виявити необхідні функціональні і емоційні потреби цільової аудиторії (які мотивують до покупки), а й зрозуміти ситуацію використання товару, в якій виникають виявлені потреби.
Стратегічне планування і тактичні операції	Визначаються, які елементи або напрями стилю компанії будуть змінені. Залежно від поставлених цілей і завдань ребрендингу.
Ідентифікація бренду	Створюється нове позиціонування, нові елементи візуального та вербального впізнання, новаторська комунікація бренду.
Реалізація та контроль компанії брендингу	Відбувається знайомство аудиторії з результатом ребрендингу і його змістом. Впровадження суворого контролю якості дозволить на постійній основі збирати і обробляти інформацію про рівень задоволеності споживача, а також дасть можливість швидко зреагувати на негативний досвід і прийняти коригуючі заходи.

Для успішного проведення ребрендингу використовують наступні інструменти [3]: репозиціонування та зміна фірмового стилю. Репозиціонування передбачає зміну основних характеристик бренду, які зможуть виділити компанію серед конкурентів [4]. Зміна фірмового стилю – це створення нового імені, логотипу, надання нового змісту бренду. Ребрендинг – це досить дорогий та непростий процес, який вимагає повної впевненості у необхідності зміну бренду компанії. Ребрендинг багатьом компаніям приніс успіх та додатковий прибуток, проте деякі фірми постраждали від його ефекту. Розглянемо приклади успішного та невдалого ребрендингу.

Одним із владих прикладів ребрендингу є компанія Old Spice. Для проведення ребрендингу Old Spice успішно використав інструмент репозиціонування. Проблемою, яка підштовхнула компанію до змін, була сама назва «Old» (що переводиться як старий). Молоде покоління не бажало купувати дезодорант, який асоціювався з чимось старомодним. Нова рекламна компанія із молодим футболістом змінила образ бренду на «запах відпустки» та розширила аудиторію, збільшивши свої продажі на 11% у перший рік після виходу рекламного ролику.

Інколи ребрендинг не лише не виділяє компанію серед конкурентів, але і руйнує всю сутність бренду. Як приклад можна привести канал Animal Planet. Спроба зробити свій логотип більш сучасним закінчилась втратою самої суті компанії, адже тепер не зрозуміло,

що це телевізійний канал про природу. Отже, компанія використала інструмент зміни фірмового стилю не вдало.

Таким чином, алгоритм ребрендингу істотно залежить від конкретної ситуації, в якій знаходиться замовник, і від тих завдань, які будуть стояти перед оновленим брендом. Часто ребрендинг допомагає здійснити якісно новий ривок, обходячи конкурентів. Але може бути і навпаки. Якщо не досягти розуміння, бренди, які зважилися на ребрендинг, втрачають свій шанс на зростання і можуть втратити свої стабільні успіхи навіть серед вірних покупців.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гнідіна О. Ю. Ребрендинг торгової марки на споживчому ринку. [Текст] / О. Ю. Гнідіна, О. В. Зозульов // Національний технічний університет України «КПІ». – Київ. – 2014.
2. Правильний ребрендинг компанії: чому меняться не страшно [Електронний ресурс] – 2017. – Режим доступу : <https://ckp.in.ua/ru/research/15584>
3. Москалюк С. Бренд у стратегічному управлінні підприємством / С. Москалюк // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – Вип. 4.
4. Черкаський І. Б. Бренд як маркетинговий інструмент просування продукції на ринок [Електронний ресурс] / І. Б. Черкаський, В. Л. Пазюк // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки. — 2013.

УДК 338.486.4:004(100)

## **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У СВІТІ**

**Грузинська А.О.**

**Науковий керівник: Кім Т.І., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

Актуальність дослідження: туризм є однією з найбільш прибуткових та швидко зростаючих галузей промисловості. За даними Всесвітньої туристської організації, до 2030 року число міжнародних туристських прибуттів досягне 1,8 млрд. [2]. Таким чином, розвиток туризму є життєво важливим для всієї світової економіки, більше того необхідно впроваджувати інноваційні шляхи розвитку цього сектору. Саме інновації слід розглядати у якості основної рушійної сили для структурних змін у галузі туризму.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, туристичний бізнес, інновації, інформаційні технології, бізнес-моделі.

Туристичний бізнес став важливою складовою світової економіки, його частка у ВВП зростає з кожним роком. За нашими оцінками у 2017 році вона склала 10,2%. У грошовому вираженні туристична галузь принесла світовому ринку більше 7,5 трлн. доларів і 292 млн. робочих місць. Важливим фактором зростання туристичного бізнесу є інформаційні технології та інновації, які стимулюють розвиток сектору [5].

Міжнародний туризм зазнав докорінних змін. Нові напрямки успішно конкурують із традиційними туристичними країнами, які у багатьох випадках вичерпали наявні ресурси та потенціал для раціоналізації.

Інноваційні технології та бізнес-моделі зробили революцію в індустрії готельного бізнесу та туризму. Прикладами таких нововведень є телефонні ключі, мобільне самообслуговування, мобільне бронювання, медіа-панелі лобі, електронні бірки багажу, системи оптимізації готельних послуг, пристрої для ідентифікації гостей. У деяких готелях гості взаємодіють із останніми гаджетами у фойє готелів або використовують свої власні мобільні пристрої для складання планів обіду або інших послуг.

Близько 90% турагентів у США і Великобританії пов'язані з комп'ютерними системами бронювання (КСБ) [3]. КСБ надають не тільки авіа послуги, але також ночівлі у готелях, оренду автомобілів, круїзні поїздки, інформацію про місце перебування, курси валют, повідомлення про погодні умови, автобусне та залізничне сполучення. Такі системи дозволяють резервувати всі основні сегменти туру - від місць у готелях та авіаперельотів до квитків у театр і страхових полісів. Фактично вони складають загальну інформаційну систему, яка пропонує найважливіші розподільні мережі для всієї туристичної торгівлі.

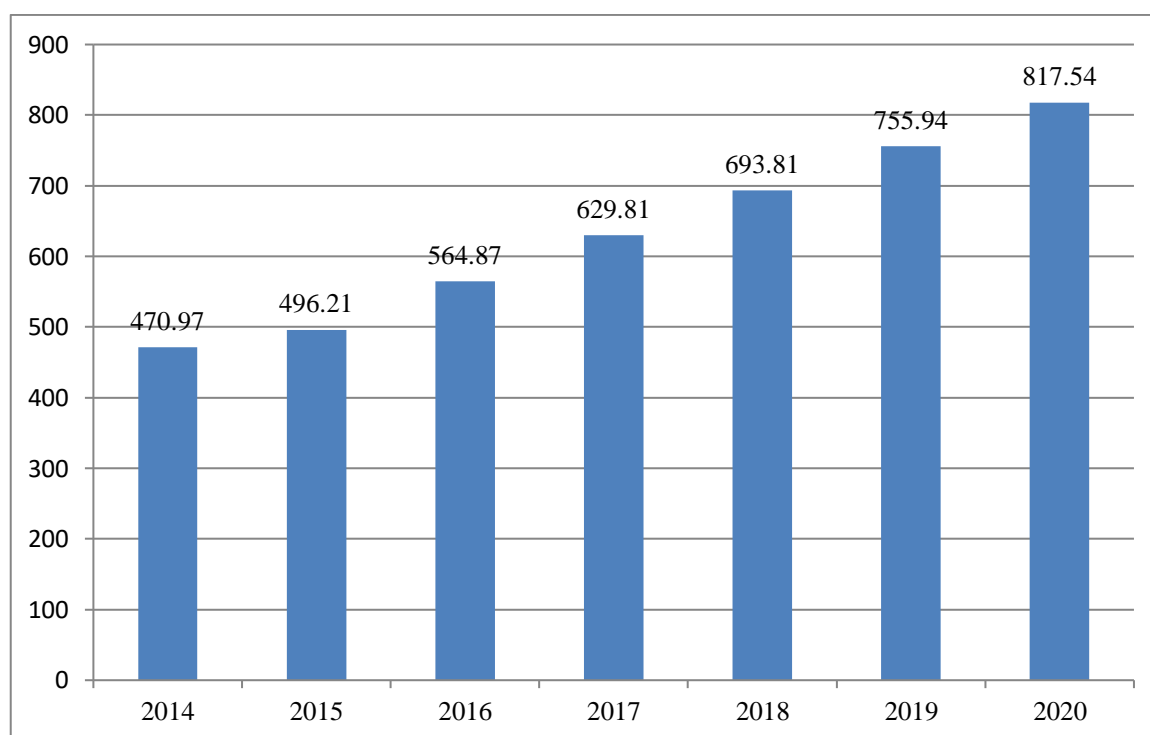


Рис. 1 Продажі цифрових подорожей у світі з 2014 по 2020 роки (у мільярдах доларів США) [6].

Ця часова шкала показує продаж онлайн-подорожей по всьому світу з 2014 по 2020 рік. У 2016 році глобальні продажі онлайн-подорожей склали 564,87 млрд. доларів США. Очікується, що ця цифра зросте до 755,94 млрд. доларів США у 2019 році [6].

На сьогоднішній день бронювання поїздок та резервування, яке було можливе тільки при відвідуванні туристичних агентств або при замовленні по телефону припинило бути актуальним - туристичні сайти та мобільні додатки спрощують процес цифрових поїздок. Для мандрівників, які подорожують по поточних днях, самостійне планування поїздки заздалегідь забезпечується можливістю використання інтернет-ресурсів, зокрема цифрових інструментів, таких як веб-сайти планування подорожей, сайти порівняння цін або оглядові портали, які дозволяють відвідувачам безпосередньо забронювати житло в перелічених місцях.

Станом на березень 2017 року додатки для подорожей послідовно займали одну з найпопулярніших категорій в Apple App Store [4].

Важливою новою бізнес-моделлю є спільна економіка, яка ще більше змінила ландшафт готельного та туристичного бізнесу. Ідея економіки спільного функціонування більш ефективно використовує особисті ресурси, такі як запасні спальні та автокрісла. Ця нова бізнес-модель є досить успішною. Наприклад, Airbnb працює близько семи років. Не маючи жодної кімнати для оренди вона обслуговувала понад 30 мільйонів гостей і була оцінена приблизно у 31 мільярдів доларів [1], зайнявши провідні позиції у рейтингах та навіть випередивши такі готелі, як Marriott, та інших конкурентів: Expedia і Priceline [4].

Airbnb - один з найпопулярніших у світі онлайн-сервісів короткострокової оренди житла. У ньому розміщені оголошення про здачу в оренду більше 2,5 млн. кімнат, квартир та іншого житла в 191 країні світу [1].

Airbnb уперше розкрив статистику по Росії у 2017 році. Згідно зі звітом сервісу, наданого РБК, у період із травня 2016 по квітень 2017 року в Росії було здано житла на 32 млн. доларів (з урахуванням комісії самого Airbnb – комісія з власників становить 3-5%, з гостей – 5-15%. Таким чином, прибуток Airbnb у Росії за вказаний період досяг 6,4 млн. доларів [8].

Крім Airbnb є багато інших компаній, які пропонують свої послуги туристам та користуються значною популярністю – Couchsurfing, Feastly, Knok, Vayable або навіть Wimdu [7].

Ріст інновацій та поява нових технологій змінили туристичну бізнес-модель, принесли користь країнам завдяки підвищенню ефективності, передачі знань та взаємодії з клієнтами. Завдяки новим технологіям компанії мають змогу збільшити обізнаність про ринок, відкривати нові можливості для інноваторів та зробити туризм доступним для різних категорій населення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Airbnb офіційний сайт URL: <https://net205teamfelix.wordpress.com/e-commerce/>
2. Annual Report 2016 - World Trade Organization URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/anrep\\_e/anrep16\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anrep16_e.pdf)
3. К. Кучеренко Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери (2014 р.) / К. Кучеренко // Економіка – 2014. – №10. – С. 31 – 34;
4. Business statistics URL: <https://expandedramblings.com/index.php/airbnb-statistics/>
5. Marketpublishers Вклад туризму у світовий ВВП URL: <https://marketpublishers.ru/lists/11110/news.html>
6. The Statistics portal URL: <https://www.statista.com>
7. World Economic Forum URL: <https://www.weforum.org/>
8. Офіційний сайт РБК URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/08/07/2017/595f46b39a79479492a04647](https://www.rbc.ru/technology_and_media/08/07/2017/595f46b39a79479492a04647)

## СПОСОБИ ОТРИМАННЯ КОРПОРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ В ПРОМИСЛОВО РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ

Жуківець Т. І.

Науковий керівник Шуба О. А к. г. н., доцент.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

**Актуальність теми.** Сучасна ринкова економіка має чітко виражену корпоративну спрямованість, а потужні інтегровані корпоративні структури — це своєрідний каркас національних економік розвинених країн, тому актуальним є розглянути способи отримання корпоративного контролю.

**Метою** роботи є аналіз сучасних способів отримання корпоративного контролю в промислово розвинених країнах.

**Виклад основного матеріалу.** Корпоративне управління - система економічних відносин між акціонерами, органами управління акціонерного товариства, його менеджерами, а також іншими зацікавленими особами задля забезпечення ефективної діяльності товариства, інтересів власників та інших зацікавлених осіб [4]. Механізмом здійснення корпоративного управління є корпоративний контроль [3, с. 695].

Корпоративний контроль - це сукупність економічних та юридичних прав, що надають власникам можливість впливати на поточну діяльність та стратегію розвитку підприємства, іншими словами, сукупність бізнес-контролю та акціонерного контролю за підприємством. Основними інструментами реалізації права корпоративного контролю є права власності на частку у статутному капіталі або майновий комплекс підприємства, що виступають об'єктами купівлі-продажу на ринку корпоративного контролю [7, с.425].

Ринок корпоративного контролю характеризується двома різноспрямованими процесами: інтеграції та дезінтеграції. У першому випадку ми маємо справу з такими процесами, як злиття і поглинання підприємств, а у другому — зі зворотним процесом, пов'язаним з виділенням і поділом компаній [2].

Теорія і практика корпоративного права знають кілька механізмів встановлення контролю над акціонерними товариствами, які не обов'язково супроводжуються переходом права власності на акції компанії. Можливість існування ситуацій, коли контроль над компанією встановлюється без придбання її акцій, обумовлена феноменом, який в економічній літературі отримав назву «відділення власності від контролю». В юридичному сенсі це ситуації, коли контроль акціонерів за діяльністю ради директорів (виконавчих органів) компанії є ослабленим. Такі ситуації найбільш вірогідні в корпораціях, де акціонерний капітал є розпорошеним і в результаті цього менеджери мають широкі повноваження з управління корпорацією. Чотири основні способи, спрямовані на отримання корпоративного контролю, включають у себе «купівлю голосів», пряме придбання акцій, реорганізацію у формі злиття або поглинання і придбання активів.

«Купівля голосів» або «боротьба за голоси» (proxycontest, proxyfights) — найбільш дорогий механізм, який використовують для встановлення контролю над акціонерним товариством переважно в США. Сутність купівлі голосів полягає у протистоянні двох груп: діючих менеджерів і (або) контролюючих акціонерів (інсайдерів) і власників невеликого

пакету акцій, які хочуть змінити членів ради директорів і встановити контроль над радою директорів акціонерної корпорації — за допомогою отримання голосів інших міноритарних акціонерів, що висловили згоду голосувати за них за дорученням [1]. Пряме придбання акцій дозволяє установити контроль над компанією в максимально короткий термін, але потребує значних джерел фінансування. При використанні даного способу покупець скуповує всі голосуючі акції або необхідний для встановлення контролю пакет голосуючих акцій компанії-мети [5]. Пряме придбання акцій включає в себе такі способи отримання корпоративного контролю як купівля акцій у контролюючих акціонерів, купівля акцій на фондовому ринку та купівля акцій шляхом направлення до акціонерного товариства публічної оферти про придбання акцій. Саме цей спосіб отримання корпоративного контролю називається публічним поглинанням (takeover bid у Великобританії, tender offer/bid в США, Unternahmeangebot у Німеччині, offers publiques d'achat у Франції) [1].

Ще одним методом отримання корпоративного контролю, хоча достатньо складним, тривалим і ризикованим, є скуповування боргів компанії-жертви, яка відчуває фінансову скруту, з перспективою шантажу менеджменту банкрутством підприємства. Якщо такий шантаж не приносить бажаних результатів, поглинач може ініціювати процедуру банкрутства компанії-жертви для подальшого: придбання цілісного майнового комплексу підприємства на публічних торгах при ліквідації компанії-жертви; санації підприємства, при якій поглинач виступить санатором, і «під нього» буде проведений додатковий випуск акцій, що дає поглиначу корпоративний контроль над компанією-жертвою [8].

При купівлі всіх або частини активів об'єктом отримання контролю є майно певної корпорації, а не сама корпорація. На відміну від покупки акцій та реорганізації, акціонери напряму не отримують коштів від продажу активів. Продавцем виступає компанія, яка в майбутньому може розподілити отримані кошти між акціонерами. При цьому компанія зберігає статус юридичної особи [5].

Термін «злиття і поглинання» (mergers and acquisitions або скорочено M&A) об'єднує в собі сукупність основних способів отримання корпоративного контролю. За характером злиття і поглинання діляться на дружні і недружні (friendly and hostile takeovers). Характер злиттів і поглинань залежить від реакції членів ради директорів (виконавчого органу) компанії-цілі, а іноді і її акціонерів. Недружніми (ворожими) є злиття і поглинання, коли встановлення контролю над компанією здійснюється всупереч інтересам основного акціонера або акціонерів. В основі дружніх злиттів і поглинань лежить угода між покупцем і компанією-метою в особі її акціонерів або органів управління про перехід корпоративного контролю. Такий розподіл є досить умовним, оскільки багато дружніх злиттів і поглинань здійснюються під явною чи прихованою загрозою переходу в недружнє злиття і поглинання [1].

За даними Bureau van Dijk (Moody's Analytics), глобальний обсяг і кількість угод злиттів M&A у 2017 р. знизилася. Всього у 2017 р. було укладено 96 082 угод на загальну суму 4,741 трлн. дол. США. Це на 8% нижче кількості угод M&A, укладених у 2016 р. і на 3% нижче, ніж у 2016 р. за об'ємами. Варто зазначити, що зниження активності на ринку M&A почалося з 2015 р. Разом з тим деякі регіони показали відновлення в 2017 р., серед них Західна Європа (зростання на 6%, з 1,138 трлн. дол. США до 1,282 трлн. дол. США) і регіон Східної та Центральної Азії (з 1,250 трлн. 2016 р. до 1,275 трлн. дол. у 2017 р.).

2017 рік став черговим роком, коли США залучили найбільші обсяги інвестицій, а також здійснили найбільшу кількість угод M&A — 20 897 угод на загальну суму 1,455 трлн.

дол. США. Китай зайняв друге місце в рейтингу з показником 13 679 угод на суму 720,8 млрд. дол. США. Великобританія на третій позиції — 5832 угоди М&А на загальну суму 285,4 млрд. дол. США. Ринок машинобудування, виробництва обладнання, меблів та різних видів переробки обладнання зайняв перше місце як по об'єму, так і за кількістю угод М&А. В цілому у секторі в 2017 р. було укладено 9959 угод М&А на загальну суму 568,9 млрд. дол. США [6].

Витрати, практичні труднощі і правові наслідки різних способів придбання корпоративного контролю значно відрізняються один від одного, і вибір того чи іншого способу або якоїсь комбінації способів є результатом важкого стратегічного рішення, прийнятого з урахуванням виду контролю, а також цілей і фінансових можливостей ініціатора отримання корпоративного контролю, особливостей законодавства та деяких інших факторів [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. Гомцяні С. В. Правила поглинання акціонерних обществ: сравнительно-правовой анализ: монографія / С. В. Гомцяні. – М.: Волтерс Клувер, 2010. – 320 с.
2. Игнатишин Ю.В. Слияния и поглощения: стратегия, тактика, финансы.– СПб.: Питер, 2005. – 208 с.
3. Лозовський О. М. Формування системи ефективного корпоративного управління в акціонерних товариствах / О. М. Лозовський, О. В. Незбутня. // Молодий вчений. – 2017. – №4. – С. 694–697.
4. Мальська М. П. Корпоративне управління: теорія та практика: підруч. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк, Ю. С. Занько. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 360 с.
5. Молотников А. Е. Актуальные проблемы предпринимательского права. / А. Е. Молотников. // Стартап.
6. Обзор глобального рынка М&А 2017 [Електронний ресурс] // Инвестиционный портал InVenture Investment Group. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor-globalnogo-rynka-manda-2017>.
7. Шатілова О. В. Поняття, структура та функції ринку корпоративного контролю / О. В. Шатілова, Б. Ю. Москвін. // Проблеми економіки. – 2014. – №4. – С. 424–431.
8. Ярошук О. В. Корпоративний контроль бізнесу та його захист від ворожого поглинання [Текст] / Олексій Вікторович Ярошук // Український журнал прикладної економіки. –2016. – Том 1. – № 5. – С. 100-108. – ISSN 2415-8453.

**УПРАВЛІННЯ ТРІАДНИМ РОЗГОРТАННЯМ СИНКРЕТИЧНОСТІ  
ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПЕРЕДУМОВА ГОСПОДАРСЬКОГО АНТИКРИЗОВОГО  
ВІДРОДЖЕННЯ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ СВІТІ  
(методологічний аспект)**

**Задорожна О. Г., к. е. н., доцент  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Зараз Україна перебуває в надто скрутному соціально-економічному стані. Криза суспільної системи, яка особливо поглиблюється в останні кілька років, потребує розробки наукової антикризової стратегії національного відродження. Офіційні документи щодо стратегії відродження, з одного боку, не відображають цілісну реальність національної системи господарювання; з іншого боку, практично не реалізуються у зв'язку з швидкоплинною зміною урядів, які не мають реальної благосної національної стратегії, а тому їй неспроможні вести послідовну комплексну політику продуктивних соціально-економічних антикризових перетворень у форматі наслідування.

Одним із головних недоліків майже ручного управління господарського функціонування виявилось те, що вчені та політики поки глибоко не усвідомили суть сучасної глобальної та національної кризи. Вона традиційно сприймається як фінансово-економічна та соціальна. Проте видатні мислителі сучасності досить однозначно довели, що її основною причиною є *духовний занепад* людства, деградація *цілісної людяної* свідомості на основі розвитку однобічного інвалідного інтелекту (В. П. Зінченко), втрата *моральнісних цінностей* та *відповідальності* людини за створення штучного *технісного* світу, наростання *недовіри до інституцій*, які неспроможні кваліфіковано забезпечити пошук шляхів та механізмів подолання сучасної глобальної кризи.

В таких умовах первинним завданням виживання людини і людства стає необхідність *кардинальної зміни світобачення*, яке б виходило з *цінностей* життя, миру, достоїнства людини, довіри та гармонізації відносин між людьми і між людиною та Природою. Тобто сьогодні йде мова про те, що *цільова, насамперед суто економічна – прибуткова, спрямованість* людської діяльності є головною *рушійною силою розширення загальної кризивості*, коли *кількісні* показники росту явно *затмарюють* потреби *якісного* оновлення життєдіяльності людства. Якщо говорити науковою мовою, то ця кардинальна зміна світогляду полягає в переході від *цільової до ціннісної раціональності*, коли саме *глибинні духовно-моральнісні цінності* повинні *задавати вектор* антикризового мислення, формат усіх управлінських рішень і поле практичних дій щодо антикризового реформування національної та глобальної системи господарювання.

По суті мова йде про те, щоб сучасна людина залишалася у своїй життєдіяльності *самою людиною*, а не перетворювалася в звіролюдину чи постлюдину, яка не має і навіть не намагається діяти в *ціннісному полі людяності*. Єдина трипостасна – *духовно-біо-соціальна* природа людини про-являється *цілісно* лише тоді, коли *духовна іпостась* є тим запліднюючим глибинним уномом, який висхідно задає якості, здібності та внутрішні мотиви самої людини, що повинні розгортатися в процесі *цілісної господарської життєдіяльності* кожного.



Виходячи з такого розуміння внутрішньої природи людини, визначаються основні вектори-поля господарської життєдіяльності: духовно-моральнісний та етико-моральний; біо-генетично-оздоровчий; соціо-партнерсько-коеволуційний. Звичайно, що ці вектори-поля постійно взаємодіють в цілісній системі господарювання, але для теоретичного аналізу такої цілісності доцільно використовувати *метод тріадного розгортання синкретичності*. Він дозволяє відобразити не лише сходження дослідження за рівнями: синкретичне начало (ідеально-онтологічна матриця життя) – особистість (мікрокосм) – соціум-універсум (макрокосм), але й виявляти зворотний вплив таких рівнів. З іншого боку, цей метод спрямований *проти схематично-наївної діалектики*, згідно якої жива цілісність розривається на дві сторони-протилежності, завдяки чому *умертвляється* жива реальність, ігнорується її синкретичність, а про гармонію цілісності взагалі назавжди можна забути.

При цьому кожний з названих векторів-полів можна у відносному плані звести до тих концентрованих наукових понять, що характеризують їх якість та суть глибинних характеристик взаємопов'язаних явищ-процесів цілісної життєдіяльності людини. Це поняття *унів* (істинно людське і людяне), *генів* (біологічне) та *мемів* (власне культурне). Суто науковий підхід на основі розрізнення та розуміння взаємопереходів унів, генів та мемів дозволяє говорити, що вони фіксують не лише різні рівні світосприйняття, але й дозволяють бачити певний «лінійний порядок» їх нарощення та реалізації потенціалу. При цьому специфіка такого нарощення відображається в тому, що при «лінійному» баченні мемів знімають в собі гени, а уни знімають в собі мемів і немов би знаменують собою вищу цілісність, яка є реалізацією первинної синкретичності, що «пройшла» процес своєї реалізації.

При цьому надзвичайно важливо виділяти три методологічні моменти. По-перше, розгортання та реалізація потенціалу генів, мемів та унів проходить перш за все через особистість, через її цілісну життєдіяльність. Тому саме *особистість* є базовим суб'єктом господарювання. По-друге, господарство насамперед є полем *суб'єкт-суб'єктної* взаємодії, коли саме особистості є первинними суб'єктами, а не вторинні колективні об'єднання та інституції. По-третє, господарства як суб'єкт-суб'єктна взаємодія постає перш за все як *культура*, що запліднюється і формується *ідеалами* і *мотивами людяності*, які реалізуються через Добро, Красу та Істину.

Ці три моменти говорять про те, що на глибинному рівні життєдіяльність людини-особистості визначається *ціннісною* раціональністю, яка має задавати сенс життя та визначати способи і межі його цілісної реалізації. Протилюдяні дії сприяють не просто *розлюдненню*, але й *підривають природно-культурні засади життя*. Тому головним методологічним постулатом при розробці національної антикризової стратегії відродження є *висхідна ціннісно-раціональна* орієнтація при плануванні та реалізації господарських продуктивних перетворень щодо створення умов для самопізнання і самореалізації людини-особистості.

Сама стратегія завдяки розумінню трипостасної природи людини і використанню методу *тріадного розгортання синкретичності* повинна включати *три управлінські проблемно-цільові блоки*: духовно-моральнісний та етико-моральний; біо-генетично-оздоровчий та соціо-партнерсько-коеволуційний. Вони дозволяють забезпечити цілісність господарського відродження через визначення і реалізацію людських цінностей щодо істинних цілей самопізнання і самореалізації особистостей через налагодження їх свідомо-добровільної співпраці задля зростання добробуту українців.

Перший – *духовно-моральнісний та етико-моральний блок* повинен задавати сутнісні рамки відродження людяності майбутніх національно-господарських перетворень, виходячи з наявності глибинних духовно-моральнісних причин сучасної глобальної кризової дійсності. Кожна людина повинна усвідомлювати, що подолання кризи та перехід до посткризового розвитку не може бути здійснено без зміни особистих мотивів своєї діяльності, яка зараз в основному спрямована на досягненні миттєвого успіху та можливого збагачення поза моральними нормами. Неоліберальна свобода, що обертається вседозволеністю та безвідповідальністю, не може бути гарантом щодо продуктивних змін життя. Лише через розгортання глибинного *особистісного архетипу свободи-відповідальності* можна домогтися істинно господарських людяних трансформацій дійсності.

Другий – *біо-генетично-оздоровчий блок* національної стратегії стосується актуальних проблем широкого поля фізичного здоров'я населення країни. Це поле повинно включати *спільносвіт*: від екологічно-сприятливих умов проживання людини і природно-спокійного перебігу вагітності до космо-планетарного порядку коеволюції людини і Природи. Цей блок повинен в основному спрямовуватися на формування і забезпечення *демографічно обумовлених потреб* існування людини, сім'ї, особистого розвитку, що сприяють насамперед реалізації *фізичного виживання людини та людства* у глобальному світі. При цьому слід наголосити, що заходи з забезпечення завдань другого блоку в основному пов'язані з *науково-технократичною діяльністю*, з інноваційними технологіями природозберігаючого характеру.

Третій – *соціо-партнерсько-коеволюційний блок* покликаний створювати організаційно-управлінські та законодавчі передумови розгортання продуктивної взаємодії усіх суб'єктів національного відродження і розвитку шляхом добровільного об'єднання існуючих різноманітних ресурсів і свідомої відповідальної участі у задоволенні актуальних приватно-суспільних інтересів. У методологічному плані тут повинен панувати підхід, що саме *співпраця, партнерство, взаємодопомога* та інтелектуально-знаннєве збагачення історично є *головним способом* розвитку людства. Протилюдяна жорстка конкуренція, хоча й сприяє в певній мірі вирішенню *кількісних проблем* зростання, обертається бідами та нещастями для більшості людей, а тому по суті *викривляє людяність* процесу суспільного відтворення. Реалізація людяності через широкий розвиток відносин соціального партнерства говорить про те, що саме *партнерство* є *головним господарським механізмом відродження* і розвитку української нації, забезпечення зростання добробуту всього населення країни. Третій блок стратегії має об'єктом перш за все *соціальну «матерію»*, що формує і реалізовує проблеми взаємодії між суб'єктами процесу національного розвитку.

Другий і третій основні блоки антикризової національної стратегії відродження повинні мати набір з кількох *проблемно-цільових національних програм*, що змогли б реально орієнтувати на забезпечення *якісних змін* у відповідних сферах діяльності, виходячи з загальних *ціннісних засад*, що визначені у першому блоці стратегії.

Більш ніж двадцять років існування незалежної України характеризувалися в основному кризовими соціально-економічними процесами, які віддзеркалювали глобальну кризову ситуацію. Очевидне намагання *сліпого копіювання* зарубіжних зразків та неоліберальних інститутів *не може* в принципі привести до комплексного національного відродження та розвитку, але ще й сприяло *нарощенню ризиків, небезпек, зривів та руйнуванню* цілих сфер суспільного відтворення. Головний урок, який повинен винести з такого наявного стану вчені та політики, полягає у тому, що для відродження країни і

створення умов для зростання добробуту українського народу потрібна *своя* національна антикризова стратегія. В нинішньому жорстко конкурентному глобальному світі у кожного суб'єкта глобальної економіки є свій інтерес і якщо якась країна цього *не розуміє*, то стає *об'єктом зовнішнього впливу*. Це обертається для неї *занепадом*.

Порятунок є справою того, хто попадає в біду. Лише через об'єднання *власних зусиль* і через творчо-відповідальну реалізацію *свого* національного потенціалу можливе соціально-економічне відродження. При цьому не лише доцільно, але й необхідно розуміти, що держава як головний суб'єкт трансформаційних перетворень може продуктивно реалізовувати своє покликання розробки та реалізації *Великого загального національного проекту* через всебічне розгортання своєї *неодирижистської* ролі, об'єднуючи усіх суб'єктів господарювання задля зростання народного добробуту і створення реальних умов для самореалізації особистостей. У цьому плані слід усвідомити *необхідність кардинальної зміни світорозуміння* на засадах і принципах *новітньої людиномірної науки*, яка спрямовується на вивчення *внутрішнього духовного світу людини* та обґрунтування *нової парадигми духовно-ноосферно-сталого розвитку*. Саме у цій площині має концентруватися увага наукової вітчизняної спільноти заради виживання українців у глобальному кризовому світі.

УДК 339.56(477.54)

## **ПОТЕНЦІАЛ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**Захаров Є. В.**

**Науковий керівник: Кім Т. В.**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Харківська область є регіоном України з високим рівнем розвитку економіки. Це обумовлюється як вигідним економіко-географічним положенням, так і досить багатим набором власних сировинних ресурсів. Ці ресурси дозволяють розвивати паливно-енергетичну, хімічну промисловість, скляне і фарфоро-фаянсове виробництво, виробництво будматеріалів. Актуальність дослідження обумовлена необхідністю оптимізувати економічні ресурси регіону задля забезпечення сталого економічного зростання у сучасних умовах.

Умовно область поділяється на три промислових райони: Центральний, Східно-Харківський і Південно-Харківський. Центральний відрізняється високим рівнем спеціалізації і концентрації промисловості, тут склався провідний в Україні комплекс енергетичного, електротехнічного, транспортного та сільськогосподарського машинобудування. Провідною галуззю Східно-Харківського району є машинобудування. Розвинені в цьому регіоні також харчова і легка промисловість, виробництво будівельних матеріалів та обладнання для цукрової промисловості. У Південно-Харківському районі існують великі газові родовища - Шебелинське, Єфреміївське, Крестищенське та інші. Міста

району спеціалізуються на машинобудуванні, хімічній промисловості і виробництві будматеріалів. Наприклад, місто Балаклея - цементно-шиферний завод, Первомайськ - хімічний завод, у м. Харків розвинені промисловість, наука, освіта, сфера послуг, управлінська діяльність. У Куп'янську та Ізюмі зайнятість у промисловості перевищує середній рівень по Україні, місто Лозова виконує промислово-транспортні функції.

У березні 2015 року було офіційно утверджено "Стратегію Харківської області до 2020 року". У ній було сказано, що "«Стратегія розвитку Харківської області до 2020 року» є проєкцією державних та загальноєвропейських підходів до конкретного регіону – Харківщини. Вона визначає стартові позиції області, а також систему пріоритетів, які відіграють вирішальну роль у забезпеченні цільового сценарію розвитку області" [1].

У цьому документі розглядався не тільки цільовий сценарій розвитку області, але також й Інерційний та Кризовий сценарії.

Цільовий сценарій передбачає використання більшості можливостей і всіх сильних сторін Харківської області при випереджаючій нейтралізації або відсутності головних стратегічних ризиків, зазначених у SWOT-аналізі.

Інерційний сценарій розвитку регіону передбачає використання наявного потенціалу території з урахуванням загальної динаміки ВВП країни. Якщо розглядати інерційний сценарій у порівнянні з іншими регіонами, то можлива втрата регіоном полюсного значення в Україні та Східній Європі на користь Дніпра або Белгорода.

Кризовий сценарій розвитку регіону передбачає прискорене вичерпання наявних сильних сторін розвитку Харківської області при частковій реалізації можливостей і загострення стратегічних загроз розвитку.

Для того, щоб зробити висновок про перспективи Харківського регіону в зовнішній торгівлі, був проведений SWOT-аналіз щодо саме цього питання. За його результатами до сильних сторін Харківського регіону відносять наступні:

- Лідерство за рівнем якості життя серед регіонів України;
- Сприятливі природні умови для розвитку сільського господарства. Перше місце серед регіонів України зі збору пшениці і третє - за валовим збором зернових в 2014 році;
- Найбільші в континентальній Європі розвідані поклади природного газу і бурого вугілля, потенційно найбільші поклади сланцевого газу;
- Високий потенціал розвитку відновлюваної та альтернативної енергетики, насамперед, в біомасі.

До слабких сторін Харківського регіону належать наступні:

- Периферійне положення на Сході України;
- Високий рівень розораності земель, незбалансованість природокористування;
- Високий рівень зношеності основних фондів.

Серед можливостей відзначаються:

- Перетворення сільського господарства і агропереробки в драйвер соціально-економічного розвитку районів на тлі зростання світового попиту на продукти харчування;
- Забезпечення енергетичної безпеки, енергонезалежності та конкурентоспроможності регіону.
- Географічна диверсифікація експорту продукції з високою доданою вартістю і входження в нові технологічні ланцюги, використання можливостей освоєння ринку

ЄС і ринки третіх країн спільно з європейськими партнерами, вихід на ринки США, Китаю, країн Африки та Близького Сходу.

SWOT-аналіз передбачає також наступні ризики для Харківського регіону:

–Втрата конкурентоспроможності секторів виробництва регіону через нездатність модернізувати виробництво, вчасно перейти на стандарти ЄС;

–Наростання бідності серед верств населення з низьким рівнем кваліфікації та підприємницької активності через втрату конкурентоспроможності традиційних секторів економіки, посилення безробіття серед молоді;

–Наростання ризику техногенних аварій через зношеність фондів систем життєзабезпечення регіону.

За результатами 2017 р. експорт та імпорт товарів Харківської області підвищився на 15,9% і на 8,7% до 2016 р. відповідно, що змінило попередню негативну динаміку. Проте усе ще залишається негативним сальдо зовнішньої торгівлі регіону, що становить –426568,7 млн. дол. США. Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 0,74 [4].

Розвивається діяльність харківських експортерів на Європейському ринку. Так, частка ЄС в експорті Харківщини минулого 2016 року склала 19% (проти 11% у 2013 р.). Проте у порівнянні з 2015 р. експорт товарів до ЄС знизився на 6%, що спонукає до пошуку шляхів стабілізації як зовнішньої торгівлі з ЄС, так і економічного розвитку зокрема.

Найбільшими торговими партнерами, які прийняли товари з Харкова у 2016 р., є: Єгипет, Японія, Індія, Грузія, Білорусь, Молдова, Республіка, Казахстан, Китай, Німеччина.

**Висновок.** На даний момент виробництво Харківського регіону не забезпечує необхідного обсягу продукції для експорту. Про це свідчить негативне сальдо зовнішньої торгівлі. Однак результат SWOT-аналізу та варіанти розвитку, викладені у "Стратегії Харківської області до 2020 року", дають нам впевненість у тому, що реалізація цільового сценарію розвитку Харківського регіону та використання його сильних сторін та можливостей для підвищення виробництва товарів провідних сфер області, згодом забезпечуватиме ними не тільки наш край, а й розширення експорту до інших регіонів нашої країни та до країни-імпортерів продукції Харківської області, одночасно з цим підвищуючи сальдо, поступово покриваючи експортом імпорт.

#### **Список використаних джерел:**

1. СТРАТЕГІЯ розвитку Харківської області на період до 2020 року / [Електронний документ] – Режим доступу: <http://old.kharkivoda.gov.ua/documents/16203/1088.pdf>
2. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ / [Електронний документ] – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/conf/2015-5/doc/4/02.pdf>
3. Головне управління статистики Харківської області / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/>
4. Соціально-економічне становище Харківської області за січень 2018 року. Статистичний бюлетень / Головне управління статистики у Харківській області. Харків, 2018.

**БАГАТОПОЛЯРНІСТЬ СУЧАСНОГО СВІТУ ТА НОВІ ЦЕНТРИ ВПЛИВУ****Іванченко С.В.****Науковий керівник: Халіна О.В., к.е.н.****Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Приблизно два останніх десятиліття активно обговорюється тема поступового переходу від однополярного до багатопольярного світу. Незважаючи на те, що вже довго йдеться про те, що світ стає багатопольярним, але поки це не так, і ситуація складається зовсім по-інакшому. На Давоському форумі, котрий відбувся у 2017 році, взагалі дійшли до висновку, що «Багатопольярний світ» — геополітична загроза номер один, і такий перехід може призвести до конфліктів у сучасному світі [1]. Саме тому тема розуміння «справжньої» багатопольярності актуальна на даний час.

Сьогодні питання стоїть не про те, чи стане світ багатопольярним, а скоріше про те, які характеристики багатопольярності, в тому числі етичні, будуть домінувати в майбутньому, якому етичного методу вони будуть відповідати [2].

Тематики багатопольярності, так чи інакше, торкалися в своїх роботах Девід Кампф (в статті «Поява багатопольярного світу»), історик Єльського Університету Пол Кеннеді (в книзі «Злет і падіння великих держав»), геополітик Дейл Уолтон (в книзі «Геополітика і великі держави в ХХІ столітті. Багатопольярність і революція в стратегічній перспективі»), американський політолог Діліп Хіро (в книзі «Після імперії. Народження багатопольярного світу») та інші. Найближче до розуміння сутності багатопольярності підійшов британський фахівець Фабіо Петіто, який спробував побудувати серйозну і обґрунтовану альтернативу однополярного світу на основі правових та філософських концептів К. Шмітта.

Але з чисто наукової точки зору, повноцінної і закінченої «Теорії багатопольярного світу» на сьогоднішній день не існує. У всіх цих книгах, статтях і заявах не міститься ні точного визначення що таке багатопольярний світ, ні теорія його походження.

Найчастіше звернення до терміну «багатопольярність» має на увазі лише вказівку на те, що в даний час в процесі глобалізації у безперечного центру впливу в сучасному світі (США, Європи) на горизонті з'являються певні конкуренти — могутні регіональні держави і спілки держав, що належать до «Другого» світу, або країни, які бурхливо розвиваються.

Порівняння потенціалів США і Європи, з одного боку, і зростаючих нових центрів сили (Китай, Японія, Індія, Росія, країни Латинської Америки і т.д.) з іншого, все більше переконує в відносності традиційної переваги Заходу і ставить нові питання щодо логіки подальших процесів, які зумовлюють глобальну архітектуру сил в планетарному масштабі — в політиці, економіці, енергетиці, демографії, культурі і т.д. [3].

Центри сили — певні центри впливу, на які в значній мірі звернені погляди і увага мільйонів людей з різних точок світу і які, тим самим, мають можливість впливати на глобальну динаміку.

Якщо до недавнього часу було б логічно говорити тільки про два головні центри впливу (з економічної точки зору) — це, безумовно, Сполучені Штати Америки та Європейський Союз, то оцінюючи сучасний світ, варто виділити особливе місце і

азіатському регіону, який ще може поборотися і стати одним із головних центрів впливу на сьогоднішній день. В першу чергу Китай, далі за ним слідує Японія і Південна Корея.

Падіння старих геополітичних структур і формування нових супроводжуються різкою зміною балансу сил і зростанням економічного потенціалу Азіатсько-Тихоокеанського регіону (АТР). Саме в цьому регіоні складається особлива структура, яка в найближчому майбутньому при збереженні наявних тенденцій може зробити істотний вплив на розстановку світових сил, навіть певною мірою змінити баланс інтересів на міжнародній арені. Перш за все, мається на увазі «бурхливий» економічний підйом регіону, який вже зараз кидає серйозний виклик Заходу. Причому економічний бум в АТР відбувається в умовах, коли економіка розвинених країн переживає період стагнації.

Але ситуація розвитку нового центра впливу не однозначна в цьому регіоні, і все буде залежати від співвідношення сил двох азіатських держав — Китаю і Японії. На ступінь їх можливого домінування в регіоні будуть впливати два основні чинники: володіння адекватними засобами національної могутності для вирішення своїх геополітичних завдань і наявність в регіоні сил, здатних протистояти їм.

Багатополярний світ являє собою радикальну альтернативу однополярному світу (існуючому за фактом в нинішній ситуації — в обличчі США) в тому, що наполягає на наявності декількох незалежних і суверенних центрів прийняття глобальних стратегічних рішень на планетарному рівні. Ці центри повинні бути досить оснащені і незалежні матеріально, щоб мати можливість відстояти свій суверенітет перед обличчям прямого вторгнення ймовірного противника. Ця вимога зводиться до можливості протистояти матеріальній і військово-стратегічній гегемонії США і країн НАТО.

Таким чином, ми бачимо, що в сучасному світі, на відміну від часів «холодної війни», на геополітичній арені існує не два головні центри впливу, а кілька, хоча роль США і має поки пріоритетне значення. Поступово виявляються нові геополітичні центри, економічна і політична діяльність яких на сучасному етапі міжнародних відносин має важливе значення.

В цілому хоча АТР і поступається Європі та Північній Америці за глибиною інтеграційних процесів, але по динаміці їх проведення — випереджає. У регіоні триває активне формування інтеграційних об'єднань — як зон вільної торгівлі, так і угод про економічне партнерство [4].

Отже проаналізувавши вище розглянутий матеріал, можна сказати, що є висока ймовірність переходу ролі світового економічного центру від Атлантики до АТР найближчим часом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Давоський форум: підсумки та прогнози, Euronews 2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ua.euronews.com/2017/01/23/davos-world-economic-forum-geopolitics-and-economics-of-2017>
2. Щипков В.А. Многополярность и проблема этики в теории современных международных отношений /Щипков В.А. // Вестник МГИМО-Университета. — 2015. — № 42(3). — С. 288-289. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <file:///C:/Users/User/Desktop/mnogopolyarnost-i-problema-etiki-v-teorii-sovremennyh-mezhdunarodnyh-otnosheniy.pdf>
3. Дугин А. Г. Теория многополярного мира. /Щипков В.А.// Евразийское движение. — 2013. — 532 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.geopolitica.ru/sites/default/files/tmm-new-alltry2.pdf>
4. Мальгина. А.В. Современные международные отношения / Под ред. Торкунова А.В., Мальгина А.В. // Аспект Пресс, — 2012. — 688 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.twirpx.com/file/1278847/>

## РЕГІОНАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ ДИНАМІКИ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

Ільїн Г.О.

Науковий керівник: Кім Т.І., к.е.н., доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Сучасний світ швидко розвивається, і кожен рік укладається велика кількість економічних договорів між країнами. У наш час спостерігається продовження активного росту регіональних торгових угод (РТУ), які формуються як на двосторонній, так і багатосторонній основі. За оцінками СОТ, кількість знов укладених РТУ зросла з 2000 р. по 2007 р. практично удвічі (з 86 до 159 відповідно). У 2013 році їх налічувалося близько 170, у 2016 – більше як 250 [4]. Таке зростання кількості РТУ наводить думку про їх ефективність та нагальну потребу для країн, що їх укладають. Більш того, с 90-х років минулого століття спостерігається укладення мега-РТУ, тобто створення економічних просторів, що охоплюють різні континенти. Водночас, коли певні країни укладають усе більшу кількість угод з країнами чи регіональними утвореннями, як наприклад, Китай та В'єтнам, інші країни намагаються змінити вектор регіоналізації, відмовляючись від традиційних партнерів на користь нових. Так, Україна, що скорочує торговельні відносини з країнами СНГ на користь їх збільшення з країнами ЄС та США. Отже оптимізація регіонально-інтеграційних процесів у світі є актуальною проблемою, розв'язання якої тягне за собою значні економічні ефекти та соціальні наслідки.

**Метою** цього дослідження є розгляд позитивних та негативних наслідків регіональної інтеграції країн, що розвиваються, адже саме вони найбільш зацікавлені у оптимізації торговельного партнерства.

У цьому дослідженні ми виходимо з поняття регіоналізації як процесу активізації економічної взаємодії та зближення економік у певних регіональних рамках на основі зростання обсягів торгівлі між країнами - учасницями регіональних утворень. Регіоналізація розвивається водночас з процесом економічної глобалізації.

У наш час відбувається посилення регіоналізації світової економіки, яка поряд з іншими формами міжнародних економічних відносин виявилася свого часу двигуном розвитку глобалізації. Так, у концепції Н. Косолапова глобалізація визначається як те, що виходить із спільності і відмінності групи явищ, які супроводжують глобалізацію: «інтернаціоналізація - регіоналізація - єдиний і цілісний світ - глобалізація». Так ми можемо говорити про те, що регіональна інтеграція допомагає насамперед країнам, що розвиваються, збільшити свої економічні показники [2].

Процес регіоналізації відбувається за участю двох або більше країн, згідно з укладанням відповідних - двосторонніх та багатосторонніх угод. У нашому дослідженні розглянуті приклади багатосторонньої регіональної інтеграції двох країн, що розвиваються: Парагваю (Південно-Американська модель) та Лаосу (Східно-Азійська модель), щоб оцінити зміни, які відбулися з ними після вступу до відповідних регіональних економічних об'єднань.

Парагвай виступив одним із засновників економічного об'єднання в Південній Америці (МЕРКОСУР) у 1991 р. У 1995 р. Парагвай так само вступив до СОТ (організація яка



фактично є символом глобалізації в сучасному світі). З таблиці 1 видно, як змінювались економічні показники цієї країни до і після вищевказаного приєднання.

Таблиця 1.

Показники економічного розвитку Парагваю у 1985-2016 рр.

Рік	1985	1990	1995	2000	2006	2016
ВВП (млрд. дол. США)	4,2	5,2	8,0	7,1	7,9	28,0
Рівень інфляції, %	25	38	13	9	7,5	3

Джерело: [6]

У 2016 р. експорт Парагваю з країнами - членами МЕРКОСУР склав 47,5%, а з іншими країнами у середньому 2-3%. Водночас імпорт країни склав 41% з членами МЕРКОСУР, з Китаю - 27%, з інших держав - 1,5-2 % [5].

Отже приєднання Парагваю до СОТ не дало цій країні великих економічних привілеїв, навіть ми можемо побачити спад економіки Парагваю після вступу до СОТ, і тільки завдяки поглибленню інтеграційних процесів усередині блоку в 2000-х роках економіка Парагваю змогла показати стрімке зростання.

Лаос, одна з бідніших країн світу за економічними показниками, у 1997 році вступив до АСЕАН (Association of South East Asian Nations) - економічне об'єднання Південно-Східної Азії. У 2013 році Лаос вступив до СОТ. Зміна ВВП цієї країни у період 1993 – 2016 рр. показана у таблиці 2.

Таблиця 2.

Обсяг ВВП Лаосу у 1993-2016 рр.

Рік	1993	1997	2000	2009	2013	2016
ВВП (млр.дол.США)	4,6	5,3	6,1	8,7	10,7	10,1

Джерело: [6]

Аналіз географічної структури експорту і імпорту Лаосу показує, що у 2016 році експорт товарів з цієї країни до країн АСЕАН складав 46%. Так само 40% товарів направлялося до географічного сусіда Лаосу - КНР. Частка імпорту до Лаосу з країн АСЕАН склала 72%. Слід зауважити, що після вступу до СОТ у 2013 році відбувається мінімальний спад показників експорту і імпорту в Лаосі, що ми так само могли спостерігати і в Парагваї після його вступу до СОТ [5]. На прикладі Лаосу ми можемо так само побачити, що інтеграційні процеси всередині економічного об'єднання АТЕС, у тому числі і завдяки АРФ (регіональний форум АТЕС), до якого входить значна кількість великих економік світу наприклад: США, Китай, країни ЄС та інші.) дозволили Лаосу підтримувати економічне зростання стабільно - близько 8%. Однак вступ до СОТ призвів лише до поступового спаду економічного зростання та розвитку в Лаосі.

Висновок. Отже регіоналізація певною мірою може прискорити економічний розвиток країн, що розвиваються. Так ми можемо спостерігати значне зростання економічних

показників країни після вступу в регіональні економічні блоки. Однак на наш погляд, регіоналізація несе у собі також ризики та загрози, що обумовлені обмеженням економічних зв'язків з іншою частиною світу та залежністю від країн-учасниць регіонального об'єднання. З подібною проблемою зіткнулася і Україна. Неможливо вивести універсальну формулу для інтеграційних процесів держави - вступ до якого економічного об'єднання забезпечить вигідні економічні ефекти та позитивні соціальні наслідки. Кожна країна повинна робити свій вибір, найбільш сприятливий для розвитку її економіки та примноження добробуту і благополуччя населення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Хесин Е.С., Ковалева И.Г. Изменение глобального экономического ландшафта: проблемы и поиск решений / под ред. Е. С. Хесина, И. Г. Ковалева. М.: НИУ ВШЭ, 2011. - 400 с.
2. Косолапов Н.А. Глобализация: существенные и международно-политические аспекты // Мировая экономика и международные отношения. - 2001. - №3. - С.71-72.
3. Навроцкая Н.А., Сопилко Н.Ю., Ковальчук М.В. Регионализация в условиях постглобального экономического развития / Н.А. Навроцкая, Н.Ю. Сопилко, М.В. Ковальчук // Вестник РУДН. Серия Экономика. - 2015. - № 4, с.7-16.
4. Прохоренко А. Региональные торговые соглашения / А. Прохоренко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://oecdcentre.hse.ru/nletter8.1>
5. <https://atlas.media.mit.edu/en/> // Обсерваторія економічної складності , показники експорту і імпорту Парагваю(Лаосу) 2016 р.
6. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD> ( <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD> ) // Показники ВВП Парагвая (Лаоса)

УДК 331.556.4(477)

## **МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ И УЧАСТИЕ УКРАИНЫ В ЭТОМ ПРОЦЕССЕ**

**Какарова Д.А.**

**Научный руководитель: Ковтун Т.Д., старший преподаватель  
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина**

Международная миграция рабочей силы является одним из объективных оснований становления целостной системы мирового хозяйства. Формирование в Украине рыночной экономики открытого типа обуславливают необходимость исследования проблем украинской трудовой миграции [1].

Целью исследования является анализ причин, тенденций и последствий трудовой миграции из Украины.

Современные условия глобализации позволяют расширить возможности трудоустройства за границей. Недавно введенный безвизовый режим значительно повышает мобильность трудовых ресурсов. Миграционная политика Европейских стран также создает благоприятные условия для доступа на свои рынки украинских работников. Например,

правительство Чехии вдвое увеличивает квоты на прием работников из Украины – до 19,6 тыс. чел. в год. Польша разрешила приезжающим в рамках безвизового режима украинцам трудоустроиваться на временную работу [2].

По официальным источникам за границей работает от 1 до 5 млн, по наиболее реальным оценкам как минимум 7 млн. украинских трудовых мигрантов. С точки зрения демографического аспекта в Украине происходит естественная убыль населения и старение нации. За последние 5 лет наблюдается отрицательный прирост, и население Украины уменьшилось на 3 157 782 чел. [3]. Последнее исследование Research & Branding Group показало, что в декабре 2017 года 34% населения были готовы навсегда покинуть Украину. По сравнению с февралем 2016 года миграционные настроения увеличились на 6%. Наиболее популярными странами для трудовых эмигрантов являются: Польша, Россия, Чешская Республика, Германия, Италия, Казахстан, Белоруссия. Основные сферы занятости украинских работников за границей – это, прежде всего, строительство (мужчины) и труд в домашних хозяйствах (женщины), а также сфера услуг и сельское хозяйство.

Главной причиной эмиграции для 31% украинцев стало отсутствие желаемой заработной платы. По данным исследования Международной организации труда, среднемесячный заработок одного трудового мигранта составлял 722 долл. США, а зарплата одного штатного работника, занятого в экономике Украины в 2016 году - 200 дол. США (в январе - ноябре 2017 года - 262 долл. США). Для 27% эмигрирующих украинцев причиной является вооруженный конфликт. Далее следуют экономические проблемы в стране (19%) и семейные обстоятельства (18%), отсутствие условий для самореализации (9%) и политическая нестабильность (7%) [5].

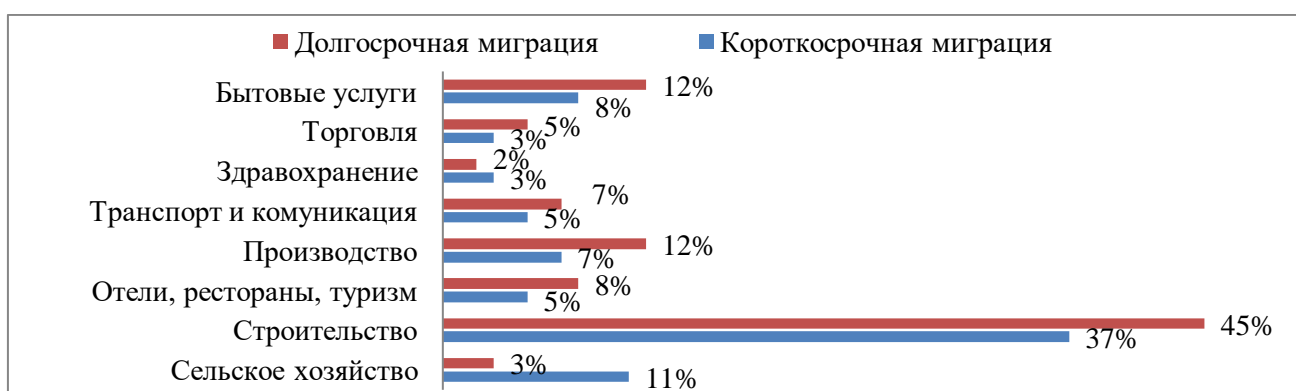


Рис. 1. Структура занятости украинских мигрантов за границей в 2016 году [4]

Из позитивных последствий трудовой эмиграции для Украины можно выделить получение доходов вследствие денежных переводов мигрантов и приобретение работниками-мигрантами новых навыков, ознакомление с передовыми технологиями, организацией производства и т.п.

К негативным последствиям эмиграции рабочей силы относятся:

1) Недостаток экономически активного населения в большинстве регионов страны. Чтобы оценить возможный дефицит трудовых ресурсов, обратимся к комплексному демографическому прогнозу численности населения Украины. Институт демографии и социальных исследований НАН Украины предупреждает, если фертильность, продолжительность жизни и внешняя миграция сохранится на нынешнем уровне, то за 20 лет (к 2037-му по сравнению с 2017-м) число жителей Украины сократится на 5 млн. чел.

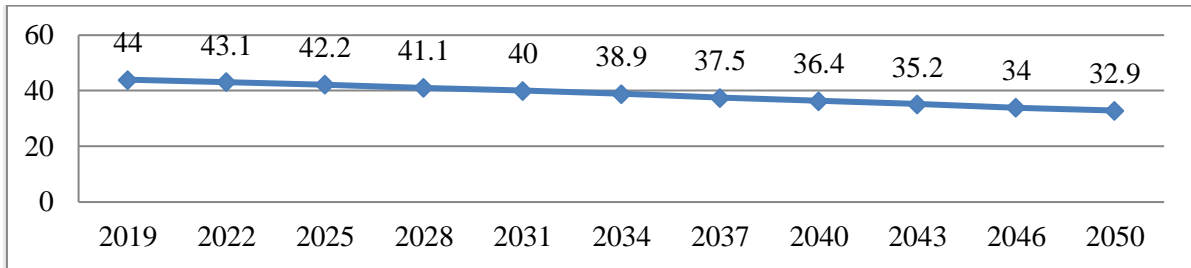


Рис. 3. Прогноз численности населения Украины при сохранении прежних показателей рождаемости, продолжительности жизни и внешней миграции (млн. чел.) [6]

2) Деформация промышленно-экономической структуры производства, особенно в регионах Западной Украины: свыше 30% промышленных и 60% сельскохозяйственных предприятий ощущают дефицит квалифицированных рабочих кадров. На отечественном рынке труда не хватает слесарей, механиков, электросварщиков, токарей, столяров, высококвалифицированных рабочих в строительстве и судостроении, существенно уменьшился инженерный потенциал.

3) Нагрузка на работающее население по содержанию пенсионеров.

4) Фактически, интеллект, знания, опыт значительной части лиц трудоспособного возраста используется для других государств. Утрачиваются не только средства, вложенные в подготовку и повышение квалификации специалистов, но и та польза, которую могла бы принести их работа для развития Украины [7].

Учитывая мировые тенденции развития международного рынка труда относительно свободного передвижения рабочей силы и единого рынка труда для европейских стран, можно констатировать, что внешняя трудовая миграция стала естественным явлением для любого государства. Однако для Украины трудовая эмиграция является проблемой, поскольку приобрела неоправданно большие масштабы и в среднесрочной перспективе может приобрести характер угрозы национальной безопасности и сдерживающего фактора для развития экономики.

#### Список использованной литературы

1. Кинько Е.Н. Внешняя трудовая миграция Украины: причины и последствия [Электронный ресурс]/ Е.Н. Кинько, Е.А. Тонкошкур, М.В. Долгая// Международный экономический форум. – 2009. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/r2009/1020.htm>
2. Григоренко Ю. В. Быть гастарбайтером. Насколько опасна для Украины трудовая миграция [Электронный ресурс]/ Ю. В. Григоренко. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/social/20180206/241368118.html>
3. Официальный сайт Государственной службы статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Международная организация миграции (МОМ) Представительство в Украине Миграция в Украине: факты и цифры 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://iom.org.ua/sites/default/files/ff\\_ukr\\_21\\_10\\_press.pdf](http://iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf)
5. Официальный сайт Research and Branding group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rb.com.ua/rus/>
6. Институт демографии и социальных исследований НАН Украины. Комплексный демографический прогноз Украины на период до 2050 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.idss.org.ua/>
7. Кравченко М. Внешняя трудовая миграция граждан Украины как негативный вызов глобализации / М. Кравченко // Public Administration Scientific journal. – 2010. – № 1. – С. 32–40.

## СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ОСВІТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Кисловська Д.О.**

**Науковій керівник: Кім Т.І., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна**

Актуальність дослідження: В останні роки сфера освіти почала зазнавати значних змін, які не могли не торкнутися й світової бізнес-освіти та бізнес-шкіл. Такі процеси як інформатизація та глобалізація почали створювати нові тенденції у бізнес-освіті за останні 50 років. Тому їх вивчення має значний вплив на розуміння трансформацій форм та способів отримання освіти.

Ключові слова: бізнес-освіта, бізнес-школа, MBA, менеджмент, програма, тенденції.

На сьогоднішній день освіта є найважливішим чинником примноження людського капіталу, тому післядипломну освіту на сучасному етапі розглядають як найважливішу складову системи неперервної освіти, що дає змогу кожній людині здобути новий рівень компетенцій, здійснювати постійне творче оновлення, розвиток та вдосконалення впродовж усього життя.

Отримання ступеню MBA можна розглядати як приватний випадок інвестицій в людський капітал. MBA – це післядипломний рівень бізнес-освіти із загального менеджменту та управління бізнесом, що забезпечує формування високопрофесійних менеджерів-практиків, особистісного розвитку студентів, кар'єрного зростання та відповідності високим інтелектуальним і академічним стандартам вищої освіти [2].

Поняття бізнес-освіти визначається як рівень вищої освіти в області менеджменту і управління, який добровільно здобувається керівним складом персоналу підприємств, що має певний практичний досвід управлінської роботи, у відповідних навчальних закладах (бізнес-школах, корпоративних університетах та ін.) в результаті послідовного і цілеспрямованого засвоєння змісту навчання, згідно з програмами MBA, отримує комплекс навичок і знань, необхідних для управління бізнесом та особистого кар'єрного зросту [3].

Починаючи з 1819 року, коли у Франції з'явилася перша бізнес-школа INSEAD і по сьогоднішній день бізнес-освіта формувалася в своєму класичному вигляді: основою MBA став кейс-метод (техніка навчання, що використовує опис реальних економічних, соціальних і бізнес-ситуацій) та виникла класична програма MBA (full-time MBA), яка викладалася лише в стінах бізнес-шкіл. Також з'явилися основні центри розвитку та здобуття бізнес-освіти: США та Європейський регіон, представлений такими країнами як Франція, Італія, Німеччина та інші [1].

Але на початку XXI ст. у світовому бізнес-співтоваристві з'явилося твердження про зародження нової парадигми бізнес-освіти, пов'язаної з розвитком інформаційних технологій та появою мережі Інтернет. Інформатизація суспільства кардинально змінює вигляд сучасних і майбутніх організацій, а також вимоги до менеджменту, а в кінцевому рахунку, і до змісту бізнес-освіти. Як наслідок, нова парадигма отримала назву «мережева парадигма».

У рамках мережевої парадигми сучасне ділове підприємство розглядається як організація, орієнтована на знання. Це в повній мірі відноситься і до бізнес-шкіл, межі яких

стають невизначеними, оскільки знання освоюються і передаються на віртуальному рівні з активним використанням інформаційних технологій.

Виходячи з цього можна визначити такі характерні тенденції нової парадигми бізнес-освіти:

- перехід від пасивного сприйняття знань до інтерактивного навчання за допомогою виконання завдань, що виникають у реальному світі;
- трансформація змісту освітніх програм – від традиційного стандартизованого підходу до індивідуалізованого підходу (простежується попит на менш тривалі і сконцентровані програми);
- крім того, процес навчання перестає бути уривчастим, а стає безперервним у часі і просторі; все менш виправданим стає повний відрив студента від бізнесу з метою отримання додаткової освіти, що призводить до переорієнтації на формати MBA «part-time» та модульний;
- розвивається сегментування споживачів бізнес-освіти: з'являються програми «Executive MBA», функціональні спеціалізації («MBA - фінанси» і т. д.).

Процес розвитку бізнес-освіти не можна розглядати поза рамками еволюції світової економіки, тим більше її фінальної фази – глобалізації. В останні роки все більш відчутним стає посилення конкуренції з боку бізнес-шкіл Китаю та Індії.

Розвиток бізнес-освіти в цьому азіатському регіоні почалося в 1990-х рр. Економічне зростання і, як наслідок, зростання потреби в кваліфікованих управлінських кадрах, активно стимулювало цей процес. Найпростішим рішенням цієї проблеми здавалася масова відправка персоналу на навчання за кордон. Однак неефективність такого методу швидко стала очевидною. Одночасно з цим, бурхливий ріст економіки в регіоні привернув серйозну увагу міжнародного бізнесу. Досить швидко разом з закордонними компаніями в регіон прийшли й школи бізнесу, в першу чергу американські. Вони стали створювати там свої філії і спільні програми. Незабаром до процесу підключилися і європейці (французька INSEAD і іспанська IESE). На даний момент в регіоні оперують як повністю місцеві школи (китайські, індійські), так і спільні проекти.

Євразійські держави і держави Азії сьогодні переживають бум популярності бізнес-освіти (особливо програм Executive MBA в Казахстані). Наприклад, на Тайвані, де чисельність населення складає 23 млн. чоловік, вже діють 36 бізнес-шкіл. Серед них як спільні з європейськими та американськими освітніми установами програми, так і власне національні бізнес-школи Тайваню, Сінгапуру, Південної Кореї, Китаю, Індії, Філіппін і Японії [4].

Отже, головні сучасні тенденції у бізнес-освіті можна описати як можливість здобуття ступеня MBA за допомогою інформаційних технологій без відриву від професійної діяльності. Такий процес отримання бізнес-освіти створює ще більшу конкуренцію серед національних бізнес-шкіл і як наслідок, вимагає від них більш швидкого реагування на потреби ринку, активного впровадження інноваційних освітніх технологій, встановлення довготривалих партнерських відносин з клієнтами на основі клієнтоорієнтованого підходу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баранов В. В. Еволюція бізнес-освіти в світі та інтеграція програм MBA в Україні / В. В. Баранов. // Економічний вісник університету. – 2016. – №28. – С. 7–14.
2. Кобець А. С. Вища освіта як потужний інструмент довгострокової стратегії підготовки кадрів та розвитку людських ресурсів / А. С. Кобець. – С. 111–119.

3. Кузнецова Н. Б. Бізнес-освіта як фактор підвищення якості та конкурентоспроможності управлінських кадрів в умовах інтеграції освітнього простору / Н. Б. Кузнецова. // Збірник наукових праць ЧДТУ. – №22. – С. 149.

4. Макарова И. К. Тенденции и проблемы развития бизнес-образования в контексте международной безопасности образовательных технологий и предотвращения факторов негативного влияния / Ирина Камильевна Макарова. – 2015. – №3. – С. 89–94.

УДК 338.27:[620.92:622.333]

## **ЧАСТКА ВУГІЛЛЯ У ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОМУ БАЛАНСІ СВІТУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**Клецова Ю.Ю.**

**Науковий керівник: Кім Т.І., доцент кафедри  
Харківський національний університет ім.В.Н. Каразіна**

Одним з визначальних показників економічного зростання є ВВП на душу населення, потрібно відзначити, що існує пряма залежність між самим показником і споживанням енергії на душу населення. Таким чином, щоб підвищити рівень життя, потрібно збільшити споживання енергії. Актуальність теми обумовлена тим, що питання з енергозабезпеченням країни, а також вибором мінеральної сировини з часом стають усе гострішими. Первинними джерелами енергії є: вугілля, нафта, газ, тобто паливо. Запаси палива мають для економіки країни неперевершене значення, адже без них неможливо стабільно здійснювати виробничий процес, сільськогосподарську діяльність, забезпечувати потреби ЖКГ. Сьогодні значення вугілля як альтернативної сировини для енергетики і хімічної промисловості знову зростає, що пояснюється в основному стрімким економічним зростанням азійських економік.

Паливно-енергетичний баланс (ПЕБ) - це висновок підсумків про споживання, виробництво, модифікацію, імпорт енергії на будь-якій території (частіше у країні) за певний проміжок часу [1].

Існує п'ять етапів розвитку вугільної промисловості. Перший продовжувався до середини 20 століття, та був названий «перша вугільна хвиля», коли вугілля було визначальним і основним ресурсом паливної енергетики. На другому етапі - 1950-1970 рр. вугілля поступилося місцем вуглеводневому паливу, а також падіння його значущості пов'язано з розвитком атомної енергетики. Частка вугілля знизилася з 76% до 50%. У той час вугілля використовували в основному на внутрішніх ринках. Країни, які видобувають вугілля, використовували до 90%, а на експорт надходило коксівне вугілля. Вуглеводневе паливо стало основною альтернативною через свою дешевизну і універсальність. Уже у 60-ті роки 20 ст. почала прогресивно розвиватися атомна енергетика. Третій етап пов'язаний з періодом паливно-енергетичної кризи і «пожвавлення» попиту на вугілля на світовому ринку, що тривав із середини 70-х до середини 80-х років 20 століття. Далі відбувся перехід до четвертого етапу, коли ціни на нафту впали, і це вплинуло на динаміку споживання вугілля і стабілізацію у світовому ПЕБ.

Останнім часом підвищився відсоток споживання енергоносіїв у світі, на ринку домінує нафта – її частка складає понад 35%, частка вугілля - 26%, а газу - близько 22% [2]. Вугілля програє нафті і газу в першу чергу з екологічних міркувань, нафту легше транспортувати, а також вона має широкий діапазон використання. Важливим є теплотворна здатність викопних видів палива, у вугілля це 30,5 ГДж, у нафти- 46,6 ГДж.

У багатьох країнах вугілля є важливою складовою ПЕБ та замінює нафту в деяких областях споживання. 3/4 запасів кам'яного вугілля знаходиться в країнах, які є найбільшими споживачами: Китай, Росія, США, Індія, Австралія. За прогнозами, запасів вугілля має вистачити ще як мінімум на 420 років.

У світовому рейтингу країн-споживачів вугілля домінує КНР: 1) КНР- 44,6% (3,242 т.); 2) Індія- 9,7% (708 т.); 3) США-9,2% (672 т.)

У світовому рейтингу країн-експортерів вугілля трійку лідерів складають: 1) Австралія (389 т.); 2) Індонезія (367 т.); 3) РФ (147 т.)

У світовому рейтингу країн-імпортерів до трійки лідерів належать 1) КРН (247 т.); 2) Індія (199 т.); 3) Японія (189 т.) [3].

До найбільших вугільних басейнів у світі станом на 2016 р. належать наступні: 1) Тунгуський, Ленський, Кузбас (Росія); 2) Караганда, кібастуз (Казахстан); 3) Північно-Східний басейн Китаю; 4) Східний басейн Індії; 5) Аппалачський басейн США; 5) Східний басейн Австралії; 7) ПАР; 8) Вугільний пояс Європи: Велика Британія-ФРН-Польща-Україна; 9) Західний басейн Канади.) [4].

Китайська Народна Республіка по видобутку вугілля займає провідну позицію на сьогоднішній день, і в той же час є головною країною-експортером кам'яного вугілля. На 2014 р. частка в структурі енергоспоживання КНР становила 66%. До 2020 р. влада Китаю прагне знизити відсоток до 62% через екологічну ситуацію в північних районах, яка з кожним роком погіршується. У 2015р. У столиці КНР, Пекіні був оголошений червоний рівень екологічної ситуації, який вважається найбільш небезпечним. Стратегія КНР полягає в тому, щоб збільшити частку газу з 5% в 2014 р до 10% 2020 р. [5]. Державною комісією був опублікований документ про необхідність зміни структури енергоспоживання країни. Республікою було висунуто ряд цілей у сфері енергоефективності та енергозбереження. Не тільки Китай продовжує скорочення видобутку вугілля, але і такі країни, як: США, Німеччина, Росія. За прогнозами, частка вугілля в ПЕБ з кожним роком буде все більше знижуватися і навіть зараз ресурсозабезпечені країни, такі як: Китай, Росія, США, Німеччина скорочують видобуток вугілля

В наші дні все більше уваги приділяється біопаливу, а також сонячній і вітровій енергії. У найбільших країнах світу відмовляються від вугілля і вважають за краще нафту і газ. У всьому світі зростає усвідомлення, що майбутній основний енергетичний ресурс-це поновлювані джерела, адже саме вони створюють чисту енергії. Це відмінна альтернатива природних копалин, а особливо вугіллю, адже саме це джерело є критично важливим у боротьбі за зміну клімату. Уже в 2013 р. частка таких джерел становила 13,5%, і вона продовжить рости на 8% на рік. Всі разом до 2040 р. вони забезпечать ¼ всього попиту на енергію) [5].

За прогнозами експертів на 2030-2040 рр. у світовому енергобалансі відсоток вугілля помітно зменшиться до 2040 р. у порівнянні з 2012 р. ПДЕ (поновлювані джерела енергії) ж навпаки, збільшиться до 19%. Частка нафти, газу і вугілля становитиме всього лише 78-81%, що істотно відрізняється від сьогоднішньої ситуації - 87-88%, а частка попиту на нафту



також впаде до 1,2% на рік. До 2030 року вона знизиться до 0,3%. Поновлювані джерела вперше займуть лідируючі позиції в енергетичному балансі світу. Проте найбільший приріст припаде на газ, а видобувні палива залишаться переважаючими в структурі енергетичного ринку світу. Частка традиційних ресурсів збережеться на рівні 80%. Екологічні обмеження спричинять скорочення частки вугілля в ПЕБ, і паливного кошика електростанцій з 40%) [6].

Поки більшість країн відмовляються від споживання вугілля, в Україні навпаки присутній його дефіцит через окуповані території. Внаслідок військових дій на сході, з 2014 року Україна почала імпортувати вугілля. Основні постачальники за 2017 р. - США (25,4%), Австралія (5,4%), Росія (55,7%). За цей рік Україна збільшила імпорт вугілля у 1,5 рази. Можна зробити висновок, що Україна не готова відмовитись від такого джерела енергії, як вугілля через брак коштів на альтернативні джерела. За січень 2018 р. Україна використовувала 4382,3 тис. т вугілля, за 2016 р. того ж місяця-4830,7 тис.т, 2014 р. - 5696,3 тис. т, 2013-6212,1 тис. т. [7].

**Висновки.** На різних етапах розвитку, суспільство використовувало вугілля у різних об'ємах. На це вплинув розвиток атомної енергетики та ціни на альтернативні джерела енергії. Підвищення цін на вуглеводневе паливо в першому десятилітті 20 ст. служить серйозною причиною для перегляду вугілля, в якості головного ресурсу ПЕК.

Частка вугілля в ПЕБ світу буде поступово зменшуватися, і одночасно буде зростати роль природного газу і поновлюваних джерел енергії. Однак, вуглеводні не зрушать з перших позицій у світовому споживанні первинної енергії. Вугілля поступається нафті і газу в екологічному плані, а також в діапазоні використання. Україна ще не готова відмовитися від такого ресурсу, як вугілля і на це вказує висока частка імпорту.

#### Список використаних джерел

1. Кесаев У.С. Топливо-энергетический баланс мира. общие перспективы в структуре потребления и добычи энергоносителей - Санкт-Петербург, 2017г. с. 1
2. Карабалин У.С. Тенденция развития глобальной энергетики / Нефть и газ. – 2013. – № 6.– с.11–14.
3. World Economic Forum: These are the world's biggest coal producers [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.weforum.org/agenda/2018/01/these-are-the-worlds-biggest-coal-producers/>
4. Кобернік С.Г., Коваленко Р.Р. Економічна і соціальна географія світу в опорних схемах та таблицях, 10 клас. / АБЕТКА. Кам'янець Подільський, 2002р. – с. 15
5. Трансформация мировой энергетики: рыночные механизмы и государственная политика/ Отв. ред. С.В. Жуков. – М.: ИМЭМО РАН, 2016. С. 5
6. Энергетический прогноз ВР '2030: Китай, биотопливо, сланцы, СПГ. / «Нефтегазовая Вертикаль», #04/2011 – с. 16
7. Держстат України / Використання енергетичних матеріалів та продуктів перероблення нафти [Електронний ресурс] – режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/energ/vmp/vmp\\_u/arh\\_vmp2018\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/energ/vmp/vmp_u/arh_vmp2018_u.htm)

## СВІТОГОСПОДАРСЬКА ДИСПРОПОРЦІЙНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

**Клименко В.В.**

**Науковий керівник: Халіна О.В., к.е.н.**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

**Ключові слова :** глобалізація, економічний розвиток, диспропорційність.

**Актуальність дослідження:** ідентифікація диспропорційного розвитку та загострення економічних проблем дає можливість обґрунтувати основні напрями і способи прогресивних структурних перетворень в економіці.

**Ступінь вивченості наукової роботи.** Цю проблему досліджують вчені-економісти, зокрема, А. Гальчинський, Ю. Козак, А. Філіпенко, О. Швиданенко, В. Сіденко, Г. Клишко, О. Мозговий, Н. Татаренко та інші.

**Метою дослідження** є визначення етапів нерівномірного економічного розвитку та конкретизація поглядів науковців на диспропорційні процеси.

Протягом останніх тридцяти років світове господарство характеризувалося певними особливостями розвитку, а саме: посиленням міждержавної соціально-економічної нерівномірності, накопичення значних дисбалансів у фінансовій сфері, виникнення суттєвих відмінностей у галузевій структурі економічних систем різних країн світу. Протягом усього ХХ століття ядро світової економіки було репрезентовано країнами світової тріади (США, Японією, ЄС), які завдяки колосальному науково-технологічному та виробничому потенціалу стали основними продуцентами товарів і послуг і, здійснюючи багаторічну наступальну експансію у всіх сегментах світового ринку, контролюють майже 75% міжнародної торгівлі та близько 80% інвестиційних та фінансових потоків [3]. Саме ці держави мають у наш час реальний вплив на кількісно-якісні. В той же час модель розподілу світової влади досягла своїх граничних меж, нині вона зазнає суттєвих модифікацій у зв'язку зі стрімким проривом колишніх країн аутсайдерів світової економіки в лідери цивілізаційного прогресу. Серед таких держав слід відзначити насамперед Китай, Індію, Бразилію, Індонезію, Сінгапур, Гонконг та країни близькосхідного регіону. Про це свідчить той факт, що вже сьогодні в цих державах також активно формуються галузі шостого технологічного укладу, які визначатимуть міжнародну конкурентоспроможність країн на найближчі десятиріччя [1].

Досліджуючи причини виникнення диспропорцій у світовій глобалізованій економіці, слід зосередити увагу перш за все на ретроспективному аналізі розвитку світової капіталістичної ринкової системи, який досить ґрунтовно провели Я.М. Столярчук та К.С. Кондратчук [4]. Цей аналіз вказує на постійно існуючу нерівномірну динаміку прогресу її підсистем як закономірностей результату поглиблення міжнародного поділу праці, різноінтенсивного процесу галузевого та територіального нагромадження капіталу, а також впливу економічних, технологічних, природних та інших факторів. Дослідження еволюції, узагальнення та структуризації основних концепцій нерівномірності розвитку капіталістичної ринкової системи дозволило науковцю виокремити шість історичних етапів:

- Диференціації у нагромадженні країнами торговельного капіталу та різнорівневий характер їх залучення у міжнародні торговельні відносини (теорія меркантилізму:

- кінець XV– перша половина XVII ст. – Т. Мен, А. Монкретьєн, Д. Лоу, В. Стаффорд, Г. Скаруффі та інші);
- Диспропорції у нагромадженні різними державними багатства (політична економія: друга половина XVII – перша половина XIX ст. – У. Петті, П. Буагільбер, Ф. Кене, А. Сміт, Д. Рікардо та інші);
  - Нерівномірність у міжгалузевому та територіальному нагромадженні капіталу в межах світового господарства (марксизм: друга половина XIX – початок XX ст. – К. Маркс, Ф. Енгельс, В. Ленін, М. Бухарін, Р. Гільфердінг та інші);
  - Крайнові диференціації в рівнях заощаджень капіталу (неокласичні теорії: початок XX ст. – М. Бредлі, К. Вікссель, Г. Кассель, Дж. Кларк, А. Лаффер, Дж. Мід та інші);
  - Різний рівень опанування країнами інноваційною моделлю економічного розвитку (еволюційна економічна теорія: перша половина XX ст. – Й. Шумпетер, С. Кузнець, М. Кондратьєв та інші);
  - Відмінності у ступені інноваційно-технологічного розвитку національних економік та неоднорідний вплив на нього нелінійних чинників (новітні теорії економічного розвитку: друга половина XX ст. – по теперішній час – І. Валлерстайн, Й. Хендерсон, Г. Хакен, І. Пригожин та інші).

Результатом проведеного аналізу є доведення того, що за умов глобалізації нерівномірність вичерпує свій теоретичний потенціал щодо визначення глобального економічного розвитку, а тому з методологічних позицій глобалістики необхідно застосувати категорію «асиметрія глобального економічного розвитку» - установлену відсутність структурної рівноваги глобальної економічної системи, яка проявляється у непропорційності розвитку підсистем і елементів світового господарства в силу об'єктивно існуючих суперечностей між ними [2].

Базуючись на результатах аналізу світогосподарських диспропорцій та враховуючи вплив на стан економіки, необхідно приглянути систему формування пріоритетів розвитку глобальної економіки з урахуванням мінімізації впливу диспропорцій на стан, тенденції та динаміки структурних змін світогосподарської системи.

### **Список використаних джерел**

1. Вдовічен А.А. Теоретичні підходи дослідження категорії диспропорції / А.А. Вдовічен // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. – Вип. III (43). Економічні науки. – 62-73 с.
2. Столярчук Я.М. Асиметрія глобального розвитку : соціально-економічний вимір : автореф. дис. на здобуття наук ступеня докт. Екон. Наук / Я.М. Столярчук. – Київ, 2009. – 37 с.
3. Вдовічен А.А. Особливості диспропорцій національної економіки у контексті міжнародних порівнянь / А.А. Вдовічен // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2012. Вип. I (45), Економічні науки. – 47-60 с.
4. Кондратчук К.С. Сутність і причини кризових проявів у світовій економічній системі / К.С. Кондратчук // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2010. - №(103). – 57-63 с.

## ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК ЯК КАТЕГОРІЯ ТЕОРІЇ СТАЛОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Кухар Е. І.

Науковий керівник: Кім Т. І., к. е. н.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

*Анотація.* У статті розглянуто нові погляди на проблему людського розвитку в сучасних умовах. Проаналізовано взаємозв'язок та співвідношення основних категорій щодо визначення ролі людини в соціально-економічному розвитку суспільства.

*Ключові слова:* людський розвиток, людський потенціал, людський капітал, соціально-економічний розвиток.

Становлення сучасного етапу розвитку суспільства передбачає не тільки зміни в його якісній структурі, а й вдосконалення соціально-економічної системи з урахуванням пріоритетності людських цінностей, зростання гуманізації усіх сфер суспільного життя. Відповідно до цього, концепція сталого економічного розвитку, що виявила гостро актуальну проблему збереження природно-ресурсного потенціалу для майбутніх поколінь, наповнюючись соціальною складовою, перетворюється на теорію сталого соціально-економічного розвитку. Водночас відбувається усвідомлення ключового значення таких наукових категорій як людський розвиток, людський потенціал, людський капітал. У нашому дослідженні ставиться завдання визначити взаємозв'язок між ними та місце кожної з них у вищевказаному науковому напрямку.

У рамках Програми Розвитку ООН на основі Декларації про право на розвиток, прийнятої Генеральною Асамблеєю ООН у 1986 р., була вперше обґрунтована необхідність переосмислення поглядів на проблему розвитку людини і розробки нових методів оцінки розвитку різних країн саме на основі визначення досягнутого рівня людського розвитку. Нова концепція відкидає традиційне й одностороннє розуміння розвитку тільки через економічне зростання. Дана концепція збагачується через соціально-економічні теорії «розвитку людського потенціалу», «людського капіталу», «розвитку населення».

Концепції людського розвитку та людського капіталу мають багато спільного, однак вони не є тотожними. Центральним елементом концепції людського розвитку є людський потенціал, який за своїм змістом є значно ширшим поняттям, ніж людський капітал. В концепції людського капіталу інвестиції в людину розглядаються передусім як засіб збільшення продуктивності праці й доходу, і саме цим визначається їхня економічна ефективність. Концепція людського розвитку ставить людину в центр прогресу цивілізації, не тільки як засіб, а також як головну мету суспільно-політичних і соціально-економічних процесів. В її основі лежить принцип, згідно з яким економіка існує для розвитку людей, а не люди – для розвитку економіки [2].

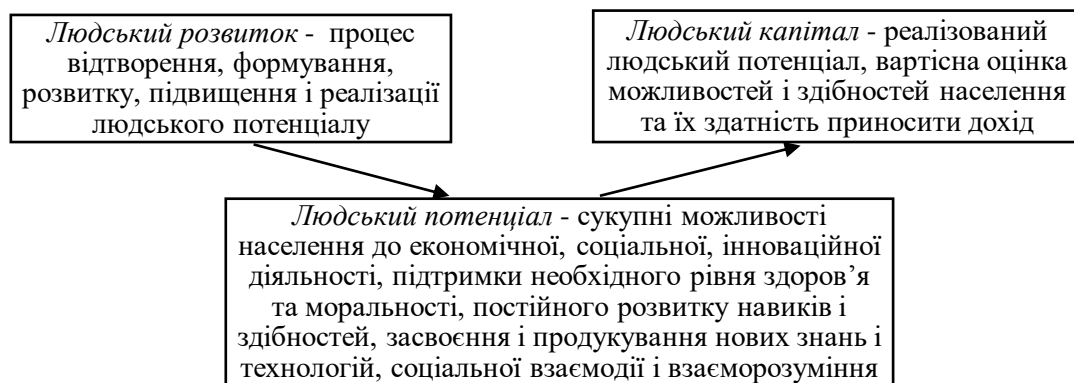


Рис. 1. Співвідношення основних понять щодо визначення ролі людини в соціально-економічному розвитку

Джерело: Складено автором на основі [5]

Проілюстрований на рис. 1 взаємозв'язок основних понять щодо визначення ролі людини в соціально-економічному розвитку пояснює, що людський капітал є лише конкретною формою прояву людського потенціалу, тому людський розвиток характеризується через обидві ці категорії. Відповідно людський розвиток вимірюється і в концепції людського капіталу, і в концепції людського потенціалу.

На основі принципів концепції людського розвитку в «Доповіді про людський розвиток 1990» був введений такий показник як індекс людського розвитку (ІЛР), або індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП). З того часу він щорічно публікується в рамках Програми розвитку ООН (ПРООН) у звітах про розвиток людського потенціалу. Цей показник був розроблений групою економістів на чолі з пакистанським економістом Махбубом-уль-Хаком. При розрахунку індексу враховуються: 1) довголіття і здоров'я, що визначаються показником очікуваної тривалості життя при народженні; 2) рівень освіченості, який визначається показниками середньої та очікуваної тривалості навчання; 3) рівень життя, який визначається показником валового національного доходу на душу населення [1].

Окрім цього інтегрального індексу існує низка демографічних, економічних, соціальних, професійно-кваліфікаційних показників людського розвитку. Значна частина кількісних показників відображують якісну складову людського потенціалу, однак її складають і такі риси, що не мають чіткого кількісного виміру. Це комплекс соціокультурних характеристик людського потенціалу: моральні риси (чесність, порядність, відповідальність, законслухняність) і система цінностей людей (любов, дружба, повага, довіра, освіченість, духовність, моральність), що панують у суспільстві, професіоналізм і працьовитість, прояви творчого мислення, комунікабельність і мобільність (професійна, кваліфікаційна, географічна) тощо [4].

Паралельно з доповідями ПРООН про людський розвиток з 2013 року Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ) щорічно публікуються звіти про людський капітал, який оцінюється через індекс людського капіталу (ІЛК). Згідно зі звітом, людський капітал – це люди, що володіють знаннями і навичками, які дозволяють створювати цінність в глобальній економічній системі. Глобальний індекс людського капіталу 2017 року охоплює 130 країн. Індекс покликаний забезпечити цілісну оцінку людського капіталу країни – як поточну, так і очікувану. Тому цей показник охоплює більше 20 індикаторів, згрупованих у 4 напрямки (за п'ятьма різними віковими групами): потужність, розгортання, розвиток та інноваційність. Перший з них оцінює існуючий запас освіти протягом поколінь; підіндекс розгортання

охоплює застосування та накопичення навичок за допомогою роботи; підіндекс розвитку відображає поточні зусилля, спрямовані на освіту, вміння та підвищення кваліфікації студентів та населення працездатного віку; а підіндекс інноваційності охоплює розвиток трудових компетенцій та творчості в роботі [3].

Варто зазначити, що структура показників індексу людського капіталу з року в рік змінюється. Наприклад, у першому звіті про людський капітал оцінювалися усі його складові, серед яких окремо визначався стан фізичного та психологічного здоров'я населення. Проте видання наступних років акцентують увагу на ряді ключових питань, які можуть сприяти кращому плануванню освітньої політики та майбутньому розвитку ринку праці.

Результати дослідження людського капіталу показують, що завдяки освіченості, професіоналізму і трудовій активності люди можуть підвищувати свою продуктивність, трудитися більш ефективно, і, таким чином, забезпечувати високу кількість та якість товарів і послуг, а відповідно й високу конкурентоспроможність національної економіки. З іншого боку, як наслідок, – підвищуються доходи, рівень і якість життя, доступність благ і послуг, зокрема освіти, що стає основою для подальшого розвитку якості людського потенціалу. Тобто примноження людського капіталу через інвестування в розвиток працеспроможності і продуктивності, реалізацію трудового потенціалу населення – це засіб та умова підвищення рівня людського розвитку та нарощення людського потенціалу.

Отже у процесі соціально-економічного розвитку, що можна уявити як спіралеподібний поступ, проявляється циклічність взаємозв'язку та взаємозалежності цих категорій. У той час як розвиток людського потенціалу набуває значення головного і визначального фактору економічного зростання, людський капітал як форма його прояву забезпечує процес економічного відтворення, зростання суспільного добробуту, рівня та якості життя, що у свою чергу обумовлює зростання можливостей населення в отриманні освіти, удосконаленні професійних компетенцій, культурному розвитку, і в сукупності це є процес людського розвитку. Тобто процес, що підвищує людську свідомість щодо відповідальності за результати своєї економічної діяльності перед майбутніми поколіннями.

#### **Список використаних джерел:**

1. Global Human Capital Report 2017 [Electronic resource]. – Access mode: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global\\_Human\\_Capital\\_Report\\_2017.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Human_Capital_Report_2017.pdf)
2. Дерій Ж. В. Регіональна парадигма якості життя та людського розвитку // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2013. – № 4. – С. 229-237.
3. Доклад о человеческом развитии 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr\\_2016\\_report\\_russian\\_web.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2016_report_russian_web.pdf)
4. Кім Т.І. Розвиток людського потенціалу – базовий чинник формування національних конкурентних переваг / Т.І. Кім; [Г.М Коломієць, О.А. Шуба, Н.Г. Дуна, Т.І. Кім та ін.] / Національні конкурентні переваги: виклики тисячоліття: Монографія. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – С. 51-70.
5. Мартинова Л. Б. Людський потенціал та його значення у соціально-економічному розвитку країни // International Scientific and Practical Conference World science. – ROST, 2016. – Т. 2. – № 2. – С. 29-32.

**ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ІНОЗЕМНИХ КОМПАНІЙ  
В ОБЛАСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ  
(НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ PHILIP MORRIS INTERNATIONAL)**

**Лагунова А. А.**

**Науковий керівник: Шуба Т.П., к. е. н., ст. викладач  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

Міжнародна корпорація Філіп Морріс Інтернешнл (далі – ФМ) – це одна з найбільших тютюнових компаній у світі, що існує на ринку протягом 170 років, а її щорічний обіг складає приблизно 80 млрд. \$. Вона відома привабливими умовами праці для співробітників, саме тому багато спеціалістів з усього світу бажають влаштуватися на роботу в ФМ. На сьогоднішній день ФМ налічує понад 100 тис. працівників у філіалах по всьому світу. Персонал корпорації повинен відповідати високим вимогам компанії, що насправді буває дуже важко та напружено. У даній роботі розглянуто два основних стержні структури управління персоналом ФМ [3].

Вже багато років Personnel management ФМ базується на оцінці ефективності діяльності співробітника. Існує спеціальна система MAP (management appraisal performance) [2] управлінської оцінки, за якою щорічно діяльність кожного співробітника оцінюється його керівником за п'ятибальною шкалою, незалежно від того, якого рівня посаду він займає. Робота оцінюється за багатьма критеріями, проте в першу чергу звертається увага на те, які задачі та цілі було поставлено перед співробітником на рік уперед, якість і час виконання й способи їх досягнення. Один з найважливіших факторів роботи на ФМ – це відповідність KPI (key performance indicator) [1] - ключовим показникам діяльності. За цими показниками проходить оцінка компетенцій співробітника, тобто тих, які він продемонстрував у ході вирішення різних проблем та задач. Відділ HR у своїй роботі базується на моделі компетенцій Ломингера. За цією системою існує більш ніж 150 різних компетенцій. Для кожного рівня посади або спеціалізації існує різний кейс ключових характеристик, необхідних для виконання обов'язків, роботи над певними проектами. Набір необхідних компетенцій буде відрізнятися та покладатися відповідно до рівня або специфіки посади [4].

Оцінка діяльності проходить щоквартально, а фінальний бал виставляється наприкінці року. Сукупна комбінація балів за всіма критеріями формує остаточну оцінку, від якої залежить калібрування рівня заробітної платні, підвищення або звільнення співробітника. Отже, оцінка ефективності діяльності – це перша та головна функція HR ФМІ.

Друга, не менш важлива функція, - capability building - створення потенціалу. Відділ HR займається також тим, що розробляє та втілює план успіху співробітників: план росту за посадою, розвиток певних компетенцій, набуття досвіду і т.д. Специфіка розробки цих індивідуальних планів полягає в тому, що вони базуються на попередній оцінці ефективності у комбінації з так званим talent review (HR оцінює таланти, потенціал, лідерські якості співробітника). Перш ніж розробити план розвитку та почати його реалізацію, формується матрична система оцінки [5].

Зверніть увагу на Рис 2. По вісі абсцис бачимо потенціал. Стовпчик зліва позначає низький потенціал, посередині – середній, правий стовпчик відповідає високому потенціалу.

Окремо на вісі ординат розташуємо ефективність праці. Горизонтальний стовпчик, розташований знизу, відповідає низькій ефективності, середній – задовільній, найвищий стовпчик демонструє найвищу ефективність та результативність працівників.

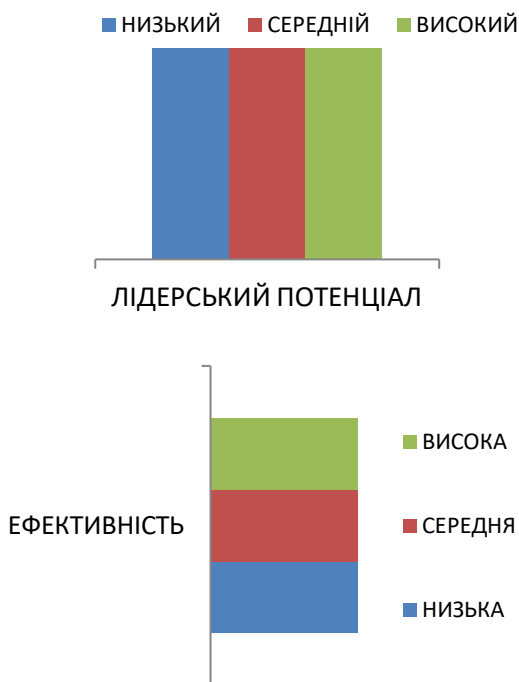


Рис 2. Система оцінка лідерського потенціалу та результативності працівників ФМ.  
(Складено автором за джерелом [5])

Тепер можна побачити, що перетин результативності та потенціалу утворить матрицю 3x3. Яка буде мати такий вид. Окрім того, кожний утворений квадратик відповідно нумерується таким чином:

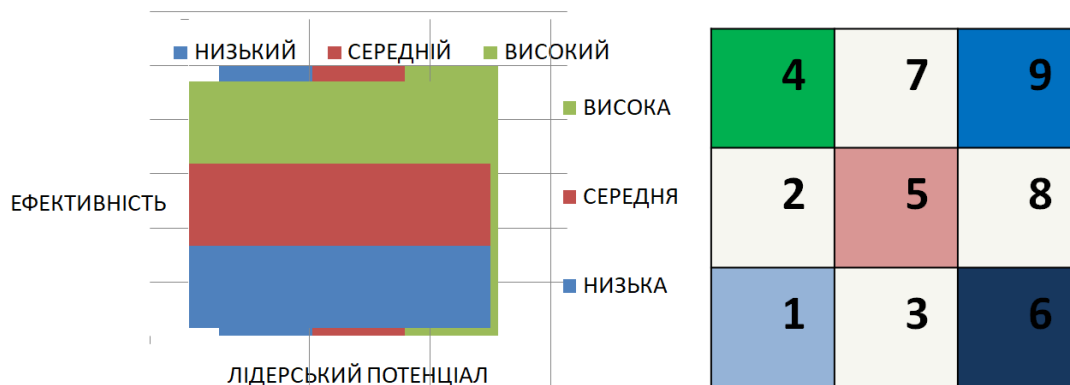


Рис. 2. Матрична система щорічної оцінки ефективності діяльності працівників ФМ.  
(Складено автором за джерелом [5])

Квадрат №9 знаходиться на перетині високого лідерського потенціалу та високої результативності та ефективності. Такі люди отримують багато переваг, пільг, підвищену заробітну платню та швидко просуваються по кар’єрі. В квадраті №6 знаходяться люди, наділені високим лідерським потенціалом та якостями, проте з низькою ефективністю діяльності. Зазвичай в цьому секторі знаходяться спеціалісти, яких нещодавно призначено на нову посаду. Сектор №4 – найвища результативність, проте в цих співробітників відсутні



лідерські навички та потенціал керівника. Зазвичай це люди високої кваліфікації – професіонали та спеціалісти певної області. Наприклад, інженери, працівники фабрики, хіміки та інші. Сектор №1 - співробітники, які не досягли високих результатів у своїх обов'язках та навряд чи будь-коли зможуть стати керівниками та лідерами. Працівники, які за фінальною річною оцінкою потрапляють в сектор 1 – підлягають звільненню.

Для кожного з людей, які за результатом фінального оцінювання залишаються в штаті ФМ, відповідно до фаху, спеціалізації та посади індивідуально розробляється development plan (план розвитку). Цим займаються керівники різних відділків, а також кваліфіковані менеджери. План розвитку розробляється на наступний рік, та має наміром підготувати співробітника до підвищення або до зміни області праці. Development plan містить у собі різні семінари, тренінги, конференції, участь у різних проектах, відрядження та ін. Організація реалізації цих планів – обов'язок відділу HR ФМІ [5].

Отже, розглянувши дві основні функції HR ФМІ можна зробити висновок: ФМ – одна з найбільших та найвпливовіших компаній світу. Управління такою великою кількістю персоналу потребує дуже складної та добре налагодженої системи. За багато років існування компанія обрала для себе найефективнішу манеру керівництва та регулювання ефективністю роботи співробітників. Зважаючи на досвід такої успішної компанії, ця система може стати прикладом для перейняття підприємствами України різного рівню та розміру.

#### **Список використаних джерел:**

1. Hrliga [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=1713>
2. Managementstudyguide [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.managementstudyguide.com/performance-appraisal-and-performance-management.htm>
3. Офіційний сайт РМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pmi.com/careers/overview>
4. Hr-director [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hr-director.ru/question/11560-chto-takoe-kompetentsii-lomingeri-i-kak-ispolzovat-etu-metodiku>
5. Vnutri [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vnutri.org/philip-morris-ukraine>

## НОВА ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА СУСПІЛЬСТВА ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА

Левченко К.В.

Науковий керівник: Халіна О.В., к.е.н.

Харківський національний економічний університет імені В.Н. Каразіна

**Анотація.** У статті розглянуто значення інформаційної культури, як новий тип спілкування, що дає можливість вільного вибору особистості в інформаційному просторі.

**Ключові слова:** інформація, інформаційне суспільство, інформаційна культура, інформаційно-комунікаційні технології.

**Актуальність дослідження** в тому, що тенденцією розвитку сучасної цивілізації стає послідовне зростання ролі інформації та знань у суспільстві. Інформація стає не тільки предметом спілкування, а й прибутковим товаром, ефективним сучасним засобом організації та управління суспільним виробництвом, наукою, культурою, освітою та соціально-економічним розвитком суспільства в цілому. Всі сфери суспільного життя сьогодні вже буквально «пронизані» інформаційно-цифровими мережами. Відповідно, й обсяг інформації, з яким стикається або працює людина, сьогодні набагато більший.

**Ступінь вивченості наукової проблеми.** Побудові концептуально нового, інформаційного суспільства присвячені праці багатьох науковців, таких як Д. Белл, Р. Дарендорф, Ж. Елльюль, А. Етціоні, М. Кастельс, І. Курносов, Дж. Ліхтхайм, У. Мартин, А.Ракітов, Т. Стоуньєр, О. Тоффлер, А. Турен, Ю. Хаяши, К. Ясперс та багато ін.

**Мета дослідження** — сприяти формуванню цільних системних уявлень про структуру та зміст найбільш важливих та актуальних питань розвитку інформаційного суспільства.

На сучасному етапі переходу світового співтовариства до інформаційного суспільства ступінь розвитку інформаційного простору та інформаційних технологій стає безпосереднім чинником становлення активного та свідомого громадянина, національної конкурентоспроможності.

Поняття «інформаційна культура» базується на двох фундаментальних, і, разом з тим, таких, що важко визначаються, поняттях – «інформація» і «культура». Виходячи з цього, можна виділити «культурологічний» та «інформаційний» підходи до трактування поняття «інформаційна культура».

У межах культурологічного підходу «інформаційна культура» розглядається як спосіб життєдіяльності людини в інформаційному суспільстві, як складова процесу формування культури людства. У межах інформаційного підходу більшість визначень мають на увазі сукупність знань, вмінь і навиків пошуку, відбору, аналізу інформації, тобто усього того, що включається в інформаційну діяльність. Частина авторів взагалі звужує інформаційну культуру до меж комп'ютерної грамотності.

Сьогодні є всі підстави говорити про формування нової інформаційної культури, яка може стати елементом загальної культури людства. Нею стануть знання про інформаційне середовище, закони його функціонування, вміння орієнтуватись в інформаційних потоках.

І. Негодаєв звертає увагу на те, що інформаційну культуру слід розуміти, перш за все, як частину загальної культури, один з найважливіших аспектів культурної діяльності взагалі. Вона має риси, спільні для всієї культури, а також виступає як необхідний і ефективний

чинник засвоєння людиною культурної реальності, культурного потенціалу, який накопичений людством. Тому не слід обмежувати сферу інформаційної культури лише сферою комп'ютеризації або інформаційної техніки. Ця сфера значно більш широка і охоплює процеси наукової діяльності, освіти, управління природними і соціальними процесами, сферу побуту, дозвілля і т.ін. [2].

Сьогодні рівень інформаційної культури відчутно впливає на успішність життя людини і розширює свободу дій. Більше того, рівень інформаційної культури людини стає головним ресурсом для підвищення його соціального та професійного статусу (поряд з отриманою освітою, економічним статусом і соціальним становищем). Висловлюється навіть припущення, що дуже скоро саме від рівня інформаційної культури індивіда буде залежати вся його майбутня доля, так як вміння знаходити, отримувати, переробляти і адекватно використовувати інформацію необхідно людині не тільки в його професійному, а й у повсякденному житті.

На думку американського вченого Д. Белла, культура в сучасному суспільстві стає найбільш динамічним, навіть у порівнянні з технікою, компонентом цивілізації. І справа не тільки в тому, що вона поставляє ідеї, образи і стилі для масового виробництва, а й у тому, що зміни в ній самій меншою мірою стримуються обмеженістю ресурсів (як в економіці) або інертністю сформованих інституційних структур (як у політиці) [3].

Все це має базуватись на усвідомленні ролі інформації в суспільстві, знанні законів інформаційного середовища і розумінні власного місця в ньому, володінні новими інформаційними технологіями.

Сутність інформаційного суспільства - це розширення меж спілкування у всіх сферах людської діяльності, збільшення різноманітності і можливості вибору, розширення меж співробітництва, взаємодопомоги і взаємоінформування в бізнесі, науці, культурі та освіті, поява нових засобів пізнання і комунікації, збільшення доступності інформаційних ресурсів. У розвинених країнах відбувається звуження власне матеріального виробництва при одночасному стрімкому зростанні «індустрії знань». Продуктом інформаційної економіки можуть бути теоретичні, методологічні та практичні висновки і пропозиції щодо підвищення ефективності функціонування інформаційно-електронної сфери [4].

Інформаційно-комунікаційні технології (далі - ІКТ) є одним з найбільш важливих чинників стимулювання економічного зростання та розвитку громадянського суспільства, зайнятості населення, розширення конкуренції і, як наслідок, сприяння подоланню "цифрового розриву".

Однак уже зараз можна констатувати, що саме рівень технологічного розвитку визначає не лише економічний потенціал країни та якість життя її громадян, а також роль і місце цієї країни в глобальному суспільстві, масштаби та перспективи її економічної та політичної інтеграції з усім світом.

Галузь ІКТ займає вагомe місце в економіці України. Її складовою є сектор інформації та телекомунікацій, в якому наприкінці 2014 року працювало понад 114,3 тисячі суб'єктів господарювання різних форм власності, з них 13,3 тисячі - підприємств та 101 тисяча - фізичних осіб-підприємців. Кількість працівників цих суб'єктів господарювання налічувала 306,3 тисячі осіб, що становить майже 3,5% загальної чисельності працівників, зайнятих на суб'єктах господарювання в Україні, з них на підприємствах працювало 192,7 тисячі осіб. Валовий внутрішній продукт (за виробничим методом), вироблений суб'єктами господарювання у секторі інформації та телекомунікацій за 2014 рік, становив 3% (47421

млн. гривень) обсягу ВВП України, а за 9 місяців 2015 року (за попередніми даними) - 3,1% (42765 млн. гривень) [7].

У 2015 році експорт послуг у сфері телекомунікацій, комп'ютерних та інформаційних послуг становив 1516,2 млн. доларів США, імпорт майже у три рази менше - 537,0 млн. доларів. Порівняно з 2014 роком експорт зазначених послуг скоротився на 9,5% (98,5 млн. доларів), імпорт збільшився на 4,9% (39,3 млн. доларів) [5].

Характерною особливістю сучасного розвитку глобальної інформаційної бази є зростаюча необхідність забезпечення координуючої та нормативної ролі як у глобальних інформаційних процесах наднаціональних, наддержавних структур, так і у всіх інших міжнародних інформаційних обмінах. Протягом останніх трьох десятиріч індустрія інформації не лише перетворилась в особливу, якісно нову галузь світової економіки з найбільш динамічними темпами розвитку. Привнесена сучасними економічними процесами, вона стала невід'ємною складовою і основоположною умовою сучасних процесів глобалізації, дає можливість доступу до сучасних технологій, науки і культури всім учасникам світової інформації. Цим самим розширюються можливості всіх країн, регіонів світового інформаційного ринку відповідно до його запиті.

Таким чином, інформаційна культура органічно входить у реальну тканину суспільного життя, надаючи йому нову якість. Вона призводить до зміни багатьох соціально-економічних, політичних і духовних уявлень, що вже склались, надає якісно нові риси образу життя людини. Критеріями нової інформаційної культури є вміння людини адекватно формулювати свою потребу в інформації, знаходити її, переробляти, відбирати, оцінювати і створювати якісно нову.

#### **Список використаних джерел**

1. Інноваційна Україна 2020; національна доповідь/ наук. ред.: В.М. Гесць та ін.; НАН України. – К., 2015. – 336 с.
2. Негодаев И. А. Информатизация культуры: монография / И. А. Негодаев. – Ростов-на-Дону: ЗАО «Книга», 2003. – 320 с.
3. Єрасов Б. С. Соціальна культурологія: посібник для студентів вузів. М.: АСПЕКТ - Пресс, 1998. С. 538
4. Стрілець І.А. Нова економіка та інформаційні технології.- «ІСПИТ», 2009, с.: 254.
5. Державна служба статистики України - [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1602-14>
7. «Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток інформаційного простору України» від 31 березня 2016 року № 1073- VIII [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1073-19>

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Лыска Т.А.

Научный руководитель: Кошкарева Елизавета Леонидовна, ст. преподаватель  
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

**Актуальность темы.** Глобализация стала важным реальным аспектом современной мировой системы, одной из наиболее влиятельных сил, определяющих дальнейший ход развития нашей планеты. Она затрагивает все области общественной жизни, включая экономику, политику, социальную сферу, культуру, экологию, безопасность и др. Интерпретация процессов глобализации достаточно широко и связано с различной реакцией на происходящие процессы, в которых одни усматривают серьезную угрозу мировой экономической системе, а другие видят средство дальнейшего прогресса мировой экономики.

**Цель.** Охарактеризовать современные последствия экономических глобализационных процессов.

**Изложение основного материала.** К числу положительных современных тенденций, складывающихся на международных рынках вследствие глобализации можно отнести:

–рост значения международных регулирующих институтов.

Возрастает значение международных регулирующих институтов в мировой экономике, таких, как:

Всемирная торговая организация (ВТО). Изначально странами-участницами Всемирной Торговой Организации являлись 77 государств, к настоящему времени это количество выросло больше, чем в два раза и составляет 164 страны. Страны-участники ВТО разнятся по стадиям развития и уровню жизни населения. По сути 95% мирового товарооборота это заслуга стран участниц ВТО [1].

Международный валютный фонд (МВФ). В 2017 финансовом году Исполнительный совет утвердил 15 договоренностей в рамках механизмов не льготного финансирования МВФ на общую сумму 98,2 млрд. СДР (134,7 млрд. долл. США по обменному курсу на 28 апреля 2017 года, равному 0,729382 СДР за 1 доллар).

**Новые договоренности по кредитам представленным МВФ**

Государство-член	Утвержденная сумма (млн. СДР)	Государство-член	Утвержденная сумма (млн. СДР)
Босния и Герцеговина	443,0	Мексика	62388,9
Колумбия	8180,0	Молдова	86,3
Кот д'Ивуар	325,2	Марокко	2504,0
Египет	8596,0	Польша	6500,0
Грузия	210,4	Шри-Ланка	1070,8
Ирак	3831,0	Суринам	342,0
Ямайка	1195,3	Тунис	2045,6
Иордания	514,7	<b>Всего</b>	<b>98233,8</b>

Источник: [2]

–интернационализация и глобализация кредитных, фондовых, финансовых и других рынков;

–появление новых международных финансовых, фондовых центров;

–увеличение роли транснациональных корпораций (ТНК) и транснациональных банков (ТНБ) В 1960-х годах количество ТНК достигало лишь 10 000. Всего за последние 20 лет общее число транснациональных корпораций возросло более чем в два раза [3].

Помимо Соединенных Штатов Америки, являющихся абсолютным лидером по числу крупнейших по обороту транснациональных корпораций, в рейтинге Global Fortune 500 также представлено 89 китайских, 62 японские, 31 французская, 29 немецких, 25 британских (полностью британских корпораций, без учета корпораций со смешанным капиталом, таких как Royal Dutch Shell и Unilever), 14 швейцарских, 11 южнокорейских, 9 канадских, 8 итальянских, 8 австралийских, 8 индийских и 7 российских [4].

–все большее использование электронных технологий на международных финансовых, фондовых и других рынках, развитие коммуникаций. Научно-технический прогресс, в частности развитие Интернета, с помощью которого расстояние между государствами стирается. Об этом свидетельствует постоянный рост пользователей интернета в мире, количество которых достигло 4,021 млрд. чел. по данным на январь 2018 г. (годовой прирост 7%). Интернет распределен по всему миру неравномерно. Наиболее высокое проникновение наблюдается в Северной Европе (94%), Западной Европе (90%) и Северной Америке (88%) [5].

–межгосударственная конкуренция за ресурсы.

Глобализация вызвала обострение международной конкуренции. Конкуренция и расширение рынка ведут к углублению специализации и международного разделения труда, стимулирующих, в свою очередь, рост производства не только на национальном, но и на мировом уровне.

В целом преимущества глобализации позволяют улучшить свое положение всем партнерам, получающим возможность, увеличив производство, повысить уровень

заработной платы и жизненные стандарты. Конечным результатом глобализации должно стать общее повышение благосостояния в мире.

К отрицательным сторонам глобализации можно отнести:

1. Неравномерность развития по всему миру. Некоторые промышленные отрасли от международной торговли получают огромную выгоду, приток квалифицированной рабочей силы из заграницы, финансирование, а другие, наоборот, теряют конкурентоспособность.

2. Деиндустриализация экономики – обрабатывающие отрасли теряют позиции, в то время как на арену выходит процветающая сфера услуг. Людям приходится переквалифицироваться, чтобы найти себе место в этой глобальной меняющейся системе.

3. Конкуренция порождает большую пропасть между квалифицированными и неквалифицированными сотрудниками. Зарплата первых существенно возрастает, в то время как последние получают низкую оплату за труд или вообще теряют источник дохода.

4. Глобализация значительно влияет на экосистему мира. Вырубка лесов, загрязнение океанов и морей, нерациональное использование благ Земли - все это может нанести непоправимый вред человечеству и планете в целом.

Несомненно, глобализация содержит как позитивные, так и негативные аспекты. Ее позитивное влияние связано с эффектом конкуренции, к которой она неизбежно ведет, а негативное – с потенциальными конфликтами, которыми она чревата, хотя их можно избежать путем развития глобального сотрудничества на основе политических соглашений или создания новых международных институтов. Глобализация оказывает большое влияние на экономику всех стран, носящее многоаспектный характер. Она затрагивает производство товаров и услуг, использование рабочей силы, инвестиции в «физический» и человеческий капитал, технологии и их распространение из одних стран в другие. Все это, в конечном счете, отражается на эффективности производства, производительности труда и конкурентоспособности. Как бы ни относились к глобализации ее противники и сторонники, нужно признать, что она уже явно изменила мировую систему, порождая новые проблемы, но и открывая новые возможности.

#### **Список использованной литературы:**

1. Официальный сайт ВТО [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wto.org/>.
2. Официальный сайт МВФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.imf.org/](http://www.imf.org/).
3. Официальный сайт ЮНКТАД [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://unctad.org/>.
4. Fortune Global 500 [Электронный ресурс] – Режим доступа: [fortune.com/global500/](http://fortune.com/global500/)
5. Internet World Stats [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.internetworldstats.com/>

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Магалова В.А.

Науковий керівник: Ковтун Т.Д., ст. викладач  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Сьогодні конкурентні позиції будь-якої держави на світовому ринку залежать серед іншого від ступеня її залученості до міжнародної торгівлі товарами. Напочатку XXI століття її розвиток відбувався в умовах зростання світового товарообороту, лібералізації торговельної політики та посилення позицій країн, що розвиваються, на світових товарних ринках. Сучасний стан міжнародної торгівлі товарами характеризується якісними змінами, серед яких слід виділити:

1. Уповільнення динаміки розвитку міжнародної торгівлі товарами. У 2015 та 2016 роках відбулося скорочення вартісних обсягів товарного експорту на 2514,1 млрд дол. США (13,2%) та 501,8 млрд дол. США (3,0%) відповідно [6]. Однією з причин є зменшення фізичного обсягу міжнародної торгівлі товарами. Поряд із цим новою тенденцією у світовій економіці є скорочення розриву між темпами приросту фізичного обсягу експорту товарів та темпами приросту світового ВВП. З 2011 року темпи щорічного приросту світового ВВП коливалися у межах 2,3–2,5%, у той час як темпи приросту фізичного обсягу товарного експорту знизилися з 16,4% у 2011 році до 2,1% у 2016 році. Послаблення ролі зовнішньої торгівлі товарами як рушійної сили світового економічного зростання є ознакою процесу деглобалізації.

2. Зменшення світових цін на сировинні товари. З другої половини 2011 року і до початку 2016 року світові ціни на більшість товарних груп різко знижувалися – ціни на продовольчі товари скоротилися у 1,4 рази; на сільськогосподарську сировину – у 1,5; на мінерали й метали – у 1,8 та на сиру нафту – більш ніж у два рази [1, с. 6]. Слід зазначити, що динаміка міжнародної торгівлі товарами значною мірою залежить від стану економіки Китаю. Переорієнтація КНР з виробництва інвестиційних товарів (з великим імпортом компонентом) на виробництво споживчих товарів та зниження загального рівня економічної активності призвели до скорочення глобального попиту на сировину і метали. Це, у свою чергу, сприяло падінню цін на чорні й кольорові метали, вугілля і деякі інші товари [1, с. 7].

3. Збільшення питомої ваги готової продукції у товарній структурі міжнародної торгівлі. Станом на 2016 р. частка готових виробів у структурі світового експорту товарів складає 73%, зокрема: продукції хімічної промисловості – 12%, телекомунікаційного та офісного обладнання – 11%, автомобілів та приладь до них – 9%, текстилю – 5%, заліза і сталі – 2% [9, с. 30]. Причинами збільшення частки готових виробів є розвиток наукомістких галузей, зростання попиту на високотехнологічну продукцію та зниження вартісних обсягів експорту окремих груп товарів. Так, частка мінеральної продукції у структурі світового експорту товарів скоротилася з 19,6% до 9,3% протягом 2012–2016 рр. Географічна структура міжнародної торгівлі у 2016 р. характеризувалася перевищенням частки розвинених країн у світовому експорті та імпорті товарів над часткою країн, що розвиваються. Проте останнім вдалося суттєво скоротити цей розрив за 2004–2016 рр. На окрему увагу заслуговують позиції Китаю та США, які мають значний вплив на кон'юнктуру світового ринку.



4. Зростання впливу нетарифних бар'єрів на динаміку міжнародної торгівлі товарами. На сьогоднішній день кількісні обмеження охоплюють близько 30% продовольчих товарів, 13% палива і 10% текстильних виробів, що імпортуються розвиненими країнами Європи. Так, Німеччина встановлює квоти на імпорт вугілля, Франція – на нафту і нафтопродукти, Австрія – на вино і м'ясні консерви, Фінляндія – на рослинні олії тощо. Глобальне квотування широко застосовують США, Канада, Мексика, Індія, Південна Корея [3, с. 200]. Захист внутрішнього ринку за допомогою нетарифних обмежень є ознакою переходу країн світу від політики лібералізму до так званого «неопротекціонізму».

З огляду на сучасний стан міжнародної торгівлі товарами можна дійти певних висновків щодо перспектив її подальшого розвитку. По-перше, найближчими роками прогнозується зростання вартісних і фізичних обсягів світового товарного експорту. За оцінками ООН вартість експорту зросте на 4,2% у 2018 році та на 6,4% у 2019 році, в той час як його фізичний обсяг збільшуватиметься на 3,5–3,7% щорічно [7].

По-друге, очікується зростання світових цін на сировинну продукцію, яке триватиме принаймні наступні три роки. За оцінками експертів Світового банку, у 2018 році ціни на нафту становитимуть 56 дол. США за барель у порівнянні з 53 дол. США у 2017 році. У короткостроковій перспективі також очікується стабілізація цін на метали. Згідно з прогнозом, у 2018 році відбудеться зниження цін на залізну руду на 10%, проте в умовах низької пропозиції підвищаться ціни на базові метали (свинець, нікель і цинк) [4].

По-третє, найбільш імовірно, що подальший розвиток міжнародної торгівлі товарами відбуватиметься в умовах поглиблення торговельної інтеграції на мегарегіональному рівні. Головним інструментом економічної політики у цьому аспекті є мегарегіональні торгові угоди (МРТС), у рамках яких два або більше учасників займають позицію лідера. Сьогодні на учасників Транстихоокеанського партнерства (ТТП), Трансатлантичного торговельного та інвестиційного партнерства (ТТІП) та Всеосяжного регіонального економічного партнерства (ВРЕП) припадає (без повторного обліку країн, що входять одночасно в два МРТС) 62% населення Землі, 72% глобального ВВП за ПКС, 76% світового експорту і 77% світового імпорту. При цьому США відіграє роль світового лідера, який контролює майже половину глобального ВВП. Таким чином, МРТС мають істотний потенціал для впливу на тенденції розвитку міжнародної торгівлі товарами та процес глобалізації у цілому [2, с. 17–18].

По-четверте, прогнозується збільшення кількості учасників міжнародної торгівлі товарами завдяки подальшому поширенню електронної комерції. За 2010–2017 рр. вартісні обсяги електронної торгівлі у секторі В2С збільшилися більш ніж у 3,5 рази. [5, с. 26]. Електронна комерція є важливим чинником, який сприяє розширенню можливостей мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП) для участі в міжнародній торгівлі товарами. Усе більше число інтернет-платформ створюють умови для виходу ММСП на зовнішній ринок. Зокрема Amazon, eBay, PayPal тепер пропонують ММСП безпечні платіжні системи і матеріально-технічну підтримку [8, с. 50]. Таким чином, зовнішньоторговельний обмін стає вигідним для усіх суб'єктів, що є важливою передумовою для підвищення його ефективності.

Отже, на сучасному етапі розвиток міжнародної торгівлі товарами характеризується скороченням її фізичних і вартісних обсягів. Структурні зміни у світовій торгівлі вказують на уповільнення процесу глобалізації та перехід країн світу до політики неопроєкціонізму. Однак, у короткостроковій перспективі очікується зростання обсягів зовнішньоторговельного обміну товарами та відновлення кон'юнктури світового ринку.

### **Список використаних джерел:**

1. Дюмулен И.И. Международная торговля в послекризисные годы (2010–2015 гг.) – новые тенденции и некоторые проблемы / И.И. Дюмулен // Российский внешнеэкономический вестник. – 2016. – №7. – С. 3 – 12;
2. Саламатов В. Мегарегиональные торговые соглашения / В. Саламатов // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – № 9. – С. 17–27;
3. Скворцова Е.В. Роль и место нетарифных мер в регулировании внешней торговли / Е.В. Скворцова // Наука, образование и инновации. Сборник статей международной научно-практической конференции. Уфа, 2016. – С. 199– 201;
4. Commodity Markets Outlook October 2017 URL: <http://pubdocs.worldbank.org/en/743431507927822505/CMO-October-2017-Full-Report.pdf>;
5. Global Ecommerce Report 2017 URL: <http://mazarsusa.com/wp-content/uploads/2017/11/Global-Report-2017-1.pdf>;
6. UNCTADstat Data Center URL: [http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS\\_ChosenLang=en](http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en);
7. World Economic Situation and Prospects 2018 URL: [https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/WESP2018\\_Full\\_Web-1.pdf](https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/WESP2018_Full_Web-1.pdf);
8. World Trade Report 2016: Levelling the trading field for SMEs URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/world\\_trade\\_report16\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report16_e.pdf);
9. World Trade Statistical Review 2017 URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/wts2017\\_e/wts2017\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/wts2017_e.pdf)

УДК 330.142:331.101.262:330.55(477)

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В УКРАИНЕ: МЕЖДУНАРОДНОЕ И НАЦИОНАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ**

**Матвиенко А. П.**

**Научный руководитель: Ким Т. И., к.э.н, доцент**

**Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина**

Ключевые слова: человеческий потенциал, индекс развития человеческого потенциала, ВВП на душу населения, продолжительность обучения, продолжительность жизни.

В современном мире большинство стран обеспокоены проблемами сохранения и развития человеческого потенциала. Человеческий потенциал страны – это совокупность физических и духовных сил граждан, которые могут быть использованы для достижения индивидуальных и общественных целей [1, с.13]. Залогом процветания, прогресса и национального успеха выступает создание благоприятных условий для развития человека. Чем больше страна обеспечена человеческим потенциалом, тем больше способность к росту ее национальной экономики.

Для отображения развития человеческого потенциала ООН в 1990 году ввела такое понятие как индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП). В расчет ИРЧП включены три компонента:

- валовый внутренний продукт по паритету покупательной способности в долларах США на душу населения;
- продолжительность обучения;
- ожидаемая продолжительность жизни при рождении [3, с.423].

Вместе взятые они отражают одни из самых главных качеств: здоровье, знания, достойный человека уровень жизни. Если страна имеет индекс ниже 0,5, то это означает низкий уровень развития человеческого потенциала, показатели от 0,5 до 0,7 указывают на средний уровень развития. Значения от 0,7 до 0,8 говорят нам о высоком уровне развития человеческого потенциала, а государства с индексов больше 0,8 относятся к странам с очень высоким уровнем развития ИРЧП. В разные годы в международных сравнениях Украина перемещалась с группы стран с высоким уровнем развития человеческого потенциала в группу стран со средним уровнем и наоборот.

Динамику ИРЧП и ВВП на душу населения (в долл. США по ППС) в Украине с 1990 по 2015 года демонстрируют расположенный ниже графики.

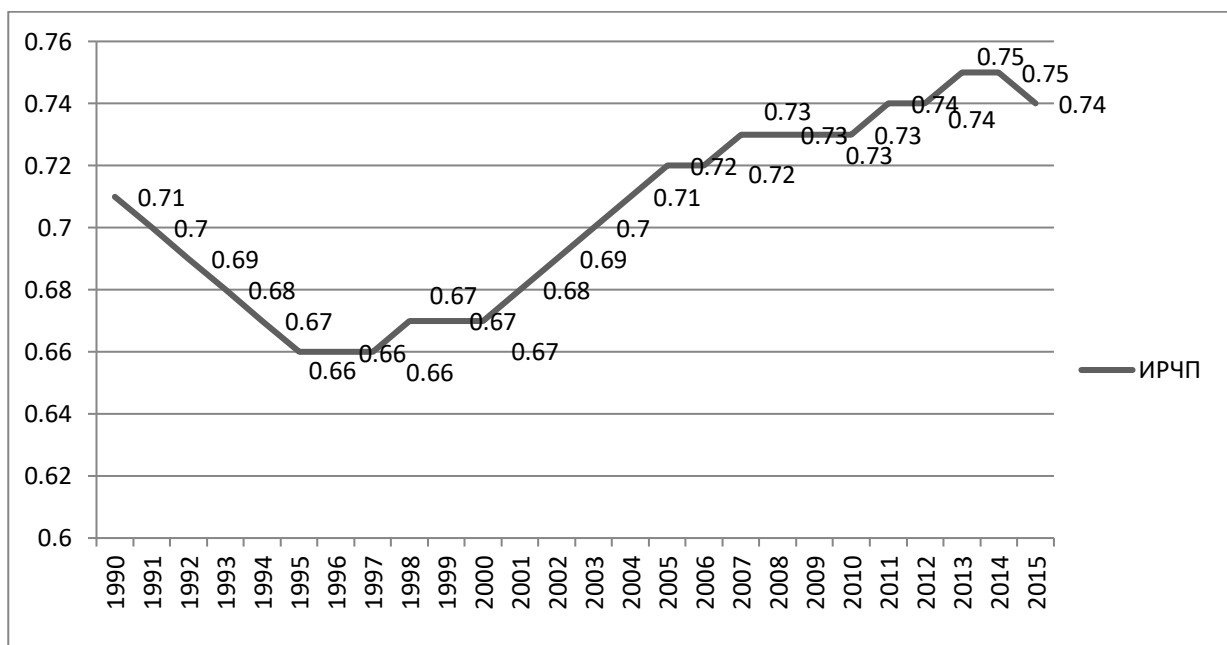


Рисунок 1. Динамика индекса развития человеческого потенциала в Украине с 1990 по 2015 год, [2, с.203].

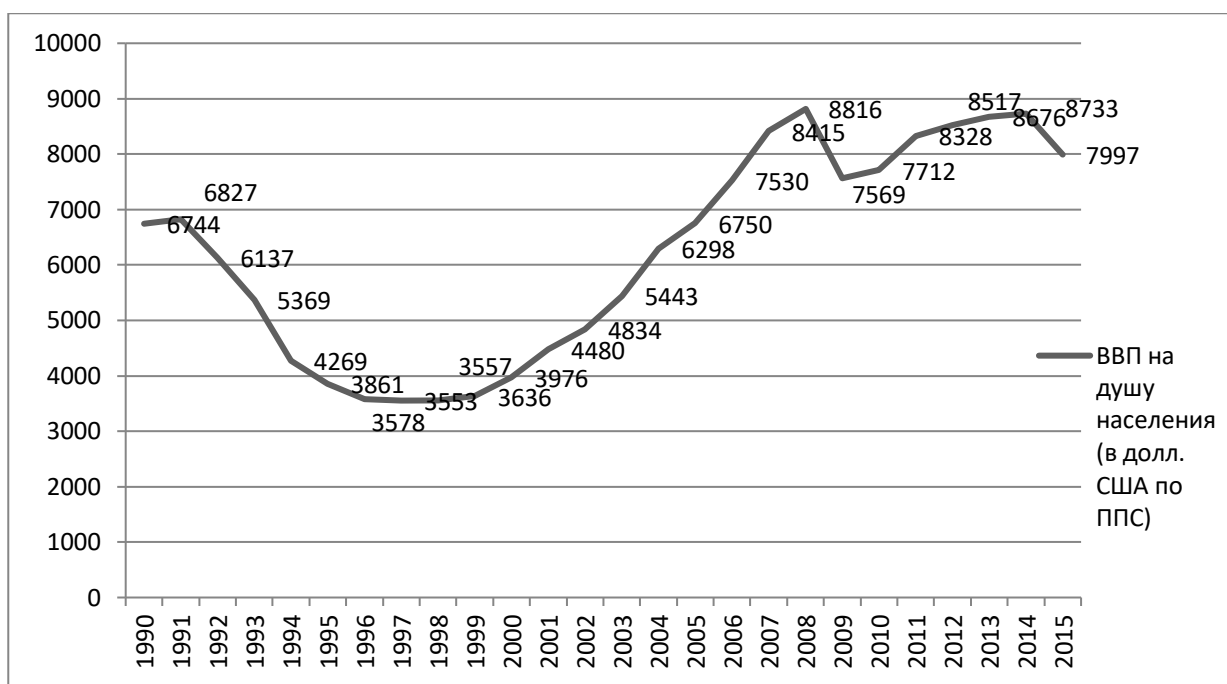


Рисунок 2. Динамика ВВП на душу населения (в долл. США по ППС) в Украине с 1990 по 2015 год, [4].

Видим, что динамика ИРЧП и динамика ВВП на душу населения в целом сходны. На протяжении 1990-1997 годов в Украине происходил спад, что обусловлено трансформационными процессами во всех сферах жизни общества. На фоне экономической стагнации произошло резкое уменьшение ВВП на душу населения и как результат – ухудшение условий жизни людей. Это повлекло сокращение продолжительности жизни населения и снижение показателя ИРЧП и соответственно падение рейтинга страны. С 1998 года мы видим небольшой, но все же стабильный рост ИРЧП и ВВП на душу населения. В 2015 году наша страна заняла 84-е место среди 188 стран мира с показателем ИРЧП 0,747. В дальнейшем эксперты прогнозируют рост данного индекса.

Таблица 1

Компоненты индекса развития человеческого потенциала в Украине и мире за 2015 год

	Ожидаемая продолжительность жизни при рождении (в годах)	Ожидаемая продолжительность обучения	ВВП на душу населения (в долл. США)
Украина (международные измерения)	71,1	15,3	7361
Украина (национальные измерения)	71,4	15,3	5775
Мир в целом	71,6	12,3	14447

Источник: [2, с.199-201].

Большая разница в международных и национальных показателях ВВП на душу населения обусловлена тем, что международные измерения осуществляются по паритету покупательной способности, а национальные измерения вычисляются по курсу 8 гривен за 1

доллар (2011 год). Видим, что в мире в целом ИРЧП и продолжительность обучения ниже, чем в Украине. А вот ожидаемая продолжительность жизни и ВВП на душу населения выше, чем в нашей стране. Среди трех компонентов ИРЧП самой сильной стороной Украины является уровень и продолжительность образования. Валовой коэффициент охвата населения средним образованием составляет 99%, а высшим – 82% [2, с.231].

Именно эти положительные показатели должны стать базой для последующего развития и раскрытия человеческого потенциала нашей страны. К приоритетным задачам государства в этой области следует отнести:

- стимулирование рождаемости;
- улучшение социально-бытовых условий;
- сокращение эмиграции высококвалифицированной рабочей силы;
- увеличение ВВП по ППС по душу население в долгосрочной перспективе;
- увеличение продолжительности жизни благодаря новейшим разработкам;
- дальнейшее улучшение качества образования.

Развитие человеческого потенциала является необходимым условием для социального и экономического развития страны. Украине на сегодняшний день важно сохранить и приумножить человеческий потенциал.

#### **Список использованных источников**

1. Заславская Т.И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т.И. Заславская // *Общественные науки и современность*. – 2005. – № 6
2. Отчет ООН о человеческом развитии. – 2016. – 288 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr\\_2016\\_report\\_russian\\_web.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2016_report_russian_web.pdf)
3. Панькова О. В. Особенности и возможности развития человеческого потенциала Украины в зеркале международных рейтинговых сравнений / О. В. Панькова // *Социологический альманах*. – 2014. – № 5. – с. 421-433
4. Human Development Repots. [Electronic resource] – Access mode: <http://hdr.undp.org/en>

УДК 339.72.053

## **ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС – СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ**

**Травкіна К.В.**

**Науковий керівник: Дідорчук І.Л. старший викладач**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Оцінка платіжного балансу міжнародними фінансовими установами, зокрема Міжнародним валютним фондом, відіграє ключову роль у прийманні рішень, що стосуються надання фінансової допомоги конкретним країнам світу для стабілізації платіжного балансу та подолання його дефіциту. На національному рівні якісна оцінка платіжного балансу є основою для прийняття обґрунтованих рішень в області зовнішньоекономічної діяльності, а також освітлює питання наскільки ефективно країна керує своєю зовнішньоекономічною діяльністю.

У сучасних соціально-економічних реаліях існує велика кількість визначень платіжного балансу і всі вони є подібними. Національний банк України трактує платіжний баланс так, що – це співвідношення між сумою грошових надходжень, отриманих країною з-за кордону, та сумою здійснених нею платежів за кордон протягом певного періоду. У своїх наукових працях оцінкою та аналізом платіжного балансу займалися такі науковці як: Ніколайчук С.А, Шаповаленко, Н.В, Долгачевый А. Вечерский А. Як статистичний документ, платіжний баланс піддається постійному аналізу та оцінці.

Вже в XVIII столітті людство мало певний досвід складання платіжного балансу. У середині XVIII Д. Юм і Д. Рікардо обґрунтували автоматичний механізм цін і переливу металевих грошей (*Price-specie flow mechanism*). Відповідно до теорії, регулюючи роль в міждержавних економічних відносинах виконує золото: негативне і позитивне сальдо платіжного балансу балансується його відтоком або припливом з-за кордону.

На початку 1930-х рр. Дж. Робінсон сформувала підхід з позицій валютного ринку (*Foreign exchange market approach*), або підхід на основі еластичностей (*Elasticities approach*). Стан балансу розглядався з позиції співвідношення попиту і пропозиції на іноземну валюту. Поліпшення платіжного балансу найбільшою мірою гарантовано, згідно цього методу, в тому випадку, коли еластичність імпорту за ціною для резидентів та еластичність експорту для нерезидентів перевищують одиницю.

Після закінчення Другої світової війни під час переходу до Бреттон-Вудської валютної системи проходить формування абсорбційного підходу (*Absorption Approach*), який також називають кейнсіанським, або традиційним (*Keynesian or Traditional Approach*). С. Александер, Дж. Мід підкреслювали зв'язок сальдо торгового балансу з величиною випуску продукції і внутрішніми витратами. Згідно кейнсіанської теорії сукупні витрати (Д) визначаються формулою:

$$D = C + I + Ex - Im,$$

де С - споживання, I - інвестиції, Ex - експорт, Im – імпорт

Прихильники кейнсіанської теорії пропонують стимулювати експорт і стримувати імпорт, щоб поліпшити платіжний баланс.

Для прогнозування динаміки платіжного балансу, ними використовується такий показник як гранична схильність до імпорту (М), що визначається за формулою:

$$M = dm / dy,$$

де dm і dy - величини змін імпорту та національного доходу.

У кінець 1960-х років поряд з абсорбційним підходом з'являється монетарний підхід (*Monetary Approach To The Balance Of Payments*). Він оцінює зміну загального сальдо платіжного балансу. Дефіцит або позитивне сальдо платіжного балансу - результат інфляційної або, навпаки, дефляційної політики держави.

Кожен з розглянутих методів фіксує увагу на окремих складових платіжного балансу та не надає комплексної оцінки. Слід зазначити те, що на сьогодні на міжнародному рівні відсутній сучасний підхід до проведення оцінки платіжного балансу. У більшості випадків оцінка складається лише з констатації показників сальдо рахунків, а також їх зростання або зменшення. Присутні і такі джерела оцінки, котрі наголошують, що збільшення сальдо в платіжному балансі завжди вважається поліпшенням. Хоча стрімке збільшення позитивного сальдо платіжного балансу веде до швидкого зростання грошової маси і тим самим стимулює інфляцію. Більшість науковців зазначають, що монетарний підхід є застарілим, він не є актуальним в наш час.

В сучасній економічній літературі основні підходи до оцінки платіжного балансу представлені методами такими як статичний, динамічний, а також структурний методи.

Один з головних методів оцінки платіжного балансу є статичний. Основною метою котрого є виявлення та аналізування взаємозв'язку між категоріями рахунків, на яких відображені операції. Цей метод послідовно поєднує у собі два етапи. Перший з них має на меті проведення комплексної оцінки ефективності фінансування поточного дефіциту за рахунками. У свою чергу другий етап несе в собі задачу проведення аналізу ступеню відхилення кожної позиції платіжного балансу від стану рівноваги.

Приділяється особлива увага також динамічному методу оцінки платіжного балансу. Завданням котрого є проаналізувати послідовні періоди часу, коли відбувалися операції. При динамічному методі оцінки виконуються наступні етапи. Перший етап: визначити, що відбувається з балансом поточних операцій, а саме, чітко виявлене його погіршення чи покращення за допомогою аналізу експортної (імпортної) квоти, структури балансу поточних операцій, коефіцієнта незбалансованості, коефіцієнта товарного балансу, а також сальдо балансу поточних операцій. Другий етап проведення направлено аналізу та визначення ефективності економічної політики уряду. Третій етап, а саме, аналіз можливостей змін в міжнародній кредитоспроможності країни. Четвертий етап має важливе значення, бо полягає у складенні прогнозів щодо високого чи низького курсу національної валюти.

Структурний метод оцінки ставить на меті проведення аналізу чотирьох фаз розвитку платіжного балансу. До ключових змінних відносять: торговий баланс; баланс довгострокового капіталу; баланс по доходу від зарубіжних інвестицій. Етапами складання структурної оцінки платіжного балансу є :визначити, у якій фазі розвитку платіжного балансу перебуває держава на даний момент часу, а також виявити чи є взаємозв'язок між ключовими змінними задовільним для даної фази розвитку.

Але усі ці методи існують лише як теоретичне знання. Таким чином, відсутність єдиної стандартної методики оцінки платіжного балансу не дозволяє адекватно оцінювати стан платіжного балансу країн. Створення загальної методики оцінки дозволить виявити наявні проблеми в платіжному балансі країн світу, а також сформулювати певні рекомендації щодо його поліпшення. Подальша однобічна оцінка платіжного балансу буде перешкоджати економічному розвитку країн.

#### **Список використаних джерел:**

1. Буценко І.Н. Аналіз платежного балансу країни: підходи, етапи, показателі / І.Н. Буценко, В.С. Селюніна // Економіка і бізнес: теорія і практика. – 2016. – №7. – С. 14-19.
2. Долгачевый А. Вечерский А. Теоретические подходы к анализу и прогнозированию платежного баланса // Банківський вісник, ВЕРАСЕНЬ 2010 С.51-57
3. Ніколайчук С., Шаповаленко Н. Дефіцит поточного рахунку платіжного балансу: оцінка прийнятності рівня для України // Економіка і прогнозування. – 2010. – №2. – С. 74–88.

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Чорна А. В.

Науковий керівник: Дідорчук І. Л., старший викладач кафедри  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Актуальність обраної теми дослідження обумовлена потребами бізнесу з підвищення результативності діяльності на основі більш ефективного включення людини у виробничі процеси.

Мета роботи — на основі дослідження теоретичних джерел охарактеризувати сучасні підходи до вимірювання людського капіталу. Для досягнення мети нами було використано наукові роботи таких авторів як Ж. Фіценс, Т. Шульц, Сахненко О. І., Малюга Н. М., Давидюк Т. В., К. Н. Чигоряєв, Н. А. Скопинцева, В. В. Улященко.

Уперше термін «людський капітал» введено в науковий обіг американським дослідником Теодором Шульцем, який цікавився скрутним становищем слаборозвинених країн та заявляв, що поліпшення добробуту бідних людей залежало скоріше від знань. Т. Шульц запропонував таке визначення: «Всі людські здібності є або вродженими, або набутими. Кожна людина народжується з індивідуальним комплексом генів, що визначає її природні здібності. Придбані людиною цінні якості, які можуть бути посилені відповідними вкладеннями (інвестиціями), ми називаємо людським капіталом» [1].

До сьогодення концепція людського капіталу отримала значний розвиток, результатом якого стало формування наступних основних підходів [2, с. 166-176]:

- 1) Історичний підхід, за яким визнаються усі людські можливості особливою формою капіталу, безпосередньо задіяною в виробничому процесі.
- 2) Особистісно-суб'єктивний підхід, за яким людина з її цілями, прагненнями та інтересами – центр соціально-економічних процесів.
- 3) Неокласичний підхід, основою якого є твердження, що індивід прагне максимізувати свій дохід за рахунок вкладу в власний розвиток.
- 4) Інституційний підхід має позицію того, що протягом всього життя людина проходить через ряд соціальних інститутів (школа, сім'я, робота), які прямо або опосередковано впливають на її становлення та розвиток і таким чином збільшують її сукупний капітал.

На пострадянському просторі є відомою методика оцінки людського капіталу, що оснований на витратному підході. Для їх дослідження нами використано метод оцінювання людського капіталу, запропонований вченими К. Н. Чигоряєвим, Н. А. Скопинцевою, В. В. Улященко. У своїх працях вони наполягають, що поняття людський капітал є формою капіталу і мірою втіленої в людині можливості приносити прибутки, який явно має вартісну оцінку. Авторами виокремлюються три складових структури витрат на людський капітал: фонд оплати праці, витрати на інтелектуальний капітал, витрати на «капітал здоров'я». З урахування віддачі кожного виду витрат, та факторів, що впливають на ці коефіцієнти віддачі, було виведено математичний вираз:  $HC = \beta_1 A + \beta_2 \alpha_1 B + \beta_3 \alpha_2 C$ , де  $HC$  – людський капітал,  $A$  – фонд оплати праці,  $B$  – виплати на інтелектуальний капітал,  $C$  – виплати на «капітал здоров'я»,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  – коефіцієнти віддачі на витрати на  $A, B, C$  відповідно,  $\alpha_1, \alpha_2$  – параметри рівня освіти персоналу та середнього віку відповідно, які впливають на  $\beta_2, \beta_3$



відповідно,  $\alpha_1 = \frac{\sum_{i=1}^n r_i z_i}{R_s z}$ , де  $r_i$  та  $z_i$  – кількість робітників з  $i$ -им рівнем освіти та їх середня заробітна плата,  $n$  – кількість рівнів освіти на конкретному підприємстві,  $R_s$  – загальна кількість робітників підприємства,  $z$  – середня заробітна плата робітників базового рівня освіти;  $\alpha_2 = \gamma_m \sum_{j=1}^n k_j d_j + \gamma_w \sum_{j=1}^n k_j t_j$ , де  $\gamma_{m,w}$  – доля чоловіків та жінок відповідно на підприємстві,  $d_j$ ,  $t_j$  – доля робітників-чоловіків та жінок  $j$ -ї вікової групи,  $n$  – кількість вікових груп,  $k_j$  – коефіцієнт віддачі інвестицій в «капітал здоров'я» в залежності від вікових груп, установлених законодавчою базою країни (наприклад,  $k_j$  для вікової групи пенсійного віку дорівнює 0,85, а для вікової групи з 16 років і молодше першої вікової групи – 1,00). Таким чином, за допомогою цієї методики є реальним оцінити ефективність фінансової діяльності підприємства, темпи росту людського капіталу, рівня освіти, тощо. Проте такий підхід є досить обмеженим [3, с. 54-56].

Подолання обмеженості методик, що базуються на концепції витрат, здійснюється за рахунок використання неформалізованих або якісних показників [4, с. 151-155]. Такі показники використовуються з метою вивчення сукупності характеристик співробітників компанії, залучених у виробничий процес та утворюючих доходи підприємства. Елементи оцінки людського капіталу включають в себе:

- 1) Види оцінки (самооцінка, оцінка експертами, керівником, атестаційні оцінки);
- 2) Предмети оцінки (ділові, особисті, лідерські, соціально-психологічні якості, мотиваційний потенціал, знання, здібності, результати праці);
- 3) Методи оцінки (тестування, метод експертних оцінок, тощо) [4, с.151-155].

Ж. Фіценс, один із засновників бенчмаркінгу людського капіталу виділяє економічний та духовний аспекти: «Ми можемо погодитися з тим, що духовна цінність людей украй важлива, і зосередитися на економічній стороні питання» [1]. Сучасні методики оцінки людського капіталу на основі якісних показників базуються на тому, що існує загальноприйнятий поділ людського капіталу на основні активи: інтелектуальний капітал; фонд підготовки на виробництві; фонд здоров'я; фонд міграції; фонд економічно значимої інформації; фонд мотивації економічної діяльності; фонд підприємства; інші. Кожен з цих активів має нематеріальний характер, тому їх справжня вартість буде виявлятися в доходах, які вони можуть генерувати [5, с. 24-27]. Згідно з дослідженням, проведеним О. І. Сахненко, Н. М. Малюги, Т. В. Давидюк існують такі сучасні підходи до оцінювання людського капіталу із використанням якісних показників:

- 1) Навігатор «Скандія» — методика вимірювання нематеріальних активів, базою якої є 30 індикаторів за фінансовим, клієнтським, людським напрямками та напрямками процесів та розвитку/оновлення.
- 2) Невидимий баланс (Konrad Group) — інтелектуальний капітал поділяється на індивідуальний, який має певні індикатори і структурний капітал.
- 3) Модель Б. Лева «Value Chain Blue print», яка побудована на інноваційній активності підприємства та включає дев'ять груп показників: внутрішня здатність до оновлення, накопичений потенціал, ділова мережа, інтелектуальна власність; технологічна реалізація інновацій, діяльність в Інтернеті, клієнти, ефективність, перспективи зростання.

Проведене дослідження свідчить, що існуючі сучасні підходи до вимірювання людського капіталу мають певні обмеження використання. Перш за все це стосується методик, на основі концепції витрат. Розвиток методик, оснований на якісних показниках показує, що якісні характеристики співробітника є невід'ємною частиною оцінки людського капіталу.

**Список використаних джерел:**

1. Фиценс Ж. Человеческий капитал: как измерить и увеличить его стоимость [Электронный ресурс] / Жак Фиценс. – Режим доступа к ресурсу: [https://iteam.ru/publications/himan/section\\_44/article\\_3000](https://iteam.ru/publications/himan/section_44/article_3000).
2. Нікітін А. А. Развитие подходов к исследованию человеческого капитала / А. А. Нікітін. – Москва: Вестник МГЛУ. 6 (666) – 2013. — с. 166-176.
3. Чигорьяев К. Н. Оценка стоимости человеческого капитала на основе произведённых затрат: наукова стаття / К. Н. Чигорьяев, Н. А. Скопинцева, В. В. Улященко. – Томск: Томский политехнический университет, 2008 - Т. 313. — №6. — с. 54-56.
4. Малюга Н. М. Неформалізовані показники при оцінюванні людського капіталу / Н. М. Малюга, Т. В. Давидюк – К: стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри / державна служба статистики України національна академія статистики, обліку та аудиту – 2017. — с. 151-155.
5. Сахненко О. І. Методи оцінки людського капіталу / О. І. Сахненко. – Мукачєво: ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО / Мукачівський державний університет – 2017 - Випуск №10. — с. 24-27.

## СЕКЦІЯ 5

### ІННОВАЦІЙНІ ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

УДК 338.001.36

#### А/В ТЕСТУВАННЯ САЙТІВ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

**Александрова А.О.**

**Науковий керівник: Ляшевська В.І., к.е.н., ст.викл.**

**Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна**

При проведенні маркетингових досліджень з приводу аналізу ефективності використання деяких видів продукції використовують різні інструменти, одним з яких є А / В тестування, більш відоме як спліт-тестування, яке здатне збільшити конверсію інтернет сторінки або сайту до 15-20%.

Суть даного інструменту полягає в тому, що порівнюються маркетингові змінні, з метою визначення найбільш популярного з них, який зібрав найбільше відгуків та зацікавленості. Тобто беруться два елементи А і В, які мають відмінні технічні та видові характеристики, і демонструються двом однорідним групам потенційних клієнтів на певний термін, поки не буде досягнутий високий ступінь достовірності. Далі аналізуються отримані результати: який елемент отримав більший радіус дії і при яких характеристиках, той і починають використовувати. Найчастіше, елемент В приносить більше позитивних відгуків, ніж А.

А / В тестування в епоху розвитку інтернет-маркетингу все частіше використовується для аналітики конверсії на сайтах і створення рекламних кампаній в соціальних мережах. [2]

Об'єктами спліт-тестування виступають: довжина посадкової сторінки, лід-форми, зображення, банери, торгові заклики, блоки меню сайту, сенс, колір і розмір текстів, соціальні кнопки, дизайн самого сайту, дизайн і форма кнопок, навігація по сайту, ціни на продукцію, фріміум план (доступ з обмеженими можливостями) і безкоштовний тріал (повний доступ протягом необмеженого часу) і їх тривалість, зміна воронки продажів, спливаючі вікна на вході і виході, СТА-кнопка (Call-to-Action Button), навігаційні стрілки, форми реєстрації та інші.

Цей вид тестування - найефективніший спосіб збільшення конверсії на сайті, охоплення рекламних і контекстних постів в соціальних мережах, а також покращення воронки продажів. Головними завданнями перед початком проведення А / В тестування є виявлення

гіпотези, пошук ідей для тестування і визначення основного параметру відстеження: перегляди сторінки, переходи на сайт, збільшення доходу, транзакції, відмови, тривалість сеансу і т.п. [3]

Гіпотеза для тестування обирається в основному виходячи з проблеми, яка виникла в компанії. Варто тестувати такі гіпотези для виправлення проблем на сайті:

- Аналіз теплової карти кліків. Інструмент, який зображує статистику по кліках на сайті. Кліки на карті підсвічуються різними кольорами, залежно від їх частоти, що дає можливість звернути увагу на менш підсвічений об'єкт і виправити проблему.

- Аналіз карти скролінгу. Карта показує середній час і кількість переглядів певної ділянки сторінки, що допомагає змінити позиції важливих об'єктів і поліпшити їх кликабельність.

- Гіпотези про кнопки, заголовки, зображення і форми заповнення.

Тестувати потрібно тільки одну гіпотезу в певний відрізок часу. Найбільш відповідний відрізок часу для проведення тестування - 14 днів, але якщо воно не набере необхідний розмір вибірки, то тест потрібно продовжувати. Розмір вибірки визначається при підготовці до А / В тестування і означає кількість користувачів, які повинні потрапити на сайт або охопити пост.

Після закінчення тесту необхідно перевірити значимість отриманих результатів. Якщо результат не є статистично значущим, отже зміни не впливають на оцінюваний показник. Якщо результат вдалий, то треба застосувати варіант більш успішного сайту, впроваджувати аналогічні зміни на інших сторінках сайту, надавати нову гіпотезу і переходити до наступного спліт-тестування. Якщо результати тесту виявилися невдалими, потрібно висунути нову гіпотезу або вдосконалити стару, виконати новий експеримент.[1]

А / В тестування сайтів більш широке. Можна висунути безліч гіпотез щодо поліпшення і виправлення проблем сайту компанії. На відміну від тестування сайтів, аналіз альтернативних варіантів використання продукту можна впроваджувати в соціальних мережах. На прикладі проведення рекламних кампаній в соціальній мережі Facebook можна проаналізувати використання і ефективність спліт-тесту.

При проведенні цього аналізу також необхідно виявити головну проблему і гіпотезу, яку хочемо перевірити А / В тестуванням. Наприклад, однією з гіпотез може бути збільшення переходів на сайт і конверсії на ньому, інший перехід на головну сторінку соціальної мережі і збільшення впізнаваності і охоплення. Тому при створенні поста ми враховуємо цю проблему.

При першій проблемі, можна тестувати кнопку заклик до дії. Варіанти кнопок можуть бути такими: кнопка відправляє споживачів відразу на сайт, або кнопка відсилає на сторінку компанії в Фейсбуці, а на ній вже конвертує і переводить споживачів на сайт. Ці два рекламних поста можна просувати від 1 до 5 днів, щоб оцінити охоплення і кліки кожного із запропонованих альтернатив, а далі вибрати основний варіант кнопки, яка отримувала більший позитивний ефект.

При другій проблемі - збільшення охоплення споживачів, тестування повинне проводитися в кілька етапів: аналіз картинки, тексту, наповнюваності картинки текстом і кнопки дії. Так як споживач в першу чергу сприймає візуальну інформацію, то А / В тестування проводиться спочатку для зображення. Обираються різні картинки за

стилістикою, але з урахуванням потреб і бажань потенційних клієнтів. Окрім стилістики картинки, аналізується наповнення картинки текстом або його відсутність, далі різновиди заголовків, самого тексту і кнопка дії. З усіх альтернатив обирається остаточний варіант, який зібрав найбільший позитивний ефект - переходи на сторінку компанії і збільшення охоптів. Це і стає основним варіантом рекламної кампанії, в яку вкладають гроші для поліпшення своєї проблеми.

Наприклад, варіантами поганого А / В тестування може слугувати рекламна кампанія для заходу «Вечір кошерного дизайну», яка була проведена одноразово і був протестований тільки один компонент.

Помилки в А / В тестуванні:

1. Два рекламних поста аналізувалися нееквівалентну кількість часу. Перший пост рекламувався 3 дні, другий 1 день, тому дані істотно відрізняються і не можна було визначити кращий з них. Перший пост отримав охоплення в 10141 передплатників, а пост з меншою кількістю рекламування отримав охоплення в 1819, при тому, що реклама для поста з великим охопленням не сильно відрізнялася за вартістю з другим постом. Вартість рекламної кампанії першого поста була - 9,08 \$, а другого - 7,51 \$. (Рис.1.1) (Рис.1.2)

2.

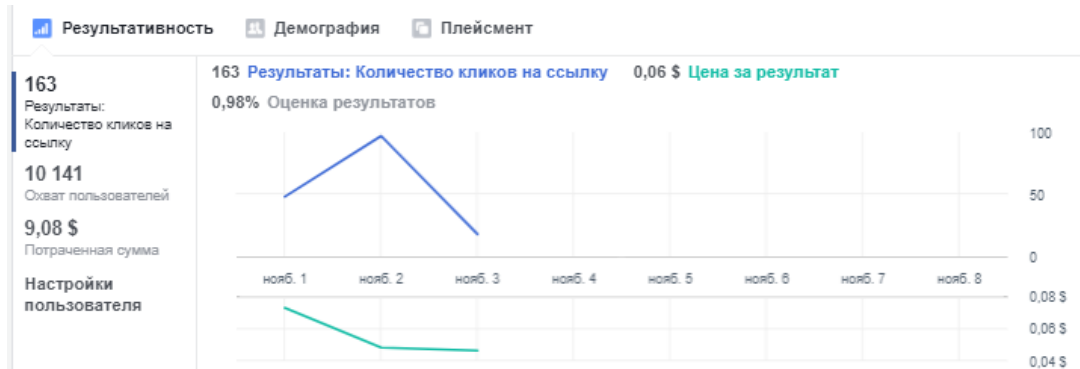


Рис.1.1 Аналіз результативності рекламної кампанії для 1 поста

2. А / В тестування для цих постів обмежалося тільки зміною картинки для поста та кнопки переходу.

3. У першому варіанті поста була стратегія збільшення охоплення та кнопка дій переводила на сайт заходу. У другому випадку кнопка цілеспрямовано відправляла на купівлю квитків на захід. За даними звіту бачимо, що кількість кліків на кнопку, яка переводила на сторінку заходу було 163, а кліків на кнопку купівлі квитків - 20. (Рис.1.3)



Рис.1.2 Аналіз результативності рекламної кампанії для 2 поста

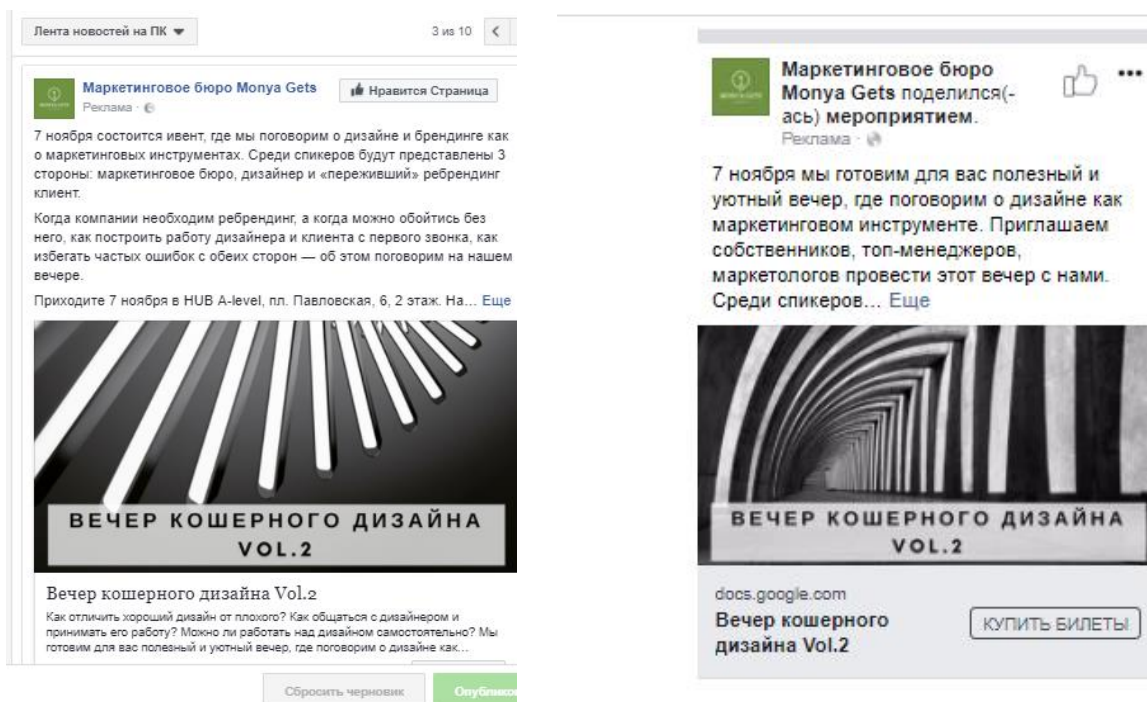


Рис.1.3 Варіант поста з використанням кнопки переходу на сторінку заходу та кнопки переходу на купівлю квитка

Проаналізувавши дані помилки в А / В тестуванні, можна зробити висновки, що найважливіше в його використанні - виявлення проблеми і гіпотез, що потрібно вирішити, налаштування вибірки, часу аналізованих об'єктів, систематичність і послідовність аналізованих об'єктів для досягнення максимального ефекту. Слідуючи цим правилам можна покращити конверсію сайту або соціальної мережі та збільшити кількість продажів.

**Перелік використаних джерел:**

1. Блог про інтернет маркетинг для бізнесу «Як провести А/В тест сайту: інструменти та популярні гіпотези» [Електронний ресурс]// Режим доступу :<https://netpeak.net/ru/blog/kak-provesti-a-b-test-sayta-instrumenty-i-populyarnie-gipotezy/>
2. Ден Кеннеді, Кім Уелш-Філліпс «Жорсткий SMM. Вижати із соціальних мереж максимум», Альпіна бізнес букс, 2018, 380 ст.
3. Блог Андрея Баклінова «100 ідей для А/В тестування» [Електронний ресурс]// Режим доступу : <http://boosta.ru/ab-testirovanie/ideas/100-idej-dlya-ab-testirovaniya-chast-pervaya/>

## ІННОВАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПОШИРЕННЯ РЕКЛАМИ

**Бахмет О.В.**

**Науковий керівник: Мозгова Г.В., к.э.н., доц.**

**Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна**

У сучасному світі в широкому напрямку підприємницької діяльності все більшого значення набуває реклама.

Реклама – це діяльність, пов'язана з поширенням комерційної інформації у вигляді пропозицій, закликів, рад або рекомендацій купити цей товар або скористатися даними послугами, що має своєю метою привернення уваги потенційних покупців і прощтовхування товарів, послуг, ідей конкретного замовника реклами без його безпосередньої участі, але за його рахунок [4].

При позиціонуванні послуг фірм, разом із загальноприйнятими видами реклами, раціонально використовувати нові можливості рекламних засобів.

На даний момент за винятком традиційних рекламних методів впливу на кінцевого споживача існують також методи із застосуванням технологічного новаторства. Відносно недавно вони з'явилися, але вже встигли отримати широке поширення серед виробників і гучне схвалення цільової аудиторії.

Інновативна реклама будується на використанні в промоакціях серйозного технічного забезпечення, новітніх комп'ютерних технологій і нестандартних засобів подачі інформації.

Використання даних технологій для демонстрації відеороликів – чудова можливість ефективного і запам'ятовуючого впливу на споживача, адже креатив важливий на кожному етапі рекламної комунікації – від ідеї до її візуального втілення.

На сьогоднішній день до новітніх інновацій в рекламі можна віднести:

1. Технологію InDoog TV – це трансляція відеореклами та інформаційно-масового контенту в місцях масового скупчення людей. Експерти доводять, що вона привертає уваги більше 90% потенційних покупців. За останні роки ця технологія сильно модернізувалась. Компанія X3D Technologies Corporation розробила нову технологію X3D Video, яка містить не плоске, а тривимірне зображення, що дозволяє посилити увагу потенційного споживача. Здатність картинки легко виходити за межі екрану, а потім легко повернутися назад, залишає незабутнє враження в пам'яті людей. А особливість цієї технології у тому, що сприйняття можливе без спеціальних додаткових засобів. Перевагою цієї технології, є те, що при великому куту огляду просторового відтворення ефект помітний на відстані до 100 метрів. Це робить дану технологію зручною для надання товарів і послуг в пунктах продажів [2].

2. Технологія інтерактивної взаємодії Just Touch – це ще один новаторський тип реклами, який дозволяє відстежувати рухи рук споживачів і з їхньою допомогою управляти функціями меню, яке розташоване на спеціальному табло. Завдяки дуже чутливій сенсорній плівці, яка покриває поверхню інформаційного табло, система миттєво реагує на будь-який дотик. Споживач може самостійно знайти будь-яку інформацію, яка його цікавить, ознайомитися з програмою закладу, перевірити наявність товару. Разом з цим на фоні постійно потрапляє логотип рекламowanego бренду, але не дратує, а відкладається в пам'яті. Ця система дозволяє перетворити будь-яку вітрину в повнофункціональний канал продажів

будь то вітрина банку, автосалону або стенд виробника йогурту. Виробникам всерйоз варто задуматися про застосування даної технології при «розкрутці» свого товару.

3. Технологія Ground FX – це ультрасучасна інтерактивна проекція, яку розробила компанія GestureTek. Вона надає можливість не тільки спостерігати за рекламним сюжетом, а й брати участь у ньому. За допомогою спеціальних технічних установок об'ємне зображення проектується на плоску поверхню. Непоміченим неможливо пройти, так як система миттєво реагує навіть на найменший рух, який здійснює проходящий. На сьогоднішній день цю технології частіше використовують виробники і великі торгові комплекси в Європі, Америці та в деяких країнах СНД для BTL-акцій, що в свою чергу сприяє збільшенню потоку споживачів і забезпечує більш часті відвідування. В розвинених країнах технологію Ground FX активно використовують в таких об'єктах, як різноманітні event-заходи, ярмарки, презентації продукції [3].

4. Технологія Free Format Projection – створює відчуття присутності персонажів або об'єктів в натуральну величину за рахунок особливої обробки зображення, яке згодом проектується на поверхню. Тут фантазія безмежна: віртуальна дівчина, приміряє вбрання прямо у вітрині магазину, величезна пляшка, танцююча біля входу в розважальний центр, або консервна банка прогулююча між рядами в супермаркеті. Подібне видовище надовго залишиться в пам'яті споживача, а, значить рекламований товар або послугу чекає гарантований успіх. У розвинених країнах ця технологія використовується виробниками комп'ютерної та побутової техніки, елітного одягу. Однак, вона поки не набула широкого поширення в зв'язку з високою вартістю, однак цілком можливо, що в найближчому майбутньому українські рекламодавці будуть активно її використовувати [1].

5. Проекційна реклама – це новий рекламний спосіб заявити про себе. Вона полягає в проектуванні зображень на великі поверхні загальною площею від 20 до 2000 квадратних метрів. Це новий вид реклами для міст України і країн СНД, що прийшов на зміну брендмауером – величезні плакати з вінілу, що розташовувалися на стінах будинків.

6. Відеореклама в журналі – відео-файл вбудовується всередину журналу тонким дисплеєм, розміром з мобільний телефон. Відео-файл буде зберігатися на мікрочіпі, який активується при перевертання сторінки на якій можна записати до 40 хвилин відео. Новий рекламний носій у виробництві набагато дорожчий за традиційні. Однак, в умовах небувалої конкуренції як ніколи важливо зуміти залучити до себе увагу [3].

На сьогоднішній день це останні інновації в сфері рекламних технологій. Але навряд чи інновації в рекламі повністю витіснять традиційні засоби. Проте дивлячись на настрої споживачів, які втомилися від одноманітності, і нестачі рекламних площ, можна сказати, що традиційним методам доведеться відступитися. В силу того, що рекламні технології більш захоплюючі, легко засвоюються та ефективні. Фахівці стверджують, що за допомогою цих технологій продаж можна збільшити на 20-45%, то виробники віддадуть перевагу інноваційній рекламі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Агентство інновацій та розвитку економічних і соціальних проектів [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://www.innoros.ru/innovation-idea8/12/07/yaponskaya-tekhnologiya-free-format-projection>

2. Бабурін В.А. Інноваційні засоби реклами і проблеми їх використання в сфері сервісу / В.А. Бабурін, Н.Л. Гончарова // Економіка і економічні науки.-2014 №2 (28) .- с.100-102.



3. Писарева Є.В. Інтегровані маркетингові комунікації: сучасні технології, стратегії, інструментарій. Теорія і практика: Навчальний посібник / Москва, бібліотека журналу «Економіка і підприємництво», 2014-260 с.

4. Рекламна діяльність [Електронний ресурс]: – Режим доступу: [http://libruniv.usarb.md:8080/jspui/bitstream/123456789/2477/1/reclamn\\_deitel.pdf](http://libruniv.usarb.md:8080/jspui/bitstream/123456789/2477/1/reclamn_deitel.pdf)

УДК 331.08

## **ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Белуш І.В.**

**Науковий керівник: Рекун Ганна Петрівна, к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Основою розвитку будь-якої організації є кадровий потенціал, оскільки від рівня кваліфікації та можливостей персоналу залежить результат діяльності організації. В свою чергу, кадровий потенціал впливає на пріоритети кадрової політики організації, визначає майбутні завдання, стратегічні плани діяльності.

Під кадровим потенціалом розуміють сукупність фізичних та духовних особливостей кадрів(окремої особистості) досягати певних результатів трудової діяльності в заданих умовах, а також можливість удосконалення в процесі трудової діяльності. Кадровий потенціал визначає ступінь забезпеченості трудовими кадрами за для виконання наявних та перспективних задач і цілей організації, що виявляє готовність організації до подальшого розвитку. До його складу входять потенціал особистості, потенціал знань, комунікаційний потенціал, потенціал розвитку.

Кадровий потенціал залежить від потенціалів кадрів певної організації, проте не являється їх сумою[1]. Потенціал кадрів організації завжди менший за трудовий потенціал на величину потенціальних можливостей некваліфікованих працівників, а також не основних працівників штату(тимчасові, працівників поза штатом тощо).

Формування кадрового потенціалу відбувається під впливом ряду зовнішніх та внутрішніх факторів. Так, до зовнішніх факторів можна віднести державне регулювання в сфері трудових відносин, економічні фактори(в першу чергу впливають на можливість навчання як за рахунок підприємства, так і особистих коштів), рівень науково-технічного прогресу, ряд демографічних факторів, конкурентоспроможність аналогічних підприємств.

До внутрішніх факторів формування та розвитку кадрового потенціалу належать кадрова політика організації, стратегія та завдання підприємства, кількісний та якісний склад персоналу, економічні можливості підприємства, методи організації виробництва та діяльності в цілому, соціально-психологічні фактори тощо.

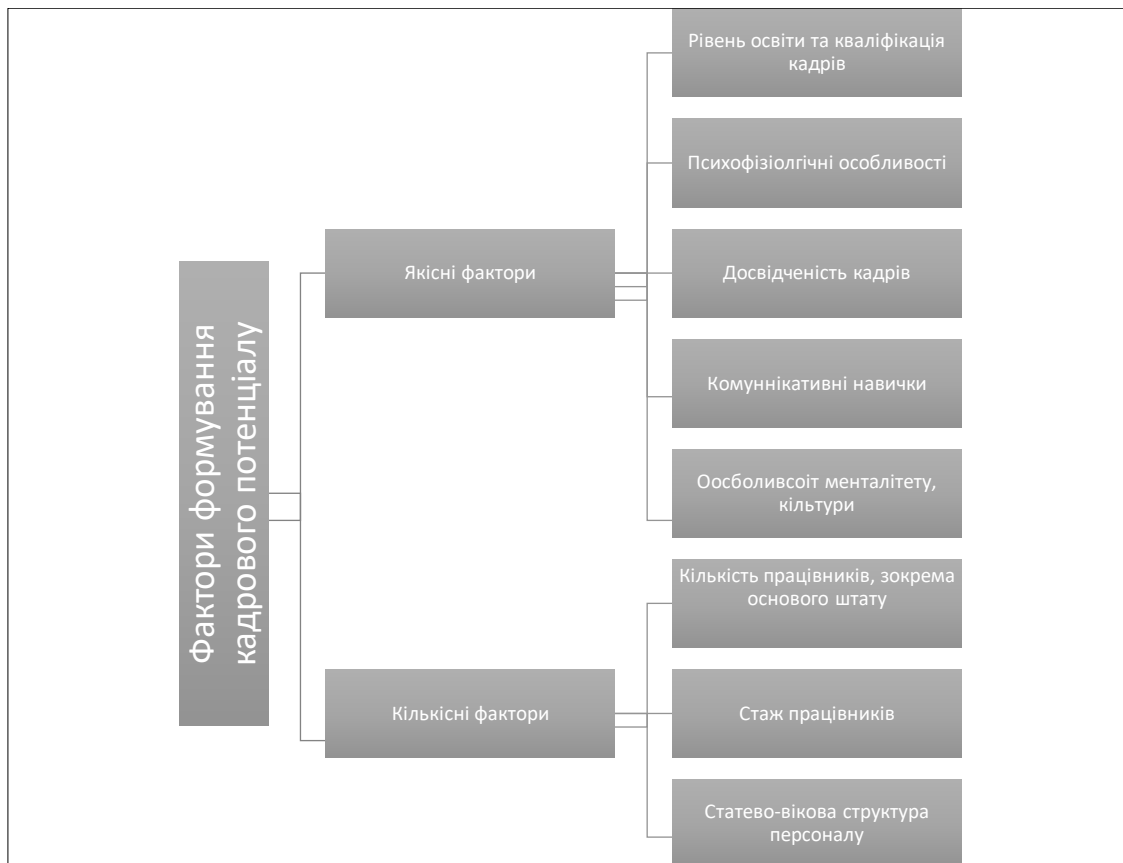


Рис. 1 Фактори формування кадрового потенціалу

Формування кадрового потенціалу відбувається послідовно, планово і повинно відповідати наступним принципам: принцип розподілу праці(розподіл обов'язків повинен відбуватися із урахуванням особистого потенціалу працівників), принцип підпорядкування особистих інтересів загальним(необхідно формувати кадровий потенціал працівника урахуваючи потреби організації, а не затрачені сили/час)[2].

Формування кадрового потенціалу відбувається за рахунок як зусиль з боку самого персоналу, так і кадрового відділу організації. Зокрема, ефективному формуванню кадрового потенціалу сприяє підвищення кваліфікації персоналу, створення комфортних умов праці, організація та введення новітніх методів праці, відкритість до нововведень та творчих ідей, проведення атестації, взаємообмін досвідом між працівниками різних категорій для розуміння принципу роботи усієї команди, використання гнучких графіків роботи тощо.

В першу чергу для ефективності праці слід урахувати психологічні і фізіологічні потреби відповідно до технологічного темпу праці. Крім того, робота повинна бути послідовно побудована. В ході роботи слід включати кілька перерв на відпочинок(особливо у другій половині робочого дня) та чергувати види діяльності.

Важливо особливу увагу приділяти біоритмам працівників за для виявлення найбільш ефективних годин праці та корекції трудового графіку. На різних етапах робочої зміни ефективність працівника має синусоїдну структуру, коли етапи підвищення працездатності чергуються із зниженням. Так, в загальному випадку найбільш ефективною є праця зранку і до 11-12 години та між 17 та 21 годиною вечора. В цей час слід виконувати найбільш трудомісткі завдання, що потребують особливої уваги та скрупульозності. Дослідження мозкової діяльності стверджують про те, що найкращий час для прийняття рішень та творчої діяльності – ранній ранок(найкраще – одразу після сну), а аналітичний тип мислення краще

проявляється серед дня. Найменш ефективною є праця у період з 14 до 16 години. В цей час найкраще відпустити працівників на обідню перерву, виконувати звичні повсякденні завдання.

Ефективне використання кадрового потенціалу передбачає покращення та розвиток як якості праці одного співробітника, так і усієї команди. Дедалі частіше компанії проводять роботу над помилками із персоналом за для виявлення та усунення основних помилок. Крім того, ефективними є періодичні збори із розбором певних ситуаційних задач. Такі методи дозволяють не лише не повторювати помилки, але й розглянути усі підходи до вирішення певного завдання і обрати найбільш ефективний, усунути джерела нераціонального використання ресурсів і часу, а також сприяє розвитку комунікативних зв'язків членів організації.

Розумне використання кадрового потенціалу передбачає також постійну оптимізацію методів роботи, інколи навіть зважаючи на расовий склад населення. Так, наприклад, східний метод підвищення ефективності діє наступним чином: спочатку виконуються інструкції до нових завдань, за ними працюють кадри і лише після цього змінюють нормативи праці і встановлюються максимально можливі цілі. Західна методика діє навпаки: спочатку слід обробити інформацію, сформулювати кінцеву ціль і лише потім передавати нововведення у роботу персоналу. Такі особливості пов'язані із тим, що люди західної культури частіше протистояти змінам, а східної культури – схильні до співпраці[3].

Для забезпечення максимального ефекту політика підвищення кадрового потенціалу повинна впроваджуватися не лише окремою організацією, але й державою в цілому. Політика розвитку кадрового потенціалу повинна здійснюватися з метою запобігання безробіттю, а також відтворення потреб у кадрах, зважаючи на розвиток господарського комплексу країни.

Отже, формування і використання кадрового потенціалу тісно взаємопов'язані: формування потенціалу передбачає створення знань, навичок, вмінь, що слугують рушійною силою для розвитку організації, а ефективно використання кадрового потенціалу передбачає найбільш раціональних шлях реалізації кадрів.

Формування кадрового потенціалу та його ефективно використання повинно бути однією з головних завдань та пріоритетів кадрової політики організації, оскільки має безпосередній вплив на її розвиток, підвищує конкурентоспроможність, визначає напрям діяльності та методи реалізації основних завдань організації. Підвищення ефективності формування і використання кадрового потенціалу забезпечить скорочення витрат робочого часу, зменшенню кількісних потреб у кадрах, сприятиме удосконаленню режимів праці та відпочинку.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Арзамасова О.В.* Дефеніція «кадровий потенціал»: дослідження сутності/ О.В. Арзамасова. – Миколаїв: МНУ ім. В.О.Сухомлинського, 2015. – 5 с.
2. *Портянкина Е. Е.* Роль кадрового потенціала в підвищенні конкурентоспособности організації/ Е.Е. Портянкина. – М.: «Концерн», 2016. – 106-110 с.
3. *Запорожан Л.П., Зіньків Н.А.* Розвиток кадрового потенціалу підприємства(на прикладі ТОВ «Бровар» Тернопільської області)/ Л.П. Запорожан, Н.А.Зіньків. – Тернопіль: ТНЕУ, 2014. – 85-101 с

## **ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК СКЛАДОВОГО ЕЛЕМЕНТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ**

**Березюк Є.В.**

**Науковий керівник: Фоміна Є.В**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

У статті розглянуті проблеми планування, обліку і контролю робочого часу підприємця як елемента організаційної культури, а також деякі особливості впровадження тайм-менеджменту в систему вітчизняного підприємництва.

The article deals with the planning, management and control of an entrepreneur's working time as an organizational culture element and discusses how time management can be adapted to the need of Ukrainian entrepreneurs.

Керівник повинен виділяти стратегічні цілі своєї діяльності, чітко визначати термін виконання завдань, з'ясовувати мотивацію різних дій і вміти організувати робочий час, а також контролювати виконання наміченого. Продуктивна організація робочого часу підлеглих також входить у функції керівника. Все це заради досягання цілей не тільки з найменшими матеріальними витратами, але і в оптимальні часові проміжки. Це є не тільки задачею, яка виконується на інтуїтивному рівні, але й науковою проблематикою.

Тайм-менеджмент можна визначити, як систему організації, обліку і контролю використання робочого часу як керівника особисто так і підлеглих що підвищують продуктивність праці окремих підрозділів та організації в цілому. Він базується на таких елементах: чітка розстановка пріоритетів, ефективна робота з інформацією, планування робочого часу, вміння виконувати неприємні справи. Отже, тайм-менеджмент є не тільки системою управління, але й елементом організаційної культури в системі підприємництва.

Головною проблемою наростаючого занепокоєння, у більшості керівників, є проблема нестачі часу. Тайм-менеджмент передбачає, що співробітник має можливість витратити свій час не тільки на роботу, але й на особисті цілі: дозвілля, саморозвиток, сім'я, здоров'я, тільки тоді, працівник буде задоволеним та продуктивним.[1]

Система тайм-менеджменту передбачає чітке встановлення пріоритетів. Існує дуже цікаве правило Парето у якому говориться про те, що 20% всіх справ дають 80% всіх результатів, і навпаки. Тобто, потрібно концентруватись на тих справах які є найбільш продуктивними, їх відносять до розряду важливих.

Одним з таких методів є «АВС-аналіз», який виділяє, А-завдання – найважливіші (на їх виконання потрібно всього 10% часу), але їх значимість оцінюється в 70%. В-завдання- це завдання середньої важливості. Тобто вони займають приблизно 20% витрат часу і 20% значимості. С-завдання займають приблизно 70% часу, але вносять внесок у розмірі всього 10%.

Інший метод – метод поєднання критеріїв «важливості і терміновості». Переглянувши список справ, необхідно оцінити їх порівняльну важливість і терміновість. Потім всі справи можна розподілити таким чином:[2]

A	Важливі і термінові;
B	Важливі і нетермінові;
C	Неважливі і термінові;
D	Неважливі і нетермінові

Планування свого часу має межу, вчені рекомендують чітко планувати 60%, 20% - залишати на вирішення непередбачуваних питань і останні 20% - присвятити своєму хобі. Що стосується підприємців, то їх цілі не завжди зрозумілі та послідовні. Різноманітність цілей у поєднанні з різними інтересами часто призводить до протиріч. Звідси і з'являється необхідність впровадження корпоративного тайм-менеджменту як сукупності технологій «вбудовування» методів тайм-менеджменту в систему управління організацією.

Наступним елементом тайм-менеджменту є: вміння виконувати неприємні справи. Інколи співробітникам компанії доводиться стикатися з нецікавими, або неприємними запитаннями. І чим далі їх намагаються відсунути або відкласти, тим більше збільшують витрати часу на їх виконання.

Алан Лакейн рекомендує використовувати такий механізм мотивації:

- погляньте неприємності прямо в обличчя;
- визнайте, що ще більшу прикрість викликає зволікання;
- пробудити в собі ентузіазм, який допоможе вам придушити неприйняття даної справи.[3]

Мною були виявлені деякі специфічні особливості впровадження тайм менеджменту в вітчизняну систему управління. По-перше, він дає людям відчуття свободи, посилює усвідомлення особистих цілей і цінностей, які можуть або підвищити мотивацію співробітника в досягненні корпоративних цілей, або навпаки, розійтися з останніми. Інша проблема використання тайм-менеджменту полягає в тому, що в українських компаніях частіше поширені дружні відносини між колегами, що займає значну частину часу на розмови і спілкування.

Слід зауважити, що тайм-менеджмент вітчизняними підприємницькими структурами впроваджується в основному для організації робочого часу, а не для його економії. Велика частина керівників не веде детального розкладу робіт на майбутній день, не виявляють дії, що займають основну частину робочого дня підприємця, не визначають інтервалів між виконанням робіт. Багатьом підприємцям важко аналізувати чистий робочий час на виконання поставлених завдань, на телефонні дзвінки, незаплановані зустрічі і т. д. Я вважаю, що важливим для них в цьому випадку є ведення обліку завершених і незавершених справ. Правильне використання інформаційних технологій і програм, таких як електронна записна книжка, MS Outlook, і Lotus Notes, полегшить облік і аналіз витрат часу, гнучке короткострокове і довгострокове планування, управління інформацією. В цілому треба зазначити, впровадження тайм-менеджменту в корпоративну культуру будь-якої компанії дозволить підвищити адаптивність організації до зовнішніх і внутрішніх ризиків, збільшити швидкість її реагування на зміну зовнішнього середовища.

#### Список використаної літератури

1. Юткіна Ю. Особисті Гроші. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [www.personalmoney.ru](http://www.personalmoney.ru)
2. Трейсі Б. Керуй своїм часом і Подвій результат. 2006. С. 17.
3. Лакейн А. Мистецтво Встигати. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [www.uatur.com](http://www.uatur.com) ^ Курочкіна О. Підприємець. № 22. С. 429.

## ВИКОРИСТАННЯ ВІРУСНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ СЛУЖБИ ТАКСІ «30-40 ШАРА»

Васильєва К. А

Науковий керівник: Болотна О. В., к. е. н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

**Вірусний маркетинг** - це метод поширення інформації, головним інструментом якого стає зацікавлений споживач. В наш час все більше і більше компаній застосовують технології вірусного маркетингу, однак однією з його особливостей є непередбачуваність, тобто можна витратити купу грошей на рекламу, та не отримати нічого, або ж вкластися по мінімуму і стати найбагатшою компанією в світі.

*Актуальність* цієї теми лежить у детальному вивченні та подальшому застосуванні вірусного маркетингу для покращення економічного стану підприємств, а саме збільшення долі ринку та збільшення прибутку компаній шляхом найменших витрат.

Вірусний маркетинг має свої плюси та мінуси. До плюсів ми можемо віднести:

- Невимушеність – люди невимушено передають інформацію про товар/послугу;
- Економність – фінансові ресурси будуть витрачені лише на якісну та цілеспрямовану рекламу;
- Доступність – користувачі Інтернету можуть у будь-який час дізнатися більше про товар;
- Зрозумілість стосовно поточної реакції споживачів на товар, та можливість скорегувати її;
- Більший відсоток довіри споживачів до товару/послуги відносно звичайної реклами.

Однак, не слід забувати про мінуси, що має цей вид маркетингу:

- По-перше, це складність передбачення поведінки споживачів після запуску такої реклами. Інформація може почати передаватися за принципом «зіпсованого телефону», а вилучити помилкову думку про продукцію дуже складно;
- По-друге, попит після застосування різних видів вірусного маркетингу «злітає», але з часом знову падає, і знадобиться розробка нової стратегії.

Проте, вірусним маркетингом намагаються скористатися велика кількість фірм, підприємств, та деякі з них це роблять не усвідомлюючи, а деякі цілеспрямовано.

Інструменти вірусного маркетингу поділяються на такі категорії:

1. **Вірусні зображення.** Найпростіший спосіб поширення та просування тієї чи іншої інформації в соц. мережах, бо малюнки викликають миттєву реакцію аудиторії, витрачають менше часу і швидше сприймається.
2. **Вірусні відео.** Перегляд відео займає більше часу у користувача, але цей варіант не менш ефективний. Більшою популярністю на таких майданчиках користуються гумористичні відео.
3. **Віруси текстового формату.** При створенні вірусного поста або статті враховується та інформація, що користується популярністю у читачів: "стаття-викриття", "плітки", текст, яка містить в собі особистий досвід автора, професійний

гумор. Також потрібна «голосна» назва, адже від цього буде залежати, прочитають статтю або вважатимуть її непотребом.

4. **Вірусні програми.** Це додатки, що налаштовані на залучення клієнтів, яку б функцію не мали. Додатки ніби задають користувачеві умову,. Також варто стимулювати учасників, через нагороду за запрошення великої кількості друзів. Проте все це повинно бути вкрай простим, який не приносить користувачеві незручностей і великої витрати часу.

5. **Вірусні мелодії.** Це мелодії, реклама, почувши яку людина невільно її наспівує та являється носієм інформації про продукт/послугу для інших людей.

Вірусний аудіомаркетинг можна дослідити на прикладі харківської служби таксі «30-40 ШАРА», яка запам'яталася жителям міста своєю мелодією: «30-40 набирай – таксі ШАРА замовляй!».

Щоб бути кращими за конкурентів, компанія «30-40 ШАРА» винайшла власну мелодію, щоб завжди бути у пам'яті своїх клієнтів. Це і є прикладом вірусного маркетингу.

Принцип **зрозумілості** представлений текстом, що складається зі слів «30-40 набирай – таксі «Шара» замовляй. Є мобільний – є таксі!». Ця фраза є досить простою, чітко дає людям зрозуміти, що потрібно зробити, щоб викликати це таксі.

Принцип **невимушеності** виражається через саму мелодію - вона виконана у джазовому стилі, що є досить приємною на слух. Більшість джазових мелодій («Let It Snow», «Hit The Road, Jack», «Jingle Bells» та ін.) запам'ятовуються дуже швидко, особливо коли вони грають під новорічні свята. Саме тому людина не усвідомлюючи може її наспівувати.

Принцип **доступності**: якщо споживач хоче скористатися послугами, він може зателефонувати за номером 3040 або зайти через додаток «Etaximo» та викликати таксі. Також, стосовно самої мелодії, вона є простою та дуже добре запам'ятовується, та майже кожен харків'янин її знає. Зазвичай, вона грає на найбільшій площі у Європі – Майдані Свободи у м. Харкові на великому телевізорі, а також на станціях метро, де є телевізор. Також, місцями розповсюдження реклами є усі ТРЦ міста.

Таким чином, маючи на увазі всі особливості вірусного маркетингу на прикладі служби таксі «30-40 ШАРА» можна створити власний «хіт» та бути завжди у пам'яті ваших клієнтів. Саме через в'їдливі мелодії, що добре засиджуються у голові клієнтів компанії, підприємства завжди будуть на крок попереду та про них ніколи не забудуть.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вірусний маркетинг (Viral marketing). Теорія і практика. [Електронний ресурс] // Seo Fight. – Режим доступу: <http://seo-fight.blogspot.nl/2011/01/viral-marketing.html>
2. Инструменты вирусного маркетинга [Електронний ресурс] // Friendly Marketing. – Режим доступу: <http://myfriendly.ru/blog/76-instrumenty-virusnogo-marketinga.html>
3. Вирусный маркетинг — преимущества и недостатки. [Електронний ресурс] // First Personal Internet Marketing. – Режим доступу: <http://fpime.ru/stati/virusnyy-marketing-preimushhestva-i-ne/>
4. 30-40 ШАРА [Електронний ресурс] // Служба таксі «30-40 ШАРА». – Режим доступу: <https://3040.com.ua>
5. Бергер Йона Заразливий / пер. з англ. Олени Замойської. – 3-тє вид. – К.: Наш формат, 2017. – 200 с.

**МИТНО - ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ****Гринько В.О.****Науковий керівник: Тернова І.А., к.е.н.****Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

На сьогоднішній день питання внесення змін у митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності привертає все більше уваги з боку експертів та економістів, тому що питання ефективності функціонування органів регулювання і методів, які вони використовують несуть в собі велику економічну вигоду.

Перед українським законодавством постають нові виклики, які були визначені стратегією сталого розвитку України до 2020 року, такі як реформа державної митної справи та інтеграція в митну спільноту Європейського Союзу і основним ризиком забезпечення безпеки української продукції та захисту економічних інтересів України [1]. Головним фактором успішного виходу на ринки ЄС є впровадження в Україні стандартів та вимог, яким товари в обов'язковому порядку повинні відповідати при імпорті на митну територію Європейського Союзу. До таких вимог відносяться технічні вимоги, екологічні вимоги, вимоги у сфері санітарних та фітосанітарних. Крім того, до певних видів продукції на рівні ЄС встановлюються маркетингові стандарти, а також застосовуються імпорту обмеження, що також можуть розглядатися як механізми захисту внутрішнього ринку від імпортованих товарів, якість і безпека яких не відповідає вимогам Євросоюзу.

З 1 жовтня 2016 року набуло чинності застосування додаткових тимчасових автономних торговельних преференцій Європейського союзу для України, що будуть чинними протягом трьох років. Ці преференції запроваджуються понад ті, що вже визначені Угодою про асоціацію між Україною і Євросоюзом і були запроваджені в рамках цієї угоди – спершу на основі її тимчасового застосування з 1 січня 2016 року, а потім після офіційного набуття чинності угодою 1 вересня 2017 року. Преференції запроваджуються ЄС односторонньо. Встановлення безмитних тарифних квот ЄС передбачено для 36 видів товарів (яловичина, свинина, м'ясо баранини, м'ясо птиці, молоко, вершки, йогурти, зернові, висівки, мед, цукор, крохмаль, гриби, часник, солод, виноградний і яблучний соки, вершкове масло, цигарки, етанол, яйця та альбуміни, інші). При чому по 4 видах встановлено додаткові обсяги. В свою чергу, Україна встановила тарифні квоти для трьох видів товарів (м'ясо свинини; м'ясо птиці та напівфабрикати з м'яса птиці та цукор) та передбачила додаткові обсяги для двох. У рамках додаткових торговельних преференцій запроваджено додаткові нульові тарифні квоти на імпорт української агрохарчової продукції: мед – 2 500 тонн, оброблені томати – 3 000 тонн, виноградний сік – 500 тонн, овес – 4 000 тонн, пшениця – 65 000, кукурудза – 625 000, ячмінь, ячмінне борошно – 325 000 тонн), а також додаткове зниження увізного мита ЄС на імпорт української промислової продукції (добрива, взуття, пігменти і препарати на основі діоксиду титану, мідні та алюмінієві вироби та електронну апаратуру для відтворення зображення). Період використання тарифних квот на мед, оброблені томати, виноградний сік, овес починається з 1 жовтня та закінчується 30 вересня наступного року. Адміністрування здійснюється за принципом «перший прийшов – перший обслуговується». До запровадження вільної торгівлі українська продукція при ввезенні до



ЄС багато років користувалася перевагами в рамках Генералізованої системи переваг ЄС (GSP). Відповідно до законодавства ЄС пільговий режим GSP продовжував діяти паралельно з режимом вільної торгівлі до 31 грудня 2017 року включно [3].

Статистичні дані торгівлі між Україною та ЄС з 1 січня 2017 року по 31 грудня 2017 року вказує на ріст обсягу торгівлі (табл. 1) [2].

Таблиця 1 – Зовнішня торгівля України з країнами світу, у тому числі з ЄС

Показники	2016 рік	2017 рік	2017/2016	
			млн. дол.	%
ЗТО всього по Україні	33972, 2	43185 ,7	9213,5	127,1
у тому числі ЄС	14200, 9	17743 ,6	3542,7	124,9
питома вага в загальному обсязі	41,8%	41,1 %		
Експорт всього з України	16622, 4	20652 ,0	4029,6	124,2
у тому числі ЄС	6516,6	8217, 9	1701,3	126,1
питома вага в загальному обсязі	39,2%	39,8 %		
Імпорт всього до України	17349, 9	22533 ,7	5183,8	129,9
у тому числі ЄС	7684,3	9525, 8	1841,5	124,0
питома вага в загальному обсязі	44,3%	42,3 %		

Основними партнерами України в зазначений період стали Німеччина, Польща, Словаччина, Італія, Угорщина, Франція (рис. 1) [2].

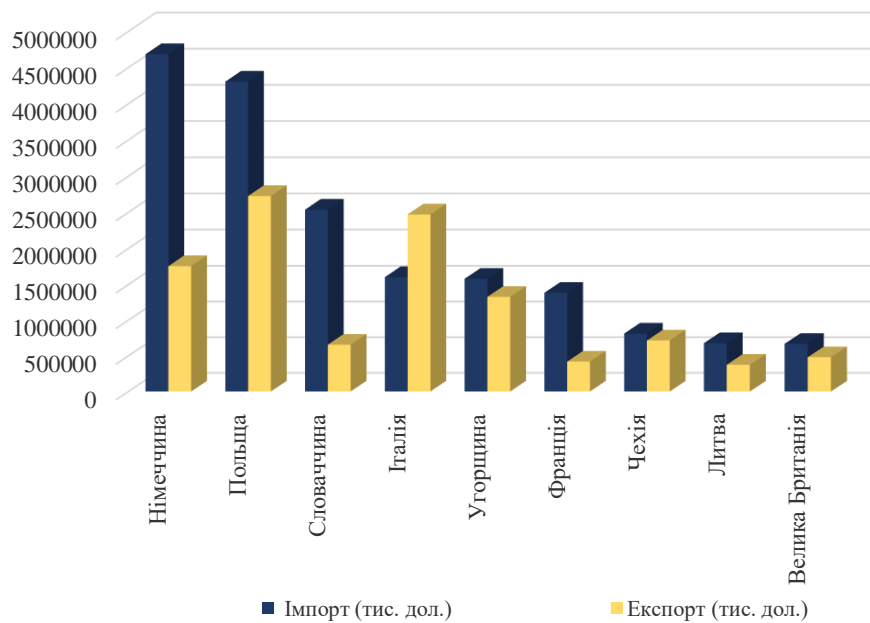


Рисунок 1 – Торговельні партнери України

Таким чином, реалізація Концепції сталого розвитку України до 2020 року, внесення важливих змін до митного законодавства, застосування наданих Євросоюзом додаткових преференцій та квот на продукцію дозволять збільшити обсяг торгівлі між Україною та країнами-членами Європейського Союзу та зміцнити економіку. Основними показниками ефективності методів митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності є забезпечення безпеки української продукції на зовнішніх ринках, його відповідність усім нормам та стандартам, які впроваджують зовнішньоекономічні партнери України та зростання обсягу зовнішнього торговельного обороту.

#### Список використаних джерел:

1. Президента України «Про стратегію сталого розвитку «Україна-2020»». – Офіційний портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
2. Зовнішньоекономічна діяльність. – Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu\\_u/zed.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/zed.htm)
3. Зона вільної торгівлі між Україною та ЄС. – Представництво України при Європейському Союзі та Європейському Співробітництві з атомної енергії [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/ukraine-eu/trade-and-economic/ukraine-eu-trade>

## ВИДИ МОТИВАЦІЇ В СУЧАСНИХ КОМПАНІЯХ

Книш А. С.

Науковий керівник: Шуба Т.П.

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Мотивація праці, керівництво і взаємодія з людьми — вирішальний фактор успіхів в управлінні підприємством та результативності роботи, і в цьому розумінні вона становить основу трудового потенціалу працівника.[1]

Можемо виділити три підходи до вибору мотиваційної стратегії підприємства:

- стимул і покарання;
- мотивація через працю;
- систематичний зв'язок із менеджером. [2]

Методи мотивації - це способи управлінських впливів на персонал для досягнення цілей організації. Ці методи засновані на дії законів і закономірностей управління; вони припускають використання управлінським апаратом фірми різних прийомів впливу на персонал для активізації його діяльності. Керівникам варто застосовувати їх у практичній діяльності не як розрізнені й самостійні способи мотивації, а як цілісну систему.

До організаційних методів мотивації відносять:

- ◆ мотивацію участі працівників у справах;
- ◆ гуманізацію праці;
- ◆ розвиток трудової змагальності;
- ◆ посилення діяльності внутрішньозаводських засобів масової інформації і виховання;
- ◆ розробку і впровадження принципів корпоративної культури;
- ◆ організацію роботи зі збору зауважень і пропозицій працівників. [3]

Мотивація відноситься до числа проблем вирішення яких у світовій практиці завжди приділялась велика увага. Українська теорія та практика найчастіше обмежується оплатою праці, основною та фіксованою тарифними ставками й посадовими окладами, які є малоефективними. В більшій мірі на наших підприємствах застосовують лише фінансові та економічні стимули, а такі як трудові та професійні не використовуються взагалі. Існує достатня кількість теорій та концепцій, які кожна країна використовує для досягнення найкращого результату. В даний час привертають увагу моделі мотивації японських, американських, а також західноєвропейських підприємств.

Японська модель. Основним предметом керування в Японії є трудові ресурси. Людський фактор розглядається як ключовий компонент динамічного розвитку. Більшість японських компаній в політиці матеріального стимулювання використовують синтезовані системи, що поєднують елементи традиційної (вікової та нової) трудової тарифікації працівників. В синтезованій системі розмір заробітної плати визначається за чотирма показниками – вік, стаж, професійний розряд і результативність праці. На фірмах застосовують велику кількість стимулів - пільги, премії, оплата більшої частини лікарняних витрат. Питання оплати в Японії є складовим елементом системи, так названого, "довічного наймання". Система "довічного наймання" робітників посідає особливе місце серед засобів мотивації Японії. За оцінками японських економістів, цією системою наймання охоплюється

від 22 до 30% найманого персоналу. Постійним кадрам фірма гарантує зайнятість, безпосереднє підвищення кваліфікації, надає додаткові пільги. В японській моделі підприємство не тільки забезпечує працівника роботою та зарплатнею, але й бере на себе турботу про людей не пов'язану з службою.

Американська модель мотивації праці базується на підтримці підприємницької активності та збагачення найбільш активної частини населення. Основою цієї системи є оплата праці - модифікації погодинної системи оплати праці з нормованими завданнями, доповнені всілякими формами преміювання. Після освоєння додаткової професії працівник отримує певну кількість балів, набравши необхідну суму яких, він може отримати передбачену надбавку до зарплати. Тобто при встановленні розміру заробітної плати визначальними факторами виступають число освоєних «одиниць кваліфікації», рівень майстерності за кожною з них, кваліфікація за освоєним спеціальностями. Перевагою даної системи є підвищення мобільності робочої сили на підприємстві, усунення проміжних рівнів управління, скорочення загальної чисельності персоналу, в основному за рахунок робітників і майстрів. Наприклад, автомобільна компанія "Лінкольн" виплачує своїм працівникам і службовцям заробітну плату за виконану конкретну роботу і додаткову річну винагороду за якість виконаної роботи. Розмір річної винагороди дорівнює в середньому 97% від заробітної плати за рік. В результаті протягом останніх 40 років в компанії практично відсутні плинність кадрів, а продуктивність праці в 3 рази вища, ніж на аналогічних підприємствах.

Західноєвропейська модель мотивації персоналу. Більшість західноєвропейських фірм формують преміальні фонди за створення, освоєння й випуск нової продукції, але їхній розмір залежить від приросту обсягу продажу нової продукції, її частки в загальному обсязі виробництва. У всіх країнах з розвинутою ринковою економікою спостерігається стала тенденція до індивідуалізації заробітної плати на підставі оцінки конкретних заслуг працівника. Механізм індивідуалізації заробітної плати включає як диференціацію умов найму, так і регулярну оцінку заслуг безпосередньо в процесі трудової діяльності.

У цілому основні елементи мотивації праці в країнах з розвинутою ринковою економікою мають такі загальні принципи та особливості:

- самостійність працівників, необмежене право вибору в рамках дозволеного законом;
- використання систем стимулювання як інструменту диференціації оплати;
- переважне застосування погодинної форми заробітної плати в різних її модифікаціях відповідно до контрактної форми трудової діяльності;
- досить серйозне ставлення до нормування праці як важливого інструменту її організації. [4]

Підприємствам нашої держави необхідно формувати культуру праці і певну систему цінностей, яка з часом може стати фундаментом створення національної моделі управління. Існуючі сучасні методи мотивації, які використовуються в Україні, не відповідають зазначеним вимогам, а в більшості випадків навіть суперечить їм. [5]

#### **Список використаних джерел:**

1. Управління персоналом фірми В.І. Крамаренко. 2003. [Електронний ресурс] - <http://library.if.ua/book/34/2294.html>.
2. Мотивація персоналу Гайдученко С.О. – ст. 71.
3. Мотивація в творчому середовищі) [Електронний ресурс] // The Times – 2010. Режим доступу: <http://www.thetimes100.co.uk/case-study—motivation—within—creative—environment—89—405—1.php>.

4. Мотивація праці: досвід провідних країн світу Анна Козаченко [Електронний ресурс] - [http://toplutsk.com/articles-article\\_861.html](http://toplutsk.com/articles-article_861.html).
5. Ядранська О.В. Щодо створення національної моделі мотивації праці.// Держава і регіони. № 5 – 2008. – С 212-217.

УДК 342.5

## **ВЛАДА І ЛІДЕРСТВО: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ**

**Коваленко А.С.**

**Науковий керівник: Шуба Т.П., к.е.н., ст. викладач  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Управління організацією здійснює керуючий, який призначається і яким делегуються повноваження, він є лідером і ефективно управляє своїми підлеглими.

Лідерство - це тип управлінського впливу, заснований на найбільш ефективному для даної ситуації поєднанні різних джерел влади. З одного боку, лідерство розглядається як наявність певних наборів якостей, що мають ті, хто успішно проявляє вплив або взаємодіє на інших, з іншого, лідерство - це процес переважно несилового впливу в напрямку досягнення групою або організацією своїх цілей. Лідерство є специфічним типом управлінської взаємодії, заснований на найбільш ефективному поєднанні різних джерел влади і спрямований на спонукання людей до досягнення загальних цілей.

Засоби, за допомогою яких лідер може впливати на підлеглих, різноманітні: прохання, загроза звільнення, мотивація. Для того щоб зробити своє лідерство і вплив ефективними, керівник повинен зміцнювати і застосовувати владу.

Влада - це можливість впливати на поведінку інших. Для досягнення ефективного функціонування організації необхідно належне застосування влади. Кожен керівник повинен дотримуватися розумного рівня влади, що буде достатнім для досягнення цілей організації, але не викликатиме у підлеглих почуття протесту. Право на владу отримує лідер в ході формування групи послідовників і полягає в ухваленні рішень і розпоряджень ресурсами групи для досягнення поставлених цілей. [3]

Форми влади:

1.Влада примусу.

Виконавець вірить, що влада може перешкоджати задоволенню його певних потреб, або спричинити якісь неприємності, іншими словами, вплив на працівників базується на страху втратити роботу, повагу, захищеність тощо.

До недоліків влади примусу належать:

- значні витрати на управління;
- відсутність у підлеглих довіри до керівництва;
- виникнення бажання помститися керівникові;
- поява гальмівних процесів розвитку здібностей людини.

2.Влада винагороди.

Базується на переконанні, що виконавець може отримати винагороду за виконання конкретних дій, поведінку. При цьому винагорода по винна бути цінною. У такій ситуації менеджер має усвідомлювати, що кожна людина індивідуально сприймає і розуміє цінності (згідно з теорією очікувань). Посилення влади винагороди часто досягається шляхом особистих послуг.

До недоліків влади винагороди належать:

- обмеженість розмірів винагороди;
- обмеження використання винагород законодавчими актами, політикою фірми;
- труднощі у з'ясуванні ставлення працівника до нагороди.

### 3. Законна (традиційна) влада.

Базується на вірі виконавця в те, що керівник має право віддавати накази, а його обов'язок — виконувати їх. В її основу покладено традиції, здатні задовольнити потребу виконавця в захищеності й належності. Вплив на засадах традицій можливий тоді, коли наявні норми організаційної культури та етики бізнесу сприяють усвідомленню того, що підпорядкування керівникам є бажаною поведінкою. Функціонування організації цілком залежить від здатності підлеглих за традицією визнавати авторитет законної влади. Традиції, на відміну від страху, спрямовані на задоволення потреб, що теж є винагородою. Виконавець при цьому реагує не на людину (керівника), а на відповідну посаду. Це забезпечує стабільність організації (вона не залежить від конкретної особи), швидкість та передбаченість впливу.

Недоліками законної влади є:

- опір традицій організаційним змінам;
- відсутність тісного зв'язку між традиціями і винагородами, з одного боку, та задоволенням власних потреб, з іншого;
- недостатнє використання потенціалу працівників, здібності яких часто залишаються не поміченими, оскільки вони не входять до формальної системи (групи).

### 4. Еталонна влада.

В її основі — влада власного прикладу керівника. Формується на особистих якостях, рисах, здібностях лідерів (їх називають харизматичними — наділеними особливим даром). Як правило, таким лідерам властиві енергійність, імпазантність, незалежність характеру, ораторські здібності, освіченість, сприйняття похвал на власну адресу без себелюбства, пихатості, зарозумілості, інтелігентність, достойні манери поведінки, впевненість тощо.

За такої форми влади існує загроза виникнення зарозумілості, пихатості керівника, що може призвести до ігнорування інших форм влади.[1]

### 5. Експертна влада.

Ґрунтується на впевненості виконавців, що влада володіє спеціальними знаннями, які зможуть задовольнити певні потреби. Впливає така влада через «розумну» віру, коли виконавець свідомо і логічно довіряє знанням експерта (керівника). Чим вищими є досягнення експерта (керівника), тим відчутніша його влада.

Недоліки експертної влади полягають у тому, що «розумна» віра менш стійка, ніж вплив харизматичної особистості. Крім того, у підлеглому може виявитись більше влади, ніж у керівника, що часто породжує конфліктні ситуації.[1]

Традиційно виділяють 4 основні підходи до вивчення лідерства:

1. Підхід з позиції особистих якостей (1930-ті рр.) Пояснює лідерство наявністю певного набору загальних для всіх лідерів особистих якостей.

2. Поведінковий підхід (1940-50-і рр.) Розглядає аналіз зразків поведінки керівника по відношенню до підлеглих.

3. Ситуаційний підхід (початок 1960-х рр.) Вивчає ситуаційний аналіз поведінки лідера.

4. Нові теорії лідерства (1990-ті рр.) Постулюють ефективність адаптивного керівництва.[3]

Ранні традиційні концепції пропонували визначати ефективне лідерство на основі будь-яких якостей лідера або зразків його поведінки. Ні підхід з позиції особистих якостей, ні поведінковий підхід не змогли виявити логічного співвідношення між особистими якостями чи поведінкою керівника, з одного боку, і ефективністю, з іншого. Це не означає, що особисті якості і поведінка не мають значення для керівництва. Навпаки, вони є суттєвими компонентами успіху. Однак більш пізні дослідження показали, що в ефективності керівництва вирішальну роль можуть зіграти додаткові ситуаційні фактори, які включають потреби та особисті якості підлеглих, характер завдання, вимога і вплив середовища, але при цьому не бралася до уваги сама особистість.

Нові концепції спробували об'єднати переваги і досягнення як традиційного, так і ситуаційного підходів. У своїх висновках ці концепції ґрунтуються на аналізі лідерського характеру і його взаємозв'язку з наявною ситуацією. Нові підходи концентрують свою увагу на здібності лідера створити нове бачення вирішення проблеми і, використовуючи харизму, передати її значення послідовникам таким чином, щоб це надихнуло і викликало у них ентузіазм до здійснення дій за для досягненню мети.[2]

#### **Список використаної літератури :**

1. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. - Львів, «Світ», 1999. - 296с.

2. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. - М. : Экономика, 2000. - 519с.

3.«Лідерство.та.влада»[Електронний/ресурс].-Режим/доступу:

<https://studfiles.net/preview/5367100/page:21/>

УДК 331.08

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Ковач О.Д.**

**Науковий керівник: Рекун А.П., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Люди – рушійна сила будь-якої соціально-економічної системи. В сучасних підприємствах та організаціях люди є головним ресурсом у суспільному виробництві. З кожним роком витрати на персонал збільшуються і в багатьох організаціях становлять більшу частину всіх капіталовкладень. Зважаючи на це, кожна організація має на меті створити максимально ефективну систему управління персоналом, яка дасть змогу не тільки повністю використовувати потенціал працівників, а й зробити капіталовкладення

максимально ефективними. Також варто зазначити те, що персонал є одним із ключових чинників конкурентоспроможності організації на високорозвинутих ринках. Тому, в умовах ринкової економіки питання ефективності управління персоналом є одним із фундаментальних основ діяльності організації в умовах конкурентного ринку та інформаційної ери.

*Управління персоналом* – це сукупність принципів, методів і засобів цілеспрямованого впливу на персонал, що забезпечують максимальне використання його інтелектуальних і фізичних здібностей при виконанні трудових функцій для досягнення цілей організації. В цілому управління персоналом направлено на те, щоб витрати на персонал виправдовувалися результатами його роботи [1]. При дослідженні теми управління персоналом здебільшого використовують системний підхід. В рамках цього підходу, управління персоналом представляє сукупність механізмів, принципів, форм і методів впливу на формування, розвиток і використання персоналу організації, реалізованих як низка взаємозалежних напрямків і видів діяльності. Таким чином, управління персоналом виступає одночасно і як система організації, і як процес, і як структура. Загалом під системою управління персоналом розуміється сукупність методів, процедур і програм впливу організації на своїх співробітників з метою максимального використання їхнього потенціалу.

Існує багато версій того, які підсистеми включає в себе система управління персоналом. На рис.1 представлена одна з найвичерпніших схем системи управління персоналом, яка включає в себе 10 підсистем [2]. Слід зауважити, що всі підсистеми, які вказані на рис.1 не є обов'язковими для всіх підприємств та організацій. Повний набір підсистем управління персоналом існує тільки у великих організаціях та підприємства. На наявність тієї чи іншої підсистеми впливає специфіка діяльності організації.

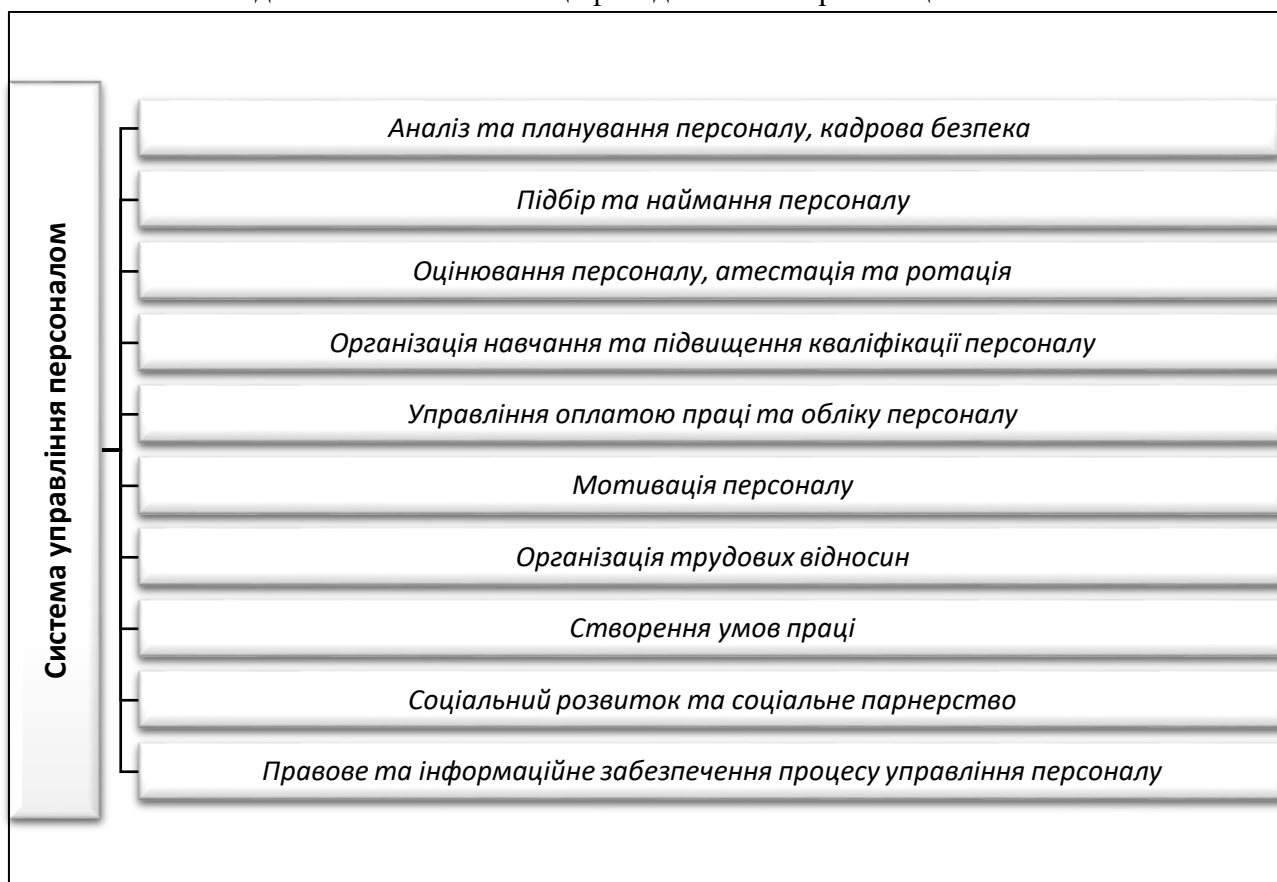


Рис. 1 Система управління персоналом



Удосконалення системи управління персоналом являє собою розвиток та максимальну оптимізацію вище наведених підсистем. Удосконалення підсистеми аналізу та планування персоналу полягає в інтеграції її до загального процесу планування. Якість роботи даної підсистеми визначається можливістю надання робочих місць у потрібний період та в необхідній кількості. Якщо в той чи інший період організація відчуває «кадровий голод», це свідчить про неефективну роботу системи управління персоналом.

Ефективність системи підбору та аналізу персоналу визначається можливістю найбільш швидкого та якісного підбору та найму кадрів. Поліпшення даної підсистеми відбувається шляхом формування чітких критеріїв та принципів підбору персоналу, вимог до майбутніх кадрів, формування внутрішнього та зовнішнього кадрового резерву, створення якісної багатоетапної системи відбору персоналу. Підсистема підбору та найму персоналу тісно пов'язана з роботою попередньої підсистеми.

Підсистема оцінки персоналу покликана аналізувати результативність системи управління. Оцінка системи управління персоналом буде максимально ефективною за умови її комплексного характеру та відповідності до стандартів ISO 9001 [3]. Задля цього в організаціях створюється особливий інструментарій, який дає змогу оцінити ефективність роботи персоналу та ефективність керування персоналом з боку менеджменту організації.

Підсистема організації навчання та підвищення кваліфікації персоналу покликана покращити якість працівників організації. Її втілення може відбуватись багатьма шляхами: за допомогою державних та приватних закладів, онлайн сервісів і внутрішніх ресурсів організації. В ринковій економіці дана підсистема відіграє важливу роль, оскільки впливає на рівень професіоналізму працівників і, як наслідок, конкурентоспроможність всієї організації. Конкурентоспроможність організації на ринку праці багато в чому визначає робота підсистеми оплати праці. Покращення даної підсистеми відбувається шляхом впровадження особливих форм та систем оплати праці, що в свою чергу залежать від специфіки виконуваної роботи. В підсистемі організації навчання та підвищення кваліфікації персоналу облік відповідає за швидкість та правильність нарахування платні, контроль кількості персоналу. Покращення обліку відбувається шляхом розробки класифікаційної системи обліку персоналу. Заробітна платня є одним із мотиваційних інструментів, тому підсистемі оплати праці та мотивації тісно пов'язані. Крім участі в розробці форм оплати праці, підсистема мотивації займається розробкою мотиваційних механізмів економічно, юридичної та ціннісної мотивації.

Підсистема організації трудових відносин забезпечує комунікацію трудового колективу, вирішення трудових конфліктів, регулює групові та міжособистісні стосунки працівників. Покращення даної підсистеми відбувається шляхом впровадження якісної корпоративної культури організації, впровадження механізмів меритократії та ін. Підсистема умов праці відповідає за створення стандартизованих умов виконання роботи, покращення умов праці в залежності від особливостей виду діяльності організації.

Підсистема соціального розвитку та партнерства покращується шляхом забезпечення страхування робітників, підтримки програм відпочинку працівників, культурно-оздоровчих програм, санаторно-курортного лікування та ін.

В цілому одним із перших кроків при покращенні системи управління персоналом є перехід організації на серію стандартів ISO 9000. Стандартизована система управління персоналом в організації є досить ефективною та продуктивною. Перехід організації до стандартів ISO 9000 надає їй реальну конкурентну перевагу на ринку та ефективну систему

управління і, як наслідок, досвідчений, мотивований, стимульований та підготовлений персонал.

**Список використаних джерел:**

1. Короткий курс лекцій з дисципліни «Економіка підприємства» [Електронний ресурс] – режим доступу: [https://studme.com.ua/1584072013202/ekonomika/ekonomika\\_predpriyatiya.htm](https://studme.com.ua/1584072013202/ekonomika/ekonomika_predpriyatiya.htm)
2. Т.Сівашенко Удосконалення систем управління персоналом підприємства / Економічний аналіз. 2012 рік. Випуск 11. Частина 3
3. Міжнародна організація стандартизації [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.iso.org>
4. Т.Сівашенко Удосконалення систем управління персоналом підприємства / Економічний аналіз. 2012 рік. Випуск 11. Частина 3

УДК 339.138 / 311.1 (075)

## **РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СТАТИСТИКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Комаров С.І.**

**Науковий керівник: Рахман М.С., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

В даний час складно уявити підприємство, яке здійснює свою діяльність без маркетингу. Сучасний маркетинг зачіпає абсолютно всі аспекти функціонування підприємства і сприяє [1]:

- просування продукції фірми на ринок;
- відбиття атак конкурентів;
- підвищення лояльності клієнтів;
- розробці стратегій розвитку фірми і їх успішної реалізації;
- формування іміджу фірми

При цьому всі маркетингові заходи розробляються на основі інформації, зібраної в ході маркетингових досліджень з використанням Статистики.

Використання статистичних методів в маркетинговій діяльності є важливою частиною дослідницького процесу, який можна назвати «статистикою маркетингу». Цей термін можна розглядати з декількох сторін. Як наука – статистика маркетингу визначає оптимальні методології розрахунку і аналізу інформації. Як вид діяльності – організує процес збору та обробки даних. Як масив інформації вивчає склад та динаміку даних.

Методи статистичної роботи з даними займають чітке положення на певних етапах маркетингового дослідження, та найчастіше використовуються на другому та третьому етапах маркетингового дослідження (рис. 1).



Рис. 1. Модель використання статистики в маркетингу (складено за джерелом [2])

Зупинимося детальніше на методах статистики маркетингу.

1. Маркетингові дослідження можуть носити суцільний або вибірковий характер. У першому випадку вивчаються всі елементи генеральної сукупності, а в другому – елементи вибірки: ймовірна (кластерна, випадкова, систематична) та неймовірна (вибірка за судженням, методом квот, сніжний шар тощо).

2. Збір маркетингової інформації здійснюється за двома основними напрямками: збір вторинної та первинної інформації, такими методами як статистичне спостереження та опитування (Анкетування), що здійснюється для збору первинної інформації шляхом з'ясування суб'єктивних думок, переваг, установок людей по відношенню до будь-яких маркетингової проблеми. При зборі вторинної інформації статистичне спостереження полягає в отриманні даних про одиниці спостереження зі звітів про діяльність. При зборі первинної інформації дослідником проводиться пасивна реєстрація процесів, дій, вчинків людей, подій в мікро- і макросередовищі фірми, безпосередньо сприймаються і реєструються всі значущі фактори досліджуваного об'єкта з точки зору цілей дослідження.

3. Оптимізація формату даних з точки зору цілей і завдань подальшого аналізу проводиться за допомогою:

- угруповання даних – дозволяє сформувати однорідні групи за ознаками;
- квантування (дискретизація) – передбачає дроблення діапазону можливих значень числового ознаки на задану кількість інтервалів;
- сортування – впорядкування зібраних даних в певній послідовності;
- злиття даних – об'єднання даних, зібраних в ході різних досліджень з метою заповнення відсутньої інформації.
- нормалізація даних – організація даних і встановлення відносин між ними відповідно до правил, які усувають надмірність і неузгодженість маркетингової інформації.

4. Методи обробки даних. Маркетингові дані в перетвореному вигляді аналізують, що базується на статистичних методах, відображених в таблиці 2.

Основні методи статистичної обробки маркетингових даних (складено за джерелом [3])

Група методів	Характеристика методів	Перелік методів
Дескриптивний аналіз	Метод описового подання окремих змінних	графічні і табличні методи аналіз рядів динаміки аналіз середніх величин варіаційний аналіз структурний аналіз
Результативний аналіз	Статистичний аналіз результатів вибіркового дослідження і спрямований на оцінку параметрів сукупності в цілому	оцінка параметрів перевірка гіпотези
Аналіз зв'язків	дозволяє виявити залежність між декількома величинами	кореляційний аналіз регресійний аналіз дисперсійний аналіз Факторний аналіз багатовимірний аналіз каузальний аналіз
Прогнозування	Метод, що дозволяє спрогнозувати розвиток подій в майбутньому	Екстраполяція часового ряду Економіко-математичне моделювання Прогноз на основі індикаторів Кореляційний і регресійний аналіз

Описаний перелік статистичних методів, що застосовуються для обробки маркетингових даних, характеризує лише основні з них і не є вичерпним. Крім названих методів у маркетингу можуть використовуватися математико-статистичні методи (теорія ігор, теорія масового обслуговування, стохастичне програмування, імітаційне моделювання) та інші.

Таким чином, в статистиці маркетингу можна виділити два етапи: підготовчий і етап безпосереднього аналізу даних. Як результат – статистика маркетингу постачає маркетингологів кількісним даними, що використовуються для оцінки поточної ситуації та визначення перспектив підприємства на ринку.

#### Список використаних джерел:

1. Котлер Филип. Основы маркетинга Краткий курс / Филип Котлер. Пер с англ. – М. : Вильямс, 2007. – 656 с.
2. Статистичні дослідження в маркетингу: введення в економічний аналіз : навчальний посібник / Б.І. Герасимов, В.В. Дробишева, О.В. Воронкова; під ред. проф. Б.І. Герасимова. – Видавництво Тамб, 2006. – 136 с.
3. Рахман М. С. Общая теория статистики: опорные материалы к занятиям: для студентов специальности «Менеджмент внешнеэкономической деятельности» и «Маркетинг» / М. С. Рахман. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2012. – 70 с.

## ПЛАНУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ

Левада К.О

Науковий керівник Фоміна Є.В, викладач  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Для виконання будь-якого плану, завдань, управлінських рішень потрібен час. Тому особливе місце в плануванні займає управління часом. Тайм-менеджмент (від англ. Time manag), це налагодження ефективного використання часу співробітників і кожного окремого співробітника, яке поділяється на робочий і особистий час. Перше відводиться на виконання управлінських завдань; друге - на рішення власних завдань. Друга частина часу співробітника не менш важлива, ніж перша. Вона подібна до інфраструктури, що створює умови ефективного використання робочого часу співробітника. Планування і управління часом або організація часу - це технологія організації і підвищення ефективного використання часу.

Згідно закону Парето, або принципом 20/80, що показує співвідношення між витраченим часом і отриманим результатом, 80% свого часу ми витрачаємо на непотрібні та малоефективні справи, і всього 20% приділяємо тому, що дійсно нам важливо і потрібно. Але саме ці 20% наших зусиль приносять нам 80% максимальних результатів. Виникають законні питання: чому 80% робочого часу використовуються неефективно? Що зробити для збільшення тривалості ефективного часу? Виходячи із закону Парето, подвоєння ефективного робочого часу подвоїть обсяг виконаних робіт. Але це не так. На обсяг і якість виконуваного завдання впливають професіоналізм, кваліфікація, компетентність і досвід фахівця (виконавця). Ці чотири позиції належать до професійних якостей людини і дійсно можуть рішуче впливати на обсяг і якість роботи, але тільки за певних умов. Під їх ефективність потрібно підвести міцну основу: належну мотивацію, зацікавленість і психофізіологічний стан виконавця. Ефективно управляти часом допомагають набуті навички і такі особисті якості, як самоорганізованість і самоконтроль [1].

В управлінні часом можна виділити такі процеси: аналіз, моделювання стратегій, цілепокладання, планування і розстановка пріоритетів, реалізація та контроль досягнення мети [2].

На сьогодні існує велика кількість технік тайм-менеджменту, які дозволяють правильно управляти часом. Наприклад, Матриця Ейзенхауера, або принцип Ейзенхауера - техніка тайм-менеджменту для розподілу пріоритетів. Її використання дозволяє виділити важливі і суттєві справи і вирішити, що робити з рештою.

Хронометраж - метод вивчення витрат часу за допомогою фіксації і замірів тривалості виконуваних дій. Він дозволяє провести «аудит» та «інвентаризацію» часу, виявити «поглиначів часу» [3].

Система управління часом «Автофокус» - це найпростіша система, що дозволяє підвищити особисту ефективність та покращити якість виконуваної роботи. Її мета - звільнити голову для роздумів і навчитися відрізняти важливі завдання від менш важливих на підсвідомому рівні.

Найбільш популярною в світі є методика Getting Things Done (GTD), яку запропонував американець Девід Аллен. Її основна ідея: вести облік справ, складаючи to-do-списки, організовувати завдання в проекти за принципом системної ієрархії. Методика Getting Things Done дуже детально розписує систему тайм-менеджменту, включаючи туди і основи управління персональною інформацією [4].

Ідеальних технологій тайм-менеджменту, які б підходили всім, не існує. Тому запорука успішного управління часом - грамотне поєднання різних технологій і методів тайм-менеджменту.

#### **Список використаних джерел**

1. Річард Кох. Закон Парето або Принцип 80/20. - Скорочений переклад статті з коментарем Складяревського Е. і фрагментом статті Давидова А. А. «Убиваючі числові послідовності в соціології: факти, пояснення, прогнози» в якості доповнення.
2. Калінін, С.І. Тайм-менеджмент: Практикум управління часом / С.І. Калінін. - СПб.: Промова, 2006. - 371 с.
3. Оллок, Д. Управління часом і робочим навантаженням: пер. з англ. / Д. Оллок. - М.: Финпресс, 1998. - 96 с.
4. Аллен Д. Як привести справи до ладу: мистецтво продуктивності без стресу = Getting Things Done: The Art of Stress-Free Productivity. - М.: Вільямс, 2007. - С. 368.

УДК 331.07

## **УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ**

**Ликова А.С.**

**Науковий керівник: Фоміна Єлізавета Василівна, викладач  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Для успішного досягнення, цілей організації необхідною умовою є успішні комунікації, що займають до 35% робочого часу професійного управлінця. Комунікації в організаційній поведінці являють собою особистий процес, в результаті якого відбувається обмін деякими поведінковими моделями. Комунікації в організації це процес обміну інформацією і передачі відомостей між окремими людьми або їх групами. Комунікації важливі для керівників з наступних причин:

–керівники витрачають велику частину часу на комунікації. За інформацією багатьох експертів, на це йде 75-95% часу керівників. Тому вони повинні бути зацікавлені в поліпшенні цього виду діяльності [1];

–комунікації необхідні для ефективності управління;

–комунікації необхідні для затвердження авторитету і виразу волі керівника;

–добре налагоджені комунікації сприяють забезпеченню організаційної ефективності.

Якщо організація ефективна в області комунікацій, вона ефективна і у всіх інших видах діяльності. Ефективне управління організаційними комунікаціями характеризується високим рівнем економічної та соціальної ефективності комунікаційних заходів і орієнтованістю на реалізацію довгострокових інтересів розвитку підприємства на основі створення

сприятливих комунікаційних умов. Оцінку ефективності комунікацій можна провести по семи блоках:

1) структура комунікаційного простору (ступінь цілісності комунікаційної системи, розподіл і швидкість проходження інформації по ієрархічних рівнях, можливість контролю комунікаційних потоків);

2) комунікаційний синергізм (взаємопов'язаність комунікаційних процесів, узгодженість рішень, наявність комунікаційного клімату, скоординованість внутрішньої і зовнішньої комунікаційної стратегії);

3) якість комунікацій;

4) комунікаційні потреби (ступінь задоволення інформаційних і комунікативних потреб, ступінь інформованості співробітників про стан організації в цілому і стан справ на місцях, достатність інформації для реалізації відповідних функцій);

5) комунікаційне забезпечення (забезпеченість технічними засобами комунікації, рівень витрат на технічні засоби комунікації, рівень володіння технічними засобами комунікації, відповідність використовуваних комунікаційних каналів специфіці і цілям комунікацій);

6) комунікативна культура (наявність комунікативних стандартів і комунікативного регламенту, рівень комунікативної компетентності співробітників, наставництво, наявність традицій, задоволеність комунікаціями, що демонструється комунікативну поведінку);

7) зворотний зв'язок (ступінь відкритості керівництва до питань і пропозицій підлеглих, ступінь зацікавленості та залучення персоналу в процес управління, можливість висловлювати пропозиції щодо розвитку організації на різних рівнях управління, рівень зворотного зв'язку із зовнішнім середовищем).

У сучасних дослідженнях виділяють дві групи комунікаційних проблем організації:

–перша - проблеми структурних комунікацій, пов'язані з бар'єрами, що виникають в процесі передачі інформації;

–друга - проблеми міжособистісних комунікацій, пов'язані з поведінковими аспектами діяльності організації [2].

Якщо проблеми міжособистісних комунікацій криються в індивідуальних особливостях людей і контексті передачі повідомлення, то основним фокусом організаційних комунікацій стає створення ефективної системи передачі повідомлень. В організаціях, що мають складну багаторівневу структуру, як правило, виникають проблеми з передачею інформації. Чим більше рівнів в структурі організації, тим більша ймовірність появи в ній істотних протиріч. І. В. Сидорська розглядає комунікаційні проблеми з точки зору інформаційної дисфункції, визначаючи її як «будь-яке відхилення від заданих організацією параметрів швидкості передачі інформації і ступеня її адекватності, що закономірно веде до недосягнення організаційних цілей, не розглядається як цілісний і комплексний дослідницький напрямок, а розпадається на безліч підпроблем, кожна з яких досліджується в своєму методологічному і понятійному полі»[3].

Ознакою інформаційної дисфункції є інформаційні перешкоди - втрати інформації або її спотворення. Виділяють такі типи інформаційних перешкод:

–технічні і технологічні, пов'язані з дефектами документообігу, неправильним кодуванням інформації, низькою кваліфікацією співробітників, зайнятих збором і обробкою інформації і т.д.;

–дефекти в системі формальних каналів комунікації - переривання лінії передачі інформації, інформаційне перевантаження однієї з ланок комунікацій, відсутність зворотного зв'язку, велика кількість ієрархічних рівнів організації;

–пов'язані з особливостями функціонування неформальних каналів комунікації, з соціально-психологічними факторами.

Причини проблем міжособистісної комунікації традиційно зводять до наступних [4]:

1) відмінності в сприйнятті повідомлення і його основної ідеї та концепції, що відбувається в силу:

–неправильного кодування повідомлення керівниками без урахування культури і установок членів організації (повідомлення написано або передано на незрозумілій мові, містить багато слів, що належать іншій субкультурі, або спеціальних термінів, обрана сфера діяльності або знання маловідомі членам організації, і т.д.);

–конфлікту між сферами компетенції, основами суджень відправника і одержувача інформації;

–виборчого сприйняття інформації в залежності від кола інтересів, потреб,

–емоційного стану і зовнішнього оточення людей;

–спотворення або відторгнення інформації, яка вступає в протиріччя з попереднім досвідом або раніше засвоєними поняттями;

–різних соціальних установок членів організацій, цінностей;

2) семантичні бар'єри, що виникають через погано сформульованих повідомлень, які можуть призводити до втрати інформації при передачі одержувачем, особливо багато проблем такого роду породжується в багатонаціональному середовищі;

3) невербальні міжособистісні перешкоди (жести, інтонації, внутрішній зміст і інші форми невербальної символічної комунікації);

4) незадовільний зворотний зв'язок;

5) невміння слухати, що знижує точність прийнятого повідомлення.

Комунікаційні проблеми, пов'язані з людськими, поведінковими аспектами діяльності організації, проявляються у соціальній психологічній напруженості, конфліктах, зіткненні інтересів, в «розривах» ділової комунікації, у відмові від співпраці і в інших симптомах нездорового морально-психологічного клімату організації. Комунікація вбудована в усі основні види управлінської діяльності, тому може бути названа сполучним процесом. Система комунікацій підприємства є одним з факторів управління процесом організаційного розвитку підприємства і вимагає комплексного підходу до вивчення і формування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт. – Мінськ, 2005. – 832 с.
2. Завадський Й. С. Менеджмент: «Management» / Й. С. Завадський. – Київ: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 2008. – 542 с.
3. Сидорська І. В. Проблема інформаційної дисфункції у внутрішньоорганізаційній комунікації/ І. В. Сидорська // Феномен комунікації в соціально-гуманітарному знанні і освіті: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. - Мінськ: РІВШ БГУ, 2012. - С. 147-149.
4. Пітерс Т. В пошуках ефективного управління (Досвід кращих компаній): пер. з англ. / Т. Пітерс, Р. Уо-терм. - К.: Прогрес, 1986. - 423 с.



## **ERP-СИСТЕМА ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЕЛЕМЕНТ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

**Малікова Ю. В., Пашкевич Г. Б.**

**Науковий керівник: Дячек В. В., к.е.н.**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Сучасний світ потребує змін та швидкого адаптування до впровадження інновацій, промисловий маркетинг не є виключенням. Незважаючи на це, промисловий комплекс не дуже гнучкий, якщо мова йде про зміни, оскільки у цій сфері зміни та інновації потребують значних часових та матеріально-грошових ресурсів. Але для того щоб бути більш ефективними та максимізувати свій прибуток, підприємства змушені впроваджувати інноваційні технології.

Доцільно буде розглянути декілька варіантів визначення поняття «інновація». "Інновація – це такий суспільний, технічний, економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій [1, с. 24]". Інноваційна політика підприємства – одна з функцій комплексу маркетингу, оскільки саме він враховує потреби споживачів, особливості виробництва та збуту на підприємстві.

"Підвищення ефективності роботи будь-якої виробничої компанії - це не тільки модернізація обладнання, закупівля нової техніки, оновлення регламентів, підвищення кваліфікації співробітників, але і зміни в системі управління. А в сучасному світі управляти підприємством без комплексної автоматизації всіх бізнес-процесів - значить прирікати себе на відставання і поступове зів'янення" [2].

"ERP (Enterprise Resource Planning) розшифровується, як «управління ресурсами підприємства». Це ядро всієї комплексної модернізації системи управління. Власне, містка назва і відображає суть всього проекту. Завдяки впровадженню цієї системи будуть уніфіковані, спрощені багато бізнес-процесів. Паперова тяганина зведеться до мінімуму, а оперативність прийняття управлінських рішень істотно виросте" [2].

Впровадження SAP ERP в крупній компанії дозволяє створити єдину інформаційну систему управління підприємством за рахунок інтеграції бізнес-процесів в областях управління виробництвом, планування обслуговування і ремонту обладнання, управління матеріальними ресурсами, фінансового обліку та аналітики, управління проектами та інвестиціями, управління продажами, управління транспортом, бюджетування.

"За складністю SAP ERP можна порівняти з "нервовою системою" людського організму. На ній базується більшість бізнес-процесів ДТЕК. Її впровадження почалося в 2014 р., і до кінця 2018 р. SAP ERP буде впроваджена у всій компанії. Одне з ключових напрямків, де ефект від її використання вже отримано, - закупівлі. Для компанії, де щоденний обсяг закупівель становить мільйони гривень, оптимізація цього процесу стала однією з основ трансформації. Впровадження рішення для внутрішніх операцій - SAP Intercompany - дозволило використовувати єдину інформацію про закупівлі та продажу" [3].

За своєю масштабністю й термінами впровадження проект є унікальним для України. Завдяки його реалізації єдина інформаційна система управління об'єднає підприємства

вугільної та енергетичної галузей ДТЕК, розташовані в трьох регіонах України. Впровадження рішень SAP дозволить більш ефективно вирішувати управлінські завдання, уніфікувати бізнес-процеси всередині групи ДТЕК і забезпечить високу прозорість операційної діяльності, а також надасть оперативну і достовірну управлінську звітність.

Інтеграція цих продуктів в архітектуру інформаційних систем ДТЕК стала важливим завданням в реалізації бізнес-стратегії Компанії, яка в середньостроковій перспективі передбачає активне просування на європейські ринки і, отже, вимагає приведення системи управління до міжнародних практик.

«Впровадження бізнес-рішень SAP на підприємствах ДТЕК - індикатор нашого зростання, показник того, що компанія досягла певного рівня зрілості. Сьогодні перед ДТЕК стоїть завдання закріпити досягнуті успіхи, посилити конкурентні переваги і створити стійку ІТ-основу для подальшого розширення компанії», - прокоментував директор з інформаційних технологій ДТЕК Сергій Детюк [4].

Сергій Детюк пояснює: «Інструменти SAP не тільки автоматизують операції працівників по обробці інформації, але і безпосередньо вплинуть на економічну ефективність. Наприклад, використання підсистеми планування потреби в матеріалах допоможе вивільнити додаткові оборотні кошти для підприємства» [2].

Спираючись на досвід ДТЕК щодо впровадження SAP ERP на підприємстві можна зазначити позитивну динаміку у автоматизації управлінських та фінансових рішень, документообігу тощо. Як вже зазначалося, система стане ефективним інструментом в руках фахівців різних служб. Наприклад, сьогодні, щоб прийняти на склад товар, комірник змушений заповнювати багато різних документів. Бухгалтер, щоб відобразити цю операцію в обліку, повинен отримати ці документи, звірити і заповнити стос власних паперів. Все це «ускладнює життя» працівникам і знижує продуктивність праці. Після впровадження ERP-системи паперовий документообіг знизиться. Інформація про операції буде вноситися в систему один раз, а потім кожен зможе її використовувати для своєї діяльності. Автоматизуються і бухгалтерські проводки. Як наслідок - підвищиться оперативність, знизиться ймовірність помилки, покращиться прозорість роботи.

Отже, можна зробити висновок, що маркетинг промислового підприємства сприяє розвитку інноваційних процесів, які, в свою чергу, збільшують ефективність виробничого процесу та його управління, а також допомагає організувати роботу згідно з потребами ринку.

Таким чином, в умовах постійно мінливого економічного клімату як ніколи важливо мати в своєму арсеналі передові інструменти, що забезпечують стабільне зростання і розвиток. SAP виділяє значні ресурси на локалізацію своїх рішень, що спрощує роботу наших клієнтів і дозволяє їм використовувати кращі світові практики, не забуваючи при цьому про специфіку ринку.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Санто Б. Інновація як засіб економічного розвитку / Санто Б., 1990. – 295 с.
2. Євген Т. САПЕРИ ДТЕК: ВПРОВАДЖЕННЯ SAP [Електронний ресурс] / Тимофеев Євген // «Енергія життя», корпоративний журнал ДТЕК. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.up-pro.ru/library/information\\_systems/management/vnedrenie-sap-dtek.html](http://www.up-pro.ru/library/information_systems/management/vnedrenie-sap-dtek.html) .
3. Кращі фахівці, що осягли SAP, отримали нагороди [Електронний ресурс] // Вісник шахтаря. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://gazeta-vestnik.com.ua/novosti/promyshlennost/luchshie-speczialisty-postigshie-sap-poluchili-nagrody/> .

4. ДТЕК розпочав впровадження бізнес-рішень SAP [Електронний ресурс] // Companion.ua. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <https://companion.ua/45371/>.

УДК 005.642.5/8

## **ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ У СУЧАСНІЙ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

**Маслій В.О.**

**Науковий керівник: Фоміна Є. В.**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Сучасна модернізація економіки – це вид економічної діяльності, головною метою якої є розвиток економіки до рівня високорозвинених країн. Основа модернізації полягає у прагненні економіки побороти відставання шляхом удосконалення усіх своїх внутрішніх сфер. До модернізації відносяться оновлення всіх технічно застарілих елементів виробництва та розвиток його матеріальної бази, формування конкурентоспроможної економіки. Модернізація економіки – це дуже довгий та складний процес, який вимагає докладання великої кількості зусиль, а головне часу – найобмеженішого ресурсу виробництва.

Метою доповіді є визначити важливості часу у сучасній модернізації економіки, способи оптимізації його використання у виробництві, а також можливість використання законів та принципів тайм-менеджменту у загальній модернізації виробництва.

Час- це певний проміжок певної діяльності, або ж певний момент під час якого щось відбувається. В економіці час-це зміна чинників виробництва, які призводять до зміни об'ємів цього виробництва та кількості пропозицій, що змінюють потреби, попит та технології цього виробництва. Збиток від втрати часу відшкодувати доволі складно, оскільки зв'язок «час-гроші» дуже міцний. Чим більше існує обмежень у часі, який ми витрачаємо на вирішення конкретної задачі, тим дорожче її рішення нам обходиться. Тому він лежить в основі ефективності виробництва. А час як будь-який інший ресурс має альтернативну вартість і чим більше дохід виробництва, тим більше його вартість.

Для організацій стає не рідкісним постійна зміна діяльності, розробка нової продукції та технологій виробництва, вихід на нові ринки а також впровадження нової системи управління. Через це стає нормою постійне збільшення різноманітних задач виробництва, які потрібно вірно розподілити між співробітниками та для вирішення яких необхідно знаходити час. Тому велику роль у вирішенні проблеми розподілу часу відіграє саме тайм-менеджмент. В економіці тайм-менеджмент використовується не тільки як інструмент підвищення ефективності розподілу часу, а й як інструмент розвитку та модернізації виробництва. Можна сказати, що тайм-менеджмент допомагає у підготовці виробництв до впровадження певних змін.

Тайм-менеджмент має також свої певні закони та закономірності, знання яких відіграють велику роль у сучасній економіці. Одним з таких законів є принцип Парето, знання якого необхідне будь-якому підприємцю. Основа цього принципу лежить у тому, що 80 % результату потребують 20% витрачених зусиль. За 20% витраченого у бізнесі часу підприємець встигає виконувати 80% запланованих справ. Знання цього закону допомагає

більш ефективно використовувати кошти, витрачені у бізнесі. За допомогою цього закону можна збільшити ефективність роботи найманих працівників та швидше розвинути підприємство.

Не менш важливим для економіки є закон стагнації. Коли людина починає якусь справу, в неї є починають з'являтися певні результати, але якщо людина в цей момент почне розслаблятися, то ефективність її роботи зменшиться і досягти бажаного результату стане все важче і важче. Тому потрібно весь час робити шаг вперед, та не зменшувати ефективність роботи. Роблячи постійно кроки до збільшення і покращення виробництва, підприємство збільшує свою ефективність у роботі.

Ще одним важливим законом є закон Паркінсона, у якому мова йде про те, що на виконання певної задачі ми витрачаємо саме стільки часу, скільки ми на її виконання відвели з самого початку. Якщо точно запланувати виконання певної справи на певний проміжок часу, то кількість та ефективність виконання завдань збільшується, а отже й збільшується ефективність виробництва.

Час - це дуже важливий ресурс, який, на жаль, обмежений і невідновний, до того ж дуже коштовний. Для більш ефективного його використання потрібно уникати людей та речей, які можуть зірвати ваші плани. Невірне використання часу знищує капітал підприємства. А для більш ефективної роботи працівників потрібно уникати так званих «поглиначів часу», тобто незаплановані дзвінки, постійні перерви, невірний розподіл праці, погані звички, безлад на робочому столі та відсутність концентрації в роботі, незацікавленість в робочому процесі, незаплановані збори та наради, непотрібні звіти, тощо. Для того щоб час став інструментом потрібно постійно накопичувати знання, навички та вірно мотивувати себе на роботу.

Отже, однією з найважливіших умов ефективної модернізації економіки є використання законів та принципів тайм-менеджменту. Оскільки час - це дуже коштовний та невідновний ресурс виробництва, який виконує ключову роль на підприємстві та невірне його використання веде до втрати ефективності роботи будь-якого підприємства. Для модернізації потрібні нові технології, інноваційна продукція, нові можливості, а для всього цього потрібен час. Тому використовуючи закони та принципи тайм-менеджменту можливо не тільки оптимізувати використання часу на виробництві, а взагалі прискорити модернізацію сучасної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Архангельский Г. О. Тайм-менеджмент в системі управління організацією [Електронний ресурс] / Г. О. Архангельский. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.dissercat.com/content/taim-menedzhment-v-sisteme-upravleniya-organizatsiei#ixzz59LNCz1Rb>.
2. Закон Парето [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/pareto\\_principle.html](http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/pareto_principle.html)
3. Управление временем и личная эффективность в университете [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://academics.hse.ru/adaptation/time>
4. 6 законов тайм-менеджмента [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://uduba.com/1236103/6-zakonov-taym-menedjmenta>
5. Время в экономике [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://utmagazine.ru/posts/9403-vremya-v-ekonomike>.
6. Час — це гроші. Скільки коштує ваш час? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://vseprogooshi.com.ua/chas-groshi-skilki-koshtuye-vash-chas.html>.

## ВИКОРИСТАННЯ ЦІНОВИХ ЕФЕКТІВ НА РИНКУ ІНТЕРНЕТ-ПОСЛУГ ХАРКОВА

Недовссов І. А., Худа Є. П.

Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

На ринку товарів кінцевого споживання більшість покупців мають досить обмежену інформацію про товари які вони споживають. Коли споживачі гірше фірми виробника забезпечені інформацією про товар та наявність альтернатив цим товарам, то це веде до більшості нерациональних покупок, та до «показного споживання». Воно з'являється тоді, коли споживач не маючи достатньо інформації про товар, єдиним вагомим критерієм оцінки якості товару обирає ціну на товар. При такій умові чутливість споживача до ціни падає, оскільки він вважає що чим дорожче товар, тим він кращий за якістю та властивостями, але дуже часто це є самообманом.

Чутливість покупця до ціни – це міра його реакції на рівень запропонованої йому ціни та його готовність здійснити покупку товару (послуги) за даною ціною. Зазвичай виділяють десять найсуттєвіших ефектів які спонукають зниження чутливості покупця до ціни (рис. 1.).

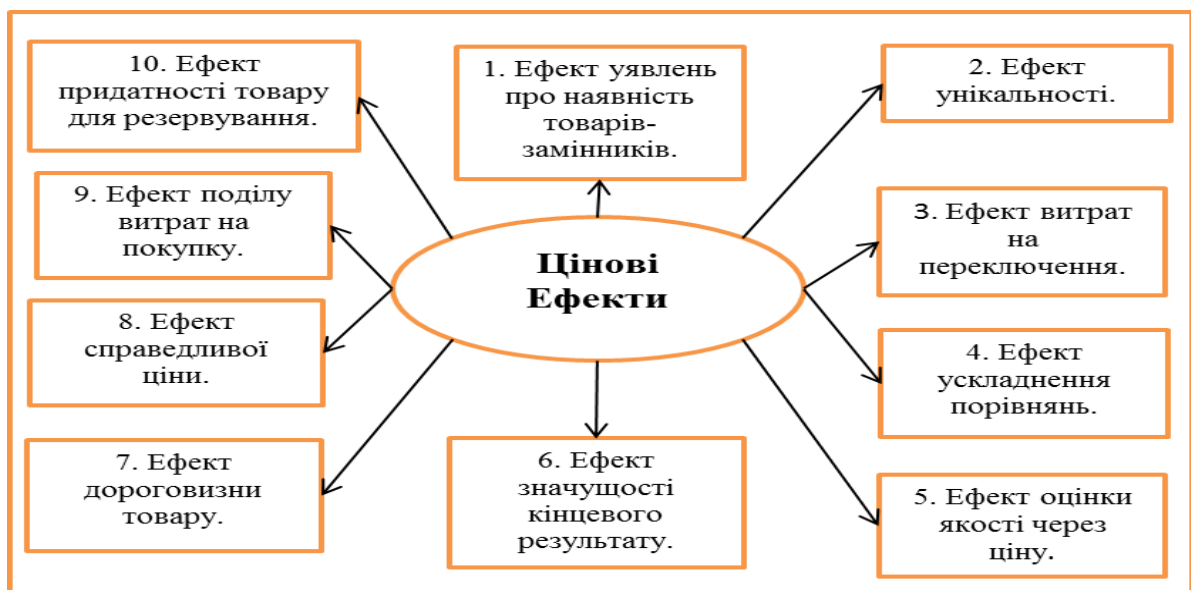


Рис. 1. Основні види цінових ефектів;

При виході на ринок нового товару (послуги), зазвичай однієї лише унікальності цього товару являться замало, оскільки покупці вже користуються та звикли до того товару (послуги) що наявні на ринку. При умові що продукт, що виходить на ринок, не є унікальною новинкою, а лише є удосконаленою моделлю існуючих товарів то фірма затикається з такою проблемою як складність привернути увагу цільової аудиторії, та заохотити до придбання товарів/послуг фірми, при цьому відмовившись цілком або частково від товарів конкурентів.

При даній умові дуже активно застосовується такий ціновий фактор зниження чутливості покупця до ціни як – Ефект на переключення. Цей фактор застосовується тоді,

коли товарів або послуг, з однаковими якісними характеристиками, на ринку представлено досить велика кількість, і всі вони конкурують між собою.

Суть ефекту на переключення полягає у тому, що для привертання уваги та заохочення покупців до товару(послуги) необхідно не тільки заявити про унікальні властивості та функції свого товару разом з активною рекламною компанією, а ще забезпечити економічну вигоду та зменшити витрати споживачів від переходу та переключення на даний товар/послугу [2].

Найчастіше цей ефект проявляється на ринку електроприладів. Чим суттєвіші знижки (економічна вигода покупця) на переключення від одної торгової марки товару на іншу, тим більше знижується чутливість покупця до ціни даного товару.

Одним із прикладів використання ефекту на переключення можна привести ситуацію яка виникла на ринку програмних продуктів у 90-х роках ХХ століття. Американські споживачі звикли користуватися програмним забезпеченням «WordPerfect» – для обробки текстів і «Lotus» – для обробки даних які поставляла на ринок компанія Corel [1]. Коли компанія Microsoft вийшла на ринок зі своїми новими продуктами текстовим редактором «Word» та електронними таблицями «Excel», задля захвату споживчої аудиторії конкурента та активного просування свого програмного продукту на ринок вона використала ціновий ефект витрат на переключення. Він полягав у тому що компанія не тільки зробила свої продукти більш простими у використанні, та знайомими для споживачів, а ще у дуже відчутних знижках що надавалися покупцям при переході від програми конкурентів на програми Microsoft. Така комбінація не тільки вирішила проблему з затратами на переключення, а і вивила компанію у лідери ринку програмних продуктів [3].

Яскравим прикладом прояву цінового ефекту на переключення в Україні є ринок телекомунікаційних послуг.

Ринок телекомунікаційних послуг не має бар'єрів на вхід, проте залежить від постійно оновлюємих технологій та обладнання. Прибуток компаній безпосередньо залежить від радіусу покриття своїми послугами територій. Як правило компанії встановлюють для кожного окремого району конкретні цінові рамки. Чим більша мережа компанії, тим менше постійних витрат вона несе.

Для інтернет-провайдерів конкурентними перевагами в своєму секторі виступають: ціна та імідж. Проте особливість орієнтації окремих компаній у тому, що вони більше спеціалізуються на наданні послуг фізичним, або юридичним особам. Тут є певні розбіжності як у позиціонуванні, так і у ціновій політиці. Юридичних осіб значно менше ніж фізичних, але й об'єм споживання послуг відрізняється. Для обох випадків ціна є важливим чинником, проте для юридичних осіб - це єдиний фактор вибору провайдера, а для фізичних – важливий ще й імідж компанії.

Роздивляючись послуги користування Інтернетом, можна однозначно сказати, що ефект витрат на переключення грає чи не найважливішу роль для інтернет-провайдерів, коли вони мають справу з клієнтами які незадоволені: ціною, якістю, чи обслуговуванням.

Обираючи послуги зв'язку споживачі перш за все обирають технологію (спосіб передачі даних), потім ціну на послуги, а далі наявність супутніх послуг та імідж. Технології на ринку телекомунікаційних послуг майже ідентичні, тому інтернет-провайдери можуть впливати на параметри послуг лише в рамках власної інфраструктури [4].

Таблиця 1

Інтернет-провайдери м. Харкова, їх послуги та вартість (станом на березень 2018р.)

	Інтернет-провайдери			
	TRIO LAN	УкрТелеком	СтудНет	Campus ISP
Клієнтоорієнтованість	Фізичні і юридичні особи	Фізичні особи	Фізичні та юридичні особи	Фізичні особи (групи)
Вартість за 100Мб/с за місяць в грн. (для фізичних осіб)	150	130	135	129
Вартість за 100Мб/с за місяць в грн. (корпоративне)	200+	-	300 2000 (безліміт)	500
Послуга підключення(грн)	100	1	50	0
Вартість внутрішньої зміни тарифів (в грн.)	На вищу швидкість: 0 На нижчу: 0	На вищу швидкість: 0 На нижчу: 20	На вищу швидкість: 0 На нижчу: 20	На вищу швидкість: 0 На нижчу: 20
Наявність акцій	-	Інтерактивне ТВ Роутер за 1 грн Знижка на перші 6 місяців	Використання супутніх послуг з пільгою в 50 % від вартості (за 1 раз на місяць)	Приведи друга- отримай знижку 50% на місяць
Супутні послуги	Внутрішнє обслуговування Ремонтні роботи	Внутрішнє обслуговування Супутні послуги	Внутрішнє обслуговування Ремонтні роботи Супутні послуги	Внутрішнє обслуговування

Як показано в таблиці 1, клієнтоорієнтованість в одному районі міста різниться.

Серед локальних інтернет-провайдерів ефект зниження витрат на переключення використовують УкрТелеком та Campus, при цьому останній запропонував ціну нижче середньо-ринкової та безкоштовне підключення.

Campus використовує відгуки своїх клієнтів, для залучення нових користувачів, підкріплюючи їх знижкою в 50% від вартості послуг на місяць. УкрТелеком же використовує рекламу та акції з довгостроковою перевагою для нових користувачів. Із наявних в таблиці 1 інтернет-провайдерів, до двох можна переключитися без витрат.

В довгостроковій перспективі, тільки в Укртелекома ще є супутні послуги обслуговування, тому, щоб переманити та утримати користувачів, використати лише безкоштовне підключення буде замало.

Таким чином, для того щоб використати ефект витрат на переключення та завоювати новий сегмент ринку необхідно прибігти до комплексу маркетингових заходів:

1. Підключення має бути безкоштовним;
2. Наявність супутніх послуг;
3. Ціна на інтернет-послуги не вище середньо-ринкової;
4. Комунікаційна політика має бути направлена на легкість переключення.

Проте, для того, щоб утримати своїх існуючих клієнтів, слід дотримуватись відкритої цінової політики та розширювати власний спектр надання послуг з додатковим обслуговуванням, інформувати користувачів про наявність цих послуг та їхню вартість.

#### **Список використаних джерел:**

1. WordPerfect Office // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/WordPerfect\\_Office](https://uk.wikipedia.org/wiki/WordPerfect_Office).
2. Чинники, що визначають цінову чутливість споживачів // ВУКЛІВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buklib.net/books/23434/>.
3. Ефект витрат на переключення марки // Учбові Матеріали для студентів і школярів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://um.co.ua/7/7-3/7-39369.html>.
4. Самодуров А. М. Оцінка конкурентного середовища телекомунікаційної сфери за методикою М. Портера / А. М. Самодуров // Сучасна конкуренція. – 2012. - № 2(32) .– 70 с.

УДК 330.3

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Непша О.В.**

**Науковий керівник:**

**Лісовицький В. М. кандидат економічних наук, професор  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

На даному етапі розвитку суспільства рівень конкурентоспроможності країни визначається наявністю інновацій та впровадження їх у виробництво і повсякденне життя людей. Таким чином, вони стають об'єктом бажання кожного підприємця, який думає про майбутнє і про прибутковість своєї справи, що безпосередньо демонструє дію «невидимої руки». Але також залишається дуже важливим питання про наявність інвестицій для їх фінансування.

Важливо відзначити, що для залучення інвестицій як на макrorівні (зовнішні інвестиції), так і на мікрорівні (всередині країни) важливу роль відіграють такі чинники як: технологічний уклад країни, інвестиційний клімат, інфраструктура інноваційного підприємництва країни, а також державне регулювання інвестиційної сфери [1, С.254].

Ергардт О.І. каже, що «інвестиційна привабливість підприємства - це індикатор сукупної цінності підприємства, що представляє собою набір об'єктивних і суб'єктивних характеристик, необхідних для задоволення інтересів всіх учасників інвестиційного процесу і дозволяє охарактеризувати його перспективність і враховує сукупний вплив факторів» [2].

Перш за все, розглядаючи перспективу фінансування в інноваційну діяльність, перше що приходиться в голову - це ризики. Дійсно, ризикованість таких проектів дуже висока, але тим не менш, той хто не ризикує, ніколи не буде попереду конкурентів. Виділимо основні ризики інноваційної діяльності: помилковий вибір інноваційного проекту, відсутність фінансування, погані поставки технологічних ресурсів, поява непередбачених витрат, недостатній рівень кваліфікованого кадрового забезпечення та останній - забезпечення прав власності на інноваційний проект [3, С.42]. Кожен з цих ризиків може привести до фатальних наслідків для підприємства.



Не можна залишити без уваги проблему патентування інноваційних продуктів. У наш час патентування може здійснюватися як на національному рівні, так і на міжнародному, за допомогою міжнародних патентних відомств. Дана процедура досить витратна як з точки зору матеріальних ресурсів, так і за часом. У разі патентування на міжнародному рівні, патент поширюється на країн-учасниць даного відомства і діє на їх території. Процедура патентування в разі отримання Європейського патенту включає в себе кілька стадій: подача патентної заявки, формальна експертиза, патентний пошук, публікація заявки, експертиза по суті, видача європейського патенту.

Таким чином, можна зробити висновок, що інвестування в інноваційну діяльність має як свої привабливі сторони, у вигляді отримання високого прибутку і підвищення конкурентоспроможності підприємства, так і негативні - дуже велика кількість ризиків. При цьому важливо пам'ятати, що для держави стимулювання інноваційної діяльності є ґрунтовно важливим аспектом розвитку країни, так як результати інноваційної діяльності не тільки підвищують конкурентоспроможність країни на світовому рівні і збільшують обсяг ВВП, а й привернуть увагу зовнішніх інвесторів і сприятимуть виходу розвитку держави на якісно новий рівень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Горфинкель В. Я., Падюк Т.Г. Инновационное предпринимательство: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - М.: Юрайт, 2015. - 523 с
2. Эргардт О.И Анализ и оценка инвестиционной привлекательности предприятия, 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://journal.asu.ru/index.php/ec/article/viewFile/983/657>
3. Голубев А.А. Экономика и управление инновационной деятельностью: Учебное пособие. — СПб : СПбГУ ИТМО, 2012. — 119 с.

УДК 658.788.4

## **СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ**

**Петрикєєва Т.О.**

**Науковий керівник: Мозгова Г.В., к. е. н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

У сучасному конкурентному середовищі інноваційна діяльність є невід'ємною частиною комерційного успіху підприємства на ринку. Один із засобів завоювання симпатії споживачів - застосування інноваційної упаковки товарів.

Упаковка товару - виріб, який зберігає товар від якісних і кількісних втрат в процесі його зберігання та транспортування [1].

Упаковка - це засіб або комплекс засобів, що забезпечують захист продукції від пошкоджень і втрат, а навколишнє середовище - від забруднень, і полегшують процес обігу [1].

Упаковка виконує ряд функцій [2]:

- 1) містить товар і зберігає його від пошкоджень;

- 2) запобігає забрудненню товаром навколишнього середовища;
- 3) створює оптимальні одиниці для продажу і споживання товару;
- 4) полегшує транспортування і зберігання товару;
- 5) звертає увагу до товару, його рекламування;
- 6) описує товар;
- 7) формує імідж торгової марки і виробника;
- 8) захищає товари від підробок;
- 9) сегментує ринок.

Сучасні споживачі вимагають від упаковки продукції зручності і вирішення дрібних проблем.

Щоб налагодити контакт зі споживачем у сучасному світі багато брендів використовують такі напрямки у створенні упаковки:

1) Мінімалізм. Упаковка повинна бути простою, але цікавою, мати «родзинку». Наприклад, деякі бренди використовують однотонну упаковку з маленькою етикеткою посередині. Тепер потрібно приділяти більше увагою не дорогим матеріалами, а дрібним деталям.

2) Близькість до природи. Все більше компаній звертають увагу на екоматеріали, які швидко розкладаються. Екологічність – один із трендів в розробці упаковки.

3) Ретро стиль. Каліграфічні написи на етикетках, скляні пляшки «під старовину» затребувані.

4) Ручна робота. Споживачам подобається товар, який вважається ексклюзивним. Напис «Зроблено в ручну» на упаковці - це престижно. Купуючи такий товар, споживач ніби долучається до світу обраних

5) Індивідуальний підхід. Як приклад можна привести банки Соса-Сола з іменами. Динамічні логотипи - це сучасність дизайну упаковки.

6) Персоналізація упаковки. Ще один яскравий тренд, для якого характерно об'єднання декількох маркетингових інструментів - упаковки і бренд-персонажа. Товар наділяється характерним героєм, який сприймається одним цілим з продуктом. Часто подібним упаковок притаманний гумористичний відтінок.

Один з основних параметрів, що визначають якість упаковки - це її дизайн.

Дизайн упаковки - один з головних компонентів успішного бренду. Він не тільки доносить до споживача саму суть бренду і його позиціонування, але і допомагає вибудувати правильну комунікацію бренду з споживачем. Тобто, за допомогою зрозумілих споживачеві візуальних символів, дизайн відображає побажання і очікування споживача щодо продукту[3].

Дизайн упаковки повинен дотримуватися принципів так званого ланцюжка маркетингових переваг [3]:

1) Упаковка - не реклама. Упаковка - практично єдиний засіб комунікації, який споживач сприймає позитивно і лояльно (на відміну від реклами), тому варто інвестувати кошти в якість упаковки, а не в рекламу;

2) Охоплення споживчої аудиторії - пакування звернене до всіх потенційних споживачів, на відміну від реклами в ЗМІ або зовнішньої реклами, яку може побачити далеко не кожен споживач;

3) Прийняття остаточного рішення про покупку продукту споживачем найчастіше відбувається саме в магазині, тому привабливий дизайн упаковки відіграє одну з головних ролей;

4) Дизайн упаковки відіграє вкрай важливу роль для брендів, які не мають великих рекламних бюджетів, а також для імпульсних і нейтральних категорій товарів.

В процесі проектування упаковки дизайнеру необхідно враховувати багато аспектів: властивості товару, технологію виготовлення упаковки, матеріал, умови транспортування і зберігання товару, можливість вторинної переробки.

Матеріально-конструктивні завдання, що стоять перед упаковкою, включають в себе наступні функції: утилітарну; технологічну; екологічну.

На сьогоднішній день з'явилося безліч сучасних матеріалів, що сприяють як підвищенню зручності використання упаковки, так і виконання екологічної функції. За допомогою переробки вторинного поліетилену отримуємо пакувальні плівки, пакети, різні тари без шкоди навколишньому середовищу та зі значною економією фінансів. Крім того, необхідно проектувати безвідходні (маловідходні) і замкнуті технологічні цикли, що зводять до мінімуму викиди і скиди шкідливих та забруднюючих речовин у навколишнє середовище, впроваджувати наукоємні виробництва, що в результаті сприятиме підвищенню конкурентоспроможності кінцевого продукту.

Таким чином, для ефективного використання екологічних принципів необхідно поставити і вирішити наступні завдання [4]:

1) Використання системи роздільного збирання відходів виробництва, тари та упаковки з подальшим цільовим використанням;

2) Впровадження нових технологій, що передбачають використання вторинної сировини для вироблення матеріальних ресурсів, придатних для виробничої діяльності підприємств;

3) Використання у виробництві екологічно безпечних пакувальних матеріалів, особливо у випадках, коли переробка відходів неможлива або ускладнена.

Головне завдання будь-якої торгової марки побудувати систему комунікації з певною цільовою аудиторією. Однак, найважливішою складовою дизайн-проекування упаковки є ідея, основна думка, концепція, які розробляються на основі чітко сформульованого технічного завдання та технічних нормативів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інновації в дизайні упаковок [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://open.kmbs.ua/ua/articles/13137/temp>

2. Журнал для виробників та споживачів тари і упаковки [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://upakjour.com.ua/ru/arhiv.html>

3. Дизайн пакування [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://socialism.com.ua/ua/servicedescription/93-dizayn-pakuvannya.html>

4. ENERGYLOGIA. Энергоэффективные решения для дома и бизнеса [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://energylogia.com/category/pererabotka/>

## СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

**Подлипян І.В.**

**Науковий керівник: Рахман М.С., к. е. н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

Ефективне функціонування та розвиток галузі сільського господарства в умовах зтяжних аграрних трансформацій потребує здійснення ґрунтовних досліджень кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції, тому що забезпечують отримання об'єктивної інформації про стан, тенденції розвитку, проблемні аспекти ринку сільськогосподарської продукції, що сприяє отриманню конкурентних переваг та мінімізації ризику внаслідок здійснення господарської діяльності, а також обрати відповідний сегмент ринку, ринкову нішу, встановити оптимальні ціни на вироблену сільськогосподарську продукцію.

Дослідження ринкової кон'юнктури відбувається на основі вивчення та аналізу виробництва, попиту і пропозиції та їх співвідношення; наявності товарних запасів; умов здійснення торгівлі, аналізу цін та акцентуванні прогнозів щодо подальшого розвитку тенденцій ринку, бо на їх основі товаровиробники розробляють власну стратегію і тактику здійснення господарської діяльності.

Випуск сільськогосподарської галузі за 2012–2016 рр. зріс у 2,4 рази до 637791,0 млн. грн. [1]. Особливістю сучасного аграрного виробництва є перевага сільськогосподарських підприємств України у рослинництві, а у тваринництві – господарства населення, про це свідчить зростання виробництва продукції рослинництва за 2012-2016 рр. у 2,8.

В останні роки Україна зайняла позицію перспективного учасника світового аграрного ринку, зважаючи на наявний природно-економічний потенціал. В результаті аналізу зовнішньоекономічних показників галузі сільського господарства експорт товарів переважає над імпортом, у січні 2018 р експорт склав 1412,5 млн. дол. США, а імпорт 394,4 млн. дол. США (рис. 1). Зменшення обсягів експорту спостерігаються у 2015-2016 рр. що відповідає темпам зросту у 97,8 та 87,4 %. З 2014 р. скоротилися й обсяги імпорту сільськогосподарської продукції з 6059,3 млн. дол. США до 3484,4 – 4299,3 млн. дол. США[1].

В товарній структурі експорту сільськогосподарської галузі протягом 2013–січня 2018 рр. переважає продукція рослинництва, яка становить понад 50,0 % загального обсягу, майже чверть становлять жири та олії рослинного походження, готові харчові продукти становлять від 15,9 % у 2017 р. до 21,0% у 2013 р. У товарній структурі імпорту понад 40,0 % припадає на готову продукцію галузі та 30,0–38,5 %% на продукти рослинного походження, скорочення статті «Живі тварини; продукти тваринного походження» скоротилася з 23,1 % у 2013 р. до 17,2 % з 2017 до січня 2018 р.

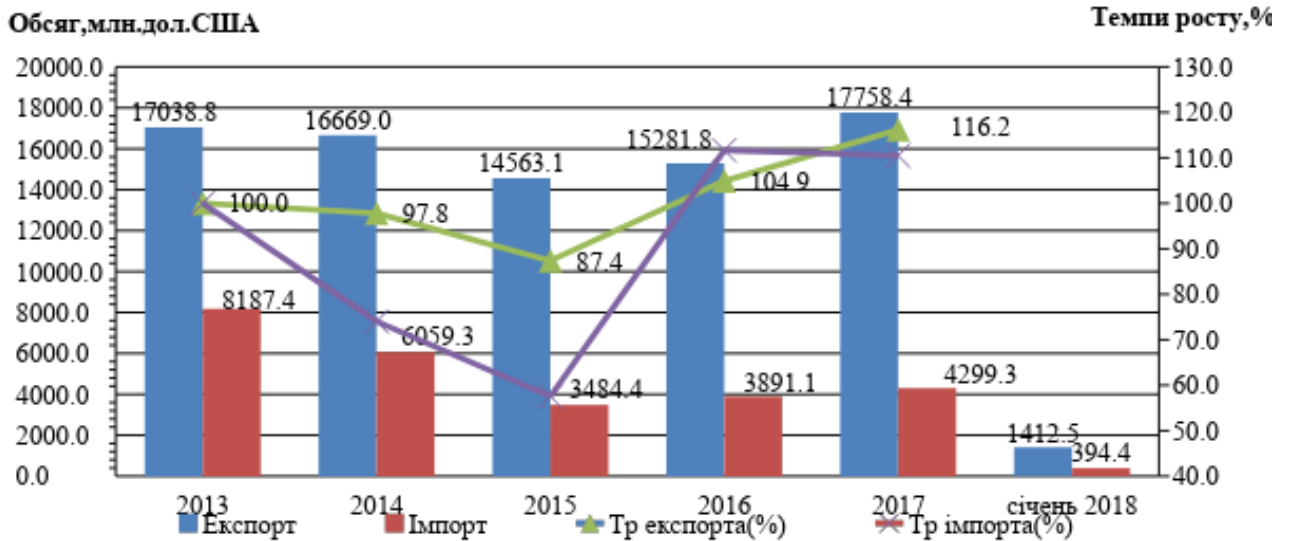


Рис. 1. Зміни у структурі експорту-імпорту обсягів сільськогосподарської продукції України (ліва шкала, у млн. дол. США) та їх динаміка (права шкала, у %) за 2014-2018 рр., (побудовано автором за джерелом [1])

Товарна структура експорту-імпорту сільськогосподарської продукції України за січень 2018 р представлена на рис. 2. Попит на сільськогосподарську продукцію на світовому ринку високий, і Україна має шанси посісти важливе місце на цьому ринку. До головних країн-експортерів належать країни ЄС, Європи та Азії та Інші, з якими відбувається активне співробітництво на ринку.

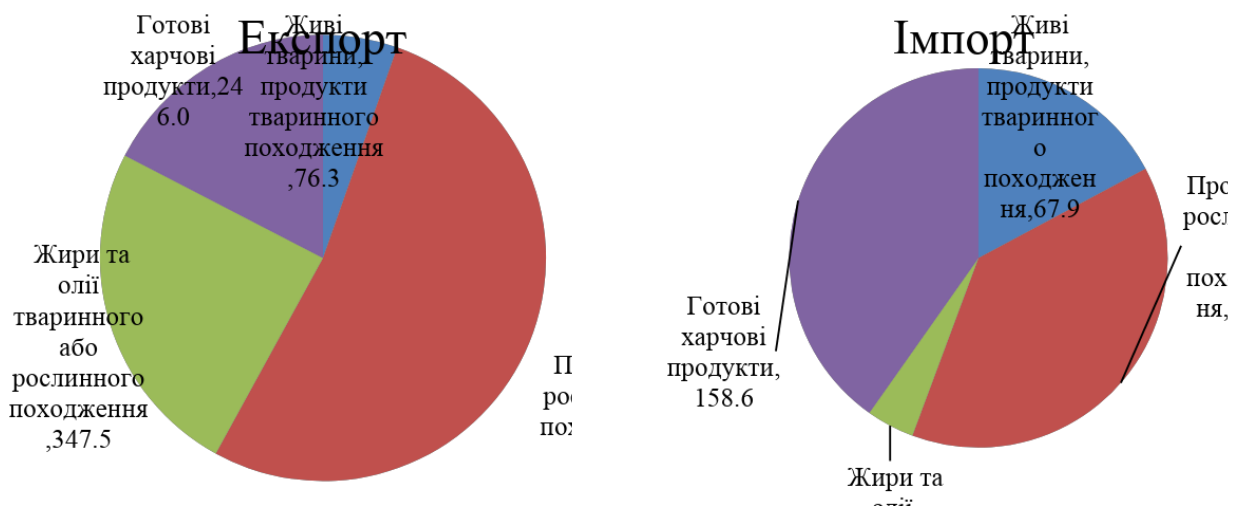


Рис. 2. Товарна структура експорту-імпорту сільськогосподарської продукції України за січень 2018 р., у % (побудовано автором за джерелом [1])

За результатами обстеження сільськогосподарських підприємств виявлено очікування респондентів щодо стану їх ділової активності на I квартал 2018р. порівняно з попереднім кварталом (рис. 3). Ділова активність на I квартал 2018р. очікується у розмірі -16,5%. За результатами розрахунків Державної служби статистики України по рослинництву очікується різкий спад у розмірі -33%, в порівнянні з IV кварталом 2017р. – -5%, обумовлений сезонністю сільського господарства [1–2]. По тваринництву прогнозують

підвищення у розмірі 0%, в порівнянні з IV кварталом 2017р. – -13%, що характеризується сезонністю виробництва та економічною доцільністю.



Рис. 3. Очікування зміни обсягів виробництва продукції сільського господарства у I кварталі 2018р. (побудовано автором за джерелом [1])

Таким чином, сільське господарство є і залишиться актуальним та пріоритетним видом діяльності, а галузь на відміну від промисловості має позитивну динаміку розвитку. Для вирішення більшості проблем, а також використання в повному обсязі потенційних можливостей АПК України та максимальної реалізації аграрного потенціалу країни, українське сільське господарство потребує додаткового припливу інвестицій. Без залучення значних коштів вітчизняних і зарубіжних інвесторів нарощувати виробництво сільськогосподарської продукції буде важко. Тому потрібні реформи, які б стимулювали надходження інвестицій в аграрний сектор. Є серйозні передумови для суттєвого розширення експорту української сільськогосподарської продукції і значний резерв нарощування присутності на ринках країн Африки, Близького Сходу та Азії, серед яких найбільш перспективними є Японія, Південна Корея, В'єтнам, Пакистан, Бангладеш, Ірак та Китай.

#### Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс].– Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (дата звернення 24.03.2018) – Назва з екрана.
2. Аграрний фонд. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua> (дата звернення 24.03.2018) – Назва з екрана.
3. Потіха А. Сільське господарство в економічній системі України [Електронний ресурс] / А. Потіха. – Режим доступу: <http://nbuvfiar.gov.ua/> (дата звернення 24.03.2018) – Назва з екрана.
4. Рахман М. С. Общая теория статистики: опорные материалы к занятиям: / М.С. Рахман. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2012. – 96 с.
5. Рахман М. С. Статистика рынка товаров и услуг: учебное пособие / М. С. Рахман. - Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2013. – 178 с.

## ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙ

**Рапінчук К.В.**

**Науковий керівник: Мозгова Г.В., к.е.н.**

**Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

На сьогоднішній день, завдяки стрімкому розвитку технологій виробництва та самого процесу просування, споживачі мають величезний вибір нових товарів та послуг, асортимент котрих розширюється з блискавичною швидкістю. В таких умовах компанії вимушені все частіше використовувати в своєму бізнесі інновації, щоб мати змогу виділитися з числа конкурентів і стати унікальними в очах споживачів.

Традиційні інструменти маркетингу все частіше викликають недовіру, і основні причини зниження їх ефективності наступні:

- 1) перенасичення традиційних каналів комунікації рекламними повідомленнями, щоробить важким донесення їх до споживача;
- 2) посилення конкуренції на фоні постійного збільшення кількості брендів, , при тому що кількість виробників – зменшується. Більш сильні компанії поглинають конкурентів;
- 3) скорочується життєвий цикл товарів, знижується порогова вартість створення нового бренду;
- 4) в наслідок стрімкого розвитку технологій формується культура «одноразового» використання – товари, що раніше відносилися до категорії довгострокового використання зараз легше замінити, ніж ремонтувати;
- 5) надмірна фрагментація ринків. Кількість вузьких товарних категорій розширюється настільки, що прибуток з сегменту може не перекривати інвестиції;

Створення інновацій дасть виробникам можливість уникнути цих проблем, притаманним традиційному маркетингу, бо в результаті створення інноваційних категорій товарів створюються нові способи задоволення існуючих потреб, завдяки чому буде реалізовано економічні інтереси і виробника, і споживача.

Термін латеральний маркетинг походить від латинського (*lateralis* – бічний, *latus* – пліч, сторона). В основі латерального маркетингу особливий вид мислення – латеральне (*lateralthinking*) – це метод нестандартного, творчого підходу і рішення задач.

Латеральне мислення шукає вирішення важких проблем за допомогою незвичайних методів або використання елементів, які ігноруються звичайним логічним мисленням.

Головний метод латерального маркетингу – це латеральний зсув . Це підхід, що дозволяє поглянути на вже існуючі продукти і ринки під іншим кутом зору, зробити крок на основі припущень, що можуть здаватися абсурдними, але завдяки яким створюється дещо принципово нове і перспективне.

Зазвичай компанії застосовують латеральний маркетинг в одному з трьох напрямків:

- 1) Латеральний маркетинг на рівні товару. Він передбачає зміну суті товару. При цьому годинник залишається годинником, іграшка – іграшкою, але з'являється новий спосіб використання – змінюється місце, час, ситуація застосування.

2) Латеральний маркетинг на рівні ринку. У цьому випадку компанія не змінює свій товар, а шукає потребу, яку міг би задовольнити існуючий продукт, але яка раніше не розглядалася.

3) Латеральний маркетинг на рівні комплексу маркетингу передбачає відхід від існуючих способів презентації товарів чи послуг споживачу. Базується він на змінах у товарній політиці та політиці ціноутворення, збуту, комунікацій.

На рівні товару латеральний маркетинг застосовується до елементів товару одним із шести методів: заміна, виключення, комбінація, зворотний порядок, гіперболізація; інверсія. Як приклад – мобільний телефон (методом «виключення» з дротового телефону утворився бездротовий); методом «комбінація» із звичайного шоколадно яйця було створено Кіндер-Сюрприз, що поєднує в себе функції солодоців та іграшок одночасно; методом «гіперболізація» утворилися багаторазові контактні лінзи (ідея, що ті самі лінзи можна вдягати кожен день).

Ринок характеризується такими вимірами, як потреби, цільові групи і обставини споживання (місце, час, ситуація і емоційний досвід). Таким чином, на рівні ринку необхідно замінити один із вимірів ринку таким, що раніше не брався до уваги. Яскравий приклад - аспірин фірми Bayer. Як засіб зняття болю, він відчував жорстку конкуренцію з боку безлічі інших виробників. Але на основі наукових досліджень, які показали, що аспірин може знижувати ризик серцевих нападів, компанія почала просувати його для абсолютно нової групи споживачів.

Латеральний маркетинг на рівні маркетинг-міксу передбачає нові форми ціноутворення, розміщення і просування. Наприклад, кафе, у якому ви оплачуєте не спожиті продукти, а проведений час, є новою формою ціноутворення. Продаж пілососів агентами, що ходять по квартирах пропонуючи товар, є новою формою просування та збуту.

Отже, латеральний маркетинг – це ефективний інструмент, за допомогою якого підприємство може підвищити конкурентоспроможність своїх товарів та послуг завдяки своєрідній «творчості», заганій у рамки алгоритму. Латеральний маркетинг допомагає підкреслити саму суть ефективного використання маркетингу на підприємствах та природу його креативності.

Підприємства, які використовують латеральний маркетинг у практиці ведення бізнесу завжди попереду своїх конкурентів. Використання латерального маркетингу можна описати як прорив у бізнесі, оскільки він передбачає створення нового, непоєднуваного, креативного, що в сучасному світі є досить важливим елементом існування та стабільного розвитку підприємств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Антипов, А. Ю. Інноваційна діяльність як фактор конкурентоспроможності фірми / А.Ю. Антипов, А.А. Балашов // Маркетинг і маркетингові дослідження. – 2009. – № 3.
2. Паламарчук О. Є оригінальні ідеї? [Електронний ресурс] / О. Паламарчук, Є. Ступак. – 2008. – Режим доступу: <http://open.kmbs.ua/ua/articles/13166/temp>.
3. Следзь С. Раніше підручники з маркетингу – нині музейні експонати // Дзеркало тижня. – 2010. – № 20.



## ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ З ЄС ТА ПРОЕКТ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Сашкова А.О

Науковий керівник: Рахман М. С. к.е.н., доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Міжнародна торгівля є одним з найважливіших засобів розвитку світової та національної економік, оскільки на сучасному етапі розвиток більшості країн залежить від ступеня їх інтеграції в міжнародну торгівлю, а Європейський союз є найбільшим регіональним ринком, тому дослідження проблем економічної співпраці України з ЄС в контексті широкого та сприятливого доступу продукції вітчизняних підприємств до ринків європейських країн ЄС набуває все більшого значення.

Особливості зовнішньоекономічної діяльності Європейського Союзу з Україною вивчали такі вчені, як: Єременко І., Копійка В., Резникова Н., Філіповська О., Шаров А., Шенаєв В., Шинкаренко Т., Шумський М. та інші. Водночас, не всі аспекти проблеми висвітлені достатньо, тому метою дослідження є визначення сутності економічних зв'язків ЄС з країнами Центральної Азії [1].

Забезпечивши відкритість своєї економіки, Україна повинна увійти у світове господарство, знайти свою нішу у міжнародному поділі праці, посісти там належне місце. Але слід враховувати, що інтегрування у західноєвропейський економічний простір - не проста справа, оскільки світовий ринок уже давно поділений між найбільшими транснаціональними корпораціями, фірмами провідних промислових держав. Західні країни цікавлять сировинні галузі, вони об'єктивно не можуть бути зацікавленими в інвестиціях у наукоємне і капіталоємне виробництво в країнах СНД оскільки це веде до створення потенційних конкурентів на світових ринках. До того ж наша готова українська продукція не відповідає прийнятим у світі стандартам [2].

Незважаючи на всі труднощі та економічні перешкоди, відносини між Україною та ЄС завжди прямують до зближення в тому чи іншому ступені. Це проявляється як в торгово-економічному, так і в інвестиційному чи політичному аспектах. Негативні сторони та перспективи торгівлі України з ЄС указані в табл. 1. [3]

Таблиця 1.

Негативні сторони та перспективи торгівлі України та ЄС

Негативні сторони	Перспективи
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Збільшення конкуренції для українських підприємств;</li> <li>○ банкрутство неконкурентоспроможних фірм;</li> <li>○ зростання затрат фірм для пристосування до правил ЄС, збільшення витрат на пристосування законодавства України до законодавства Європейського Союзу;</li> <li>○ фіксування збільшення сировинних та низько технологічних товарів у експорті України;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Збільшення експорту;</li> <li>○ нагромадження інвестицій;</li> <li>○ створення європейських знань, антикризових програм;</li> <li>○ приріст ВВП;</li> <li>○ покращення механізму експорту та сальдо платіжного балансу;</li> <li>○ збільшення галузей, що будуть розвиватися як експорт орієнтовані;</li> <li>○ зміна рівня безпеки у сфері енергетики та</li> </ul>

озбільшення від'ємного сальдо щодо торгівлі України та ЄС.	зниження енергозалежності держави; ○пришвидшення збільшення добробуту населення.
--	---

Європейське співтовариство посідає друге місце в структурі зовнішньої торгівлі України. Обсяг експорту товарів та послуг України у 2017р. становив 52329,6 млн. дол. США (рис. 1), імпорту – 54955,0 млн. дол. США. Частка країн ЄС в експорті становила 40,5%, в імпорті – 41,9%. Сальдо зовнішньої торгівлі товарами у 2017 р. від'ємне (–3261,3), а послугами позитивне – 826,6 млн. дол. США [4].

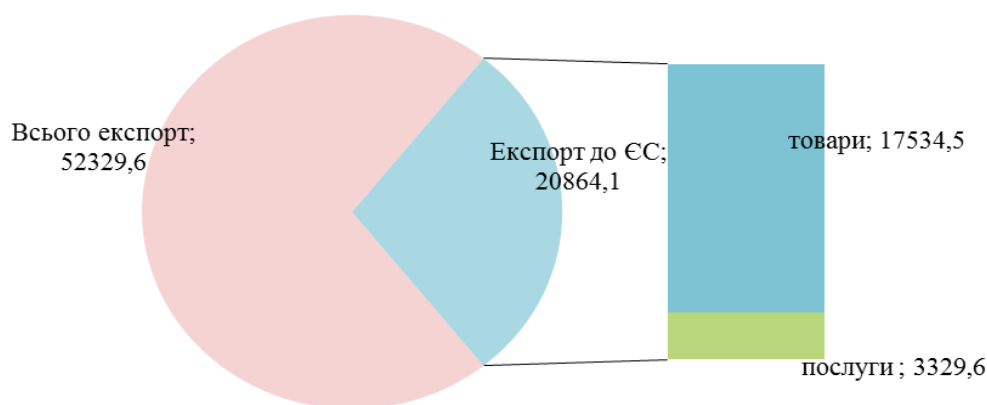
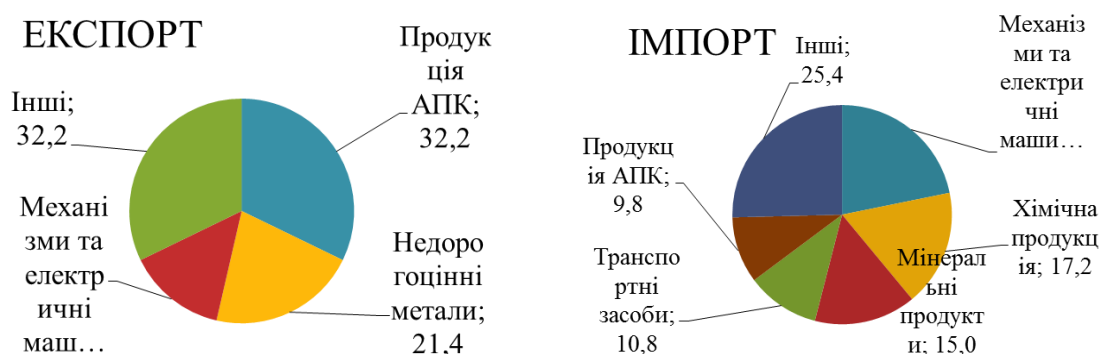


Рис. 1. Структура експорту товарів та послуг України у 2017 р.

Найбільші обсяги експорту до країн ЄС склали продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості – 32,2% від загального обсягу експорту, недорогоцінні метали та вироби з них – 21,4%, у т.ч. чорні метали та вироби з них – 20,2%, механічні та електричні машини – 14,2% (рис. 2). Найвагомійші обсяги імпорту товарів із країн ЄС склали механічні та електричні машини – 21,8% від загального обсягу імпорту, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості – 17,2%, мінеральні продукти – 15,0%, засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби – 10,8%, товари агропромислового комплексу та харчової промисловості – 9,8% [4].

Найбільші обсяги припадали на транспортні послуги – 36,9% від загального обсягу експорту послуг країнам ЄС, з переробки матеріальних ресурсів – 24,7%, у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні – 19,0% та ділові – 12,7% (рис. 3).



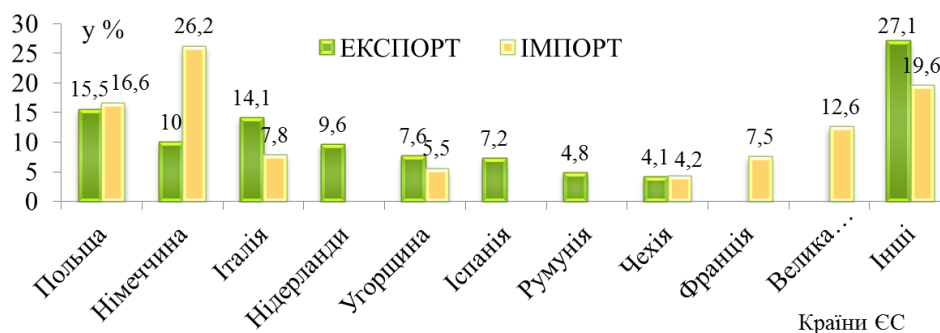


Рис. 2. Структура торгівлі товарами України з країнами ЄС за 2017 рік, у %

У 2017р. експорт послуг до країн ЄС збільшився порівняно з 2016р. на 10,8%, імпорт – на 3,4% . В імпорті послуг переважали транспортні послуги – 26,7% від загального обсягу імпорту послуг від країн ЄС, ділові – 17,2%, подорожі, – 12,3%, роялті та інші послуги, пов’язані з використанням інтелектуальної власності, – 12,1% та послуги, пов’язані з фінансовою діяльністю, – 10,2% [4].

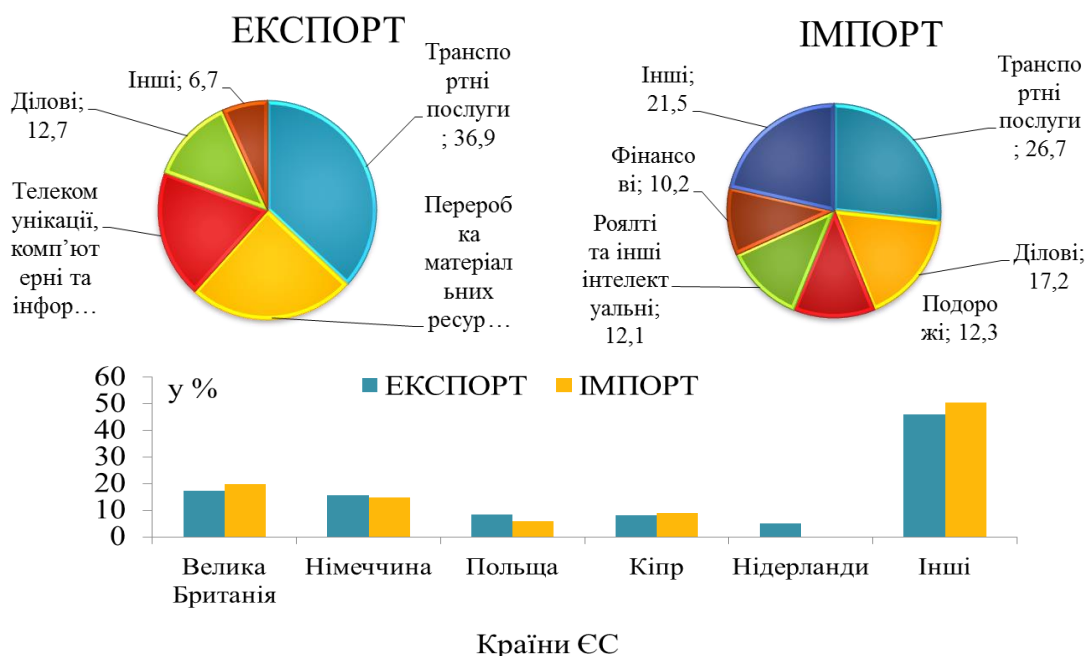


Рис. 3. Структура торгівлі послугами України з країнами ЄС за 2017 рік, у %

У майбутньому очікується налагодження тісніших зав’язків України з ЄС та збільшення обсягів експорту з України до країн Європейського Союзу. Дана тенденція зображена на Рис. 4.

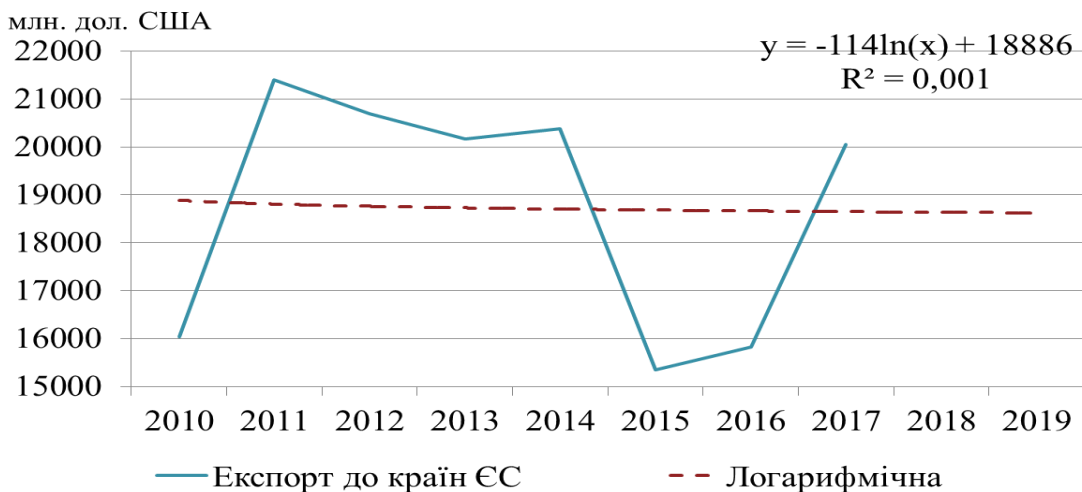


Рис. 4. Прогнозна модель обсягів експорту товарів та послуг до ЄС на 2018–2019 рр., млн. дол. США

**Висновки та пропозиції.** Відносини України та ЄС згодом стають все тіснішими. Серед рекомендацій щодо покращення міжнародної торгівлі України з ЄС можна виділити наступні. Для України дуже важливо збільшувати експорт високотехнологічних товарів та послуг, які будуть обумовлювати тип міжнародної конкурентоспроможності. Україні потрібно формувати високотехнологічний тип конкурентоспроможності та зменшувати розриви у рівнях патентування, роялті, ліцензійних платежів.

Для ефективного регулювання торгівлі українських підприємств на ринку ЄС, треба зменшувати тіньовий характер економіки, аби не відбувався нелегальний експорт капіталу через маніпулювання вивозу капіталу та відхилення від аналогів через спеціальне заниження митної вартості товарів. Треба забезпечувати виконання головними органами виконавчої влади адаптацію нашого законодавства щодо законів ЄС. Україні треба зменшити доступ своїх громадян на ринки праці ЄС, аби робоча сила працювала на ринку своєї держави. В Україні головною повинна стати стратегія щодо розробки регіональних програм розвитку експортного потенціалу конкурентоспроможних галузей, Треба підвищувати випуск високотехнологічної продукції, що дасть змогу мати позитивне сальдо у торгівлі з країнами ЄС [3].

#### Список використаної літератури:

1. Відносини Україна-ЄС [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. - Режим доступу : <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua> (дата звернення 23.03.2018) – Назва з екрана.
2. Закон України [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу : <http://search.ligazakon.ua> (дата звернення 23.03.2018) – Назва з екрана.
3. Зовнішньоекономічна діяльність України на шляху інтеграції в ЄС [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua> (дата звернення 24.03.2018) – Назва з екрана.
4. Економічна діяльність України [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 24.03.2018) – Назва з екрана.

## **ЕФЕКТИВНІ ЗАСОБИ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЗІ ЗНИЖЕННЯ РИЗИКІВ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ**

**Свеженцев О.О.**

**Науковий керівник: Євтушенко В.А., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна**

Інноваційний розвиток держави є однією з найважливіших характеристик її економічного розвитку, тому що він визначає технологічний рівень економіки країни та її місце у світовій економічній системі: країни-розробника інновацій або країни-споживача інновацій. Країна, яка в світовому розподілу праці є розробником інновацій, суттєво підвищує рівень ВВП та доходів населення, в першу чергу, за рахунок високої доданої вартості всіх інноваційних розробок та товарів. Тому вкрай важливим є проведення виваженої та науково обґрунтованої державної інноваційної політики, спрямованої на усунення системних перепон на шляху створення, удосконалення та впровадження у серійне виробництво інноваційних розробок.

На нашу думку, інноваційна політика держави – це система дій органів державної влади, які спрямовані на організацію та координацію процесу створення, удосконалення та впровадження інновацій заради досягнення найбільш ефективного результату в кількості та якості діючих новітніх технологій. Такий результат досягається системними діями з організації інституційних, фінансових, ресурсних умов для створення та впровадження інноваційних розробок, а також підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів, удосконалення нормативних документів та створення привабливого бізнес-середовища.

Інноваційна діяльність об'єктивно є ризиковою діяльністю, яка має підвищений ризик у порівнянні з ризиком ведення економічної діяльності звичайного типу. Тому в окремих ситуаціях недосконалого розвитку інноваційної діяльності в країні, державі доцільно грати не тільки регулюючу роль в інноваційній сфері, а також й координаційну роль, щоб пришвидшити темпи розвитку інноваційної діяльності та надати інноваторам допомогу, яку з певних причин вони не отримують від економічних суб'єктів [9].

В Україні прийнято ряд законодавчих актів у сфері інновацій. Це Закони України «Про інноваційну діяльність» [5], «Про індустриальні парки» [8] та інші. На даний момент в Україні діє 29 індустриальних парків, які включені до Реєстру індустриальних парків, та 8 індустриальних парків, які не включені до Реєстру індустриальних парків [4]. Створено Фонд підтримки інновацій та Науково-технічну Раду, які повинні сприяти впровадженню інновацій в економіці [6]. Проте темпи розвитку інноваційної сфери залишаються незадовільними. Частково це викликано дуже обмеженими обсягами іноземних інвестицій в Україну (1,63 млрд.дол. США у 2017-му році). Обсяги освоєння капітальних інвестицій підприємствами України у 2017 році склали 412,8 млрд. грн, з них 69,9% було здійснено за рахунок власних коштів підприємств та лише 5,3% коштів за рахунок кредитних коштів [7]. Тобто наявною є проблема недоступності кредитування для економічних суб'єктів з причин високих відсоткових ставок та високих вимог банків до потенційних позичальників. Частка підприємств, які займаються інноваційними технологіями або впроваджують їх у виробництво, залишається недостатньою. Так, за даними Держкомстату [4], частка підприємств, які займаються інноваційними технологіями складає 17,3% у 2015-му році та

18,9% у 2016-му році. Частка підприємств, які впроваджують інноваційні розробки у виробництво склала 11,5% у 2010-му році, 13,6% у 2013-му році, у 2014-му році – 12,1% та у 2015 році – 15,2%, у 2016-му році 16,6%, проте методика розрахунку цього показника змінилася у 2016-му році, тому не є можливим повною мірою простежити динаміку його зміни [4, 9]. Це – вкрай низькі показники, враховуючи швидкість впровадження інновацій у інших країнах та необхідність підтримання рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників.

Складова податкового стимулювання інноваційних промислових підприємств, які створюють матеріальні інноваційні технології, є недостатньою. До того ж, у розвинутих країнах практикується пільгове оподаткування саме технологічних процесів, інвестицій у науково-дослідні роботи, купівлі, створення нового або модернізації існуючого обладнання та інших процесів. Також розповсюдженими є фінансові гранти або пільгові кредити для інноваційних проектів, сприяння діяльності венчурних фондів тощо.

Для успішної реалізації інноваційної політики важливим є не тільки об'єм інвестицій в розробку інновацій, а й структурна побудова механізму підтримки та реалізації інновацій, організація злагодженої послідовності «освіта-наука-виробництво», яку ширше можна представити наступними етапами дій:

- підготовка спеціалістів зі знаннями у галузі інноваційних науково-технічних сфер;
- організація та сприяння виникненню установ, які можуть створювати інноваційні розробки;
- підтримка інноваційних розробок на етапі їх тестування;
- впровадження найбільш перспективних розробок у тестове серійне виробництво (венчурна діяльність);
- забезпечення комерціалізації та серійного виробництва перспективних технологічних товарів.

Наразі в Україні наявні системні перепони на шляху зростання темпів інноваційної діяльності: зруйнування галузевої науки, що це є однією з причиною імпорту технології з закордону; відсутність впорядкованості системності державної політики в сфері промисловості та інновацій; недоступність інвестиційних та кредитних коштів для реалізації інвестиційних проектів; брак бюджетних коштів, спрямованих на підтримку інноваційної діяльності; неналежна реалізація наявних програм економічного розвитку; необхідність впровадження прозорих механізмів розподілення коштів бюджетів на підтримку найбільш перспективних інноваційних проектів.

В умовах незадовільного стану розвитку інноваційної діяльності доцільно з ініціативи органів державної влади створювати установи «інноваційних інкубаторів», які б мали такі функції з повного супроводження інновацій на їх життєвому циклі, а саме:

- первинна підтримка інноваційної діяльності (залучення інноваційних команд різних форм: наукові колективи, інноваційні підприємства, підприємці-інноватори, створення умов для інновацій);
- фінансова грантова допомога на етапі первинного тестування інновації;
- допомога в патентуванні інновації;
- вторинна підтримка в реалізації інновації: відбір пріоритетних інновацій та залучення венчурного капіталу до втілення перспективних інновацій. У разі вдалого втілення інновації у серійне виробництво частки власності у інноваційному виробництві розподіляються між інноватором, інноваційним інкубатором, венчурним підприємством та інвестором проекту.

В залежності від інституційної форми організації установи, яка розробляє інновації, повинні відрізнятися форми інноваційної політики держави (координаційна або регуляторна) та механізми державної підтримки впровадження інновацій у виробництво (інституційна підтримка; інвестиційні, кредитні кошти; податкові та митні пільги та інші).

Нажаль, на даний момент показники інноваційної діяльності підприємств є низькими та не сприяють підвищенню технологічного рівня розвитку економіки України. Інноваційна політика України має бути системною та науково-обґрунтованою, має включати в себе підтримку інновацій установ всіх типів, забезпечення доступу винахідників до кредитних коштів за помірними та пільговими кредитними ставками (до 5% річних) та сприяти процесу впровадження та комерціалізації інновацій венчурними фондами і приватними інвесторами. Для цього інноваційна політика держави має бути не тільки регулюючою, а також й координуючою. В рамках координаційної ролі інноваційної політики доцільно створювати установи «інноваційних інкубаторів», які б системно підтримували процес створення інновацій на початкових етапах їх життєвого циклу.

#### **Список використаних джерел:**

- 1.Єлец О.П. Державне регулювання інноваційної діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://archive.kpi.kharkov.ua/files/20241/>
- 2.Лісюк В.М. Інноваційна політика – основа модернізації економіки держави / В.М. Лісюк, М.Г. Скрипник // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 1(6). – С.147-152.
- 3.Лебедева Л.В. Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування / Л.В. Лебедева // Ефективна економіка. – 2014. – № 1. –[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2664>.
- 4.Наукова та іноваційна діяльність (1990-2015). Наука, технології та інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
- 5.Закон України «Про інноваційну діяльність». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
6. Гройсман В. Інновації – це важлива передумова економічного розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/volodimir-grojsman-innovaciyi-ce-vazhliva-peredumova-ekonomichnogo-rozvitku>.
7. Інформаційно-аналітичні матеріали щодо інвестиційного клімату в Україні за 2017 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=09ebfb1d-0c58-490b-96dd-453a41285d4b>.
8. Закон України «Про індустриальні парки». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5018-17>.
9. Євтушенко В.А. Інноваційна діяльність як сфера соціальної відповідальності українських підприємств / В. А. Євтушенко, Б. В. Сорін, А. І. Бабощко // Наук. вісник ХДУ. Серія «Економічні науки». – Херсон. – 2016. – Вип.16. – Ч. 1. – С. 9-14.

## СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Сіладі К. Б.

Науковий керівник: Рахман М.С., к.е. н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Зовнішньоекономічна діяльність є необхідним елементом господарської діяльності підприємств, фірм, регіонів та країни в цілому. В умовах становлення ринкової економіки відбулася переоцінка принципів економічного розвитку і як наслідок – зросла роль міжнародного співробітництва.

Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміють сукупність напрямків, форм і методів торгово-економічного, науково-технічного співробітництва, а також кредитних та валютно-фінансових відносин даної країни з іноземними державами з метою ефективного використання переваг міжнародного поділу праці [2].

Головними елементами зовнішньоекономічної діяльності України є показники експорту та імпорту товарів. У 2008 році сальдо становило (–18580926,6) тис. дол. США, а у 2017 році – (–6331896,4) тис. дол. США (рис. 1).

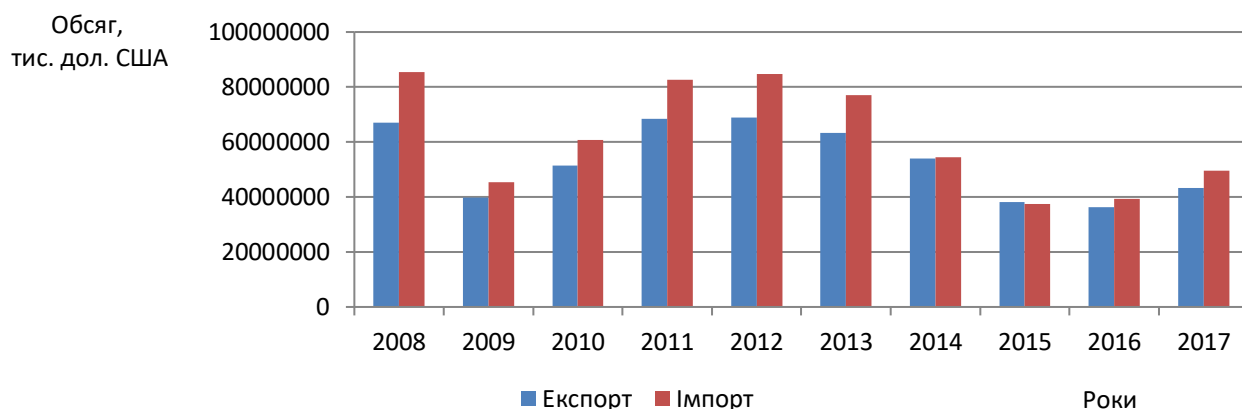


Рис. 1. Динаміка експорту та імпорту товарів України за період 2008-2017 рр., тис. дол. США (побудовано автором за джерелом [1])

Коефіцієнт покриття експортом імпорту у 2016 році становив 0,93%, а у 2017 році – 0,87%.

Провідними статтями експорту товарів України у 2017 році були:

1. Недорогоцінні метали та вироби з них (23,4% від загального обсягу, з них 20,0% - чорні метали)
2. Продукти рослинного походження (21,3% від загального обсягу, з них 15,0% - зернові культури)
3. Жири та олії тваринного походження (10,6% від загального обсягу).

Провідними статтями імпорту товарів України у 2017 році були:

1. Мінеральні продукти (25,2% від загального обсягу, з яких 23,6% - палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки)



2. Машина, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (20,0% від загального обсягу, з яких 11,7% - реактори ядерні, котли, машини, а 8,3% - електричні машини)

3. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (13,2% від загального обсягу).

На сьогоднішній день йде активний інвестиційний розвиток співробітництва між Україною та країнами Європейського Союзу. Головними країнами-імпортерами (експортерами) є: Велика Британія, Німеччина, Кіпр та Польща. Динаміка експорту є досить позитивною, адже у більшості випадків з країнами Європейського Союзу обсяг експорту значно перевищує обсяг імпорту (рис. 2).

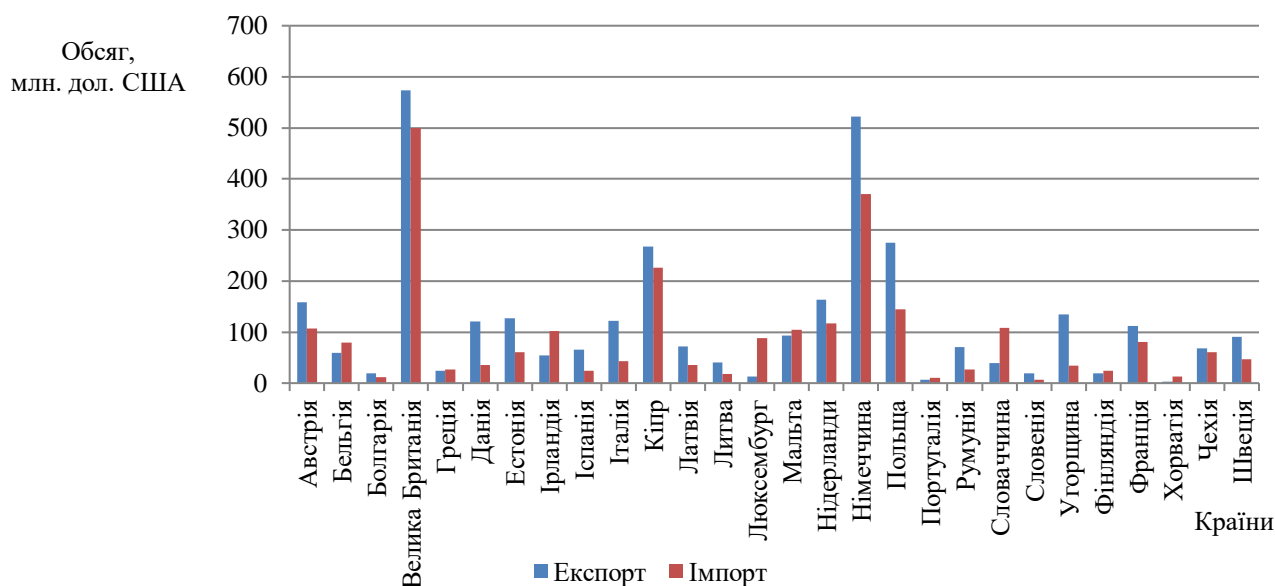


Рис. 2. Зовнішня торгівля України послугами з країнами Європейського Союзу за 2017 рік, млн. дол. США (побудовано автором за джерелом [1])

Перевищення обсягу інвестицій в Україну над обсягом інвестицій з України говорить про те, що іноземні інвестори бачать потенціал та вигідні умови ведення бізнесу саме на території нашої держави за 2010-2017 роки (рис. 3).

Підводячи підсумки, є необхідним надати деякі рекомендації щодо подальшого розвитку зовнішньоекономічної діяльності України. Найголовнішими з яких є:

1. Виробити зовнішньоекономічну політику, яка має перед собою мету розширення та удосконалення традиційного експорту, підвищення конкурентних якостей, високотехнологічний ступінь обробки готових виробів на рівні світових стандартів, зниження долі сировини провідних статей експорту.

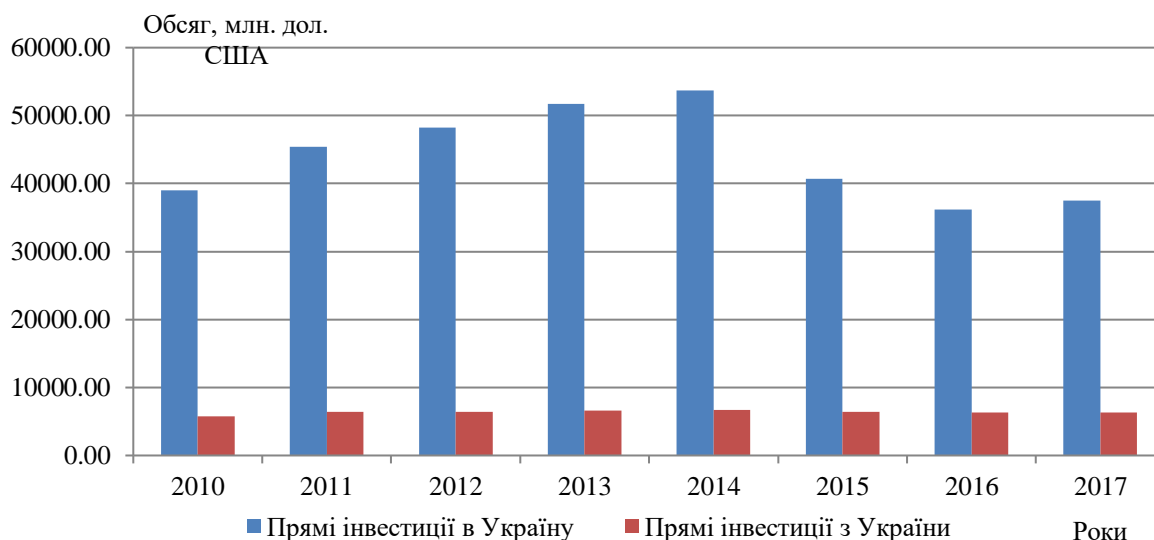


Рис. 3. Прямі інвестиції України з 2010 по 2017 роки (побудовано автором за джерелом [1])

2. Адаптувати та стандартизувати законодавчу базу для спрощення виходу середніх та малих українських підприємців на зовнішній ринок.

3. Гарантувати безпеку та державний захист українських експортерів товарів та послуг.

4. Розвиток внутрішнього ринку повинен бути направлений на зовнішні ринки, шляхом досягнення світових стандартів продукції, що випускається, а також рівня послуг, що надаються.

5. Підготовка спеціалістів у сфері маркетингу та менеджменту для вдалої роботи, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

#### Список використаної літератури:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (дата звернення 28.11.2016) – Назва з екрана.
2. Беляевский И.К. «Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз», учебное пособие, 2002. – 321 с.
3. Рахман М. С. Загальна теорія статистики / М.С. Рахман. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2012. – 90 с.

## МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Смоляга А.О.

Науковий керівник: Мозгова Г.В., к.е.н.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

За 2017 рік український ринок електронної комерції помітно виріс як у відсотках, так і в грошах. Українці все частіше здійснюють покупки в Інтернеті, причому не тільки на традиційних торгових майданчиках, але і в соціальних мережах. Так, зараз в Україні відбувається значне зростання кількості інтернет-магазинів, яке охоплює все нові і нові сегменти ринку від одягу до продуктів харчування. Показники онлайн-магазинів поліпшуються від року до року: e-commerce перебудовується відповідно до очікувань і запитів споживачів, експериментує з форматами, копіює міжнародні моделі бізнесу [1, 2].

Електронна комерція (e-commerce) – це купівля і продаж онлайн товарів та послуг, і в цьому є наступні переваги для споживачів:

- Ціна (за рахунок менш високої собівартості);
- 24x7 підтримка, доступ до вибору товарів звідусіль, можливість порівняти товари і ціни в різних магазинах в будь-який момент;
- Перегляд відгуків, як і можливість їх написання;
- Широке охоплення, розширення ринку збуту без обмежень;
- Залучення широкого спектра методів просування товарів / послуг, інтернет-маркетингу, соціального маркетингу, персоналізації торгової пропозиції [3].

За 2017 рік ринок e-commerce України виріс на 30% і зараз становить 50 млрд грн. Українці найчастіше купують через інтернет одяг і електроніку, на черзі - FMCG-товари і продукти. Зростає кількість споживачів, які вважають за краще покупки онлайн [3]

В таких умовах динамічно розвиваються інструменти інтернет-маркетингу.

Інтернет-маркетинг – мікс включає в себе наступні інструменти і методи:

1. Product (продукт, товар) має бути затребуваним, якісним і конкурентоспроможним, мати «свого» споживача і виправдовувати його очікування. В якості інструменту важливо сформулювати УТП (унікальну торгову пропозицію).

2. Price (ціна) — необхідно регулярно проводити постійний моніторинг цін конкурентів і оптимізувати собівартість.

3. Promotion – основні інструменти: пошукова оптимізація, управління репутацією і популяризація бренду, email-маркетинг, вірусний маркетинг, контент-маркетинг.

4. Place (місце продажу) — сайт, landing page, блог, сторінка в соціальних мережах. В даний час майже не залишилося людей, у яких немає хоча б одного акаунту в соціальній мережі. Це стосується майже всіх соціальних і вікових груп працездатного населення, а отже йдеться про потенційних клієнтів в сегментах будь якого ринку [3].

Соціальна мережа Instagram є оптимальним майданчиком для бізнесу в інтернеті. Так, згідно з даними статистики сервера Instagram на осінь 2017 року щомісяця додатком користуються 800 мільйонів людей, з них 500 мільйонів - щодня; кожену секунду з'являються

тисячі коментарів до більш ніж 40 мільйонів знімків, які публікуються щодня, 8500 одиниць в секунду - швидкість появи лайків до постів [3].

Завдання соціальної мережі в бізнесі:

- Брендинг, популяризація компанії, товару, ідеї;
- Підвищення лояльності до бренду, компанії, товару, робота з негативними відгуками;
- Розширення клієнтської бази, залучення аудиторії;
- Організація продажів;
- Отримання і аналіз зворотного зв'язку;
- Комунікація з аудиторією.

В даний час інформування клієнтів через підписку в соціальних мережах - один з найбільш потужних і ефективних інструментів маркетингової комунікаційної політики.

Ключовий фактор успіху просування в Instagram – це контент. Тому необхідно налагодити систему контент-менеджменту. Чим цікавіше і унікальніше будуть опубліковані пости, тим охочіше їх будуть оцінювати (рис.1.).

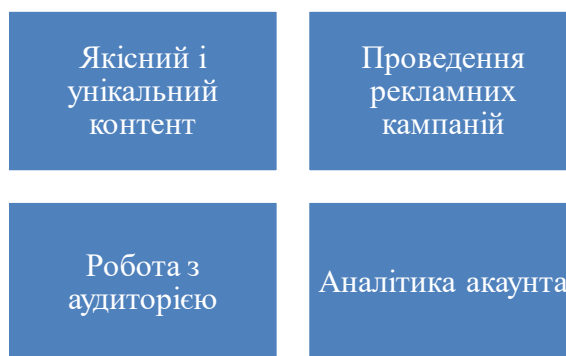


Рис.1. Основні маркетингові інструменти в Instagram

Розглядаючи окремо кожний маркетинговий інструмент для Instagram, можна виділити в них певні засоби і методи забезпечення їхньої ефективної роботи:

1) Контент-план має бути умовно розмежований на продаючий (40%), інформаційний (30%) і залучальний (30%). Продаючий має містити характеристики продукту (послуги), опис його переваг, відеоогляди тощо. Інформаційний контент спрямований на позиціонування магазину не лише як торгового майданчика, але і ресурс з корисною для споживача інформацією: корисні статті про товар або способи його використання, мотивуючі статті. Залучальний контент – це розіграші і конкурси, які мають привернути увагу клієнтів і потенційних клієнтів до магазину.

2) Засоби просування: офіційна таргетована реклама від Facebook (далі - ФБ), massfollow, massliking, взаємний піар, реклама у блогерів, конкурси тощо.

3) Аналітика: статистика в самому додатку Інстаграм, аналітичні дані в рекламному кабінеті на ФБ, допоміжний софт.

4) Робота з аудиторією відбувається через контент (в першу чергу залучальний), а також через сервіси-месенджери, які обов'язково мають бути вказані в акаунті магазину.

Отже, Instagram – це широкі можливості для просування бізнесу і формування його іміджу, а основне завдання маркетингу для бізнесу в цій соціальній мережі полягає у наступному:

- Вірно визначити ЦА;
- Створювати унікальний контент;

- Підтримувати постійний зв'язок з аудиторією;
- Відслідковувати аналітику і відповідно змінювати маркетингову стратегію.

**Список використаних джерел:**

1. Підсумки українського e-commerce за 2017-й рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://allretail.ua/topics/52976/>
2. Електронний рік: підсумки українського e-commerce за 2017-й рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rau.ua/analytics/e-commerce-za-2017/>
3. Електронна комерція (e-Commerce): тренди та прогноз розвитку в Україні на 2017-2018 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.web-mashina.com/web-blog/ecommerce-prognoz-elektronnoi-kommercii-ukrainy-2017-2018>

УДК 330.4

**ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КАСКАДОВ К  
МОДЕЛИРОВАНИЮ ПОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ**

**Тараненко Л.Г.**

**Научный руководитель: Меркулова Т.В., д.э.н., профессор  
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина**

Информационный каскад - ситуация, когда экономический агент, принимая решение, копирует поведение других участников, уже сделавших выбор, игнорируя собственную информацию. Информационные каскады возникают в тех случаях, когда в распоряжении потребителя, отсутствует достоверная информация, тогда он пытается ее определить, наблюдая за действиями других людей. Таким образом, информационные каскады объясняют явление стадного поведения.

Информационные каскады широко распространены в бизнесе, политике, криминалистике и повседневной деятельности, например узнать о политических предпочтениях других людей можно, наблюдая за публичными протестами, демонстрациями и т.п. Проблема заключается в том, что человек будет готов принять решение, аналогичное решениям его предшественников, даже несмотря на то, что доступная ему частная информация рекомендует воздержаться от этого.

Целью работы, которая анонсируется в данных тезисах, является применение теории информационных каскадов к прикладным задачам с учетом фактора случайности при принятии решений экономическими агентами.

Подавляющее большинство моделей, которые существуют, базируются на вероятностной формуле Байеса, где в базовой модели мы имеем:

- экономические агенты поочередно делают выбор из двух альтернатив;
- каждый агент наблюдает за действиями предшествующих его агентов;
- у каждого агента имеется личный сигнал о наступлении некоторого события;
- каждый агент принимает решение о выборе в пользу некоторой альтернативы, если полагает, что она лучше с большей вероятностью, чем вторая.

В этой модели финальное состояние при большом числе участников представляет собой информационный каскад, когда начиная с некоторого участника все последующие выбирают одну и ту же альтернативу, при этом выбор не зависит от получаемого им сигнала.

Первое экспериментальное исследование, подтвердившее возможность формирования информационных каскадов в лабораторных условиях, было проведено Андерсеном и Холтом (1997). Результатом эксперимента, было подтверждение информационных каскадов, почти все участники эксперимента придерживались правила Байеса. Также в течение лабораторных экспериментов, проведенных Хангом и Платтом было показано, что локальный информационный каскад моделировался в 77,5% случаях: участники принимали решения, игнорируя свою собственную информацию, имитируя выбор предыдущих участников.

Наиболее распространенный случай — локальные каскады, которые достаточно быстро сворачиваются; впрочем, практически невозможно точно определить, что подобные короткие последовательности схожих выборов являются каскадами. Таким образом, Байесовский подход не всегда правильно описывает поведение экономических агентов.

С целью адаптации модели информационного каскада, основанной на Байесовском подходе, предлагается включить фактор неопределенности при принятии решения экономическим агентом. Таким образом можно учесть различные экономические и неэкономические (психологические и др.) стимулы, которые оказывают влияние на выбор, однако не нашли отражения в оценках вероятности, используемых в Байесовских формулах.

Математическая реализация предложенного подхода будет проверена методами экспериментальной экономики.

#### **Список использованной литературы:**

1. Коновалов А., Паклина Т. Информационные каскады с участием экспертов: теория и эксперимент / А. Коновалов, Т. Паклина // Научные доклады. – 2010. – С. 40.
2. Старков Д. М., Меньшиков И. С. Равновесия в информационных каскадах. /Д. М. Старков, И. С. Меньшиков // Информационное обеспечение математических моделей: сб. науч. тр. – М.: МФТИ, 2017. – С. 24-33.
3. Alevy J. E., Haigh M. S. Information Cascades: Evidence from An Experiment with Financial Market Professionals. *Journal of Finance, American Finance Association*, vol. 62(1), 2006, pages 151-180, 02.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ

**Федотова С.А.**

**Науковий керівник: Фоміна Є.В.**

**Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна**

Проблема дослідження часу турбувала людство протягом всієї його історії. Але як окрема галузь науки тайм-менеджмент утворився наприкінці 60-х років ХХ століття. За час існування тайм-менеджменту сформувалися основні тенденції його розвитку.

По-перше, змінилася диференціація тайм-менеджменту: у 60-х-90-х роках ХХ століття управління часом розрізняли за технологічним принципом, що було характерною рисою класичного тайм-менеджменту, а наприкінці ХХ століття почали розрізняти за споживчим принципом, що пояснює появу багатьох різновидів управління часом, наприклад, тайм-менеджмент для студентів. Тому у ХХ столітті основним досягненням науки управління часом була розробка підвищення продуктивності фізичної праці, а у ХХІ столітті головним завданням стає підвищення продуктивності робітників розумової та управлінської праці [1, с. 253].

По-друге, однією з основних тенденцій розвитку управління часом залишається подальше вивчення поглиначів часу – хронофагів та методів боротьби з ними. Найбільш поширені поглиначі часу це пошуки записів, телефонів, адрес, неповна інформація, невміння відмовляти та делегувати, відсутність самодисципліни і т.п. [2]

Особливість хронофагів у тому, що вони різні для окремих людей. Для боротьби з ними було розроблено кілька основних методів: правильна організація робочого місця, делегування повноважень, урахування особливостей кожної людини, використання стратегії відмов, проведення online-нарад, застосування методів мотивації. [3]

Однією з останніх тенденцій стало впровадження системи тайм-менеджменту на підприємствах — корпоративного тайм-менеджменту, який є новим напрямком в управлінні підприємством, бо нещодавно тайм-менеджмент розглядали лише стосовно однієї людини, тобто кожний спеціаліст може сам обирати та застосовувати методи управління власним часом. Розрізняють три напрямки корпоративного тайм-менеджменту: корпоративний тайм-менеджмент підприємства, корпоративний тайм-менеджмент окремих підрозділів, корпоративний тайм-менеджмент провідних спеціалістів.

Корпоративний тайм-менеджмент підприємства перш за все орієнтується на формування ефективної системи взаємодії між посадовими особами та підрозділами. Він передбачає широке застосування локальних мереж та інформаційних технологій у процесі спілкування. А індивідуальний тайм-менеджмент провідних спеціалістів становить персональну систему управління часом керівника як фахівця так і як особистості. На даний момент цей напрямок – найбільш опрацьований та ефективний з точки зору практичного використання.

Загалом корпоративний тайм-менеджмент – це доволі перспективний напрямок в управлінні підприємством, хоча зараз існує багато перешкод у його застосуванні на практиці. Щоб визначити необхідність застосування корпоративного тайм-менеджменту, треба оцінити: у яких підрозділах (чи для яких посадових одиниць) впровадження тайм-

менеджменту доцільно, якого економічного та організаційного ефекту дозволить досягти впровадження тайм-менеджменту на підприємстві (йдеться про відношення витрат і отриманих результатів), яка вірогідність того, що ефект від впровадження системи корпоративного тайм-менеджменту виявиться достатньо довгим, щоб з'явився економічний та організаційний ефект.

Отже, можна зазначити, що основні тенденції розвитку тайм-менеджменту такі:

- гуманізація – пріоритетність індивідуального тайм-менеджменту, який пов'язан з особистим розвитком та самовдосконаленням;

- комп'ютеризація – сучасний рівень техніки та програмного забезпечення спричинив появу нових методів управління часом, які максимізують ефективність виконання роботи та управління;

- диференціація – інтеграція інструментів тайм-менеджменту практично в усі сфери життя, що спричинило збільшення кількості різноманітних фахових видань (книги, практичні рекомендації, ділові курси), які спеціалізуються на певних видах діяльності людини, як особистих, так і корпоративних.

Але залишається багато дискусійних питань стосовно тайм-менеджменту, які в свою чергу спричинять нові тенденції у його розвитку. Бо управління часом, як і переважна більшість соціально-економічних процесів, характеризується неоднозначністю, що сприяє появі як прихильників, так і противників цієї практики. Дискусійними є питання використання тайм-менеджменту в окремих сферах діяльності та в деяких колективах. Наприклад, наскільки доцільною така практика може бути у творчих об'єднаннях, або невирішені питання стосовно вивчення основ тайм-менеджменту в закладах професійної освіти.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бачинин, В.А., Сандулов Ю.А. История Западной социологии. Учебное пособие. - СПб: Лань, 2002. - 384 с.
2. Тайм-менеджмент. Полный курс: учебное пособие / Г.А. Архангельский, М.А. Лукашенко, Т.В. Телегина, С.В. Бехтерев - М.: Альпина Паблишер, 2012. - С. 62
3. Лукашенко М. Тайм-менеджмент в корпоративной культуре и конкурентоспособность компании // Современная конкуренция. - 2012. - №2(32). - С. 8.

УДК 339.1(5) / 311.1

## **РОЛЬ СТАТИСТИКИ В ЗОВНІШНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Шаповалова Є.О.**

**Науковий керівник: Рахман М.С., к.е. н., доцент**

**Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

В сучасних умовах розвитку суспільства значно зріс інтерес до статистики як науки і її широкому застосуванню в практичній діяльності. Сьогодні вже ніхто не може заперечувати значення і недооцінювати роль статистики в суспільному житті. На будь-якому рівні управління для прийняття об'єктивно обумовлених управлінських рішень необхідна повна и



достовірною статистичною інформацією. Виконуючи найрізноманітніші функції збору, систематизації і аналізу Всесвіту, що характеризує економічний і соціальний розвиток суспільства, статистика відіграє роль головного постачальника точних і безперечних фактів для управлінських потреб і доказових інструментів [1].

Говорячи про роль статистики в процесах управління, слід перш за все підкреслити, що незалежно від рівня та стадії розвитку суспільства, характеру політичної системи завжди була необхідним та ефективним інструментом правління життєдіяльності держави. Завдяки статистичними даними керуючі органи отримують всебічну характеристику як керованого об'єкта, так характеристику стану соціальної сфери. Саме статистичні дані дозволяють оцінити рівень і якість життя населення, визначити обсяги валового і регіонального продукту, виявити основні тенденції розвитку галузей економіки, оцінити рівень інфляції, проаналізувати стан фінансових і товарних ринків, конкурентоспроможність підприємств, продукції і послуг, правильно оцінити результати виробничо-фінансової діяльності корпорацій і фірм, виявити внутрішньовиробничі резерви.

Не менш важлива роль статистики і як методологічна основа аналізу соціально-економічних процесів. Важливим завданням статистики є здійснення розрахунків величини прожиткового мінімуму і визначення чисельності населення, збір інформації про розподіл пенсіонерів за розміром пенсій, які працюють на підприємствах усіх форм власності - за рівнем одержуваної зарплати, тривалості робочого часу, відпусток. Особливо велика ця роль в умовах ринкової економіки і особливо в зовнішньоекономічній діяльності.

З розвитком ринкових відносин виникає постійна потреба у вивченні впливу тих чи інших факторів на результати фінансово-економічної діяльності, необхідність прогнозування і узагальнення на макро- і мікрорівнях, передбачення соціальних наслідків прийнятих рішень. У цих умовах методологія статистичного аналізу зайняла міцні позиції в економічних дослідженнях. Методи статистики широко застосовуються в економічному і фінансовому аналізі, менеджменті, маркетингу, бізнес-планування, логістики, оцінці бізнесу і нерухомості, технічному аналізі ринку цінних паперів, антикризовому управлінні та особливо в зовнішньоекономічній діяльності для практичної і дослідницької діяльності.

Статистичні дані сприяють формуванню адекватного уявлення про нинішній стан справ у країні. Завдяки цьому в разі виявлення будь-яких відхилень або невідповідностей стає можливим своєчасно вжити ряд коригуючих заходів і істотно поліпшити ситуацію [2].

Найчастіше за допомогою однакових статистичних висновків намагаються обґрунтувати протилежні точки зору. Значення статистичної науки розуміли вчені ще ХІХ століття. Так, економіст В.І. Покровський писав ще 1874 році: «... статистичні цифри слугують найкращим засобом перевірити правильність і доцільність заходів, що застосовуються для громадського благоустрою. ... Але, щоб статистика мала таке значення, необхідно користуватися її даними з крайньою обережністю і неупередженістю. ... Саме широке розмаїття думок існує майже з усіх питань громадським, і кожна думка намагається знайти собі опору в статистичних фактах і цифрах. ... Що статистики кожна політична партія користується для своїх цілей, що статистичними даними підкріплюють самі несправедливі і безглузді думки, в цьому статистика не винна» [3].

Виходячи з змін управління, ролі та місця підприємств, фірм, міжрегіональних відносин, основними завданнями для статистики на сучасному її етапі є:

– виявлення наявних резервів ефективності суспільного виробництва;

– своєчасне забезпечення надійної інформацією законодавчої влади, управлінських виконавчих і господарських органів;

– всебічне дослідження відбуваються в суспільстві глибоких перетворень економічних і соціальних процесів на основі науково обґрунтованої системи показників;

– узагальнення та прогнозування тенденцій розвитку національного господарства.

Статистика дозволяє вирішити цілий ряд проблем з питань управління:

– постійне володіння ситуацією, відстеження позитивних і негативних тенденцій;

– оцінка будь-якої операції за критеріями її успішності;

– вироблення подальшої стратегії розвитку на основі статистичних даних;

– дає керівникові почуття впевненості і безпеки за рахунок використання достовірних даних;

– оперування тільки фактами, які мають достовірне походження;

– виділення областей, яким найбільш необхідне коригування або поліпшення [2] .

Систематичне ведення статистики – це запорука якісного і професійного управління, показник хорошої інформованості керівника. Будь-яке нове починання будуватиметься, перш за все, на оцінці існуючих фактів, стану в даній галузі [4] .

Перед статистикою постають проблеми теоретичного обґрунтування обсягу і структури статистичної інформації, що відповідає сучасним і перспективним умовам розвинутої економіки, переходу до функціональних засад управління [6] .

Повернення статистикою широкого громадського призначення визначає головні напрямки її розвитку:

– вдосконалення аналізу статистичної інформації;

– впорядкування звітності;

– забезпечення достовірності звітності [5] .

Отже, значення статистики для управління економікою і соціальними процесами полягає в тому, що вона виступає як джерело формування інформаційної бази менеджменту, дає найважливіші критерії стану справ в самих різних сферах соціального та економічного життя суспільства. Виконуючи функції як методологічного, так і інформаційного забезпечення аналізу соціально-економічних явищ і процесів, статистика, поряд з іншими науками, створює науковий фундамент, на якому базується прийняття об'єктивно обумовлених рішень в самих різних сферах управління на зовнішньоекономічну діяльність.

#### **Список використаних джерел:**

1. Полякова Г.П., Стронгина Н.Р., Горячева В.Г., Паченова М.А.. Статистика в современном обществе: её роль и значение в вопросах государственного управления и общественного развития/ Г.П. Полякова, Н.Р. Стронгина, В.Г. Горячева, М.А. Паченова – Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Национальный исследовательский университет, 2015.

2. Сушкова М.В. Статистика и её роль в развитии современного общества/ М.В. Сушкова. – Финансовый университет при Правительстве РФ, 2017.

3. Покровский В.И. О значении и о задачах статистики // Сборник материалов для статистики Тверской губернии. 1874.

4. Данилов А. Н. Статистика :Учебное пособие. – Омск: Издательство ОмГТУ, 2015.

5. Денисенко Р. М. Статистика: место и роль в развитии общества. // Сибирский торгово – экономический журнал. – 2014.

6. Денисенко Р.М. Статистика коммерческой деятельности. Учебное пособие / Р.М. Денисенко; Министерство образования и науки РФ, Омский ин-т (фил.). Омск, 2012

## **СУТНІСТЬ КРОСКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ. КОНЦЕПЦІЇ КУЛЬТУРИ В КРОСКУЛЬТУРНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ**

**Штих Є. А.**

**Науковий керівник: Шуба Т. П.**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Національна ділова культура суттєво впливає на різні аспекти життєдіяльності організації - на підходи до керівництва і ставлення до влади, стиль ведення переговорів, сприйняття та виконання законів, планування, форми і методи здійснення контролю, особисті та групові стосунки людей і т.ін. Велика кількість існуючих в різних країнах національних ділових культур, зростаюча відкритість ринків, глобалізаційні тенденції в світовій економіці викликають необхідність різноаспектного дослідження та урахування в практичній діяльності кроскультурної специфіки ведення бізнесу. Знання систем цінностей, поведінкових моделей і стереотипів, розуміння національних та інтернаціональних особливостей поведінки людей в різних країнах суттєво підвищують ефективність управління, дають можливість досягти взаєморозуміння під час ділових зустрічей та переговорів, вирішити конфліктні ситуації та запобігти виникненню нових. Саме тому управління фірмою, яке відбувається на межі двох і більше різних культур, викликає значний інтерес і серед науковців, і серед практиків та виділяється сьогодні в окрему галузь міжнародного менеджменту - кроскультур-турний менеджмент.

Кроскультурний менеджмент - це управління відносинами, що виникають на межі національних і організаційних культур, дослідження причин міжкультурних конфліктів та їх нейтралізація, з'ясування і використання при управлінні організацією закономірностей поведінки, властивих національній діловій культурі.

Ефективний кроскультурний менеджмент означає спільне з представниками інших культур ведення бізнесу, засноване на визнанні та повазі кроскультурних відмінностей та формуванні спільної корпоративної системи цінностей, які б сприймалися і визнавалися кожним членом багатонаціонального колективу. Мова йде про формування специфічної корпоративної культури, яка б виникала на базі національних ділових культур, гармонійно поєднувала в собі окремі аспекти культури кожної нації, але не повторювала повністю жодної з них. [1]

Культура (від лат. "Cultura" - обробіток, виховання, освіту, розвиток, шанування) - історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, виражений в типах і формах організації життя і діяльності людей, у їхніх взаєминах, а також у створюваних ними матеріальних і духовних цінностях.

Людина, що живе в суспільстві, є носієм культури цього суспільства. Виникнення, існування та зміна культури пов'язано з людиною і визначено його діяльністю. Одне з найпоширеніших пояснень феномена культури пов'язано з вивченням накопиченого досвіду як самої людини, так і попередніх поколінь.

Культура тим самим визначається як сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством. Люди завжди діють в рамках загальнолюдських цінностей і цінностей,

вироблених в даному суспільстві. Внаслідок багатогранності культури, ймовірно, тільки аналізуючи систему цінностей, можна досить змістовно зрозуміти її прояви.

Таким чином, культуру можна поділити на матеріальну і духовну. [2]

Культура - системна, різнопланова категорія, яка включає в себе економічну, правову, політичну, ділову та інші види (підсистеми) культури. Предметом кроскультурного та міжнародного менеджменту є передусім ділова культура.

Ділова культура - це система формальних та неформальних правил і норм поведінки, звичаїв, традицій, індивідуальних та групових інтересів, особливостей поведінки працівників, стилю керівництва і т.ін. в організаційних структурах різних рівнів. Національна ділова культура включає норми та традиції ділової етики, нормативи й правила ділового етикету і протоколу. Вона завжди відображає норми, цінності та правила, властиві даній національній культурі.

Національна ділова та корпоративна культури тісно взаємодіють між собою. Культурні відмінності виявляються в усіх сферах організаційної діяльності, тому менеджери повинні так розробити тактику ведення справ і власної поведінки, щоб через повагу, розуміння та урахування культурних особливостей місцевого населення досягти успіху в кожній країні, а ділове спілкування було взаємовигідним. Завдання міжнародних менеджерів полягає а саме в тому, щоб сприяти успішному спілкуванню: визначати пріоритети, раціональні підходи, керувати поведінкою працівників і спрямовувати її відповідно до основних принципів міжнародного співробітництва. Менеджери повинні забезпечити чітку взаємодію всіх структурних підрозділів, філій, людей в кожній робочій групі і між ними, налагодити взаємодію із зовнішніми організаціями, інфраструктурою. Крім того, вони мають сприяти виконанню планів не тільки в рамках окремо взятих ринків, а й в глобальному економічному просторі. В умовах взаємодії, взаємопроникнення різних ринків менеджмент має бути чутливим до зіткнення, взаємодії і взаємопроникнення різних культур.

З розширенням міжнародної діяльності та впливу на зарубіжних ринках в різних сферах діяльності компанії суттєво зростає кількість нових клієнтів і партнерів. Нагальними стають два завдання:

1. Зрозуміти культурні відмінності між "нами" і "ними" та форми їх прояву.

2. Виявити подібні риси між культурами і намагались використовувати їх для досягнення власного успіху.

Зрозуміло, що успіх на нових ринках багато в чому залежить від культурної пристосованості фірми, її працівників: терпимості, гнучкості, уміння цінувати переконання інших. Якщо цього дотримуватись, то очевидно, що успішні ідеї можуть бути застосовані до міжнародної практики і будуть ефективнішими.

С. Робінсон виділяє три основні підходи до визначення ролі культурного фактора в міжнародному бізнесі і відповідно до них -концептуальні напрями кроскультурних досліджень:

1.Універсалістський підхід	2.Економіко-кластерний підхід	3.Культурно-кластерний підхід
<p>Базується на тому, що всі люди більш-менш однакові, базові процеси спільні для всіх. Культура визначає тільки те, як вони проявляться, якої наберуть форми. Тому всі культури також в своїй основі однакові і не можуть суттєво впливати на ефективність ведення бізнесу. Універсалістський підхід акцентує увагу на спільних, подібних рисах управлінської діяльності в різних країнах.</p>	<p>Визнає відмінності національних культур, але не визнає важливості їх урахування при веденні міжнародного бізнесу. Пояснює наявність спільних рис та відмінностей в національних системах менеджменту досягнутим рівнем економічного розвитку. Вважається, що менеджери міжнародних компаній повинні аналізувати в першу чергу економічні, а не культурні особливості ведення бізнесу в різних країнах.</p>	<p>Базується на визнанні багатогранного впливу національної культури на менеджмент і бізнес, необхідності урахування цього впливу і використання переваг між-культурної взаємодії для підвищення ефективності міжнародної діяльності компанії.</p>

Всі ці підходи збагачують розуміння процесів управління в кроскультурному контексті.

[\[1\]](#)

#### Список використаної літератури:

1. Юхименко П.І., Гацька Л.П., Півторак М.В. та ін. Міжнародний менеджмент. 2011. 488 с.
2. Мясоєдов С.П., Борисова Л.Г. Кроскультурный менеджмент. 2015. 314с.

## СЕКЦІЯ 6

### МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ АНАЛІЗУ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ» ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

УДК 332.142.4

#### АНАЛІЗ ІНДИКАТОРОВ «ЗЕЛЕНОГО» РАЗВИТІЯ

**Брагилевский Ю.О.**

**Научный руководитель: Ковпак Э.А., к.э.н., доцент  
Харьковский национальный университет им. В.Н.Каразіна**

Привычный лозунг настоящего «Увеличение темпов экономического роста» — это лишь целевая функция в задаче планирования, максимум которой нужно искать, с одной стороны, в условиях ограничения природных ресурсов и допустимых пределов вредных влияния на окружающую среду, а с другой стороны — соблюдение необходимых социальных стандартов качества жизни. Обеспечение экономического развития при указанных условиях рассматривается как «озеленения» экономики. Согласно определению UNEP (2011) «зеленая экономика» — это такая экономика, способствует улучшению благосостояния и социального равенства, существенно снижая экологические риски и истощение ресурсов».

Внедрение принципов «зеленой» экономики опирается на мониторинг показателей экологического развития среды, снижение, а то и вовсе исключение, использования ресурсов, приводящих к загрязнению. Определение перечня индикаторов «зеленого» роста является необходимым условием мониторинга «зеленого» роста на региональном уровне в Украине.

Для разработки классификации показателей «зеленого» развития автором использовались «зеленые» показатели, которые предложены в докладе Министерства экономического развития и торговли Украины, Украинского института научно-технической экспертизы со специалистами министерств [1]; в научном издании [2]; научной статье Кононовой Е.Ю. и Ковпак Э.А. [3].

На рис. 1 представлена предлагаемая автором классификация индикаторов «зеленого» роста на 5 групп:

- 1) Социально-экономические показатели;
- 2) Показатели использования возобновляемых и невозобновляемых ресурсов, природоохранная деятельность;
- 3) Показатели внешнеэкономической деятельности;
- 4) Экологические показатели;
- 5) Индикаторы внедрения «зеленых» технологий, стимулирования и регламентирования «озеленения» экономической деятельности.

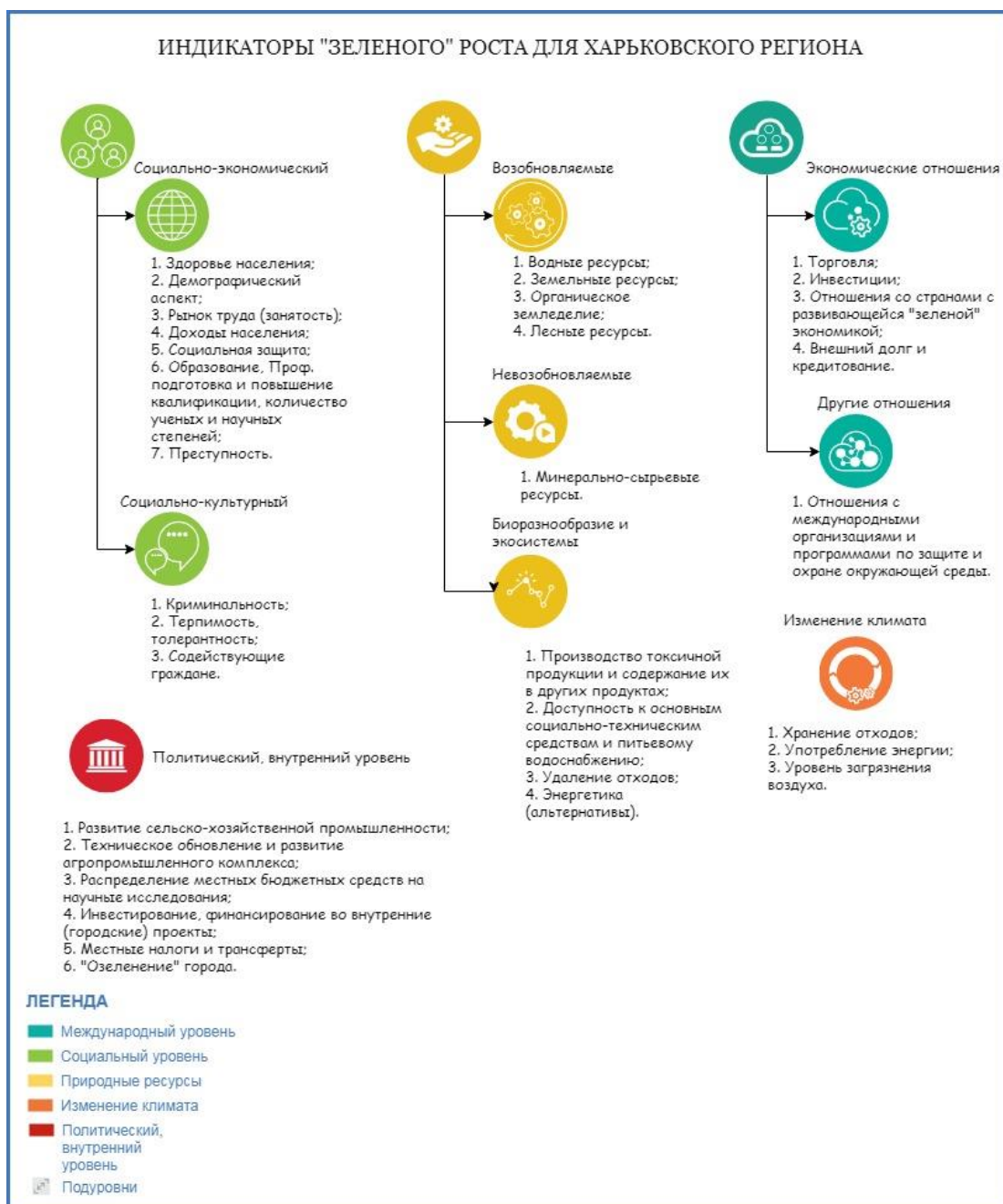


Рис. 1. Классификация «зеленых» показателей на региональном и местном уровне.  
Источник: блок-схема разработал автор тезиса.

#### **Список используемых источников:**

1. Доклад о зеленой трансформации в Украине: Научный доклад, 2016 г. — 60 с. [электронный ресурс] — Режим доступа: [green-economies-eap.org/ru/resourcelibrary](http://green-economies-eap.org/ru/resourcelibrary);
2. КВАША Т.К., МУСІНА Л.А. Вимірювання зеленого зростання в Україні: концепції, системи індикаторів, досвід формування та перспективи зростання: Научное издание Украинского института научно-технической информации, 2015 р. — 280 с.;
3. KONONOVA K.Y., KOVPAK E.A. Green ICTs: impact on the environmental sustainability: Научная статья кафедры экономической кибернетики и прикладной экономики Харьковского национального университета имени В.Н. Каразіна, 2016 р. — 13 с.

УДК 330.4

## **УПРАВЛІННЯ УТИЛІЗАЦІЄЮ ВІДХОДІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА РЕАЛІЇ УКРАЇНИ**

**Гальчук Ю. В.**

**Науковий керівник: Меркулова Т. В., д.е.н., професор**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Останнім часом суспільство прийшло до розуміння того, що бурхливий розвиток виробництва, промисловості, транспорту завдає величезної шкоди природньому середовищу. Багато країн все активніше підтримують розвиток такого напрямку, як «зелена економіка». Однією із головних задач, на яку звертають увагу представники даної теорії, є проблема раціонального використання ресурсів та екологічної безпеки. Тому, я вважаю, що управління утилізацією відходів є досить перспективним та **актуальним** напрямом для досліджень. У даній роботі будуть розглянуті методи поводження з відходами, які застосовують найбільш розвинуті країни. Окрім цього, буде проаналізована ситуація, що склалася в Україні у даній сфері на сьогодні.

У світовій практиці виділяють три найбільш популярних методи утилізації відходів:

Перший спосіб — це вивіз сміття на спеціальні полігони. Цей варіант є найдешевшим та простим. Але слід зазначити, що з усіх методів, полігони завдають найбільшої шкоди природньому середовищу. Території полігонів виключають із землекористування на сотні років, і вони надовго стають об'єктом високої екологічної небезпеки. Також не можна забувати про те, що близько 40 відсотків відходів можна вторинно використовувати. [1] [2]

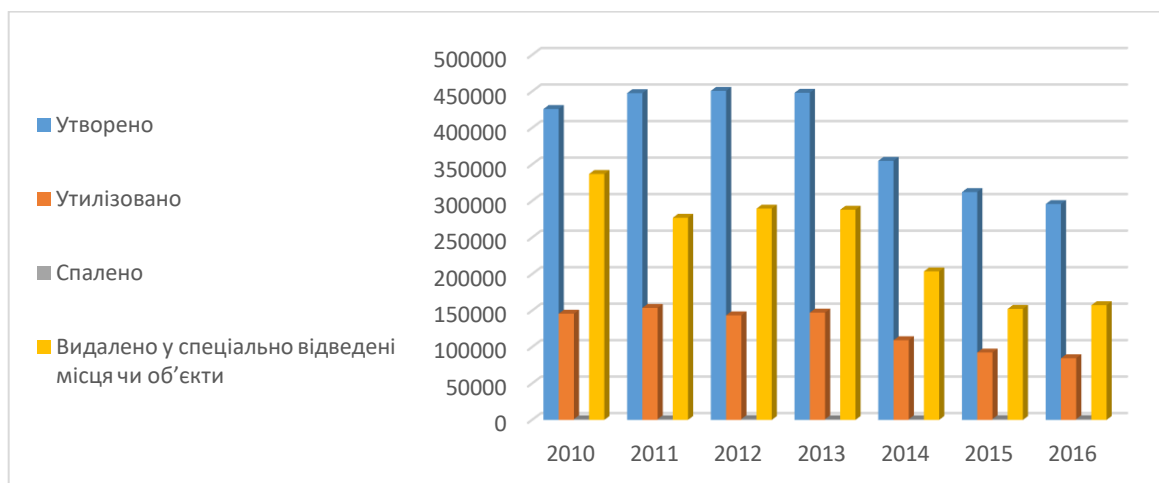
Другий спосіб — це спалювання відходів на сміттєпереробних заводах. Цей метод є найдорожчим з усіх перелічених. Щоб мінімізувати шкідливий вплив на екологію від таких заводів, потрібно інвестувати великі кошти у їх модернізацію та оснащення сучасним обладнанням. А на такі витрати згодні не всі країни. Але, наприклад, у Швеції функціонує близько десяти сміттєпереробних заводів та «смітєвих» електростанцій. Вони забезпечують енергією близько десятої частини населення країни. Швеція переробляє близько 99% власних відходів на енергію, а деякі країни навіть доплачують їй за переробку власних



відходів. На сміттєспалювальному заводі Австрії у теплову енергію перетворюється близько 265 000 тон відходів, що дозволяє опалювати цілі райони країни. [1] [2]

Третій спосіб — це переробка сміття завдяки роздільному збиранню відходів. Цей метод дедалі частіше застосовують у розвинених країнах. Сортування відходів у Європі почало розвиватися ще з 80-х років минулого століття. Німеччина однією з перших долучилася до роздільного збирання відходів. Сьогодні переробка сміття у цій країні переросла в окрему промислову сферу. Фінляндію справедливо можна назвати лідером по переробці паперу та пляшок. Ефективність процесів сортування, переробки відходів у цій країні забезпечує сучасна інфраструктура. [1] [2]

Для України проблема управління утилізацією відходів як ніколи актуальна. На діаграмі (Рис. 1) можна побачити, скільки було утворено, утилізовано та видалено у спеціальні місця відходів за 2010-2016 роки.

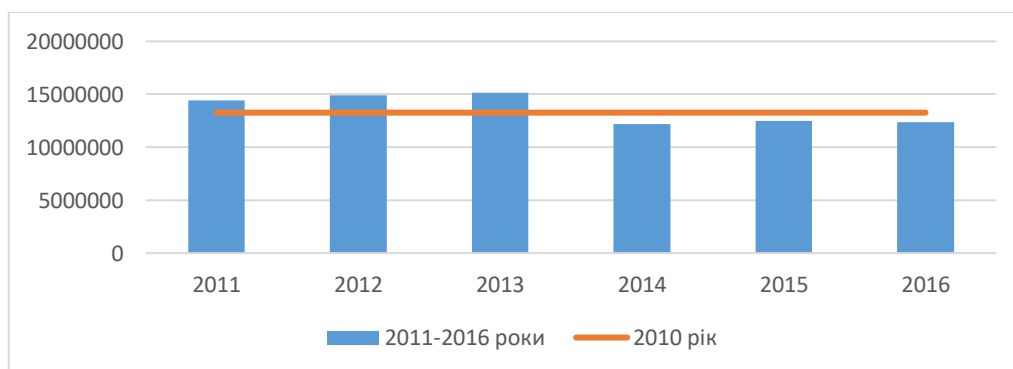


**Рис. 1 — Утворення та поводження з відходами (тис.т)**

Джерело: складено автором на основі [3]

Проаналізувавши діаграму, можна зробити висновок, що лише четверта частина утворених за рік відходів утилізується, а більше ніж половина накопичується на спеціальних полігонах.

Так на діаграмі 2 (Рис. 2) можна побачити скільки відходів було накопичено в Україні в період з 2011 по 2016 роки у порівнянні з рівнем 2010 року..



**Рис. 2 — Загальний обсяг відходів, накопичених протягом експлуатації, у спеціально відведених місцях чи об'єктах (тис.т)**

Джерело: складено автором на основі [3]

Як ми бачимо, обсяг накопичених відходів протягом семи років знаходиться на майже однаковому рівні. Тобто Україна не може утилізувати всі вироблені за рік відходи, і вони накопичуються на полігонах. Наступного року ситуація повторюється, і сміттєві полігони зростають все більше. Зважаючи на те, що природні ресурси є обмеженими, то їх нераціональне використання може призвести до серйозних екологічних, економічних наслідків.

Можна зробити висновок, що утилізація відходів шляхом їх роздільного збирання сьогодні є найперспективнішим напрямом з економічної точки зору. А країнам, які прагнуть зберегти свої природні ресурси, потрібно поступово відмовлятися від збирання сміття на полігонах, адже ці землі можна використовувати більш раціонально та ефективно, завдаючи меншої шкоди екології.

Також слід пам'ятати, що управління утилізацією відходів повинно проводитися системно, із залученням експертів різних сфер.

Сьогодні ще рано розмовляти про перехід України на електроенергію, опалення за рахунок переробки відходів. Але якщо почати перебудову, модернізацію нині існуючої системи із застосуванням світового досвіду, то вже через декілька десятиліть ми зможемо досягти значного прогресу по даній проблемі.

#### **Список використаної літератури:**

1. Для чого Швеція скуповує сміття? Світовий досвід боротьби зі звалищами [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrinform.ua/rubricaeconomics/2039097-dla-cogo-svecia-skupovue-smitta-svitovij-dosvid-borotbi-zi-zvalisami.html>
2. Міхно Іннеса Сергіївна Методи утилізації відходів. Світовий досвід. // ЕКОНОМІКА, ФІНАНСИ, МЕНЕДЖМЕНТ: актуальні питання науки і практики, 2015, №2 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://efm.vsau.org/files/pdfa/2695.pdf>
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/ns\\_rik/ns\\_u/opap\\_u2005.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/ns_rik/ns_u/opap_u2005.html)

УДК 336.76.066

## **АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ДИНАМІКИ ЦІН НА КРИПТОВАЛЮТИ**

**Гаркава А.О.**

**Науковий керівник: Ковпак Е.О., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Поява нових фінансових інструментів – криптовалют, потребує розробки інструментарію їх аналізу, що обумовлює актуальність дослідження.

*Мета дослідження* – перевірка наявності кореляційного взаємозв'язку динаміки цін на криптовалюту Bitcoin та Ethereum.

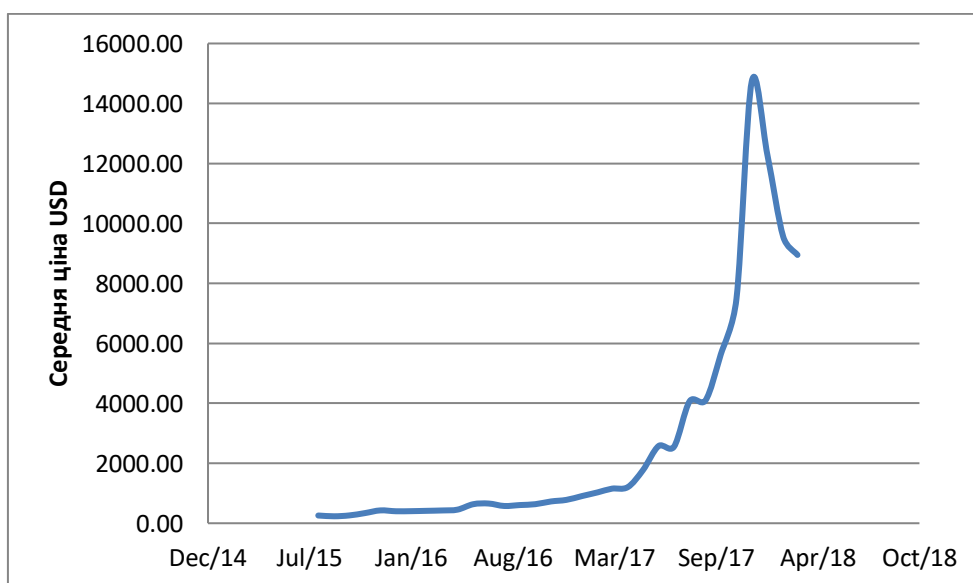
Досить часто зміни котирувань одного активу справляють істотний вплив на стан інших валютних пар на біржі. Цікаво перевірити наявність закономірності впливу валютних бірж на ринку криптовалют. Виявлення значущого кореляційного зв'язку дозволить

аналітику розробляти прогнози цін на криптовалюти, використовуючи регресійні або дистрибутивно-лагові моделі.

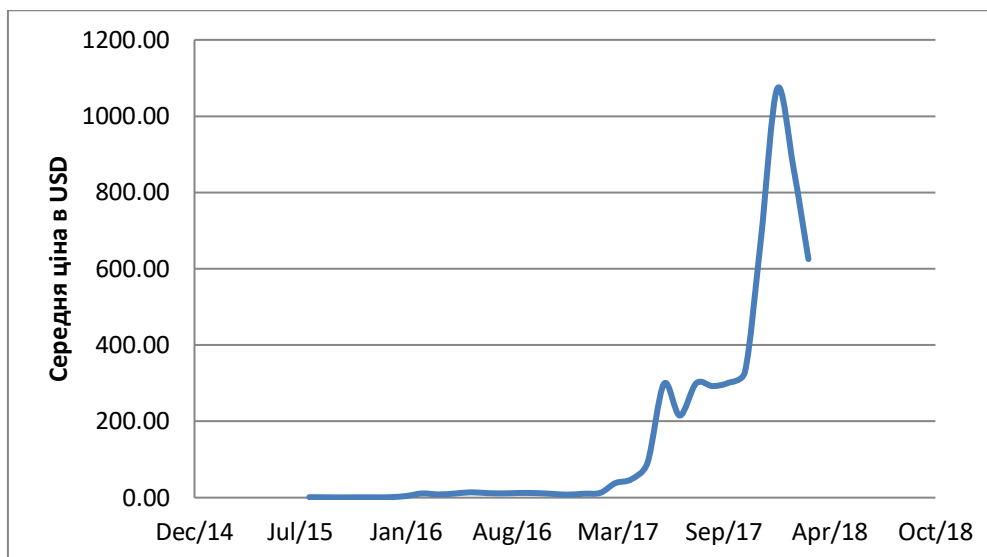
Емпіричною базою дослідження виступили статистичні дані, що надаються ресурсом [livecoin.net](http://livecoin.net) [1] та [bhom.ru](http://bhom.ru) [2], а саме:

- щомісячні значення середньої ціни криптовалюти (вибірка з серпня 2015 року по березень 2018 року),
- щодобові значення середньої ціни криптовалюти (вибірка з 7 серпня 2015 року по 26 березня 2018 року),
- ціни криптовалюти зібрані через кожні 4 години (вибірка з 11 березня 2018 року по 17 березня 2018 року).

Bitcoin (BTC) – це перша децентралізована цифрова валюта, яка з'явилася у 2009 році і заклала принцип роботи більшості інших криптовалют. Відсутність централізованих серверів чи центрів управління, а також використання єдиної бази транзакцій (технологія Blockchain) усіма користувачами, що дозволяє відстежувати історію будь-якої транзакції в мережі та захищає її від «монет-підробок». Ethereum (ETH) – це друга за популярністю криптовалюта, в якій закладено система смарт-контрактів. Працює вона так: умови кожної транзакції та угоди автоматично перевіряє спеціальна комп'ютерна програма (смарт-контракт). Оскільки їх виконують не люди, а машини, ці розумні контракти неможливо порушити, обійти або скасувати [3].



**Рис.1.**Графік середніх значень цін BTC.



**Рис.2.** Графік середніх значень цін ЕТН.

Таблиця 1

Результати кореляційного аналізу для пари криптовалют ВТС / ЕТН

Період	Коефіцієнт кореляції	$t_{emp}$	$t_{кріт}$
Щомісячні	0,94	15,09	2,07
Щодобові	0,92	72,5	1,96
Через кожні 4 години	-0,15	0,93	2,02

Кореляційний зв'язок можна перевірити на значущість за допомогою критерію Стьюдента. Для малих вибірок перевірка значущості коефіцієнта кореляції здійснюється так: для отриманого коефіцієнта кореляції розраховується емпіричне значення статистики Стьюдента  $t_{emp}$ ; отримане значення  $t_{emp}$  порівнюється з табличним  $t_{кріт}$ ; якщо виконується співвідношення  $|t_{emp}| > t_{кріт}$ , то доходять висновку про значущість коефіцієнта кореляції і наявність лінійного зв'язку між досліджуваними факторами. Для розрахунку  $t_{emp}$  при цьому використовують таку формулу:

$$t_{emp} = r / \sqrt{(n-2) / (1-r^2)},$$

де  $r$  – коефіцієнт кореляції, що перевіряється на значущість;

$n$  – кількість спостережень у виборці.

Таким чином виходячи з даних приведених в табл.1, можна зробити висновки, що найсильніший взаємозв'язок динаміки цін ВТС / ЕТН в щодобовому періоді та щомісячному періоді. А якщо розглянути взаємозв'язок ціни ВТС / ЕТН через кожні 4 години, то значущість коефіцієнта кореляції не існує. Тому зміна ціни одного інструменту неминуче тягне за собою ланцюжок інших змін. Так само якщо розглянути уважно рис.1 і рис.2, то можна помітити нестабільні ціни на криптовалюти з якими буде цікаво робити прогноз на

наступні періоди. Так як спрогнозувати наглядно, яка ціна та взаємозв'язок буде в майбутньому неможливо.

### Список використаних джерел

1. Статистичні данні цін на криптовалюти [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.livecoin.net/ru/trade/index?currencyPair=LTC%2FBTC>

2. Статистичні данні цін на криптовалюти [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://bhom.ru/crypto/bitkoin/>

3. Не біткоїном єдиним: які є популярні криптовалюти [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://techtoday.in.ua/reviews/ne-bitkoynom-yedinim-yaki-ye-populyarni-kriptovalyuti86326.html?gclid=CjwKCAjwhcjVBRBHEiwAoDe5xyYWdoYrcGq3oOtWhuLxkMZVXIupBkXd6thqWl0LeygFmWdX4kWrpRoCTBkQAvD\\_BwE](https://techtoday.in.ua/reviews/ne-bitkoynom-yedinim-yaki-ye-populyarni-kriptovalyuti86326.html?gclid=CjwKCAjwhcjVBRBHEiwAoDe5xyYWdoYrcGq3oOtWhuLxkMZVXIupBkXd6thqWl0LeygFmWdX4kWrpRoCTBkQAvD_BwE)

УДК 334.02

## АЛГОРИТМ ОЦІНКИ КАПІТАЛОВКЛАДЕНЬ ДЛЯ ОСНАЩЕННЯ ПРИВАТНОГО ДОМОГОСПОДАРСТВА СОНЯЧНОЮ ЕЛЕКТРОУСТАНОВКОЮ

Дашевська О.О.

Науковий керівник: Ковпак Е.О., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

*Мета дослідження.* Розробка алгоритму розрахунку інвестиційних витрат при проектуванні сонячної електростанції для приватного будинку.

*Методи дослідження.* В межах алгоритму розрахунку кількості сонячних панелей, а також всіх елементів мережі використовуються методи інвестиційного аналізу.

1 крок — розрахувати добове споживання всіх використовуваних електроприладів в будинку (табл. 1).

Таблиця 1

Побутова техніка та освітлювальні прилади в будинку

Назва	Кількість	Потужність(кВт)	Тривалість роботи в добу (год)	Споживання енергії в день (кВтгод)
Холодильник	1	0,2	8	1,6
Пральна машина	1	2	0,6	1,2
LED телевізор	1	0,15	2	0,3
Ноутбук	1	0,35	7	2,45
Праска	1	2	0,2	0,4
Пилосос	1	2	0,2	0,4
Мікрохвильова	1	1,5	0,16	0,24

піч				
Електрочайник	1	2	0,5	1
Енергозб. лампа	10	0,01	8	0,8
Фен, плойка	1	1	0,16	0,16
Зарядка для тел.	2	0,004	6	0,05
Разом	21	11,21	32,82	8,6

2 крок — визначення річної кількості сонячної радіації, характерне для даного регіону згідно табл. 2

Розглядаємо будинок, що знаходиться біля Харкова, Харківська область.

Таблиця 2

Таблиця сонячної інсоляції Харківської області [1]

	іч	ют	ер	віт	рав	ерв	ип	ер	ер	ов	ист	руд	ік
Харків	,19	,02	,05	,92	,38	,46	,56	,88	,49	,10	,19	,9	,26

3 крок — розрахунок кількості сонячних панелей для будинку

Добове споживання в даному випадку становить 8600 Вт · год. Також врахуємо втрати на розряд-заряд акумулятора, величину втрат приймемо 20%.

$$W = 8600 \text{Вт} \cdot 1,2 = 10,32 \text{кВт} \cdot$$

год (1)

Визначимо скільки здатна виробити електроенергії в добу одна сонячна панель потужністю 260 Вт і номінальною напругою 24 В при найгіршому місяці інсоляції.

$$W = 0,7 \cdot 260 \cdot 0,9 = 163,8 \text{ Вт} \cdot$$

год (2)

де 0,7 – поправочний коефіцієнт для зимового періоду;

0,9 – значення сонячної інсоляції за грудень місяць, взяте з таблиці 2.

Поділимо отримані значення на максимальну потужність панелі і округляємо:

$$N_{\text{взимку}} = \frac{10320}{163,8} = 63 \text{ шт.} \quad (3)$$

Виходить, що взимку для забезпечення будинку електричною енергією заданого навантаження знадобиться 63 сонячні панелі.

4 крок — витрати на обладнання для встановлення сонячних панелей (табл. 3).

Таблиця 3

Таблиця витрат на обладнання для встановлення сонячних панелей

Найменування	Кількість	Модель	Ціна за од. товару (грн)	Ціна (грн)
Сонячна панель	63	Ja Solar JAP6 60 260 W	3 551	223 713

Акумулятор	11	LUXEON LX12-200G	10 055	110 605
Інвертор	1	MUST SANTAKUPS	8 945	8 945
Контролер	1	ALTEK ASL1524LD-10A	912	912
Разом	76		23 463	344 175

5 крок — розрахунок загальних капітальних вкладень

Загальні капітальні вкладення розраховуються за формулою (4):

$$K_B = K_0 + K_M + K_T + K_{по} \quad (4)$$

де  $K_0$  – капітальні вкладення на обладнання для сонячних панелей, грн.

$K_M$  – капітальні вкладення на монтаж сонячних панелей, грн.

$K_T$  – капітальні вкладення на транспортування сонячних панелей, грн.

$K_{по}$  – капітальні вкладення на програмне забезпечення сонячних панелей, грн.

Капітальні вкладення на обладнання складають 344 175 грн.

Капітальні вкладення на монтажні роботи, транспортні послуги, та програмне забезпечення складають 12%, 3.5%, 1.5% від капітальних вкладень на обладнання відповідно.

Таким чином отримуємо наступні розрахунки:

$$K_M = K_0 \cdot 12\% = 344\,175 \cdot 0,12 = 41\,301 \text{ грн}$$

$$K_T = K_0 \cdot 3,5\% = 344\,175 \cdot 0,035 = 12\,046 \text{ грн}$$

$$K_{по} = K_0 \cdot 1,5\% = 344\,175 \cdot 0,015 = 5\,162 \text{ грн}$$

Отже, згідно з розрахунками, загальна сума капітальних вкладень на обладнання при проектуванні сонячної електростанції для приватного будинку становить:

$$K_2 = 344\,175 + 41\,301 + 12\,046 + 5\,162 = 402\,654 \text{ грн}$$

#### Список використаних джерел:

1. Середній місячний рівень сонячної радіації в містах України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.atmosfera.ua/stati-geliosistemy/solar-insulation-ukraine>
2. Сисоева М. С., Пахомов М. А. Методичні вказівки по техніко-економічному обґрунтуванню використання поновлюваних джерел енергії // Соціально-економічні явища і процеси. Тамбов, 2011. № 3-4.
3. Альтернативні джерела енергії [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.energya.by>

## ЗЕЛЕНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ: ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ

Камай М. І.

Науковий керівник: Тітомир О. С.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Одним з найбільш дискусійних та значущих напрямків зеленого зростання для більшості країн світу та, зокрема, для України можна назвати сферу переробки утворених відходів. Це підтверджується також і положеннями Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» у якості одного з основних завдань зеленого реформування економіки України. З огляду на це, доцільним є проаналізувати тенденції, які існують у сфері утворення та поводження з відходами [1].

За офіційними даними Державної служби статистики України левову частку утворення відходів забезпечує економічна діяльність. Так, наприклад у 2016 р. обсяг утворених відходів за усіма видами економічної діяльності склав 289523,6 тис. тонн, що становить 97,9% від загальної кількості – 295870,1 тис. тонн. Обсяг утворених відходів від домогосподарств становить 6346,5 тис. тонн, що складає 2,1% від загального обсягу.

Якщо аналізувати структурно утворення відходів від економічної діяльності, то можна побачити, що левову частку складають відходи добувної промисловості та розроблення кар'єрів – 75,3% у 2016 році. Найменший відсоток забруднення становить 0,03% у 2016 році від будівництва. Дані щодо формування обсягу відходів від економічної діяльності у 2016 році наведено на рис. 1. [2].

Наразі для України характерна переробка, утилізація та повторне використання лише незначної кількості утворених відходів, у тому числі й побутових. Протягом останніх років спостерігається тенденція накопичення обсягів твердих побутових відходів. Ця проблема має макроекономічний характер. Економіка України поки що не може забезпечити скорочення об'ємів утворених відходів, їх переробки та повторного використання вже накопичених відходів. Цю ситуацію не можна розв'язати також і за рахунок використання санкцій за спричинення шкоди довкіллю суб'єктами господарювання.

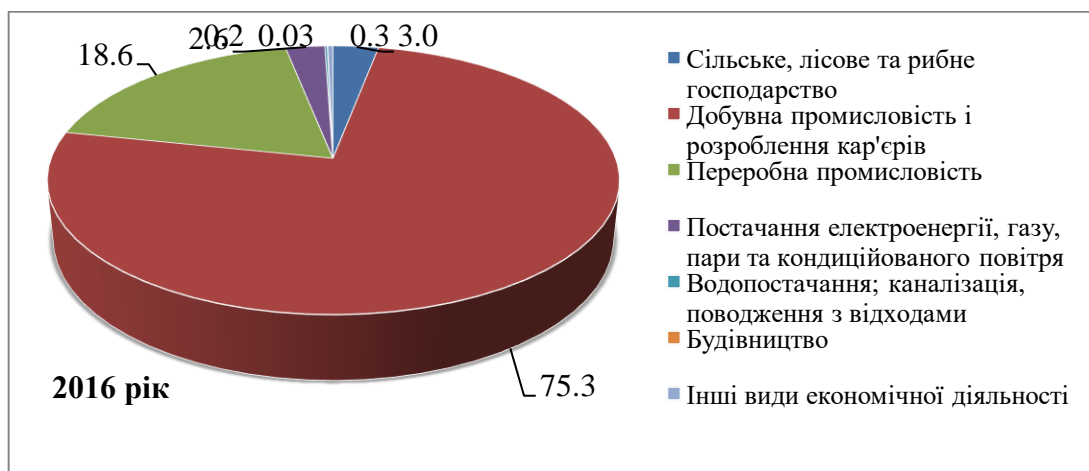


Рис. 1. Утворення відходів від економічної діяльності, %



Вирішенням цієї проблеми може бути створення нових можливостей та мотивація бізнесу. Проте одностороння активізація суспільства щодо питань впровадження систем роздільного збирання відходів побутового характеру, недопущення несанкціонованих звалищ та ефективного використання полігонів відходів побутового характеру не забезпечить належного результату, якщо не буде впроваджено сучасних технологій переробки відходів.

Якщо аналізувати показник утворення відходів за регіонами України (рис. 2), то у 2016 році найбільшу кількість було утворено у Дніпропетровській (69,57%) від загального обсягу усіх відходів, Кіровоградській (11,63%) та Донецькій (6,83%) областях, Харківська область – 0,66%.

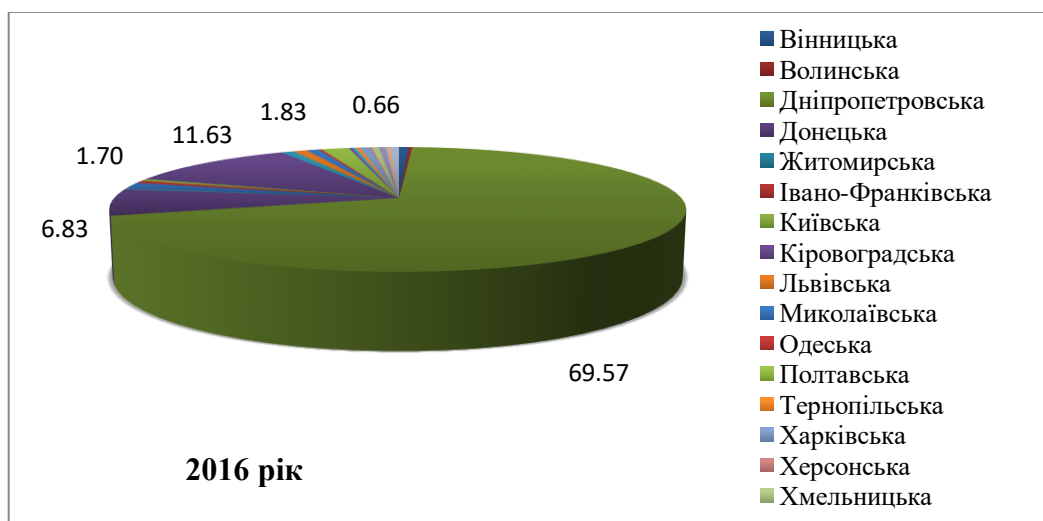


Рис. 2. Утворення відходів за регіонами, %

Рушійні зміни щодо поводження з відходами забезпечуються імплементацією положень Європейського Союзу за секторами: управління відходами та ресурсами, зміни клімату, техногенні загрози, захист озонового шару, промислове забруднення. Сприяння інвестуванню іноземних проектів з впровадження технологій переробки відходів побутового характеру є значним впливом на вирішення проблеми твердих побутових відходів [3; 4]. Інтенсифікації цього процесу слугує розробка та впровадження інституційних засад зеленого зростання в Україні, які сприятимуть значному зменшенню залежності від ресурсо- та енерговикористання. Необхідно також розуміти відходи як ресурси для подальшого використання відповідно до концепції циркулярної економіки. Змінам в організації виробництва сприятиме також використання технологій чистого виробництва.

Починаючи з січня 2018 року вступили в дію зміни до Закону України «Про відходи» [5]. Вони зокрема стосуються питань розподілу сміття та недопущення поховання неперероблених побутових відходів. Хоча наразі вирішення впровадження цих змін частково затримується у зв'язку з відсутністю контейнерів та пунктів роздільного збору відходів.

Відповідно до законодавчих змін роздільного сміттєзбирання впроваджуються інноваційні проекти. У місті Дергачі Харківської області будується сучасний комплекс з сміттєпереробки, який міститиме полігон ТПВ (у відповідності до вимог українського та європейського природоохоронного законодавства), також запланована рекультивація існуючого полігону ТПВ, буде змонтовано систему збору та утилізації полігонного газу з виробництвом електричної енергії. Всього на цій ділянці передбачається пробурити 17 свердловин для збору біогазу [6].

Аналізуючи наведені дані, можна зробити такі висновки:

- 1) спостерігається загальна тенденція утворення значної кількості відходів як за видами економічної діяльності, так і за окремими регіонами України;
- 2) відповідно до європейських вимог впроваджуються законодавчі та технологічні зміни у сфері поводження з відходами, що відображає позитивну тенденцію зеленого зростання в Україні.

#### **Список використаних джерел**

1. Стратегія сталого розвитку «Україна–2020», затверджена розпорядженням Президента України 12 січня 2015 р. №5/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apu.gov.ua>.
2. Утворення та поводження з відходами (1994–2016). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Л. Мусіна, Т. Кваша. Вплив науково-технічної та інноваційної діяльності на економічне зростання в Україні, його джерела та ресурси // Моделювання та інформаційні системи в економіці. – № 90, 2014. – С. 136-152.
4. Кваша Т.К. Вимірювання зеленого зростання в Україні: концепції, системи індикаторів, досвід формування та перспективи застосування: Монографія / Т.К. Кваша, Л.А. Мусіна, за заг. ред. Мусіної Л.А. – К.: УкрІНТЕІ, 2015. – 280 с.
5. Закон України «Про відходи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/187/98-%D0%B2%D1%80>.
6. Про затвердження проекту “Нове будівництво комплексу з переробки твердих побутових відходів з системою збору, утилізації полігонного газу та виробництва електричної енергії у м. Дергачі Харківської області” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/250180646>

УДК 330.4

## **ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ**

**Кириченко Т.М.**

**Науковий керівник: Меркулова Т.В., д.е.н.**

**Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

Аграрна галузь залишається однією з провідних сфер виробництва в Україні. Але ефективність використання ріллі в Україні свідчить про екстенсивний спосіб виробництва продукції рослинництва, що в сучасних умовах всесвітнього розподілу праці і конкуренції стає неприпустимим. Аналіз показників посівних площ, урожайності та рентабельності – завдання роботи – необхідний для формування цілісної картини щодо ситуації в галузі рослинництва України та формулювання реальних шляхів та важелів удосконалення аграрного сектору.

За період з 1990 року до сьогодні масштаб посівних площ зернових і зернобобових культур (пшениця, жито, ячмінь, овес, просо, гречка, кукурудза, тощо) в Україні практично

не змінився (рис.1): до 2017 року їх величина зросла на 0,1%; щодо культур овочевих і коренеплодів – темп росту 2017 року відносно 1990 – 0,89.

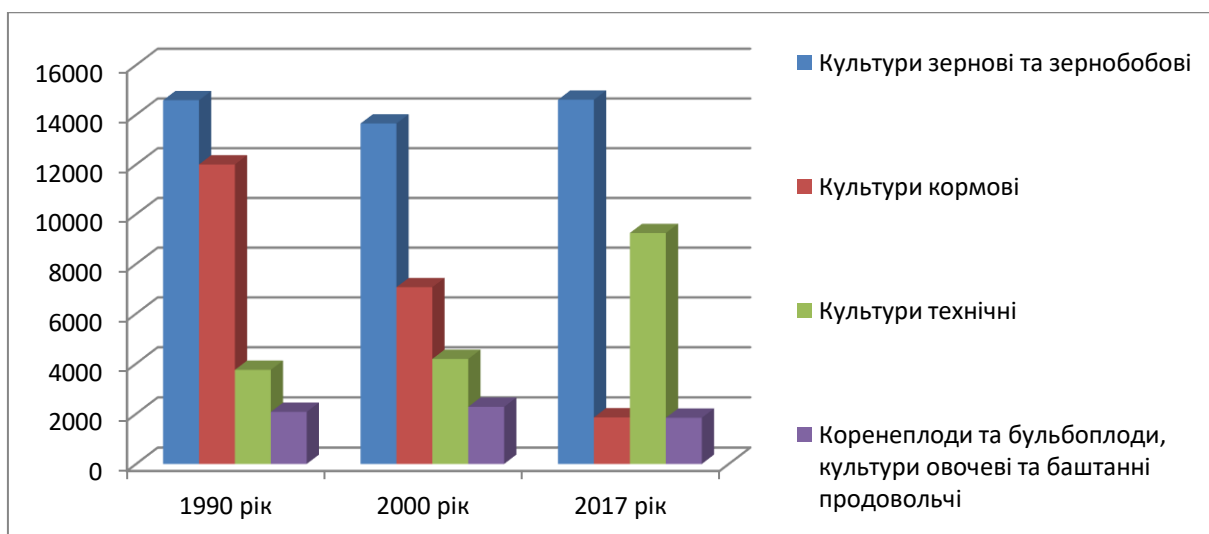


Рис. 1 Динаміка структури посівної площі сільськогосподарських культур в Україні, тис.га [1]; складено автором на основі [1]

Ланцюгові темпи росту посівних площ технічних культур(соняшник, соя, ріпак): 1,12 (2000 рік до 1990 року), та 2,21 (2017 рік до 2000 року) свідчать про колосальне збільшення ріллі під технічні культури за останні сімнадцять років. Це збільшення відбувається за рахунок зменшення площ посівів культур кормових (рис.2) (кормові коренеплоди, цукрові буряки на годівлю, кукурудза на силос, багаторічні та однорічні трави, сіножаті, тощо), на що вказують ланцюгові темпи росту аналогічні періоди: 0,59 та 0,26 відповідно. Ця ситуація вказує на постійне погіршення стану тваринництва України. Крім того, слід враховувати, що технічні культури та кукурудза мають високі показники виносу мінеральних і органічних речовин з ґрунту, а постійний посів цих культур без ретельної розробки й застосування сівозмін веде до подальшого зменшення поживних речовин в ґрунті.

Згідно рис.2, урожайність кукурудзи, сої, ріпаку, соняшнику за експортом яких Україна займає провідні позиції [2] значно зросла за 27 років. Базисні темпи росту в 2017 році у відношенні до 1990 року складають: 1,92 для ріпаку, 1,74 для сої, 1,41 для кукурудзи на зерно, 1,27 – соняшнику на зерно. Що стосується пшениці та ячменю, то показники врожайності значно не змінилися в порівнянні з 1990 роком: базисний темп росту для пшениці – 1,02, а для ячменю – 0,98. Але в порівнянні з рештою країн світу, то ситуація щодо врожайності матиме значно гірший вигляд. Так, наприклад, за розмірами валового збору зернових культур Україна за підсумками 2016 року зайняла 8 місце в світі з показником 65,211 тис. т, коли за врожайністю – 44 рядок з показником 4652 ц/га з 177 країн в рейтингу [3].

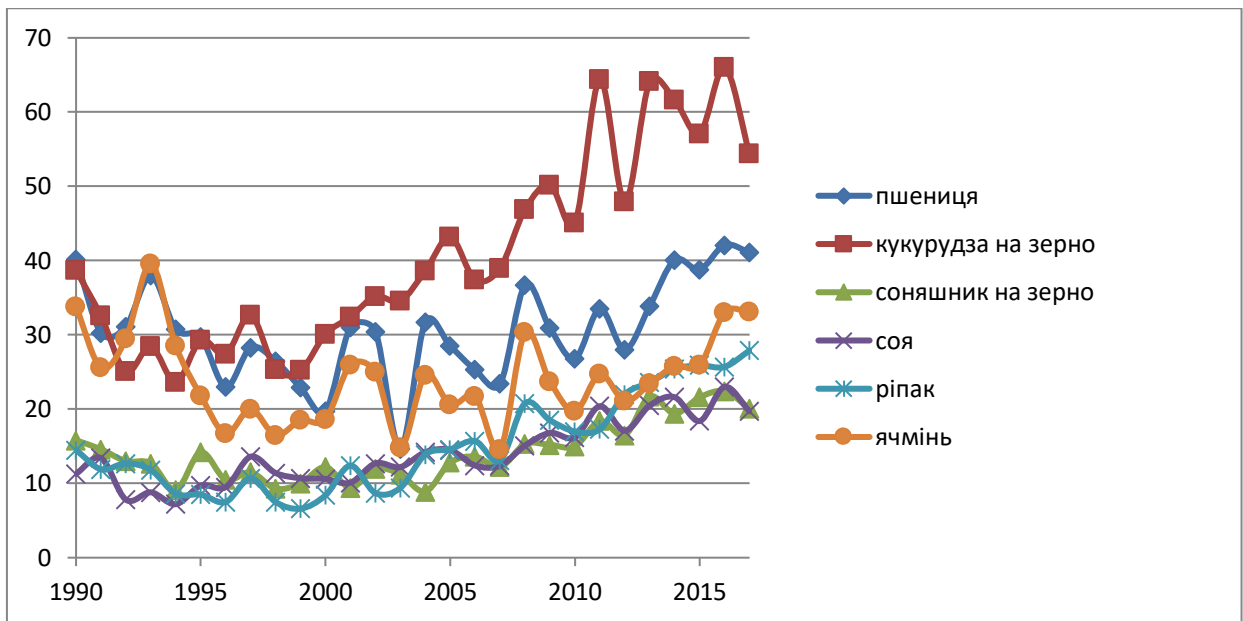


Рис.2 Урожайність сільськогосподарських культур в Україні, ц/га; складено автором на основі [1]

Графік ряду урожайності кукурудзи нагадує S-подібну криву росту «перевантаження і осциляція», коли графіки інших культур – мають впуклу форму і останні 15 років характеризуються ростом показників рядів даних цих культур (пшениця, соняшник, соя, ріпак, ячмінь). На 2016 рік свого максимуму досягла врожайність сої.

Розглянемо показник рентабельності (рис.3), який в даному випадку визначався як відношення прибутку (збитку(-) до собівартості реалізованої продукції) [1]. Одразу видно, що немає ознаки сталості показника рентабельності в Україні за жодною з представлених груп сільськогосподарських культур - розмах значень вибірки по кожній сягає більше 50 %. Ця нестабільність має знижувати привабливість аграрного сектору на світовому ринку.

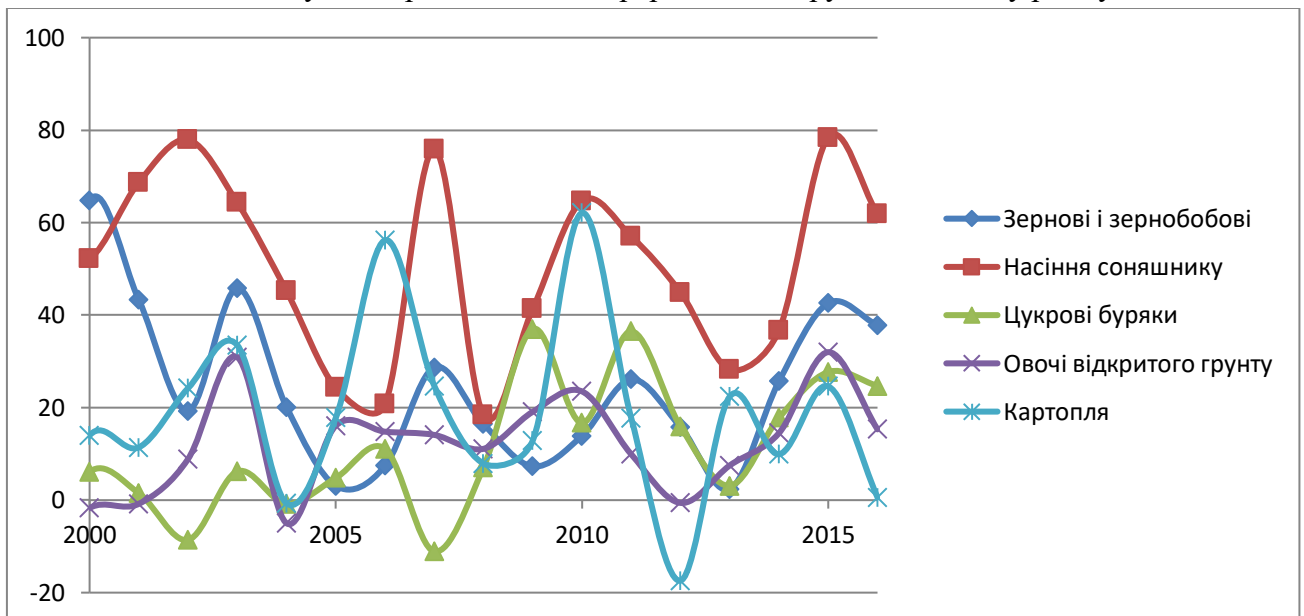


Рис.3 Рівень рентабельності продукції сільського господарства у %; складено автором на основі [1]

За деякими групами культур навіть мали місце від'ємні значення – збитки, зокрема – 2002 та 2007 роки для цукрових буряків, 2004 та 2012 роки для картоплі і овочів відкритого ґрунту. Стрибки вгору рівня рентабельності спостерігалися в 2003, 2007, 2015 році (рис.3), хоча показники урожайності в цих роках навпаки відрізнялись стрибками вниз (рис.2).

Отже, хоча як експортер сільськогосподарської продукції рослинництва Україна займає провідні позиції в світі [2], але показники ефективності (урожайність, рентабельність) виробки продукції рослинництва свідчать про те, що українські аграрії реалізують свою діяльність на площах ріллі на рівні, що не дістає до показників ефективності використання сільськогосподарських угідь, які вже досягнуті рядом інших країн (за даними 2016 року: Нова Зеландія – 8384 ц/га, США – 8143 ц/га, Нідерланди – 7777 ц/га, Бельгія – 6985 ц/га, Китай - 6029 ц/га, тощо) [3]. Тому це питання є об'єктом подальших досліджень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Проект Business Views [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://businessviews.com.ua>.
3. Статистичний портал Кноема [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://knoema.com>.

УДК 330.341.1:338.2]:311.2

## **ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ УРБАНІЗАЦІЇ НА СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ «РОЗУМНОГО» МІСТА**

**Корепанов О. С., к. е. н., доцент**

**Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна**

У сучасному глобалізованому світі значна частина національної економічної діяльності, управління, торгівлі та транспорту зосереджена у містах. Тому саме міста виступають важливими чинниками розвитку сучасних країн і подолання бідності як у міських, так і в сільських районах. Міське життя вирізняється високим рівнем грамотності й освіти, кращим станом здоров'я, більшим доступом до соціальних послуг та розширенням можливостей для культурної і політичної участі.

Швидка урбанізація, що характеризує сучасні процеси світового розвитку, загрожує сталому розвитку міст і територій. Сьогодні, незважаючи на порівняну перевагу міст, міські території є більш нерівномірними за розвитком, ніж сільські райони, і сотні мільйонів міських бідних жителів живуть у незадовільних умовах. Важко керовані процеси урбанізації призводять до значного забруднення та деградації навколишнього середовища й інших негативних наслідків. Тому управління містами стає одним з найважливіших напрямів розвитку ХХІ століття [3, 4].

Створення нової сучасної моделі інноваційного, «розумного» міста, яке використовує ІКТ та інші засоби для підвищення якості життя, конкурентоспроможності та ефективності міських послуг, безперечно є одним з найважливіших питань сьогодення [1].

Вперше в історії людства глобальне міське населення перевищило сільське у 2007 році, після чого урбанізація почала все більше зростати (рис. 1) [4].

Так, у 50-х роках більше двох третин людей світу мешкали в сільській місцевості, тоді як в міських поселеннях – менше третини. За даними Департаменту з економічних та соціальних питань Секретаріату ООН [4] у 2017 році в містах проживало близько 4,1 млрд. осіб або 55 % населення світу (рис. 1). За прогнозами міське населення й надалі зростатиме. Так, до 2050 року частка міського населення має зрости майже до 70 % (приблизно 6,5 млрд осіб). Очікується, що вже в 2025 році з'явиться 30 мегаполісів з чисельністю населення в 10 і більше мільйонів осіб в кожному (в 1950 році таких мегаполісів було всього два – Нью-Йорк і Токію). При цьому найшвидший приріст можливий в містах із населенням 10 мільйонів осіб і менше.

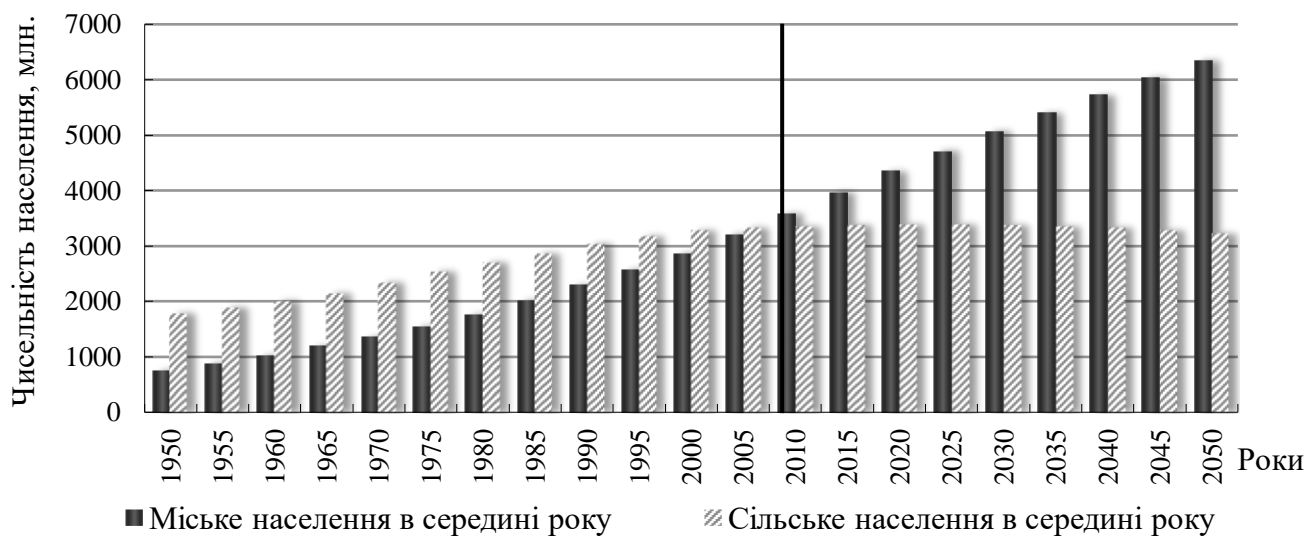


Рис. 1. Динаміка чисельності міського та сільського населення світу за 1950–2050 рр.

Джерело: За даними Організації Об'єднаних Націй [4]

Рівні урбанізації значно відрізняються за регіонами світу. Згідно з останніми даними, показники урбанізації в 2014 році становили 40,0 % в Африці, 47,5 % – в Азії, 73,4 % – в Європі, 79,5 % – в Латинській Америці, 81,5 % – в Північній Америці та 70,8 % в Океанії [4] (рис. 2).

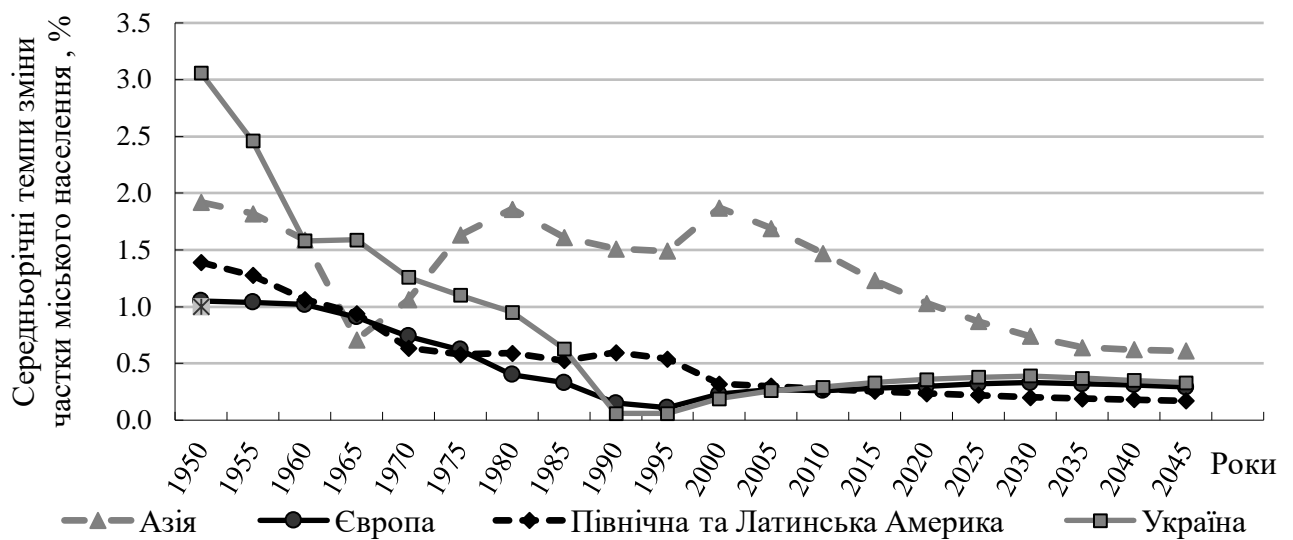


Рис. 2. Середньорічні темпи зміни частки міського населення у світі та в Україні за 1950–2045 рр.

Джерело: За даними Організації Об'єднаних Націй [4]

При позитивному демографічному зростанні в містах тенденція урбанізації продовжуватиметься у всіх основних регіонах. Серед трьох регіонів, що розвиваються, показники демографічного зростання міст найвищі в Африці та Азії. В межах нашого урбанізуючого світу основні регіони демонструють різноманітні, хоч і односпрямовані тенденції щодо процесу урбанізації. Європа, Північна Америка та Океанія вже перейшли за 50 %-й поріг рівня урбанізації, коли в 1950 році ООН розпочала збирати демографічні дані. Їх показники урбанізації в 2015 році склали відповідно 73,4, 81,5 та 70,8 % (рис. 3). Латинська Америка та Карибський регіон швидко урбанізувалися протягом 1950–2000 роках, а в 2015 році досягли рівня 79,5 % урбанізації, яка була набагато вищою, ніж у Європі.

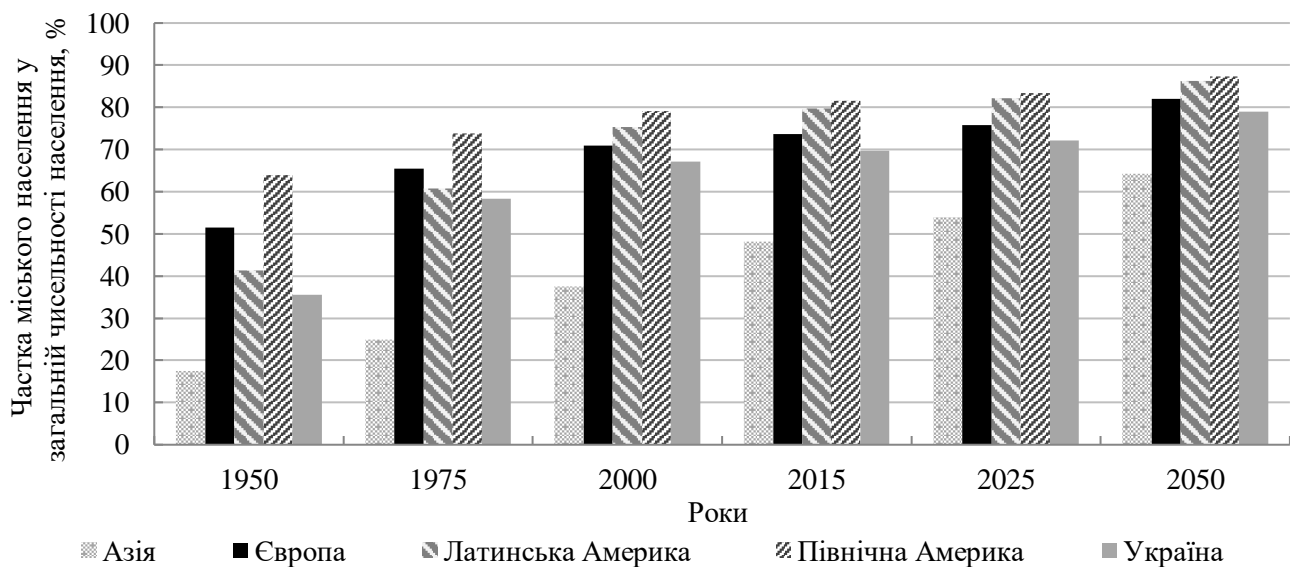


Рис. 3. Частка міського населення у загальній чисельності населення (у %) за основними регіонами світу та в Україні за 1950–2050 рр.

Джерело: За даними Організації Об'єднаних Націй [4]

Найбільш високо урбанізованими (понад 70 %) регіонами є Північна та Латинська Америка і Європа, однак, з меншим темпом зростання у містах, ніж урбанізовані регіони Азії (рис. 2, 3).

Міста вважаються «двигунами економічного зростання», оскільки вони здатні залучати кваліфіковані кадри, прямі внутрішні та іноземні інвестиції, що, в свою чергу, сприяє стрімкому розвитку національної економіки [3]. Тому, за прогнозами ООН, до 2050 року буде спостерігатися подальша урбанізація в усіх регіонах світу, лише з різними темпами.

Економічний розвиток міст і селищ має величезне значення для створення міст безпечними та стійкими. На фоні цього контексту в останні роки активно формується ідея «розумного міста» [2]. Розроблення пріоритетних напрямів соціально-економічної політики, спрямованої на сприяння всебічному, рівноправному та сталому розвитку «розумних» міст неможливе без використання нової та оновленої інформації про глобальні тенденції урбанізації та зростання міст.

#### **Список використаних джерел:**

1. Dahiya B. World Urban Realities / B. Dahiya / *Magazine for Architecture and Urban Planning*. – *DaNIS*, 2015. – Way of access : [http://www.dans.org.rs/index.php?option=com\\_content&task=view&id=660&Itemid=52](http://www.dans.org.rs/index.php?option=com_content&task=view&id=660&Itemid=52)
2. Sustainable development: knowledge platform / United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, New York, 2014. – Way of access : <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainabledevelopmentgoals>
3. UN-HABITAT: State of the World's Cities 2012/2013: Prosperity of Cities / UN-HABITAT. – Routledge, New York, Nairobi, 2013.
4. World Urbanization Prospects. The 2014 Revision [Electronic resource] / United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, New York, 2014. – Way of access : <https://esa.un.org/unpd/wup/>

УДК 330.341.1:338.49]:311

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «РОЗУМНОГО» НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**Лазебник Ю. О., к.е.н., доцент**

**Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна**

Ключовими чинниками, що впливають на формування напрямів розвитку та управління навколишнім середовищем «розумного» міста є урбанізація, нерозвинена інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій міста, незначний обсяг інвестицій та неоптимальне ціноутворення. Цей вплив ще більше ускладнюється у наслідок зміни клімату та зміни навколишнього середовища не в кращий бік.

Неможливим стає прийняття інноваційних та оптимізаційних рішень, необхідних для покращення управління системою «розумного» навколишнього середовища, без сучасної науково обґрунтованої інформаційної та аналітичної бази.

Значні зміни навколишнього середовища відбуваються, зокрема, під впливом процесів нерационального містобудування, що спричиняють такі наслідки, як занадто велике споживання природних ресурсів та електроенергії, збільшення викидів в атмосферу та скидання відходів. За



оцінками експертів ООН [5], у сучасних реаліях у містах споживається біля 75% світової електроенергії та 70% світових викидів CO<sub>2</sub>. При збереженні діючих тенденцій очікується, що ці цифри будуть збільшуватись, зокрема як наслідок зростаючої урбанізації.

Виникнення значних соціально-економічних та екологічних проблем для усіх структурних підрозділів держави, зокрема жителів, підприємств, галузей, муніципалітетів та урядів, а також серйозних змін клімату відбувається в наслідок нестримного зростання населення та виробництва в містах [2, 6]. Впровадження концепції «розумного» навколишнього середовища є сильним стимулятором вирішення зазначених проблем.

Захисту навколишнього середовища приділяється особлива увага в рамках Програми ООН з навколишнього середовища (*United Nations Environment Programme – UNEP*). UNEP виконує роль захисника, каталізатора і посередника у сприянні раціональному використанню та сталому розвитку глобального навколишнього середовища [4].

Вирішальне значення для створення «розумного» навколишнього середовища (*Smart environment*) мають три основні складові:

- стратегічна політика, законодавство, правила та норми;
- інноваційне сучасне міське планування та проектування;
- надійне фінансове планування.

За допомогою використання сучасних технологій у містах удосконалюються процеси контролю та управління якістю навколишнього середовища та його елементів, таких як управління якістю повітря, контроль шумів або підтримка «зеленого» простору. В рамках концепції «розумного» навколишнього середовища зусилля спрямовуються на захист навколишнього середовища з метою зменшення забруднення та зараження біоресурсів.

Відповідно до [3] «розумне» навколишнє середовище визначається як міська екосистема на базі інформаційно-комунікаційних технологій з комфортними кліматичними умовами та стабільними системами управління ресурсами. Керування зазначеними екологічними проблемами проводиться відповідними суб'єктами місцевого самоврядування. Всі ці елементи складають екологічну стійкість міста та взаємодіють із єдиним координаційним центром, задля визначення можливості впровадження сучасних «розумних» послуг, пов'язаних з ІКТ. Такі послуги збільшують ефективність управлінських процесів, використання екологічних ресурсів та пов'язаних з ними інфраструктур у багатьох містах світу, де вже впроваджується концепція «розумного» навколишнього середовища.

На рис. 1 наведено схематичне зображення основних складових «розумного» навколишнього середовища.



Рис. 1. Основні складові «розумного» навколишнього середовища

*Джерело: розроблено автором за [4]*

Потенціал міського середовища можна проаналізувати з використанням двох підходів. Перший, з точки зору економії енергії та запобігання надмірного споживання ресурсів, другий пов'язаний з міською мережею та управлінням ресурсами, відходами, дренажними системами, моніторингом водних ресурсів, зменшенням забруднення та підвищенням якості води. Так, сучасні технології дозволяють в режимі реального часу відслідковувати вміст та зміст різних шкідливих речовин у навколишньому середовищі та вживати превентивних заходів. Система заходів еко-моніторингу має включати контроль основних компонентів еко-системи, таких як рівень шуму, якість повітря, стан ґрунтів, зелених насаджень, підземних і поверхневих вод тощо.

Підсумовуючи вищевикладене, можна виділити основні принципи формування та функціонування «розумного» навколишнього середовища [1]:

- усвідомлення привабливості рідного міста і прагнення до його збереження й покращення;
- цінування природної спадщини, унікальних природних ресурсів, біорізноманіття навколишнього середовища;
- збереження екологічної системи в міському регіоні;
- ефективне та раціональне керування своєю природно-ресурсною базою;
- прагнення до створення чистого та «зеленого» міста;
- усвідомлення цінності міста та капіталізація мальовничих ресурсів;
- наявність інтегрованих систем управління природними ресурсами;
- наявність інтегрованої та ефективної системи управління для збирання, транспортування, обробки, утилізації та повторного використання побутових відходів;
- наявність ефективної системи контролю за забрудненням повітря та підтриманням чистого повітря;
- наявність та постійне вдосконалення стійкості міста до наслідків зміни клімату;
- створення середовища із низьким вмістом вуглецю, зосереджене на енергоефективності, поновлюваних джерелах енергії тощо.

#### **Список використаної літератури:**

1. Лазебник Ю.О. Адаптація методичного забезпечення до специфіки управління «розумним» навколишнім середовищем / Ю.О. Лазебник // Проблеми Економіки. – № 4, 2017. – С. 453–458.
2. Information and Communication Technology for Urban Climate Action [Electronic resource] / UN-Habitat: For a Better Urban Future. – Way of access : <https://unhabitat.org/information-and-communication-technology-for-urban-climate-action-2/>
3. United for Smart Sustainable Cities [Electronic resource] / ITU Committed to connecting the world, UNECE and ITU, October 2015. – Way of access : <https://www.itu.int/en/ITU-T/ssc/united/Pages/default.aspx>
4. United Nations Environment Programme [Electronic resource] / United Nations and the Rule of Law. – Way of access : <https://www.un.org/ruleoflaw/ru/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>
5. World Cities Report 2016 – Urbanization and Development : Emerging Futures [Electronic resource] / UN-Habitat, United Nations Human Settlements Programme, 2016. – Way of access : <http://wcr.unhabitat.org/wp-content/uploads/sites/16/2016/05/WCR-%20Full-Report-2016.pdf>

## **ПРОБЛЕМИ ВОЛАТИЛЬНОСТІ КУРСУ КРИПТОВАЛЮТИ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ**

**Лузанова О.С.**

**Науковий керівник: Максимов М.С.**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

Розвиток технологій багато в чому спрощують повсякденне життя, тому поява електронних розрахунків, електронних грошей та криптовалюти було необхідно на сучасному етапі розвитку людства.

Фінансова криза, що сталася у 2008 році підірвала довіру до провідних світових валют, а саме до долара та євро. Сучасну грошову систему критикують за можливість проводити емісію, тобто випуск грошей в обіг, що веде до збільшення грошової маси.

Однією з новацій останнього часу стала поява особливого виду валют, який отримав назву «криптовалюта». Термін закріпився в побуті після публікації в журналі Форбс у 2011 році, де було згадано назву «криптовалюта».

Криптовалюта — це цифрова або електронна валюта, яка виробляється в інтернеті і зберігається тут же на віртуальних гаманцях. При створенні цієї валюти використовується особливий криптографічний шифр, що складається з послідовного хеширования і цифрового підпису.

Фінансові ринки ніколи не стоять на місці. Якщо поглянути на графік будь-яких фінансових інструментів, можна побачити, що ціна постійно коливається.

Волатильністю криптовалюти називається ступінь коливання її курсу, тобто математична міра можливої зміни цін. Волатильність може вимірюватися за допомогою стандартного відхилення або варіації ціни акції або індексу. Звичайно чим вище волатильність, тим ризикованіше актив.

Волатильність криптовалюти розраховується в рамках конкретного періоду. Найчастіше для складання прогнозів або торгових стратегій береться волатильність за кілька місяців або за рік.

У порівнянні з традиційним активами волатильність криптовалюти є високою. Середньорічна волатильність фіатних традиційних валют, як правило, не перевищує 3%. Для криптовалюти нормальні коливання курсу в рамках 25% і більше, а середньорічна волатильність багатьох криптовалют перевищує 100%.

Є кілька способів вимірювання волатильності. Перший з них – це просто оцінювання стану ринку без застосування математичних обчислень. Подивившись на будь-який графік можна досить точно сказати, наскільки нинішня волатильність більше або менше, ніж діапазон коливань цін в минулому. Ще одна методика – це ручний розрахунок волатильності з використанням цінових мінімумів або максимумів за певний період.

Серед інших причин волатильності криптовалюти можна виділити наступні:

### **1. Відсутність державного регулювання**

Криптовалюти – децентралізовані, тобто не мають ніяких регулюючих фінансових органів. На відміну від долара, який підтримується фінансовими інститутами ряду розвинених країн зі стабільною економікою.

## 2. Відсутність прив'язки до відчутної цінності

Курс національних валют прив'язані до цінності, яку має нація. Поки вартість цієї цінності стійка – валюта теж не буде помітно «стрибати», тобто її волатильність буде низькою. Криптовалюти таких прив'язок не мають.

## 3. Відсутність реальної вартості

Криптовалюти не мають реальної вартості, на яку можна було б орієнтуватися при визначенні ринкової вартості (тобто курсу). Наприклад, реальна вартість акцій корпорації включає в себе конкретні показники діяльності (дохід, вартість товару та ін.).

Криптовалюта існують у своєрідному економічному вакуумі щодо традиційних активів, через що їх ринкова вартість постійно змінюється як по зрозумілим, так і по не до кінця зрозумілим причинам.

## 4. Людський фактор

Криптовалюти протягом останніх кількох років викликали ажіотаж, який спровокував приплив на ринок початківців. Новачки в цій області часто роблять помилки, купуючи і продаючи активи в самі невідповідні моменти, і тим самим досить непередбачуваним чином впливають на коливання курсу.

Волатильність криптовалюти має свої плюси, в основному – для трейдерів. Це витікає з різниці курсу традиційних (фіатних) горшей та криптовалют. Якщо волатильність традиційного активу становить менше 5%, а волатильність криптоактива – більше 10%, то вигода очевидна. У першому випадку трейдер, купивши 100 \$ на мінімумі ціни, на її піку отримає менше 5 \$ прибутку. У другому випадку, купивши криптовалюту на ті ж 100 \$, він отримає більше 10 \$.

Також висока волатильність тягне за собою велику ліквідність і сприяє в кінцевому підсумку популярності криптовалюти.

Слід відмітити, що у волатильності криптовалюти є чимало мінусів.

1. Волатильність вказує на те, що актив має високі ризики для інвестора.
2. Волатильність відштовхує бізнес від криптовалютних транзакцій. Так як, за нинішньої волатильності можливі ситуації, коли заплачені покупцем 100 \$ в криптовалютному еквіваленті на наступний день перетворяться в 50 \$.
3. Волатильність погано піддається прогнозуванню. Якщо волатильність фіатної валюти передбачити більш-менш можна, то наскільки і через що буде падати і рости курс криптовалюти – сказати дуже важко.

Таким чином, можна зробити висновок. Курс будь-яких активів, у тому числі криптовалюти, рідко нерухомий. На нього впливають попит і пропозиція з боку рядових споживачів і інвесторів, економіко-політична ситуація і інші події, властиві і тільки кріптусфері, і економіці в цілому. Перераховане може впливати на криптовалюти як позитивно, так і негативно. Часто позитивні і негативні фактори накладаються один на одного з невеликою різницею в часі, в результаті чого спостерігаються коливання курсу.

### Список використаних джерел:

1. Вахрушев Д.С. Криптовалюта как феномен современной информационной экономики: проблемы теоретического осмысления / Д.С. Вахрушев, О.В. Железов // Наукоеведение. – 2014. – Вып. 5. – С. 4–15.
2. Фомин А.Н. Криптовалюты в цифровой экономике: финансово-экономические аргументы «за» и «против». Аналитический доклад / А.Н. Фомин /:[Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://csef.ru/media/articles/7770/8861.pdf>

## ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ТЕНЕВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

Мищенко Т. А.

Научный руководитель: Николаева Е. Г, к. ф-м. н., доцент  
Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина

Теневая экономика является существенной частью рыночного хозяйства, вопросам изучения проблем ее образования и функционирования посвящено огромное количество экономических исследований в различных областях знаний с преобладанием эмпирического элемента, что свидетельствует о том, что требуются работы обобщающего характера.

«Теневая экономика — это совокупность всех экономических процессов в стране, протекающих стихийно, в обход законодательных актов, вне контроля государства, и не оказывающих какого-либо влияния на его показатели». [1]

Проблемы теневой экономики начали изучаться зарубежными экономистами с 30-х гг. прошлого столетия. В мире размеры теневой экономики в среднем варьируются от 10% ВВП в развитых странах до 40% и более - в развивающихся.

Основными составляющими теневой экономики являются:

- "вторая" теневая экономика, так называемая "беловоротничковая";
- "серый рынок" теневой экономики, так называемая "неформальная экономика";
- "черный рынок" теневой экономики, так называемая "криминальная экономика". [1]

Международный опыт подсказывает ряд классических причин роста теневой экономики, к которым относятся многие экономические, демографические, политические, социальные и правовые факторы. [2]

Особенностями развития теневой экономики в Украине является сращивание властных структур с теневыми, использование государственного имущества и организационных структур для получения неофициального частного дохода государственными чиновниками и управленцами, отсутствие четкой границы между официальной и теневой деятельностью, коррумпированность государственных служащих различных властных структур, служебные злоупотребления, установление льготных условий функционирования отдельных субъектов и т. п. [3]

В экономической литературе предложено несколько подходов в оценке размеров теневой экономики, которые можно разделить на три категории: микроэкономические, макроэкономические, а также методы программного моделирования.

Достаточно эффективным средством изучения теневой экономики как сложной системы являются методы математического моделирования, в которых используются подходы, основанные на применении производственных функций, балансовых и равновесных моделей, эконометрических методов.

Такие методы, как метод скрытых переменных (Dynamic Multiple Indicators Multiple Causes Model (DYMIMIC)), метод спроса на деньги, а также модель расчета на экономику показателей легального и нелегального импорта и основные подходы к структурному моделированию параметров теневой экономики, рассматривались в работах [4] – [8].

В целях дальнейшего совершенствования расчета уровня теневой экономики и в соответствии с Положением о Министерстве экономики Украины, утвержденного постановлением Кабинета Министров Украины от 26.05.2007 № 777, утверждено «Рекомендации по интегральной оценке объемов теневой экономики», которые предусматривают применение следующих методов:

- метод "расходы населения - розничный товарооборот";
- финансовый метод;
- монетарный метод;
- электрический метод;
- метод убыточности предприятий. [8]

Были проведены расчеты для оценки теневого сектора Украины в период с 2012 по 2017 года с помощью монетарного метода и получены следующие результаты:

Таблица 1

Оценка теневого сектора Украины с помощью монетарного метода

Год	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Коэффициенты теневиализации по методу Гутманна	18 -23,9%	18 -23,5%	23 -32,4%	23 -29,7%	25 -29,9%	23 -27,3%
Официальная статистика	25 %	24 %	32 %	30 %	28 %	23 %

Источник: составлено автором.

При расчёте теневого сектора монетарным методом используются три модификации метода Гутманна, откуда мы получаем интервальные значения оценки. Как видим, расчетные значения очень приближены к официальной статистике, что свидетельствует о правильности проведенных расчетов.

Вычисления интегрального показателя уровня теневой экономики в национальной экономике в целом осуществляется путем сведения оценок по методам "расходы населения - розничный товарооборот", финансовым, монетарным и электрическим в обобщенный показатель с использованием коэффициентов, применяемых для оценки уровня теневой экономики по каждому методу в рассматриваемом периоде, с учетом стабильности оценок по соответствующим методом за предыдущие годы. [8]

Таким образом, в условиях постоянных трансформационных изменений в обществе и экономической деятельности, необходимо выявить и раскрыть глубинные причины теневого сектора, изучить механизм его воспроизводства, определить его тенденции и закономерности развития. Именно поэтому требуется использование новых, усовершенствованных экономико-математических методов для дальнейшего изучения этого феномена.

#### Список использованной литературы:

1. З. С. Варналій Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації: Монографія/ З. С. Варналій, А.Я. Гончарук, Я.А. Жаліло та ін.; За ред.: З.С. Варналій; Нац. ін-т стратег. дослідж. К.: НІСД, 2006. - 575 с.
2. Антипов В. І. Тіньова економіка та економічна злочинність: світові тенденції, українські реалії та правові засоби контролю (теоретико-методологічне узагальнення) / В. І. Антипов. – Вінниця : ДП ДКФ, 2006. – 1049 с.

3. Дроздов А. В. История формирования теневой экономики на Украине / Дроздов А. В. // Ученые записки Таврического национального университета. - Выпуск 12 (51). - №1 – 2010. – С. 20-22
4. Schneider, F., and Klinglmaier, R. (2004). Shadow economies around the world: What do we know? Retrieved February 15, 2013 from <http://www.crema-research.ch/papers/2004-03.pdf>
5. Костромин А.В. Основные подходы к структурному моделированию параметров теневой экономической деятельности на микроуровне/ А.В. Костромин, Е.Л. Фесина// Вестник экономики, права и социологии. — 2016. — № 3. — С. 46-49.
6. Буров В.Ю. Определение масштабов теневой экономики/ В.Ю. Буров// Вестник-Экономист (Электронный научный журнал). — 2012. —№4. — С. 1–17.
7. Светушков С. Г. Комплекснозначное моделирование теневой экономики в сфере внешней торговли Украины / С. Г. Светушков, Т. Л. Вышинская // Бизнес Інформ. - 2013. - № 10. - С. 86-92.
8. Суслов Н.И. Воздействие роста цен на энергоресурсы на размеры теневой экономики в странах мира // Открытый семинар: «Экономические проблемы энергетического комплекса», 117-е заседание от 25 янв. 2011 г. – Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. – М.: Изд-во ИПП. – 2011. - стр. 48.
9. Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку рівня тіньової економіки: Наказ Міністерства економіки України від 18 лютого 2009 року N 123. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.me.gov.ua/LegislativeActs/Detail?lang=uk-UA&id=4bb297a0-c900-404f-8c6f-5f76f18b1503>

УДК 330.46

## **МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСУ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ ADONIS**

**Пімченко Н.В.**

**Науковий керівник: Біткова Т.В., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

**1.** У тезах розглядаються поняття і визначення бізнес-процесу (БП), концепції моделювання бізнес-процесів (BPM), основні особливості та переваги використання пакету програмного забезпечення «ADONIS» компанії «BOC-group»; структура бізнес-процесів торгівельної компанії-дистриб'ютора.

Ключові слова: бізнес-процес, дистриб'юторська компанія, Adonis, моделювання.

**2.** У даний час підприємства роздрібної і оптової торгівлі функціонують в умовах жорсткої конкуренції на ринку товарів і послуг, швидкого зростання торгівельних мереж, кризисних явищ в економіці. У цих умовах одним з найбільш важливих напрямів ефективного функціонування роздрібної і оптової торгівлі є використання процесного підходу до управління організаціями і здійснення постійної діяльності по аналізу і вдосконаленню бізнес-процесів.

**3.** Поняття БП можна визначити по-різному [1,3,4,5]. За стандартом ISO 9000-2000 бізнес-процес – це сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих видів діяльності, які

перетворюють входи у виходи, що мають цінність для користувача. Є багато варіацій цього визначення, наприклад:

БП – це логічний, послідовний, взаємозалежний набір дій, у ході яких споживаються ресурси постачальника, створюється цінність і видається результат споживачеві;

БП – це структурована кінцева множина дій, спроектованих для виробництва специфічної послуги або продукту для конкретного споживача або ринку;

БП – це особливий процес, який служить здійсненню основних цілей підприємства (бізнес - цілей) і описує центральну сферу його діяльності.

4. Для модельного відображення бізнес-процесів в різні періоди використалися діаграми Ганта, структурні схеми, функціональні блок-схеми потоків, схеми контролю, технології PERT і IDEF. Термін «модельовання бізнес-процесів» появився у 1967 року в галузі інженерних систем в зв'язку із виходом роботи Williams S. Business Process Modelling Improves Administrative Control. Ідея Вільямса полягала у тому, що методи, придатні для отримання більш глибокого розуміння фізичних систем управління, можна використати також в аналізі бізнес-процесів [7]. У таблиці 1 приведено хронологію зміни різних концепцій модельовання бізнес-процесів.

Таблиця 1.

#### Зміна концепцій моделювання бізнес-процесів

Період	Концепція моделювання	Методологія управління якістю
40-60-і гг.	Поява алгоритмічних мов опису	Національні стандарти
60-і гг.	Поява методології SADT (структурного аналізу і проектування)	Розвиток стандартів в різних відгалузях, в першу чергу у галузі контролю якості продукції
70-80-і гг.	Поява серії нотацій IDEF (IDEF0, IDEF3, IDEF1X), DFD, ERD	Прийняття МС ІСО серії 9000-1988 р.
90-і гг.	Поява концепції ARIS (архітектура інтегрованих інформаційних систем), UML (універсальна мова моделювання), методології і програмні розробки компаній Oracle, Baan, Rational и др.	Прийняття МС ІСО серії 9000- 1994 (в стандартах закладаються основи процесного підходу)
2000-і г.	Прийняття МС ІСО серії 9000-2000, чітке визначення підходу до управління організацією	

Джерело: [https://en.wikipedia.org/wiki/Business\\_process\\_modeling#History](https://en.wikipedia.org/wiki/Business_process_modeling#History)

#### 5. Переваги програмного пакету ADONIS як засобу моделювання бізнес-процесів:

ADONIS має потужний і зручний у роботі графічний редактор, який дозволяє виконати опис та побудувати модель бізнес-процесу компанії з різною мірою деталізації, із визначенням для кожного об'єкту необхідних параметрів і атрибутів. Моделювання в ADONIS можна починати із створення діаграми будь-якого вигляду. Модель бізнес-процесу компанії в ADONIS включає комплексний опис ділових процесів, робочого середовища, інфраструктури і документообігу, містить інструментальні засоби аналізу, оцінки і імітації процесів.

У ADONIS представлені чотири алгоритми імітації:



- Path analysis - визначення оптимального шляху виконання завдання в моделях бізнес-процесів за заданими критеріями;
- Capacity Analysis - визначення оптимального складу і структури відділів за допомогою оцінки часу завантаження кожного окремого виконавця;
- Workload Analysis - визначення (динамічне) робочого завантаження процесу.

Додатковими перевагами ADONIS є простота у використанні, можливість планування та оцінки бізнесу (планування потужності, витрат по процесах, і т.д.), підтримка різних стандартів моделювання і таких нотацій, як BPMN, UML, EPC, наявність інтерфейсів для впровадження процесів (напр. BPEL, XPD, XMI), гнучкий механізм публікації документації в інтрамережі [2,6].

6. Дистриб'юторська Компанія Секвойя 2000 займається оптовою і роздрібною торгівлею на території всієї України і представляє широкий спектр продуктів, пов'язаних з опалюванням, водопостачанням, каналізацією, водоочищенням, вона поставляє насосне устаткування і багато супутніх товарних груп. Секвойя 2000 закуповує продукцію лише у перевірених і надійних постачальників, таких як: ARISTON, ZEGOR, ZANUSSI, ECOSOFT та ін. Щодня фірма приймає близько 300 замовлень. Доходи фірми значно перевищують витрати. Сезон продажів починається навесні і закінчується в кінці осені. Класифікацію бізнес-процесів компанії наведено у таблиці 2.

**Таблиця 2. Класифікація бізнес-процесів (БП) компанії-дистриб'ютора**

Основні БП	Підтримуючі БП	Процеси управління
Маркетинг и планування збиту; Закупки; Транспортна логістика; Складська логістика; Продажі; Післяпродажне обслуговування	Підтримка і обслуговування дистриб'юторської мережі; Забезпечення інформаційними ресурсами і технологіями; Матеріально-технічне забезпечення діяльності; Забезпечення безпеки	Стратегічне управління; Управління персоналом; Операційне управління бізнес-процесами

*Джерело: [3]*

Кожен бізнес-процес має обов'язкові атрибути: границі; кінцевого споживача (іншого бізнес-процесу або кінцевого споживача); власника.

Система ADONIS дозволяє нам створити наочну, всебічну комп'ютерну модель бізнесу даного підприємства – від стратегії торгової фірми до посадової інструкції рядового співробітника і пов'язаних з ним бізнес-процесів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес – процессов/В.В.Репин., В.Г. Елиферов - М.:РИА «Стандарты и качество»-2004.- 23с.
2. Біткова Т.В., Ганжала М.В. Моделювання бізнес-процесів у середовищі «ADONIS». - Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції THE STATE AND PERSPECTIVES OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF ECONOMIC AGENTS IN THE MODERN WORLD, 21-22 листопада 2013 року. - Х.:ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013, с. 61-65.
3. Ковпак Э.А. Организационное проектирование. Учебный материал для студентов специальности «Экономическая кибернетика». - Х.: ХНУ имени В.Н. Каразина, 2011. – 64 с.

4. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів : монографія / В. С. Пономаренко, С. В. Мінухін, С. В. Знахур. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 244 с.
5. Соколовська З.М. Моделювання бізнес-процесів підприємства на платформі ITHINK. – Одеса: Вісник ОНУ, 2010. – с. 187-199.
6. Whitepaper\_Introduction\_to\_ADONIS\_EN [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.boc-group.com/info-center/downloads/detail/resource/whitepaper-introduction-to-adonis/> [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://sapr.ru/article/18955>
7. Williams S. Business Process Modeling Improves Administrative Control. – in: Automation, Dec., 1967, p. 44-50.

УДК 519.23:351.82

## **ЕКОНОМЕТРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПОПИТУ НА ХЛІБОБУЛОЧНІ ВИРОБИ**

**Рибакова А.С.**

**Науковий керівник: Ніколаєва О.Г., к.ф.-м.н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

Товари першої необхідності складають вагому частину видатків сучасного українця, а знання про динаміку попиту на ці товари та фактори, що впливають на нього, можуть бути використані при побудові вектору розвитку як окремих галузей діяльності, так і політики держави в цілому. Саме цим і визначено актуальність та практичне значення цього дослідження.

Оскільки Кабінет Міністрів України включив хлібобулочні вироби до наборів продуктів харчування усіх груп населення [1], було вирішено проаналізувати саме цю категорію товарів першої необхідності.

Аналізом, моделюванням та прогнозуванням попиту на товари першої потреби займались чимало закордонних та вітчизняних науковців, зокрема А.А. Бондарєв, Д.А.Гладишева, Я.Э.Мишанова, А.С. Строков, С. Schilling, Q. Yang та інші. Більшість досліджень проводились на основі AIDS-моделі, розробленої нобелівськими лауреатами А.Дітоном і Д.Мюльбауером. Серед факторів найчастіше аналізували доходи [2], ціни на товари першої необхідності [3], [4], структуру споживчих витрат на важливі продукти харчування [5].

З метою аналізу впливу на попит на хлібобулочні вироби було виділено 13 факторів. При цьому попит виступав у якості результативної змінної  $Y$ . Для відбору найбільш значущих факторних змінних використовувався метод виключень [6]. За результатами його застосування виявлено три найбільш значущі змінні. Серед них:

- $X_1$  –експорт продукції борошномельно-круп'яної промисловості;
- $X_2$  –індекс промислової продукції (виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості);
- $X_3$  –середня заробітна плата у розрахунку на одного працівника.

На основі отриманих змінних та значення досліджуваної величини об'єму продажів хлібобулочних виробів для даних Україні [7] побудовано багатофакторну модель, у якій припускається лінійна залежність між факторами впливу та результативною змінною.

$$Y=903568,17+11353,15 \cdot X_1+3082,75 \cdot X_2-26,19 \cdot X_3.$$

Для побудови однофакторної моделі було обрано найбільш значущий фактор. Ним виявився дохід, тобто величина середньої заробітної плати. Залежність була визначена у вигляді першої функції Торнквіста.

Обидві моделі є досить реалістичними. Коефіцієнти детермінації свідчать про достатньо сильний вплив факторів впливу на результуючу змінну. Т-статистики та критерій Фішера відображають, що усі параметри значущі та пов'язані між собою. Обидві помилки апроксимації менші за 11%, що підтверджує адекватність та придатність до використання моделей. Коефіцієнти еластичності у багатофакторній моделі вказують на такі залежності: при збільшенні величини експорту продукції борошномельно-круп'яної промисловості на 1%, обсяг продажу хлібобулочних виробів зростає на 0,28%; при зростанні індексу промислової продукції на 1%, обсяг продажу хлібобулочних виробів зростає на 0,25%; при підвищенні середньої заробітної плати на 1%, обсяг продажу хлібобулочних виробів скоротиться на 0,26%.

Виявлено загальну мультиколінеарність багатофакторної моделі, але оскільки жоден елемент матриці R не перевищує 0,8 то можна стверджувати, що це — несерйозна проблема. Гетероскедастичність та автокореляцію не виявлено. Усе це ще раз підтверджує якість моделі.

Оскільки знання про динаміку попиту на хлібобулочні товари, як вже було зазначено, можуть бути використані при побудові вектору розвитку цієї галузі, то було побудовано точковий та інтервальний прогнози. Отримані прогнозні значення є близькими до реальності (наприклад, відношення отриманого точкового прогнозу за передостанній та останній період, що розглядалися до реальних значень змінних за ці періоди становлять відповідно 96,5% та 99,5%), тому їх можна вважати якісними.

#### **Список використаних джерел:**

1. Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення від 11 жовтня 2016 р.
2. Бондарев А.А. Оценивание функций спроса для групп продовольственных товаров в российской экономике за 1999-2004 гг. [Текст] / Бондарев А.А. // ИЭПП Научные труды №118Р. — М., 2008. — 116 с.
3. Гладышева Д.А., Мишанова Я.Э. Анализ динамики цен трех групп товаров по Санкт-Петербургу в 2015 году [Текст] / Гладышева Д.А., Мишанова Я.Э. // Сборник научных статей по материалам научно-практической конференции с международным участием, том 1. — Санкт-Петербург, 2016. — С. 69-72
4. Ni Murchu C, Eyles H, Schilling C, Yang Q, Kaye-Blake W, Genç M Food prices and consumer demand: differences across income levels and ethnic groups [Текст] / Ni Murchu C, Eyles H, Schilling C, Yang Q, Kaye-Blake W, Genç M // e75934. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0075934>. — Норфолк, 2013 — 12 с.
5. Строков А.С. Моделирование потребительского спроса на продукты питания в России [Текст] / Строков А.С. // Научный журнал «Уровень жизни населения регионов России» № 7. — М., 2013. — С. 91-101.

6. Здрок В. В. Економетрія : Підручник із рекомендацією Міністерства освіти і науки України / В. В. Здрок, Т. Я. Лагоцький. – К. : Знання, 2010. – 541с.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 339.94

## **«ЗЕЛЕНАЯ» ЭНЕРГЕТИКА: ВОЗОБНОВЛЯЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ, ОПЫТ МИРОВОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

**Рузавина А.Р.**

**Научный руководитель: Галуцких Н.А., к.э.н., доцент**

**Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, г. Харьков**

Аннотация. В статье раскрыты тенденции развития возобновляемых источников энергии в странах мира. Показано, что данным видам энергии отведена значительная роль в системах энергоснабжения многих стран мира.

Ключевые слова: возобновляемые источники энергии, «зеленая» энергетика, инвестиции.

В двадцать первом веке существенно изменились общемировые представления о направлениях повышения энерговооруженности человека, происходит значительное переосмысление стратегических принципов развития энергетике. Сложилось устойчивое понимание, что экономическое развитие общества должно быть экологически безопасным и энергетически независимым. Современная энергетика, основанная на невозобновляемых энергоресурсах, не соответствует таким представлениям [1].

Потребление энергии и население растут ежегодно, при сохраняющихся темпах роста, общее потребление энергии за следующие 15 лет увеличится более чем в 1,5 раза [2].

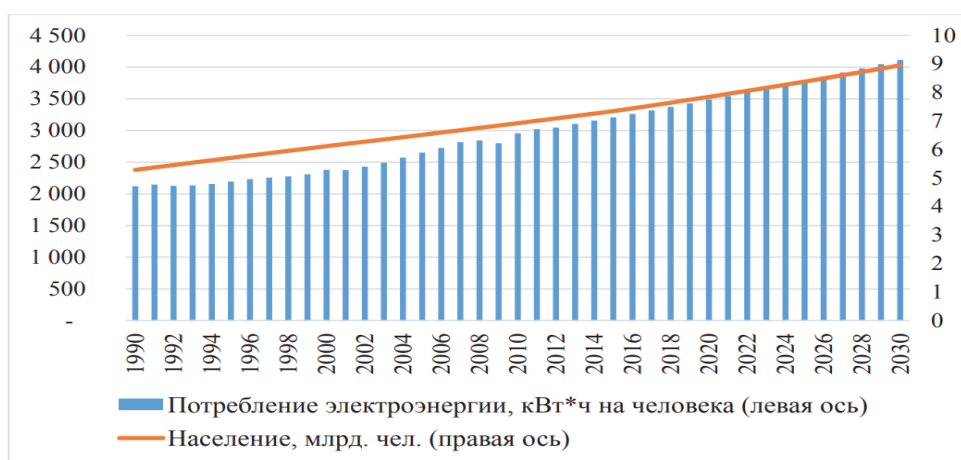


Рис. 1. Среднее мировое потребление энергии и население Земли (1990 - 2013 - фактические данные, 2016 - 2030 - прогнозные значения) [2].

Это значит, что при использовании традиционных источников энергии (преимущественно ТЭС) выбросы вредных веществ в окружающую среду достигнут катастрофических масштабов. Поэтому возникает необходимость использования возобновляемых источников энергии, наносящих минимальный вред природе [2].

На данный момент доля возобновляемых источников в мировой структуре энергопотребления составляет около 19%, а наибольшая доля приходится на ТЭС. К остальным относятся энергия солнца, ветра, геотермальная и биотопливо. Наиболее развитые страны в сфере возобновляемой энергетики: Германия, Китай, Великобритания, США и Дания. На эти 5 стран приходится более половины энергии мира, вырабатываемой СЭС [5].

В 2017 году Всемирный банк объявил Данию мировым лидером в области использования экологически чистой энергии, 43% всех потребностей в электроэнергии покрыли ветроэлектростанции [3].

По данным ООН по окружающей среде 102 города по всему миру в настоящее время получают не менее 70% электроэнергии из возобновляемых источников. В том числе города с большим количеством населения, такие как Сиэтл, Ванкувер, Осло, Окленд и Найроби [4].

Возобновляемые источники энергии - это то, что теперь могут себе позволить большинство стран мира. Значительная доля новых возобновляемых источников энергии создается в развивающихся странах, главным образом в Китае, который является крупнейшим разработчиком новых возобновляемых источников энергии и тепла в течение последних восьми лет [5].

Так, в Кении, где к электроэнергии доступ имеют только 70% нуждающихся, правительство хочет обеспечить всеобщий доступ к 2020 году. За последние несколько лет Кения стала лидером в строительстве солнечных станций, не подключенных к сети. Солнечная энергетика стала альтернативой дорогим дизель-генераторам [3].

Благодаря внедрению "зеленых" аукционов, в Индии создан наиболее конкурентный рынок возобновляемых источников энергии в мире. В связи с ростом спроса на электроэнергию, владельцы станций конкурируют между собой на аукционах, что способствует снижению затрат [3].

Кроме того, в 2015 году развивающиеся страны, по количеству инвестиций в возобновляемые источники энергии превысили развитые страны. Однако, в 2016 году развитые страны снова перехватили лидерство, несмотря на то, что Китай на данный момент остается крупнейшим инвестором [5].

Прогнозируется, что доля Китая в глобальной "зеленой" энергетике до 2022 года составит 42% солнечной энергии, 35% гидро- и 40% энергии ветра. Только за 2017 году иностранные инвестиции в "зеленые" проекты в энергетике превысили \$44 млрд, благодаря сильным институциональным, финансовым и бизнес-структур для поддержки китайских и зарубежных инициатив [3].

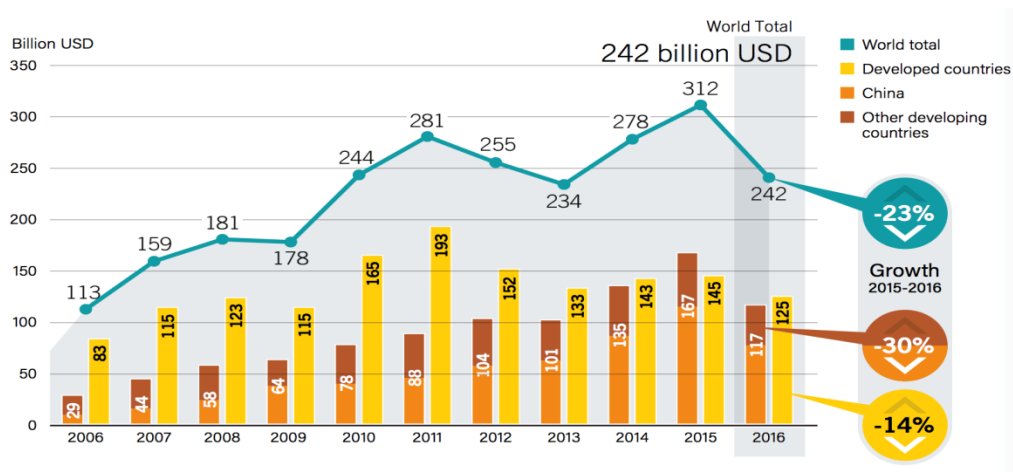


Рис. 2 Глобальные инвестиции в возобновляемые источники энергии, в развитых и развивающихся странах, 2006-2016 [5].

Миф о том, что возобновляемые источники энергии слишком дороги или что только богатые страны продолжают развивать возобновляемые источники энергии больше не является объективной реальностью. Возобновляемые источники энергии в настоящее время являются наименее затратным вариантом.

#### Список использованных источников:

1. Елистратов В.В. Возобновляемая энергетика – 2-е изд., доп. – СПб: Изд-во Политехн. Ун-та, 2013. – С. 5-6
2. Научные механизмы решения проблем инновационного развития: сборник статей Международной научно-практической конференции / - Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – С. 156-158
3. Delo.ua [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://delo.ua/business/5-zelenyh-stran-338433/>
4. Climate Action [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.climateactionprogramme.org/news/over-100-global-cities-now-powered-by-over-70-renewables>
5. Highlights of the REN21 Renewables 2017 Global Status Report [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.ren21.net/wp-content/uploads/2017/06/170607\\_GSR\\_2017\\_Highlights.pdf](http://www.ren21.net/wp-content/uploads/2017/06/170607_GSR_2017_Highlights.pdf)

## **АНАЛИЗ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ МЕТОДАМИ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА**

**Скрыпник А.А.**

**Научный руководитель: Кононова Е.Ю., д.э.н.  
Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина**

Для рынка потребительских товаров характерно активное развитие и острая конкуренция. Торговые компании в поисках конкурентных преимуществ обращаются к различным методам моделирования, одним из которых является кластерный анализ. Он «...предусматривает сбор данных, которые сохраняют информацию о выборке объектов, а также упорядочивание объектов в сравнительно однородные группы» [1, с. 518]. Использование кластерного анализа дает возможность торговым компаниям сформировать уникальное предложение на рынке в соответствии с запросами определенной группы потребителей.

В маркетинговых исследованиях при проведении кластерного анализа важно охватывать географические признаки, каналы сбыта, распределение товаров по номенклатурным группам, – это позволит повысить эффективность продвижения товара на той или иной территории. Такой анализ применяется для определения стратегий развития в конкретном сегменте рынка, определения новых рынков, позволяет определить неудовлетворенные и перенасыщенные сегменты.

Объектом исследования выступает компания, производящая приправы. На подобных рынках необходимо проводить анализ показателей, которые могут увеличивать разнообразие небольших сегментов внутри общего, в каждом сегменте рынка должна проводиться своя маркетинговая политика для продвижения товара.

Украинский рынок специй и приправ был сформирован 14-15 лет назад. Хотя в последние годы его ежегодный прирост составляет лишь 2-3% [2], на основе данных государственной службы статистики можно сказать, что за последние 5 лет он вырос примерно на 25-30%, и по прогнозам будет развиваться в дальнейшем не меньшими темпами.

Исследуемая компания занимает одну из лидирующих позиций на рынке и охватывает всю территорию Украины, постоянно улучшая и увеличивая ассортимент товара. Тем не менее чтобы не терять позиции относительно конкурентов, ей необходимо постоянно отслеживать изменения предпочтений потребителей. Для компании с довольно широким ассортиментом товаров, использование кластерного анализа позволит осуществлять эффективное стратегическое управление и рассчитать свои ресурсные возможности (в пределах структурных подразделений и предприятия в целом), тем самым оптимизируя использование производственных мощностей. «Сегментация рынка должна проводиться непрерывно, особенно если речь идет о новом товаре на конкурентоспособном рынке продуктов питания» [3].

Таким образом, целью работы является кластерный анализ показателей компании, производящей приправы, с целью их дальнейшей интерпретации и определения целевых сегментов рынка, на которых можно развивать торговую деятельность, а также выявления

новых сегментов и потенциальных потребителей, за счет которых можно увеличивать объем продаж компании.

**Список использованной литературы:**

1. Гаркавенко, С. С. Маркетинг [Текст]: учебник для ВУЗов / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2002. – 712 с. 9. Геворкян,
2. Статистическая информация Государственная служба статистики Украины Электронный ресурс. Режим доступа: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/pr/ipp\\_vd\\_m/ipp\\_vd\\_m\\_u/ipp\\_vdm0118\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/pr/ipp_vd_m/ipp_vd_m_u/ipp_vdm0118_u.htm)
3. Митяева Т.Л. / Використання результативної сегментації для визначення потреб на ринку швидкого харчування Т. Л. Митяєва,: Электронный ресурс. Режим доступа: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/274/285>

УДК 330.4

**ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КАСКАДОВ К  
МОДЕЛИРОВАНИЮ ПОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ**

**Тараненко Л.Г.**

**Научный руководитель: Меркулова Т.В., д.э.н., профессор  
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина**

Информационный каскад - ситуация, когда экономический агент, принимая решение, копирует поведение других участников, уже сделавших выбор, игнорируя собственную информацию. Информационные каскады возникают в тех случаях, когда в распоряжении потребителя, отсутствует достоверная информация, тогда он пытается ее определить, наблюдая за действиями других людей. Таким образом, информационные каскады объясняют явление стадного поведения.

Информационные каскады широко распространены в бизнесе, политике, криминалистике и повседневной деятельности, например узнать о политических предпочтениях других людей можно, наблюдая за публичными протестами, демонстрациями и т.п. Проблема заключается в том, что человек будет готов принять решение, аналогичное решениям его предшественников, даже несмотря на то, что доступная ему частная информация рекомендует воздержаться от этого.

Целью работы, которая анонсируется в данных тезисах, является применение теории информационных каскадов к прикладным задачам с учетом фактора случайности при принятии решений экономическими агентами.

Подавляющее большинство моделей, которые существуют, базируются на вероятностной формуле Байеса, где в базовой модели мы имеем:

- экономические агенты поочередно делают выбор из двух альтернатив;
- каждый агент наблюдает за действиями предшествующих его агентов;
- у каждого агента имеется личный сигнал о наступлении некоторого события;
- каждый агент принимает решение о выборе в пользу некоторой альтернативы, если полагает, что она лучше с большей вероятностью, чем вторая.



В этой модели финальное состояние при большом числе участников представляет собой информационный каскад, когда начиная с некоторого участника все последующие выбирают одну и ту же альтернативу, при этом выбор не зависит от получаемого им сигнала.

Первое экспериментальное исследование, подтвердившее возможность формирования информационных каскадов в лабораторных условиях, было проведено Андерсеном и Холтом (1997). Результатом эксперимента, было подтверждение информационных каскадов, почти все участники эксперимента придерживались правила Байеса. Также в течение лабораторных экспериментов, проведенных Хангом и Платтом было показано, что локальный информационный каскад моделировался в 77,5% случаях: участники принимали решения, игнорируя свою собственную информацию, имитируя выбор предыдущих участников.

Наиболее распространенный случай — локальные каскады, которые достаточно быстро сворачиваются; впрочем, практически невозможно точно определить, что подобные короткие последовательности схожих выборов являются каскадами. Таким образом, Байесовский подход не всегда правильно описывает поведение экономических агентов.

С целью адаптации модели информационного каскада, основанной на Байесовском подходе, предлагается включить фактор неопределенности при принятии решения экономическим агентом. Таким образом можно учесть различные экономические и неэкономические (психологические и др.) стимулы, которые оказывают влияние на выбор, однако не нашли отражения в оценках вероятности, используемых в Байесовских формулах.

Математическая реализация предложенного подхода будет проверена методами экспериментальной экономики.

#### **Список использованной литературы:**

4. Коновалов А., Паклина Т. Информационные каскады с участием экспертов: теория и эксперимент / А. Коновалов, Т. Паклина // Научные доклады. – 2010. – С. 40.
5. Старков Д. М., Меньшиков И. С. Равновесия в информационных каскадах. / Д. М. Старков, И. С. Меньшиков // Информационное обеспечение математических моделей: сб. науч. тр. – М.: МФТИ, 2017. – С. 24-33.
6. Alevy J. E., Haigh M. S. Information Cascades: Evidence from An Experiment with Financial Market Professionals. *Journal of Finance, American Finance Association*, vol. 62(1), 2006, pages 151-180, 02.

## МОДЕЛЮВАННЯ ВВП УКРАЇНИ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ПОКАЗНИКІВ БАНКІВСЬКОЇ АКТИВНОСТІ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Тіхоновська Є.Д.

Науковий керівник: Зубова В.В., викладач

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Важливе місце в системі функціонування ринкової економіки посідає домашнє господарство (домогосподарство). Адже саме воно є власником більшої частини ресурсів і відіграє велику роль в організації всього суспільного виробництва. Становище домогосподарств, їх роль в системі економічних відносин постійно змінюється, адже їх розвиток залежить від рівня розвитку продуктивних сил та країни в цілому. Розвиваючись разом з останніми, вони активно впливають на розвиток економічної системи через свої потреби та інтереси.

Невід'ємною складовою сучасної економічної системи є банківська система, що обслуговує інтереси не тільки промисловості, торгівлі, сільського господарства, а й домогосподарств. Саме від ефективної взаємодії населення та банківської системи можливий успішний розвиток економіки в цілому.

В свою чергу, ключовим індикатором успішного розвитку національної економіки є валовий внутрішній продукт (ВВП).

ВВП країни може залежати від показників банківської активності домогосподарств, а саме від таких його характеристик як: середній розмір домогосподарств; сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство; депозити та кредити домашніх господарств. З огляду на те, що ВВП країни залежить не від одного фактору, а від комплексу факторів, то для перевірки даної гіпотези буде використано як багатофакторну лінійну регресію, так і багатофакторну степеневу функцію Кобба-Дугласа.

**Багатофакторна лінійна регресія.** За умови, що середній розмір домогосподарств; сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство; депозити та кредити домашніх господарств дійсно мають вплив на ВВП держави, то їхній вплив буде одночасний, і вплив факторів буде сукупний. Отже, використаємо багатофакторну лінійну модель регресії, яка матиме наступний вигляд [1, с.147]:

$$Y_{\text{лін}} = b_1 x_{1i} + b_2 x_{2i} + b_3 x_{3i} + b_4 x_{4i}. \quad (1)$$

**Багатофакторна нелінійна регресія.** Загальний вигляд багатофакторної степеневі функції Кобба-Дугласа наведений у (2) [1, с.149]:

$$Y_{\text{нелін}} = x_{1i}^{b_1} \times x_{2i}^{b_2} \times x_{3i}^{b_3} \times x_{4i}^{b_4}. \quad (2)$$

Для рівняння 1 та 2 має місце конкретизація кожної складові функції. В нашому випадку:

$Y$  – валовий внутрішній продукт України, млн. грн. [6];

$x_{1i}$  – депозити домашніх господарств, млн. грн. [2];

$x_{2i}$  – кредити, надані домашнім господарствам, млн. грн. [3];

$x_{3i}$  – середній розмір домогосподарств, осіб [4];

$x_{4i}$  – сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн. [5].

Використовуючи багатофакторну лінійну регресію та багатофакторну нелінійну регресію було створено модель залежності ВВП України в 2002-2016 роках показників банківської активності домогосподарств та основних характеристик домогосподарств (див. табл. 1).

*Таблиця 1*

**ВВП України за 2002-2016 роки та фактори, що на нього впливають**

<b>Рік</b>	<b>ВВП України млн. грн. (Y)</b>	<b>Депозити домашніх господарств, млн. грн. (x<sub>1</sub>)</b>	<b>Кредити, надані домашнім господарствам, млн. грн. (x<sub>2</sub>)</b>	<b>Середній розмір домогосподарств, осіб (x<sub>3</sub>)</b>	<b>Сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн. (x<sub>4</sub>)</b>	<b>Лінійна модель ВВП України, млн. грн. (Ŷ<sub>лін</sub>)</b>	<b>Нелінійна модель ВВП України, млн. грн. (Ŷ<sub>нелін</sub>)</b>
2002	234138	19699	3656	2,71	608,1	236332,4	261518
2003	277355	33115	9887	2,62	708,6	300626,6	258296
2004	357544	42502	16130	2,62	911,8	382819,1	325767
2005	457325	74778	35659	2,61	1321,4	531113,2	466907
2006	565018	108860	82010	2,6	1611,7	599877,1	553001
2007	751106	167239	160386	2,6	2012,1	671468,8	698785
2008	990819	217860	280490	2,6	2892,8	953810,9	965651
2009	947042	214098	241249	2,6	3015,3	1046190	1007107
2010	1079346	275093	209538	2,59	3469,1	1221625	1186391
2011	1299991	310390	201224	2,59	3841,7	1369082	1332332
2012	1404669	369264	187629	2,58	4134,2	1455392	1450463
2013	1465198	441951	193529	2,58	4454,2	1525356	1604636
2014	1586915	418135	211215	2,58	4563,3	1591712	1606746
2015	1988544	410895	174869	2,59	5231,7	1950403	1859307
2016	2385367	444676	163333	2,58	6238,8	2409427	2159389

На основі таблиці 1 було проведено порівняльний аналіз основних показників лінійної та нелінійної регресії (табл. 2).

## Порівняльна характеристика основних показників лінійної та нелінійної регресії

Критерій перевірки	Лінійна регресія	Нелінійна (степенева) регресія
Критерій Фішера (F-критерій_	$F_{\text{факт}} = 1393,23$ $F_{\text{крит}} = 2,98$ $F_{\text{факт}} > F_{\text{крит}}$	$F_{\text{факт}} = 110299,1$ $F_{\text{крит}} = 2,98$ $F_{\text{факт}} > F_{\text{крит}}$
$R^2$	0,9980	0,9999
Коефіцієнт кореляції	$\approx 0,9990$	$\approx 0,9999$
Помилка апроксимації	6,20%	6,00%

З урахуванням вищенаведеного аналізу основних показників лінійної та нелінійної (степеневі) регресії, можна зробити висновок, що використання нелінійної залежності ВВП України від депозитів та кредитів домашніх господарств, середнього розміру домогосподарства та сукупних ресурсів в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство є можливим, оскільки модель є адекватною, ВВП пояснюється обраними факторами на 99,9%, помилка апроксимації складає 6% (для нелінійної моделі) та 6,2% (для лінійної) відповідно.

Графік фактичного ВВП України, ВВП України розрахованого за допомогою лінійної регресії та ВВП України розрахованого за допомогою нелінійної регресії на період 2002-2016 року наведено на рис.1.

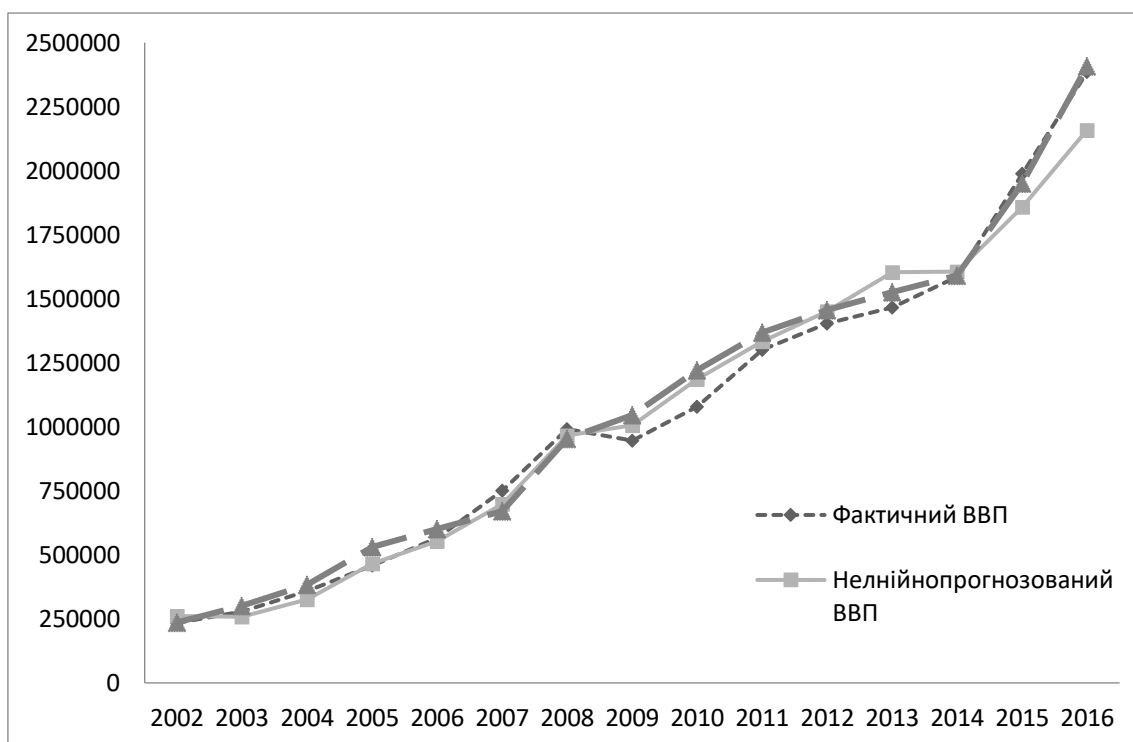


Рис.1. – Порівняльний аналіз фактичного та модельного ВВП України за 2002 – 2016 рр.

В даному дослідженні було виявлено степеневу залежність між ВВП України від основних показників розвитку банківської системи з позиції банківської активності домогосподарств, а саме від таких його характеристик як: середній розмір домогосподарств;

сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство; депозити та кредити домашніх господарств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Фёрстер Э., Рёнц Б. Методы корреляционного и регрессионного анализа. Руководство для экономистов. Перевод с немецкого и предисловие В. М. Ивановой, М.: "Финансы и статистика", 1983 р.- 304 с.
2. Депозити, залучені депозитними корпораціями (крім Національного банку України) [Електронний ресурс] // Національний банк України. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=27843415&cat\\_id=44578#1](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44578#1).
3. Кредити, надані депозитними корпораціями (крім Національного банку України) [Електронний ресурс] // Національний банк України. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=27843415&cat\\_id=44578#1](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44578#1).
4. Характеристика домогосподарств [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg\\_rik/dvdg\\_u/harakt2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/harakt2006_u.htm).
5. Структура сукупних ресурсів [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg\\_rik/dvdg\\_u/strukt\\_res2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/strukt_res2006_u.htm).
6. Валовий внутрішній продукт (1990-2016) [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/vvp\\_rik/vvp\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/vvp_rik/vvp_u.htm).

УДК 330.43

## **ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІТ-МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ЗАВДАНЬ СКОРИНГУ**

**Туманова Ю.Г.**

**Науковий керівник: Ковпак Е.О., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна**

Метою дослідження являється розробка моделі логістичної регресії для вирішення завдань скорингу банківської установи

Якість оцінки кредитного ризику являється однією з головних банківських операцій, яка впливає на дохідність кредитного портфелю. Клієнтів приваблюють простота та швидкість механізму видачі кредитів, але не всі клієнти можуть бути визнані платоспроможними. Актуальною задачею для банківських установ є автоматична оцінка кредитоспроможності фізичної особи.

Скоринг - це статистична або математична модель класифікації клієнтської бази, яка на підставі кредитних історій минулих періодів дозволяє банку визначити, наскільки ймовірним є повернення кредиту конкретним потенційним позичальником.

Використання скорингової системи в банку дозволяє також вирішити наступні завдання:

- А) Визначення майбутньої платіжної поведінки вже існуючих боржників;

Б) Визначення кредитоспроможних клієнтів - найбільш бажаних споживачів, на яких банк буде орієнтуватися при розробці нових продуктів [1].

Опитування ризик-аналітиків демонструє, що у 99% випадків для побудови скорингової моделі використовується логістична регресія - статистична модель, яка використовується для передбачення ймовірності виникнення події за допомогою логістичної функції.

Для класифікації банківських клієнтів на два класи (перша група, де клієнти не допускають прострочок при виплаті кредиту, та друга група клієнтів з наявністю прострочки), використовується бінарна логістична регресія. Завданням регресійного аналізу стає прогнозування безперервної змінної, що приймає значення на інтервалі [0;1] при будь-яких значеннях незалежних змінних. Рішення даного завдання досягається шляхом логістичного перетворення [2]:

$$P = \frac{1}{1+e^{-y}} \quad (1)$$

де  $y$  - стандартне рівняння регресії

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n \quad (2)$$

незалежні змінні  $x_1, x_2, \dots, x_n$  - кількісні та якісні ознаки, що характеризують клієнта банку.

Для побудови логістичної регресії пропонуємо використовувати такі незалежні змінні, що характеризують клієнта:

1. Факт наявності прострочки в минулому
2. Стать
3. Вік клієнта
4. Загальний стаж роботи
5. Стаж роботи на останньому місці
6. Кількість утриманців
7. Освіта
8. Сімейний стан
9. Вид діяльності
10. Місце проживання: місто / село
11. Сума кредиту
12. Цільове призначення кредиту
13. Регіон
14. Ознаки служби безпеки (позичальник притягувався до відповідальності за скоєння злочинів групи 1, адреса проживання не відповідає реєстрації, посада позичальника не визначена, доходи позичальника не відповідають отриманій інформації, наявність боргів по комунальним платежам понад 2500 грн.і т.д )

Оцінити параметри логіт-моделі пропонуємо в статистичному середовищі R. Дане середовище є провідним серед некомерційних систем статистичного аналізу і поступово стає незамінним при проведенні науково-технічних розрахунків в більшості західних університетів і провідних організацій. Дана мова широко поширена в практиці рішень статистичних і математичних задач, а всебічна підтримка науковим співтовариством даного проекту веде до того, що R поступово стає загально визнаним світовим стандартом [3].

Оцінити параметри логіт-моделі пропонуємо в статистичному середовищі R. Дане середовище є провідним серед некомерційних систем статистичного аналізу і поступово стає незамінним при проведенні науково-технічних розрахунків в більшості західних університетів і провідних організацій. Дана мова широко поширена в практиці рішень статистичних і математичних задач, а всебічна підтримка науковим співтовариством даного проекту веде до того, що R поступово стає загально визнаним світовим стандартом [3].

Функції, які відповідають за побудову логістичної регресії в середовищі R:

`glm (generalized linear model)` - функція, за допомогою якої виконується логістичне моделювання;

`family = "binomial"` – параметр функції `glm`, який вказує що при розрахунках ми використовуємо бінарну логістичну регресію;

`logistic.display` – вивід результатів прогнозування залежної змінної у виді OR (відношення шансів) для вхідних параметрів. [4]

OR (відношення шансів) – відношення вірогідності появи події (клієнт допускає прострочку у виплаті кредиту) до вірогідності того, що подія не відбудеться (клієнт вчасно виплачує кредит).

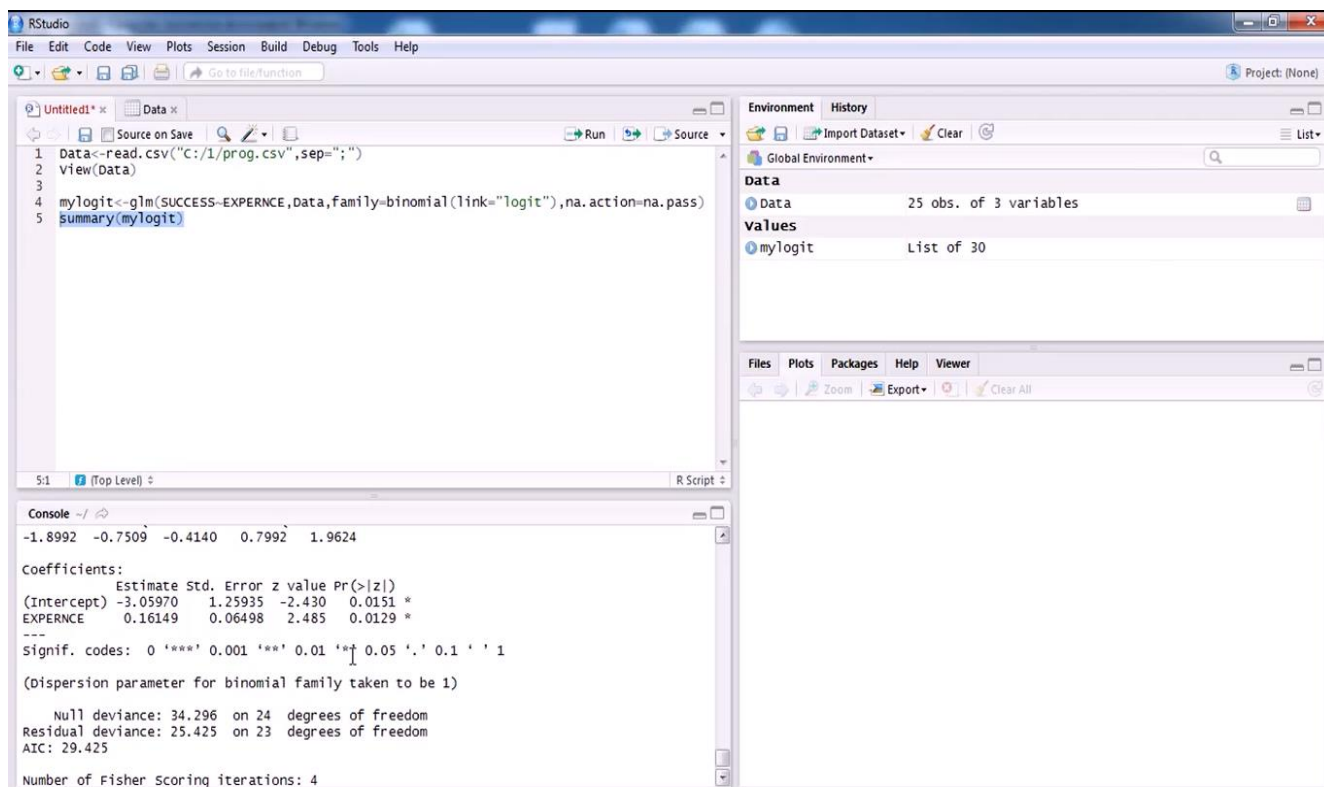


Рис.1 Приклад побудови логіт-моделі в середовищі R

*Напрямок подальших досліджень:* на підставі статистичних даних комерційного банку виявити змінні, які найбільш впливають на вірогідність появи прострочки, визначити ступінь впливу даних параметрів на поведінку клієнта, визначити портрети потенційного «позитивного» і «негативного» позичальників, скласти практичні рекомендації для поліпшення банківського кредитного портфелю.

#### Список використаних джерел:

1. Скоринг –Statsoft. - Режим доступу: <http://statsoft.ru/solutions/tasks/scoring/#tab-review-link>
  2. Применение модели бинарного выбора для скоринга в банковской деятельности. – Режим доступу: <https://articlekz.com/article/15269>
  3. Классификация, регрессия и другие алгоритмы Data Mining с использованием R. Шитиков В.К., Мастицкий С. Э. 2017-04-07. - Режим доступу: <https://ranalytics.github.io/data-mining/index.html>
  4. Logistic Regression – A Complete Tutorial With Examples in R. - Режим доступу: <https://www.machinelearningplus.com/machine-learning/logistic-regression-tutorial-examples-r/>
- УДК 330.46:519.2

## ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ З УРАХУВАННЯМ ПОВЕДІНКОВИХ ФАКТОРІВ

Усачова А.С.

Науковий керівник: Кононова К.Ю., д.е.н., доцент  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Кожної години акції тисячі компаній змінюють свою вартість. Далеко не завжди можна завчасно спрогнозувати різкі зміни курсу акцій. В другій половині ХХ століття з'явилися дослідження, які наголошують на нераціональності вибору людини під час купівлі-продажу товарів та послуг. Така нераціональність притаманна й інвесторам. В роботах, які присвячені прогнозуванню різних фінансових індикаторів за допомогою аналізу людських настроїв через пошукові запити в Google чи пости в Twitter, були отримані моделі з високою прогностичною здатністю [1-4].

Ця робота присвячена тестуванню гіпотез поведінкової економіки щодо впливу настроїв трейдерів на курс акцій. За поведінковий фактор було обрано показник популярності пошукових запитів, отриманий за допомогою інструменту Google Trends.

Об'єктом дослідження обрано Apple та Royal Dutch Shell. Перша компанія – представник інформаційного сектору економіки, друга – переробного сектору. Дані про курси акцій зібрано на момент закриття біржі [6], протягом періоду, що вивчався, акції Apple коливалися в більших діапазонах (з 30 USD до 180 USD), ніж Royal Dutch Shell (з 17,5 EUR до 31 EUR).

Базову модель прогнозу було розроблено тільки на основі курсів акцій за минулі дні, потім вона була модифікована за рахунок включення значень популярності пошукових запитів.

Для виявлення настроїв, що можуть впливати на курс акцій досліджуваних компаній, на основі досліджень [2-4] було складено словник, до якого також внесені самі назви компаній. Таким чином отримано словник, який складається з 67 слів економічного, соціального та політичного характеру.

На основі кореляційного аналізу було обрано слова, які мають найбільший вплив на вартість акцій обох компаній. Для Apple це такі пошукові запити: gas, chance, forex, freedom, labor, markets, money, oil, Shell, sell, trader, travel, war, world. Для Shell обрано 12 пошукових запитів: chance, crisis, financial market, food, freedom, markets, marriage, oil, ring, society, trader, war. Ці слова було використано в подальших експериментах. Також було здійснено прогнозування з різними комбінаціями цих слів, які були об'єднані за смисловим навантаженням.

Для побудови прогнозу використано багатошарові нейронні мережі.

Спочатку для компанії Apple було проведено серію експериментів, використовуючи тільки значення курсу за минулі 4 дні. Найкращий результат тестування –  $MSE = 1,4$ . З цим базовим значенням було порівняно результати експериментів з включенням настроїв трейдерів.

З пошуковими запитами було проведено 137 експериментів з них 32 (21% від усіх експериментів) показали кращий результат, ніж прогнозування без пошукових запитів. В таблиці 1 представлено 5 експериментів для курсу акцій компанії Apple, які дали найменшу похибку.



**Таблиця 1 – Результати прогнозування курсу акцій компанії Apple**

	Пошуковий запит	Кількість шарів	Кількість нейронів			Дані по результатам навчання	Дані по результатам тестування
			1 шар	2 шар	3 шар	Похибка навчання, *10 <sup>3</sup>	MSE,* 10 <sup>3</sup>
	—		5	1		0.0867	1.3894
	sell		5	4	1	0.0844	0.3652
	Shell		4	4	1	0.0858	0.4279
	forex		6	1		0.0851	0.4561
	markets, sell, money		5	1		0.0650	0.4963
	forex, trader		5	1		0.0830	0.5002

Найкращі результати дало прогнозування з пошуковим запитом «sell», з яким отримано мінімальне середнє значення суми квадрату відхилень тестової вибірки. Бачимо, що якість моделі стала вище на 280 %.

Для компанії Shell найкращим за результатами тестування в експериментах, які враховували тільки значення курсу, є значення MSE = 0,2812. Усього для прогнозування вартості акцій компанії Shell проведено 102 експерименти. В 21 експерименті (21% від усіх варіантів) середнє значення суми квадратів відхилень менше контрольного варіанту. В таблиці 2 наведені результати 5 найбільш успішних експериментів.

На відміну від попередньої серії експериментів, в цьому випадку не було таких показників популярності пошукових запитів, при використанні яких прогноз покращився би дуже сильно. Результати майже не відрізняються один від одного. Похибка прогнозування зменшилися лише на 0,5 %.

**Таблиця 2 – Результати прогнозування курсу акцій компанії Shell**

Пошуковий запит	Кількість шарів	Кількість нейронів			Дані по результатам навчання	Дані по результатам тестування
		1 шар	2 шар	3 шар	Похибка навчання, *10 <sup>3</sup>	MSE,* 10 <sup>3</sup>
—		3	1		0.3870	0.2812
society		4	3	1	0.3840	0.2797
crisis		4	3	1	0.3900	0.2797
financial market		4	1		0.3910	0.2798
society		3	1		0.3790	0.2798
marriage+ring		3	3	1	0.3920	0.2798

Отримані результати підтверджують доцільність використання показників популярності пошукових запитів для прогнозування курсу акцій.

Для компаній інформаційного сектора подібні моделі дозволяють істотно поліпшити якість прогнозу, на вартість акцій компаній традиційних секторів економіки онлайн настрої впливають в меншій мірі – для Apple похибка зменшилися майже в чотири рази, для Shell – лише на 0,5%.

**Список використаних джерел:**

- 1) Bollen J. Twitter mood predicts the stock market / J. Bollen, M. Huina, Z. Xiao-Jun // Journal of Computational Science. – 2011. – Vol. 2(1).
- 2) Tobias P. Quantifying trading behavior in financial markets using Google Trends / P. Tobias, H.-S. Moat, E. Stanley // Scientific reports. – 2013. – Vol. 3 (1684).
- 3) Damien Challet, Ahmed Bel Hadj Ayed. Predicting financial markets with Google Trends and not so random keywords [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://arxiv.org/pdf/1307.4643v3.pdf>
- 4) Eckley Peter. Measuring economic uncertainty using news-media textual data [Electronic resource]. – Accessed mode: [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/64874/1/MPRA\\_paper\\_64874.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/64874/1/MPRA_paper_64874.pdf)
- 5) Сервіс Google Trends [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://trends.google.ru/trends/>
- 6) Сервіс Google Finance [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.google.com/finance>

УДК 339.924

**МОДЕЛИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВЫРАЖЕННОСТИ  
ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

**Шевченко Т.А.**

**Научный руководитель: Николаева Е.Г., к.ф-м. н., доцент  
Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина**

Сущность интеграции упрощенно определяется большинством ученых как объединение отдельных экономических, административных, политических и прочих субъектов в некий союз для взаимовыгодного сотрудничества в разных сферах, дающее синергетический эффект. В своем роде интеграционные процессы выступают инструментом социально-экономического развития, что делает их важным объектом для теоретических исследований экономистов по всему миру.

Современная наука предлагает широкий инструментарий для определения показателей оценки состояния и динамики различных процессов, которые происходят в жизни общества. Однако исследования, касающиеся измерения показателей рыночной интеграции Украины в ТС в настоящее время отсутствуют.

Основной целью анализа является получение данных об интеграционных возможностях Украины, расчет показателей интеграции рынка товаров. Задача анализа – это получение необходимой и достаточной информации о факторах рыночной интеграции страны, их изменениях в динамике, а также схожести тенденций социально-экономического развития Украины в сравнении с Беларусью и Казахстаном.

Для оценки интеграционных процессов на уровне отдельных отраслей и секторов экономики используются соответствующие показатели интеграции.

Показатель открытости экономики представляет собой отношение оборота взаимной торговли товарами к ВВП:

$$TO = (X_{int} + M_{int}) / GDP,$$

где  $X_{int}$  – экспорт в страны интеграционного объединения (в долл. США),  $M_{int}$  – импорт из стран интеграционного объединения (в долл. США),  $GDP$  – ВВП страны (в долл. США) [4].

Мною был рассчитан данный показатель для Украины и сравнивался с Беларусью и Казахстаном. Графически на рис. 1 показана динамика изменения показателя открытости экономики.

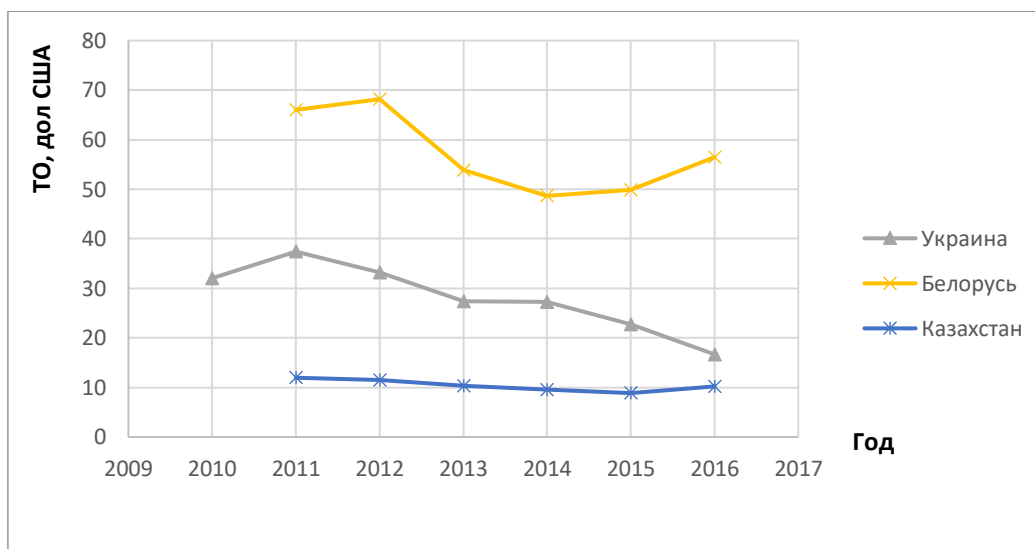


Рис. 1. Динамика показателя открытости экономики за 2010-2016 г.г.

\*построено автором на основе данных Госстата и Евразийской Экономической статистики

По результатам можно сделать вывод о том, что в конце 2016 г данный показатель в Украине уменьшается, что говорит об ухудшении интеграционных связей. В Беларуси наблюдается рост показателя открытости экономики, соответственно происходит рост влияния взаимных потоков на экономику страны. Показатель в Казахстане, на протяжении исследуемого периода, ведет себя стабильно, с незначительным отклонением.

Другим источником информации о тесноте торговых связей внутри интеграционного объединения служит анализ внутриотраслевой торговли, индикатором которой выступает индекс Грубеля-Ллойда. Этот показатель рассчитывается исключительно по отраслям.

$$GL_{cd,i} = 1 - \frac{|X_{cd,i} - M_{cd,i}|}{X_{cd,i} + M_{cd,i}}$$

где экспорт страны  $c$  в страну  $d$  товаров отрасли  $i$ , – импорт страны  $c$  из страны  $d$  товаров отрасли  $i$ .  $i \in cd$   $X$ ,  $i \in cd$   $M$  [5].

В своей работе я рассчитала данный индекс для всех отраслей по странам.

Таблица 1. Индекс Грубеля-Ллойда 2013-2016 г.г.

	2013	2014	2015	2016
Беларусь	0,71	0,62	0,	0,

			78	63
Казахстан	0,50	0,50	0, 52	0, 51

Чем ближе данный показатель к единице, тем выше уровень торговли. Полученные индексы в таблице 1 можно проанализировать следующим образом – уровень торговли между Украиной и Беларусью выше, чем с Казахстаном.

Вопросы измерения интеграции, оценки эффективности интеграционных процедур являются важными не только с точки зрения теоретических исследований, но и для общества. В данной работе проведена оценка интеграции на примере нескольких показателей, но даже по ним мы можем наблюдать положительное влияние интеграции на торговли товарами между странами. В целом, можно сделать вывод о том, что Украина по показателям находится не в самой худшей ситуации. Показатель открытости экономики, по сравнению с Беларусью низкий, но, выше, чем в Казахстане. Индекс Грубеля-Ллода в Казахстане демонстрирует устойчивость, для Беларуси - рост с 2015 года. С другой стороны, влияние интеграции на взаимную торговлю ежегодно уменьшается, и динамика показателей в большей степени определяется общеэкономическими вне интеграционными факторами. В связи с этим дальнейшая позитивная динамика взаимных торговых потоков будет в значительной степени определяться достижением результатов по снятию барьеров в торговле, прогрессу в формировании единого рынка.

#### **Список использованной литературы:**

1. Державна служба статистики України [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr\\_i\\_makroec/dep\\_stat/tradestat/tables/Pages/default.aspx](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/Pages/default.aspx).
3. Институт экономики и права Ивана Кушнера [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://be5.biz/>.
4. Липин А. С. Оценка интеграционных процессов в Едином экономическом пространстве на примере торговли товарами [Электронный ресурс] / Андрей Станославович Липин // Практика интеграции. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-integratsionnyh-protsessov-v-edinom-ekonomicheskom-prostranstve-na-primere-torgovli-tovarami.pdf>.
5. Методические подходы к анализу интеграционных процессов в Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr\\_i\\_makroec/dep\\_makroec\\_pol/investigations/Documents/integr\\_meths.pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/investigations/Documents/integr_meths.pdf).

## СЕКЦІЯ 7

### ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАТИСТИКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

УДК 311.21:624(477)

#### СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА БУДІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Даниленко К.І.

Науковий керівник: Кущенко О.І. к. е. н., доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Однією з найбільш значимих галузей національної економіки України на сучасному етапі є будівельна галузь, адже саме вона покликана відіграти роль своєрідного локомотива розвитку економіки країни [1]. Будівельна галузь є однією з найважливіших галузей народного господарства, від якої залежить ефективність функціонування всієї системи господарювання країни [2].

Метою дослідження є статистичний аналіз будівельної діяльності та виявлення основних тенденцій її розвитку в Україні. Дослідження проводиться на основі даних Державної служби статистики України [3], яка є спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі статистики, діяльність якої спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра економічного розвитку і торгівлі України. [4].

Дослідженням розвитку будівельної діяльності в Україні присвячено праці багатьох науковців. Науковий інтерес становлять праці Волкова Т.А., Коваленко-Марченкова Є. В., Лагуткіна З.В., Прокопенко В.Ю., Романенко Л.Ф., Сташевський С.Т., Столбова.М.А., Шилюк.П.С., Якимчук І.М. та ін.. [1].

Будівництво - вид економічної діяльності, який забезпечує створення нових та розширення, реконструкцію і ремонт діючих будівель чи споруд. У 2017 році підприємства України виконали будівельні роботи на суму 101074,6 млн.грн. Це на 27347,7 млн. грн більше, ніж у попередньому 2016 році. Детальніший обсяг виконаних будівельних робіт в Україні представлено в Таблиці 1.

За даними табл.1 можна зробити висновок, що протягом 2010-2017рр.. спостерігалось значне коливання обсягу виконаних будівельних робіт. Це пов'язано з тим, що в країні

нестабільна економічна ситуація, яка впливає і на будівельну діяльність зокрема, але не дивлячись на це обсяг виконаних будівельних робіт поступово зростає.

У 2017 році з 101074,6 млн.грн. 50444,6 млн.грн пішло на будівництво будівель, а 50630,0 на будівлю інженерних споруд. На рис.1 наведено детальну інформацію щодо обсягу виконаних будівельних робіт за видами будівельної продукції. Дивлячись на рис. 1. можна побачити, що обсяги виконаних будівельних робіт в Україні, за видами будівельної продукції у 2017 році поділилися на дві майже рівні частини, а саме будівлі - 50444,6 млн.грн., до яких входять житлові та нежитлові, та інженерні споруди - 50630,0 млн.грн., до їх складу входить все інше. На рис. 1. Це права та ліва частини кругової діаграми відповідно.

Таблиця 1<sup>1</sup>

Обсяг виконаних будівельних робіт в Україні у 2010-2017рр.<sup>2</sup>

(млн. грн.)

Рік Місяць	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Січень	1495,1	2087,7	2927,1	2563,2	2781,9	2253,2	2574,7	3871,0
Лютий	1771,0	2431,7	3023,8	2954,1	3048,6	2798,9	3612,9	4510,7
Березень	2475,2	3529,4	4290,5	3645,8	3987,6	3684,4	4383,2	5788,4
Квітень	2323,1	3583,3	4565,2	4154,9	3916,6	3524,0	4734,4	6128,6
Травень	2696,0	4076,4	5361,8	4201,0	3904,8	4021,1	4873,9	7139,8
Червень	3255,2	5089,7	5763,2	4963,7	4128,7	4575,1	5597,5	8608,4
Липень	4004,3	5490,2	5114,0	5149,5	4232,6	4535,2	5941,6	8128,7
Серпень	4028,7	5890,3	5567,7	5490,6	4047,3	4770,3	6251,1	9284,1
Вересень	4574,0	6453,3	6450,6	5755,3	4715,3	5507,4	7618,4	10014,4
Жовтень	4482,3	6854,1	6210,0	5722,1	4753,0	5792,4	7243,3	10036,0
Листопад	4699,7	7034,7	5756,0	5885,8	5259,5	6298,4	8136,1	10895,4
Грудень	7113,5	9150,9	7907,3	8100,2	6332,8	9754,6	12759,8	16669,1
Загалом	42918,1	61671,7	62937,2	58586,2	51108,7	57515,0	73726,9	101074,6

<sup>1</sup> Розроблено автором на основі даних Державної служби статистики України[3];

<sup>2</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

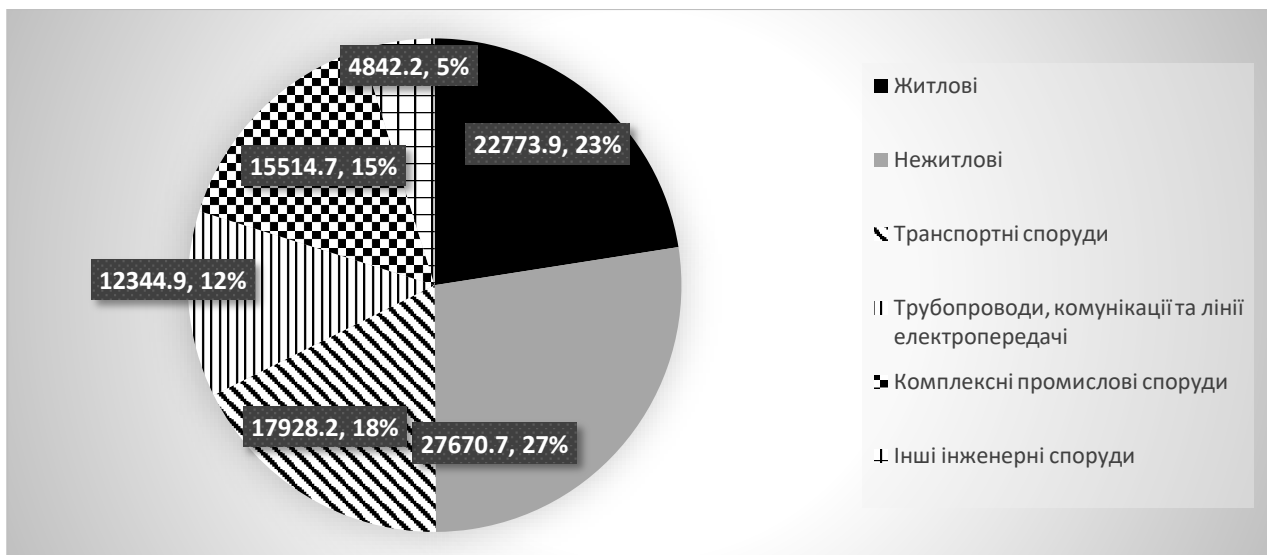


Рис. 1.<sup>1</sup> Обсяги виконаних будівельних робіт за видами будівельної продукції.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Візуалізовано автором на основі даних Державної служби статистики України[3];

<sup>2</sup>Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Також треба зазначити, що у 2017 році 18% загальної суми виконаних будівельних робіт в Україні було витрачено на будівлю транспортних споруд, а саме: дороги, вулиці, залізниця, водні споруди. Трохи менше – 15% пішло на будівництво комплексних промислових споруд, 12% було витрачено на будівництво трубопроводів, комунікацій та лінії електропередачі.

Незважаючи на нестабільну економічну ситуацію в Україні обсяг виконаних будівельних робіт з кожним роком зростає. Найбільший зріст - 37,1% стався у 2017 році, та склав 27347,7 млн. грн. Якщо так піде і далі, то незабаром будівельна діяльність знов вийде на перший план національної економіки та зміцнить свій доробок у ВВП України.

#### Список використаних джерел

1. Коваленко-Марченкова Є. В. Методичний інструментарій забезпечення конкурентоспроможності потенціалу будівельної галузі / Є. В. Коваленко-Марченкова. // Видавничий дім «ІНЖЕК» Харків. – 2016. – №12. – С. 109–114.

2. Будівельна палата України [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: <http://www.budpalata.com.ua/>.

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Закон України «Про державну статистику», Київ, 16.10.2012, N 5463-VI [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/Zakon/ukr/stat\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/Zakon/ukr/stat_u.html)

## ЕКОНОМЕТРИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ПАНЕЛЬНИХ ДАНИХ

Шебеда Р. Є.

Науковий керівник: Ніколаєва Є. Г. к. ф-м. н  
Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

Дана робота є актуальною, тому що в ній розглядається одна із затребуваних сучасних методів кількісного аналізу статистичної інформації і економіці – аналізу панельних даних, які представляють собою простежені в часі, просторові вибірки індивідуумів, домогосподарств, підприємств, регіонів, країн та ін.

Панельні дані застосовуються в світі в емпіричних дослідженнях економічних явищ з 60-х рр. ХХ ст. Їх використання дає ряд істотних переваг в оцінюванні параметрів регресійних залежності, тому що вони поєднують в собі можливості як аналіз часових рядів, так і аналіз просторових спостережень. За допомогою панельних даних можливе вивчення таких хронічних проблем суспільства, як бідність, безробіття, злочинність, а також наслідків проведення різноманітних державних соціально-економічних та політичних програм[1]. Також моделі с панельними даними широко використовуються при економетричному аналізі охорони здоров'я.

Переваги використання панельних даних [2]:

1. Надають досліднику велика кількість спостережень, збільшуючи число ступенів свободи і знижуючи залежність між пояснюють змінними, і отже, стандартні помилки оцінок;
2. Дозволяють аналізувати безліч економічних питань, які не можуть адресовані до часових рядах і просторових даних окремо;
3. Дозволяють запобігти зсуву агрегування, що неминуче виникає як при аналізі часових рядів (де розглядається тимчасова еволюція усередненого «репрезентативного» об'єкта), так і при аналізі перехресних даних (де не враховуються неспостережувані індивідуальні характеристики об'єктів і передбачається однорідність, всіх коефіцієнтів регресії);
4. Дають можливість простежити індивідуальну еволюцію характеристик всіх об'єктів вибірки в часі;
5. Вирішують проблему пошуку «хороших» інструментів при оцінюванні моделей з ендогенними (тобто корельованими з випадковими помилками) регресорів;
6. Дають можливість уникнути помилок специфікації, що виникають від невиключення в модель істотних змінних.

Найпростішими моделями аналізу панельних даних є [2]:

– Модель наскрізної регресії:

$$\text{Рівняння в покомпонентного запису: } y_{it} = X_{it}'b + a + \varepsilon_{it};$$

Де,  $X_{it}'$  - вектор-рядок значень детермінованих регресорів;  $a$  та вектор-стовпець  $b$  – коефіцієнти регресії, однакові для всіх спостережень;  $\varepsilon_{it}$  – нормальні і задовольняють умовам класичної лінійної регресійної моделі, в тому числі умові некорельованості з  $X_{it}'$ .

– Модель регресії з детермінованим індивідуальним ефектом:

$$\text{Рівняння в покомпонентного запису: } y_{it} = X_{it}' * b + a_i + \varepsilon_{it};$$



Моделні припущення відповідають попередньому випадку в усьому, крім того, що стосується вільного члена  $a_i$ , який тепер приймає різні значення для кожного об'єкта вибірки.

– Модель регресії з випадковим індивідуальним ефектом:

В матричному запису рівняння моделі має вигляд:

$$y = X * b + u$$

$(Nt, 1) \quad (NT, K) \quad (K, 1) \quad (NT, 1)$

Де,  $u_{it} = \alpha_i + \varepsilon_{it}$ ,  $E(u)=0$ ,  $V(u)=\Omega$ .

Одним із прикладів в якому використовувались панельні дані це дослідження Б. Балтагі та Д. Левина. Вони вивчали попит на сигарети в США. Попит моделювався як функція від лагів споживання, ціни і доходу. Ці змінні відрізнялися по штатах і контингентах в часі. Однак існувало безліч інших факторів, що розрізняються по штатах або в часі, які могли впливати на споживання, наприклад такі фактори, як релігія, освіту і реклама на телебаченні і радіо. При вимірюванні цих змінних для кожного штату і періоду часу виникають певні труднощі і дуже складно досягти того, щоб їх можна було включити в рівняння споживання. Однак пропуск цих змінних призведе до зміщення в оцінках. Панельні дані здатні враховувати змінні, що відрізняються по штатах і контингентах в часі, незалежно від того, вимірювані вони чи ні, в той час як тимчасові ряди або просторові дані не дозволяють цього зробити. Таким чином, панельні дані дають можливість уникнути помилки специфікації, що виникає через те, що істотні змінні не включені в модель.

Обробку панельних даних зручно проводити за допомогою пакета STATA. Це універсальний пакет для вирішення статистичних завдань в самих різних прикладних областях: економіці, медицині, біології, соціології. Вперше пакет вийшов на ринок під цією назвою на початку 1980-х років. У грудні 2000 р. була випущена 7-я версія програми. В даний час з'явилася просунута 12-я версія [4].

Основними достоїнствами STATA є [4]:

1. Великий спектр реалізованих статистичних методів;
2. Можливість гнучкого пакетної обробки даних, тобто програмування всієї послідовності команд, починаючи від завантаження даних в пам'ять і аж до всіх деталей аналізу;
3. Ідентичність можливостей інтерактивного режиму роботи можливостям пакетної обробки;
4. Відносна простота написання власних програмних модулів і разом з тим досить серйозний спектр засобів програмування;
5. Потужна підтримка як з боку виробника, так і з боку виробника, так і з боку інших користувачів STATA (через список розсилки Інтернет);
6. Можливість максимізації функцій правдоподібності, що задаються користувачем;
7. Наявність сумісних за функціональними можливостями і форматам даних реалізацій для більшості популярних платформ.

#### Список використаних джерел:

1. Ратникова Т. А. Лекционные и методические материалы. Введение в эконометрический анализ панельных данных / Экономический журнал ВШЭ - 2006 – №2. – С. 267-315 – рус. / Режим доступа: [https://www.hse.ru/data/2010/12/31/1208183686/10\\_02\\_06.pdf](https://www.hse.ru/data/2010/12/31/1208183686/10_02_06.pdf).
2. Ратникова Т. А., Фурманов К. К. Анализ панельных данных и данных о длительности состояний [Текст]: учеб. пособие / Т. А. Ратникова, К. К. Фурманов; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 373 с.

3. Baltagi B. H. and Levin D. Cigarette taxation: Raising revenues and reducing consumption, *Structural Change and Economic Dynamics*. 1992. 3. pp. 321–335.

4. Ратникова Т. А. Анализ панельных данных в пакете «STATA» / 2004. – С. 40 – рис. /  
Режим доступа:

<https://pokrovka11.files.wordpress.com/2011/09/d0bcd0b0d182d0b5d180d0b8d0b0d0bbd18b-d0bad0bad0bed0bcd0bf-d0bfd180d0b0d0bad182d0b8d0bad183d0bcd183-rukovodstvo.pdf>.

5. Karamitrou Maria, Markou Angelo, *Int.J.Eco. Res.*, Econometric modeling for public health expenditure.the case of greece. 2014, v5i1, 15-26.

УДК 311

## **СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В СФЕРІ РОЗВАГ НА СВІТОВОМУ РІВНІ**

**Щеглова В. С.**

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Кущенко О. І.**

**Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

Протягом розвитку суспільства на ринку домінували різні галузі економіки. В кінці XIX століття домінуючою галуззю було сільське господарство, на початку - середині XX - промисловість, з кінця XX століття все більшу частку світового ринку стала займати сфера послуг. На даний момент значну популярність став набирати бізнес в сфері розваг. Розваги - одна з найважливіших сфер повсякденного життя людини, яка здатна істотно впливати на стан суспільства. Необхідність в них з'являється відразу після задоволення первинних потреб [1].

Індустрія розваг пройшла довгий і важкий шлях в історії. Ця сфера зародилася ще в Давньому Єгипті. Відомо, що жителі Давнього Єгипту любили грати в настільні ігри (напр., сенет). Серед дітей були популярні різні іграшки, жонглювання та ігри з м'ячем, також були знайдені свідчення популярності боротьби. Багаті люди практикували полювання (в тому числі з використанням спеціально навчених собак) і катання на човнах. У Стародавній Греції були популярні спортивні вправи та ігри, змагання - всім відомі проводилися у них Олімпійські ігри. У приватному дозвіллі влаштовувалися бенкети (застілля), серед яких особливо виділяються сімпосії [2].

Світова індустрія розваг акумулює мільярди доларів і є значною частиною економіки більшості країн. З'явилося неймовірна кількість видів розваг: ігри (настільні, активні, відео), прослуховування музики, кіно, читання, театр, цирк, SPA, туризм, зоопарки, аквапарки, нічні клуби, спортивні розваги і т.д.

Незважаючи на масштабність індустрії розваг, система економічних знань щодо досліджень даної сфери має невизначений і неоднозначний характер. Відкритими залишаються питання не тільки менеджменту і маркетингу – не повністю сформований понятійний апарат і базові теоретичні положення досліджуваної області.

Серед ключових тенденцій в індустрії розваг зазначається: більш активне впровадження цифрових форматів в різних сегментах; розвиток мобільних технологій; застосування нових технологій, включаючи використання Big Data; підвищення

ролі якісного контенту в епоху інформаційного достатку; запровадження стратегії 360, спрямованої на використання різних платформ для поширення контенту [3, с.5].



Рис.1. Маркетингова стратегія 360.

Компанії, що працюють в індустрії розваг і ЗМІ, роблять рішучі кроки в напрямку розвитку цифрового формату. У 2015 році загальний обсяг індустрії досяг 1,7 трлн дол. США при глобальному темпі зростання 5,5%. У 2017 році темп зростання склав 5,1%. Згідно з прогнозом, до 2020 року в даній галузі очікується середньорічний темп зростання на рівні 4,4%. Індустрія розваг і ЗМІ - динамічна багатоформатна галузь, яка демонструє стабільне зростання.

Найбільш динамічно розвивають ринками є: Індонезія (середньорічний темп зростання - 13,2%), Нігерія (10,9%), Індія (10,4%) і Єгипет (10,2%). У більшості країн витрати на розваги та ЗМІ ростуть швидше, ніж ВВП. Виручка в індустрії розваг і ЗМІ поступово переходить від традиційних медіа в сферу відео та інтернету. У зв'язку з цим найбільш активне збільшення доходів очікується від платного доступу в інтернет і інтернет-реклами [3, с.6-7]. Виручка різних сегментів сфери розваг за 2017 рік показана на рисунку 2.

Кожен регіон світу характеризується своїми особливостями в напрямку розвитку бізнесу в сфері розваг. Наприклад, в Америці дуже популярний такий вид дозвілля як відвідування парків: аквапарки, парки з атракціонами, зоопарки. Всім відомий американський Діснейленд, який має мережу закладів по всьому світу. Більш аристократична Європа зі своєю довгою історією славиться музеями, театрами, старовинними замками. Найпопулярніший музей світу - французький Лувр - за рік відвідує понад 10 млн. Людей. У топ-10 найбільш відвідуваних музеїв світу входить 7 музеїв Європи: Лувр (Париж), музей Ватикану (Рим), Британський музей (Лондон), музей Прадо (Мадрид), музей Гуггенхайм (Більбао), Рейксмузеум (Амстердам), Національна галерея (Лондон). Схоже ситуація і з

театрами. Що стосується регіону Азії, то там процвітає туризм і музична індустрія. На даний момент найбільшими музичними ринками є США і Китай.



Рис.2. Виручка сегментів світової індустрії розваг за 2017 р.

У висновку можна сказати, що індустрія розваг на світовому рівні розширюється і стає все більш значущою для економіки, проте до цих пір організаціями (напр., Eurostat, World Statistics, Forex) не враховується і статистично не вивчається. Так як ця сфера ринку ще не переповнена, то вона є потенційною для бізнесу. Попит на розваги тільки збільшується, проте багато бізнесменів і інвесторів не входять в цю сферу, бо не мають необхідної фінансової і статистичної інформації про ситуацію в індустрії розваг. Все, що можна знайти на даний момент - це поверхневі і загальні дані, проте вже зараз індустрія розваг потребує глибокого економічного вивчення задля можливості моніторингу ситуації в даній сфері.

#### Список використаних джерел:

1. Индустрия развлечений в мировой экономике [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.webeconomy.ru/index.php?newsid=832&page=cat&type=news>.
2. Развлечения [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Развлечение>.
3. Пуха Ю. Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2016-2020 годы. – Москва: РвС. 2016. С. 5-7.

## СЕКЦІЯ 7

### СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ В УКРАЇНІ

УДК 657

#### ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ АУДИТОРСКИЕ КОМПАНИИ: ОБЗОР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Кобец А. А.**

**Научный руководитель: Слюнина Т.Л., к.э.н., доцент  
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина**

На сегодняшний день предприятиям необходимо работать в условиях жесткой рыночной конкуренции, и для того, чтобы им оставаться прибыльными и финансово устойчивыми они должны принимать быстрые правильные решения о дальнейшем развитии бизнеса. Справится с этой задачей, помогут аудиторские фирмы, которые также смогут предоставить различные консультационные услуги, повысить стоимость бизнеса на рынке, адаптироваться к новым нормативно-правовым требованиям, провести аудит рисков и форензик [1].

Существует множество аудиторских фирм, но самую большую долю из них занимают транснациональные аудиторские компании, которые владеют филиалами в нескольких странах. К ним относится «Большая четверка» - крупнейшие в мире компании, предоставляющие аудиторские и консалтинговые услуги:

- «PricewaterhouseCoopers» (PwC, «ПрайсуотерхаусКуперс»);
- «Deloitte Touche Tohmatsu Limited» («Делойт Туш Томацу Лимитед»);
- «Ernst & Young» («Эрнст энд Янг»);
- «KPMG» («КПМГ»).

Клиентами «Большой четверки» в Украине являются крупные компании, государственные учреждения, финансовые организации.

Компании «PricewaterhouseCoopers» входят в глобальную сеть компаний «PricewaterhouseCoopers International Limited», каждая из них является самостоятельным юридическим лицом. Международная сеть фирм PwC является самой крупной среди компаний «Большой четверки». [1].

Таблица 1 – Доход международной сети фирм PwC по направлениям деятельности за 2013-2017 гг., млн долл. США (разработано автором по источнику [2])

	2013	2014	2015	2016	2017
Аудиторские услуги	12 979	13 333	14 159	15 067	15 965
Бизнес-консультирование	8 083	8 892	10 488	11 358	12 253
Услуги в сфере налогообложения	7 203	7 777	8 331	8 945	9 462

Доходы PwC с каждым годом растут, причиной этого является инвестиции в инновации, технологии и качество услуг. Совокупный доход международной сети фирм PwC в 2017 финансовом году составил 37,7 млрд долл. США (в 2016 финансовом году совокупный доход составлял 35,9 млрд долл. США).

Как видно из таблицы 1, в 2017 финансовом году наблюдалось увеличение доходов по основным направлениям деятельности: в сфере аудиторских услуг доходы выросли на 6%; в сфере бизнес-консультирования прирост доходов составил 8%; доходы от предоставления услуг в сфере налогообложения возросли на 6%. Этот рост обеспечили 236 235 квалифицированных сотрудников (численность сотрудников на 2016 год составляла 223 468 человека) сети фирм PwC. [2].

«Делойт» в Украине является частью компаний «Делойт СНГ Холдингз Лимитед» - компаний, которые входят в состав объединения «Делойт Туш Томацу Лимитед» («ДТТЛ»). [3].

Таблица 2 – Совокупный доход и численность сотрудников «Делойт» за 2013-2017 гг. (разработано автором по источнику [4])

	2013	2014	2015	2016	2017
Совокупный доход, млрд долл. США	32,4	34,2	35,2	36,8	38,8
Сотрудники, тыс. чел.	200 000	210 400	225 000	244400	263900

Данные представленные в таблице 2 показывают, что совокупные доходы объединения «ДТТЛ» с каждым годом увеличиваются, также как и численность персонала. Темпы увеличения доходов на протяжении 2017 года составили 7,1%, а численность сотрудников увеличилась на 8%, в том числе: доходы в сфере консалтинговых услуг по управлению рисками увеличились на 12,9%; выручка от консалтинговой деятельности выросла на 10,2%. Доходы «Делойт» в Украине на 2017 год составили 15,5 млн долл. США (в 2016 году 13,7 млн долл. США). [4].

Цель аудиторской компании «Ernst&Young» - совершенствуя бизнес, менять мир к лучшему. За 2017 финансовый год совокупный доход «EY» составил 31,4 млрд долл. США (2016 год 29,6 млрд долл. США), прирост составил 7,8 %. Численность персонала составила 250 000 человек (рост на 7,3%). В том числе, доход в сфере аудиторских услуг составил 11,6 млрд долл. США (увеличение на 4%); в сфере бизнес-консультирования доход составил 8,5 млрд долл. США (увеличение на 10,4%); доход от услуг в сфере налогообложения составил

8,1 млрд долл. США (увеличение на 7,9%); доход в сфере страхования составил 3 млрд долл. США (увеличение на 15,5%). [5].

Аудиторская компания «KPMG» предоставляет три вида услуг: аудиторские, налоговые и консультационные. В 2017 финансовом году совокупная выручка сети «KPMG International» составила 26,40 млрд долл. США (2016 год 25,42 млрд долл. США), прирост составил 4,8%. Увеличение выручки от предоставления аудиторских услуг составило 3,1% (10,39 млрд долл. США), от услуг в сфере налогообложения – 5,9% (5,83 млрд долл. США), от консультационных услуг – 6% (10,18 млрд долл. США). Численность персонала составила 197 263 человека (в 2016 году 189 000). Доход KPMG в Украине в 2017 финансовом году вырос на 32% по сравнению с 2016 годом. Такие показатели были достигнуты благодаря инвестициям в инновации, альянсы и людей. [6].

Таким образом, на 2017 финансовый год у представителей «Большой четверки» наблюдался рост по всем направлениям деятельности и во всех географических регионах, это означает, что предоставляемые ими многопрофильные услуги характеризуются качеством и имеют ценность для клиентов. Транснациональные аудиторские компании обладают большим опытом работы и ценными знаниями, которыми они делятся, проводя различные тренинги и обучения. Также «Большая четверка» является образцом в предоставлении профессиональных услуг и сотрудники каждой из фирм отличаются высококвалифицированностью в своей сфере деятельности.

#### **Список использованных источников:**

1. PricewaterhouseCoopers [Электронный ресурс]: RWC Украина: О нас – Режим доступа: <http://www.pwc.com/ua/ru/about.html#> .
2. PricewaterhouseCoopers [Электронный ресурс]: Наши доходы – Режим доступа: <http://www.pwc.com/gx/en/about/global-annual-review-2016/how-we-are-doing/our-revenues.html> .
3. Deloitte [Электронный ресурс]: Про компанію «Делойт» - Режим доступа: [https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/about-deloitte/articles/about-deloitte.html?icid=bottom\\_about-deloitte](https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/about-deloitte/articles/about-deloitte.html?icid=bottom_about-deloitte) .
4. Deloitte [Электронный ресурс]: Доходи глобальної мережі фірм «Делойт» - Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/press-release/2016/global-revenue-announcement.html> .
5. Ernst & Young [Электронный ресурс]: Глобальный обзор 2016 – Режим доступа: <http://www.ey.com/gl/en/about-us/our-global-approach/global-review/global-review-2016-facts-and-figures> .
6. KPMG [Электронный ресурс]: Инвестиции в инновации, альянсы и людей как основные факторы роста КПМГ – Режим доступа: <https://home.kpmg.com/ua/ru/home/media/press-releases/2016/12/investments-in-innovation-alliances-and-people-drive-kpmg-growth.html> .

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Соціально-економічний розвиток економіки:  
виклики та шляхи стабілізації**

МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської науково-практичної  
конференції студентів, аспірантів  
і молодих учених

*Українською, російською та англійською мовами*

**В авторській редакції**

Відповідальність за достовірність інформації, коректність математичних викладок та точність наведених фактів несуть автори.  
Редакція може не поділяти точку зору авторів на викладену проблему.  
Матеріали конференції опубліковано мовою оригіналу.  
Посилання на матеріали збірника обов'язкові.

Підписано до друку 16.03.2018. Формат 60x84/16  
Папір офсетний. Друк ризографічний.  
Ум. друк. арк. 13, 3. Обл.-вид. арк. 25,75.  
Наклад 200 пр.

61022, Харків, майдан Свободи, 4  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ХНУ імені В. Н. Каразіна  
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.  
Тел. 705-24-32  
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК №3367 від 13.01.2009