МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ ЧТЕІ КНТЕУ

РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

МАТЕРІАЛИ IX ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ

ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Чернівці

17 грудня 2019 р.

УДК 330.1

ББК 65+20.18

Реформування економіки України як фактор забезпечення сталого розвитку. Матеріали IX Всеукраїнської наукової студентської інтернет-конференції, м. Чернівці, 17 грудня 2019 р. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2019. – 182 с.

До збірника увійшли матеріали IX Всеукраїнської наукової студентської інтернет-конференції «Реформування економіки України як фактор забезпечення сталого розвитку», які містять результати досліджень сучасних проблем розвитку економічної системи України. Значна увага також приділяється інституціональним та ресурсним аспектам забезпечення сталого розвитку, питанням фінансової системи, організації та управління діяльністю підприємств, адаптації обліку, аналізу та аудиту до економічних змін, харчових технологій, ефективного менеджменту, маркетингу, туризму, товарознавства та ін.

Розраховано на аспірантів та студентів, що цікавляться проблемами реформування економіки України.

Роботи надруковано у авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2019

Підписано до друку 28.11.2019 р.

ЗМІСТ

Розвиток фінансової системи в умовах ринкових перетворень.

Банар Анастасія
наук. кер. – Юрій С. М.
Казначейське обслуговування місцевих бюджетів 10

Батієвська Ольга
наук. кер. – Простебі Л.І.
Адміністративні методи валютного регулювання у сучасних умовах міжнародної економічної діяльності 14

Рибак Ірина
наук. кер. – Круглянко А. В.
Особливості формування фінансових ресурсів підприємств 17

Стельмах Яна,
наук. кер. – Простебі Л. І.
Сучасний стан та перспективи розвитку ринку лізингових послуг в Україні 20

Стельмах Яна,
наук. кер. – Юрій С. М.
Методи управління місцевими фінансами 23

Торак Марія,
наук. кер. – Круглянко А. В.
Удосконалення системи управління фінансами підприємства як логістичної системи 26

Розвиток міжнародного співробітництва та національна безпека

Банар Анастасія
наук. кер. – Простебі Л.І.
Форфейтинг як нетрадиційна форма експортного фінансування 30

Капра Яна
наук.кер. – Власова Т.Р.
Проблеми залучення інвестицій: геоекономічний аспект 33

Карлійчук Наталія
наук.кер. – Власова Т.Р.
Геополітичні конфлікти та шляхи їх подолання 36

Крупа Анастасія-Євдокія,
наук. кер. – Круглянко А. В.
Стратегія залучення іноземних інвестицій в економіку регіону 38

Луканюк Неля
наук. кер. – Власова Т.Р.
Національні інтерес та ідея як важливі складові національної безпеки України 41

Мельниченко Галина
наук. кер. – Власова Т.Р.
Проблеми та перспективи розвитку міжнародного співробітництва України в галузі охорони навколишнього середовища 43

Рудько Анастасія
наук. кер. – Простебі Л.І.
Зовнішньоекономічна діяльність в Україні 46

Стойкова Юлія
наук. кер. – Власова Т.Р.
Проблеми та перспективи міжнародного співробітництва у боротьбі зі злочинністю 48

Фіцич Богдан
наук. кер. – Власова Т. Р.
Протистояння США та КНР на геополітичному рівні: наслідки для країн світу та України 51

Актуальні питання управління економічною діяльністю підприємств

Аксинті Воронка Віктор
наук. кер.- Круглянко А.В.
Сучасні аспекти економічної безпеки підприємства в Україні 55

Гушилик Антон
наук. кер. – Кифяк В.Ф.
Принципи управління як основа успішного функціонування підприємства 58

Гушилик Борис
наук. кер. – Кифяк В.Ф.
Шляхи удосконалення комунікаційних процесів 61

Дерчик Яна
наук. кер. – Урсакій Ю.А.
Основні напрямки підвищення ефективності управління підприємством 63

Кошурба Ілля
наук. кер. – Вдовічен А.А.
Нематеріальна мотивація праці на підприємствах 66

Куцик Наталія
наук. кер. – Урсакій Ю.А
Операційна стратегія як основа проектування операційної системи організації 67

Тащук Ілля
наук.кер. – Полянко В.В.
Удосконалення системи управління якості послуг підприємства на основі сучасної концепції TQM 70

Ткачук Юлія
наук. кер. – Хитрова О.А.
Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства 72

Топор Кароліна,
наук. кер. – Круглянко А. В.
Чинники формування та використання трудового потенціалу підприємства 74

Інформаційні технології та економіко-математичне моделювання

Виноградник Андрій
наук. кер. – Готинчан І.З.
Основні недоліки задачі автоматизації управління складськими процесами 78

Гаспарян Самвел
наук. кер. – Готинчан І.З.
Економіко-математичне моделювання ризиків банківської діяльності 80

Мандрик Іван
наук. кер. - Готинчан І.З.
Важливість використання економіко-математичних моделей для аналізу економічних процесів 82

Петришин Андрій
наук. кер. – Дрінь І.І.
Аналіз систем автоматизації бухгалтерського обліку на ринку України 84

Пухальський Роман
наук. кер. – Королюк Ю. Г.
CMS як сучасний засіб розробки веб-сайтів 87

Талалай Елизавета
наук. кер. - Готинчан І.З.
Математичні методи і моделі як важливий аспект економічного аналізу 89

Харько Юрій
наук. кер. - Королюк Ю.Г.
Аналіз розвиткуінтернет-маркетингу в Україні 92

Чупак Богдан
наук. кер. – Готинчан І.З.
Автоматизація обліку виконаних робіт з доставки замовлень малого приватного підприємства засобами 1С:Підприємство 94

Янцеловська Яна
наук.кер.-Дрінь І.І.
Практичне застосування економіко-математичної моделі транспортної задачі 95

Сучасні технології маркетингу та реклами

Андрієць Оксана
наук. кер. - Вдовічен А.А.
Організація збутової діяльності підприємства 98

Андрійчук Ольга
наук. кер. - Круглянко А.В.
Роль та пріоритети іміджу підприємства в його функціонуванні 99

Кірєєв Максим
наук. кер. - Лошенюк І.Р.
Сучасні маркетингові технології в ресторанному бізнесі 101

Котлик Дар'я
наук. кер.- Лошенюк І.Р
Перспективні напрямки розвитку маркетингу 103

Матковська Леся
наук. кер. – Вдовічена О.Г.
Особливості брендингу компаній з виробництва і просування кави в м. Чернівці 106

Несторак Наталія
наук. кер. – Лошенюк І.Р.
Нові види маркетингу в діяльності підприємств 109

Пашанюк Христина
наук. кер. – Лошенюк О.В.
Реінжиніринг ланцюга поставок як спосіб його удосконалення 112

Петренко Анастасія
наук.кер. - Лошенюк І.Р
Інноваційні види маркетингу в закладах ресторанного господарства 115

Серебрянська Олена
наук. кер. – Лошенюк О.В.
Сучасні тенденції управління ланцюгами поставок 117

Чобан Анастасія
наук.кер. – Лошенюк О.В.
Застосування інформаційних технологій в управлінні ланцюгами поставок 119

Шульга Анастасія
наук. кер. – Лошенюк І.Р.
Маркетингові комунікаційні технології в управлінні брендами підприємств 121

Товарознавчі складові розвитку ринку продовольчих та непродовольчих товарів в Україні

Пашанюк Христина
наук.кер. – Бозуленко О.Я
Стан та перспективи розвитку косметичної галузі 125

Серебрянська Олена
наук. кер. – Бозуленко О.Я.
Системний підхід до безпечності рибних консервів в Україні 127

Чобан Анастасія
наук.кер. – Бозуленко О. Я.
Тенденції розвитку виробництва меблевих товарів в Україні 130

Соціальні та екологічні аспекти розвитку українського суспільства в сучасних умовах

Галагоц Анастасія
наук.кер. - Канут Н.С
Проблема екологічної безпеки утилізації медичних відходів 133

Матюхіна Анастасія
наук. кер. - Канут Н.С.
Екологічна безпека в контексті переходу України до сталого розвитку 135

Міх Сніжана
наук. кер. - Канут Н.С.
Актуальні проблеми та перспективи державної екологічної політики України 137

Продан Юлія
наук. кер. – Власова Т. Р.
Трудова міграція населення України: тенденції та наслідки 138

Роїк Діана
наук. кер. – Канут Н. С.
Екологічна безпека як складова національної безпеки України 141

Смотилевич Галина
наук. кер. –Канут Н.С.
Ресурсозбереження як основа екологізації економіки 143

Станчу Олена
наук. кер. – Канут Н.С.
Раціональне використання природних ресурсів, як принцип забезпечення сталого розвитку 145

Щербата Діана
наук. кер. - Канут Н.С.
Екологічний рух в Україні 147

Особливості організації закладів ресторанного господарства та прогресивні технології виробництва кулінарної продукції

Гатеж Марія
наук. кер. - Струтинська Л.Т.
Способи удосконаленнярецептурного складу прісного тіста 150

Дрищ Мар'яна,
наук. кер. – Данилюк І. П.
Технологія борошняних кондитерських виробів з шротом із насіння гарбуза 151

Краєвський Максим
наук. кер. – асистент Паращук А.В.
Молекулярна кулінарія в закладах ресторанного господарства 153

Найда Олександра
наук. кер. – Струтинська Л.Т.
Технологічні властивості борошна стародавніх видів пшениці 155

Руснак Лілія
наук. кер. – Данилюк І. П.
Технологія борошняної продукції покращеного нутрієнтного складу 157

Сеничак Микола
наук. кер. – Романовська О. Л.
Характеристика та способи отримання натуральних харчових барвників 161

Ухач Уляна
наук. кер. – Струтинська Л. Т.
Використання насіння чіа у технології виготовлення хліба та хлібобулочних виробів 163

Ухач Уляна
наук. кер. – Данилюк І. П
Технологія смузі підвищеної харчової цінності. 165

Чусак Оксана
наук.кер. – Романовська О. Л.
Форми і способи постачання та їх основні особливості у організації ресторанного господарства 167

Юрченко Анастасія
наук. кер. - Романовська О.Л.
«Open kitchen» - інноваційний підхід до концепції закладу 169

Reformation of Ukrainian economy as a factor of steady development

Andrusenko Kateryna
Scientific advisor - Gildebrant K.Y.
Socio-Economic Impacts of Tourism 172

Kuvila Olesya
Scientific advisor – Stupak M.H.
The Development of E-Government in Ukraine 174

Onchulenku Ivan
Scientific advisor – Stupak M.H.
"Agreement Pulse" as a Monitoring Tool for Implementation of Priority Tasks within the Framework of the EU-Ukraine Association 176

Sukharska Suzanna
Scientific advisor – Stupak M.H.
The Reasons and Distinctive Features of Labour Migration from Ukraine to Poland 178

Роль туризму та ринку послуг у реформуванні економіки України

Григоряк А., Ілюк Т.
наук. кер. – Гищук Р.М.
Етапи формування та діяльності туристичних франчайзингових мереж 181

Розвиток фінансової системи в умовах ринкових перетворень.

Банар Анастасія,
наук. кер. – Юрій С. М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Казначейське обслуговування місцевих бюджетів

В умовах обмеженості бюджетних ресурсів і проблем вибору ефективного та належного їх використання особливої набуває проблема дієвої організації системи виконання місцевих бюджетів. У міру імплементації процесів децентралізації системи державного управління й бюджетної системи, розширення самостійності в бюджетних питаннях місцевого самоврядування, зростає необхідність посилення їх відповідальності за прийняття і реалізацію фінансових рішень, а також посилення контролю за правильністю витрачання та цільовим використанням коштів.

Значний внесок у дослідження казначейського обслуговування місцевих бюджетів внесли: К. Огданський, П. Петрашко, В. Стоян, Н.Сушко, О. Чечуліна, С. Булгакова, Л. Єрмоленко та інші. Проте наведені науково-практичні дослідження потребують більш поглибленого вивчення з метою уточнення сучасного стану взаємодії Казначейської служби і місцевих бюджетів.

Метою даного дослідження є аналіз особливостей функціонування системи казначейського обслуговування місцевих бюджетів в Україні. Бюджети місцевого самоврядування - бюджети територіальних громад сіл, їх об'єднань, селищ, міст (у тому числі районів у містах), бюджети об’єднаних територіальних громад, що створюються згідно із законом та перспективним планом формування територій громад [2].

Місцеві бюджети є фінансовою базою органів місцевого самоврядування й вирішальним фактором регіонального розвитку. Наявність місцевих бюджетів закріплює економічну самостійність місцевих органів самоврядування, що передбачено Конституцією України [1] та Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» [3].

Наявність фінансового забезпечення територіальних громад активізує господарську діяльність, дозволяє їм розвивати інфраструктуру на підвідомчій території, розширювати економічний потенціал регіону, виявляти та використовувати резерви фінансових ресурсів. В кінцевому підсумку все це розширює можливості місцевих органів влади в більш повному задоволенні потреб населення [8].

Казначейське обслуговування місцевих бюджетів здійснюється органами Казначейської служби України відповідно до Бюджетного кодексу України [2]. Казначейство України є урядовим органом державного управління, що діє у складі Міністерства фінансів і йому підпорядковується, та є учасником системи електронних платежів Національного банку. Казначейство у своїй діяльності керується Конституцією та законами України, актами Президента України і Кабінету Міністрів України, наказами Мінфіну та Положенням про Казначейство України [5]. Виникнення Казначейської Служби України призвело до переходу на новий етап у розвитку бюджетних відносин. Це пов’язано з тим, що при переході на казначейську систему обслуговування місцевих бюджетів їх виконання стало більш прозорим та ефективним [7].

Основним завданням органів Казначейства в процесі обслуговування коштів бюджетів є сприяння, зокрема, реалізації бюджетної політики місцевого самоврядування та здійснення ефективного управління коштами місцевих бюджетів [9].

Казначейське обслуговування бюджетних коштів передбачає:

1) розрахунково-касове обслуговування розпорядників і одержувачів бюджетних коштів, а також інших клієнтів відповідно до законодавства;

2) контроль за здійсненням бюджетних повноважень при зарахуванні надходжень бюджету, взятті бюджетних зобов'язань розпорядниками бюджетних коштів та здійсненні платежів за цими зобов'язаннями;

3) ведення бухгалтерського обліку і складання звітності про виконання бюджетів з дотриманням національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та інших нормативно-правових актів Міністерства фінансів України;

4) здійснення інших операцій з бюджетними коштами [2].

Казначейське обслуговування є платіжною системою і системою контролю, що є незамінним для країн, які здійснюють бюджетну децентралізацію. Це дає змогу надати місцевим органам влади додаткові бюджетні повноваження з одночасним посиленням контролю бухгалтерського обліку та звітності, платежів і методів запозичення. Створення органу контролю за бюджетними платежами забезпечує ефективну фіскальну дисципліну в цілому в бюджетній системі [4].

Казначейство України забезпечує казначейське обслуговування бюджетних коштів на основі ведення єдиного казначейського рахунку, відкритого у Національному банку України (НБУ) [8].

Функціонування Єдиного казначейського рахунку забезпечує:

- можливість швидкої мобілізації коштів, які протягом дня надходять на рахунки, відкриті в органах казначейства, та використання їх для проведення бюджетних видатків і здійснення інших операцій, що не суперечать чинному законодавству України;

- надання інформації органам законодавчої та виконавчої влади за проведеними на Єдиному казначейському рахунку операціями;

- оптимальні можливості для прийняття представниками законодавчої та виконавчої влади оперативних рішень щодо забезпечення ефективного використання коштів бюджетів [7]. Слід відзначити, що запровадження системи

казначейського обслуговування місцевих бюджетів за видатками має ряд як переваг, так і недоліків.

Отже, перехід на казначейську систему обслуговування місцевих бюджетів вніс наступні позитивні моменти у бюджетний процес:

1) модернізація методу перерахування коштів із рахунків бюджетів на рахунках розпорядників коштів;

2) розміщення бюджетних коштів на казначейських рахунках та їх акумуляція на єдиному казначейському рахунку дає змогу своєчасно виконувати видаткову частину бюджету;

3) концентрація дохідної і видаткової частини бюджетів, що надає можливість володіти повною, достовірною та оперативною інформацією;

4) формування органами Казначейської служби України достовірних звітів про виконання бюджетів усіх рівнів та зведеного бюджету України в цілому за результатами кожного звітного періоду;

5) покриття тимчасових касових розривів за рахунок коштів єдиного казначейського рахунку [7].

Слід відзначити, що казначейське обслуговування місцевих бюджетів з видатками має також і ряд недоліків:

1. Тривалість процесу казначейського обслуговування розпорядників та одержувачів бюджетних коштів призводить до виникнення кредиторської заборгованості бюджетних установ.

2. Казначейська система виконання бюджету зменшує кількість фінансових порушень, але водночас гальмує виконання бюджетів і позбавляє можливості оперативно розв'язувати проблеми міст, сіл, селищ.

3. Пряме втручання органів державної влади в діяльність органів місцевого господарювання.

4. Не завжди місцеві бюджети можуть використовувати свої власні кошти, причиною чого виступають державні органи. А платіжні доручення розпорядників бюджетних коштів лежать в органах казначейства і більше місяця. Тому за відсутності чітких строків оплати розпорядникам бюджетних коштів стає дедалі важче знайти постачальників товарів, робіт і послуг належної якості та помірної ціни, а відтак забезпечити ефективне здійснення своїх повноважень і реалізацію програм соціально економічного розвитку територіальних громад.

Нерідко затримується оплата навіть соціально захищених видатків місцевих бюджетів: на заробітну платню, енергоносії, медикаменти, продукти харчування [7].

Таким чином, можна виокремити такі основні напрями удосконалення казначейського обслуговування бюджетів:

1) встановити чіткі граничні строки проведення бюджетних платежів;

2) виключити положення, які дозволяють залучати кошти місцевих бюджетів з єдиного казначейського рахунку для покриття тимчасових касових розривів видатків, фінансування яких згідно чинного законодавства здійснюється за рахунок коштів Державного бюджету [7];

3) оптимізувати казначейську інфраструктуру;

4) удосконалити систему бухгалтерського обліку на основі національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі;

5) впровадити міжнародні стандарти у роботі Казначейської служби України;

6) вдосконалити підходи до фінансової звітності про виконання державного та місцевих бюджетів на основі міжнародного досвіду;

7) використовувати зарубіжний досвід касового виконання бюджетів усіх рівнів;

8) модернізувати програмне забезпечення у роботі органів Казначейства шляхом створення інтегрованої інформаційно-аналітичної системи управління державними фінансами [6].

Казначейська система обслуговування бюджетів є ефективною функціональною системою касового виконання бюджетів. Однак, в сучасних умовах децентралізації державних фінансів, перед Казначейською службою України ще стоїть безліч завдань як організаційних, технічних, так і щодо розробки нових підходів до виконання бюджету і нормативно-методичних документів з питань бухгалтерського обліку та звітності та покращення механізму казначейського обслуговування бюджетів.

Необхідним є удосконалення діючих механізмів та пошук нових напрямів розвитку казначейської системи обслуговування бюджетів, в умовах структурної перебудови державних фінансів.

Список використаних джерел:

1. Конституція України [Електронний ресурс]: Верхова Рада від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/ (із змінами та доповненнями).

2. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]: Верховна Рада України від 08.07.2010 р. № 2456-VI. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws (із змінами і доповненнями).

3. Про місцеве самоврядування в Україні [Електронний ресурс]: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua (із змінами та доповненням).

4. Бурлачук Н. Ю. Проблеми казначейського обслуговування місцевих бюджетів в умовах децентралізації та шляхи їх усунення / Н. Ю. Бурлачук // Сучасний стан і тенденції розвитку сучасної європейської науки. – 2015. – С.22-24.

5. Зайцева І. Ю. Проблеми казначейського обслуговування місцевих бюджетів за доходами / І. Ю. Зайцева // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. - №50. – С.321-329.

6. Ковалевич Д. А. Казначейське обслуговування бюджетів у сучасних умовах / Д. А. Ковалевич // Наука й економіка. – 2015. -№1(37). – С.14-18.

7. Рогоза Н. В. Переваги та недоліки казначейської системи виконання місцевих бюджетів / Н. В. Рогоза // Збірник матеріалів Всеукраїнської міжвузівської наукової студентської конференції. – 2014. – С.86-89.

8. Форкун І. В. Теоретико-методичні засади побудови механізму казначейського обслуговування місцевих бюджетів / І. В. Форкун // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. -№3. – С.268-273.

9. Якушик С. І. Особливості казначейського обслуговування місцевих бюджетів / С. І. Якушик, А.Ф. Клян // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. -№3. – С.247-251.

Батієвська Ольга,
наук. кер. – Простебі Л.І.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м.Чернівці

Адміністративні методи валютного регулювання у сучасних умовах міжнародної економічної діяльності

Валютне регулювання є складовою частиною державного регулювання економіки загалом. Проте воно має свої особливості, оскільки повинно враховувати зміни курсу національної валюти, характеристику тенденцій на міжнародних валютних ринках, а також внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на стан валютної системи країни.

Валютне регулювання - діяльність Національного банку України та в установлених законом випадках Кабінету Міністрів України, спрямована на регламентацію здійснення валютних операцій суб'єктами валютних операцій і уповноваженими установами [1].

Метою валютного регулювання є підтримка економічної стабільності й утворення надійного фундаменту для розвитку міжнародних економічних відносин шляхом впливу на валютний курс і на валютно-обмінні операції.

Суб'єктами валютного регулювання є організації, установи, органи, що впроваджують прямі та опосередковані регуляторні заходи, спрямовані на регламентацію та упорядкування міжнародних розрахунків та операцій із валютою і валютними цінностями. Об'єктами валютного регулювання є процеси й явища валютних відносин: валютний курс національної грошової одиниці, операції з валютою і валютними цінностями [5, с.73].

Підтримка стабільного курсу є однією з найважливіших цілей валютного регулювання. Для стабілізації курсу деякі країни, в тому числі і Україна, використовують адміністративні методи. У свою чергу, адміністративні методи включають валютні обмеження, валютну блокаду та регулювання платіжного балансу.

Валютні обмеження використовуються для врівноваження платіжного балансу, регулювання курсу національної валюти та стримування відпливу офіційних золотовалютних резервів. Валютні обмеження – це система нормативних правил, які спрямовані на обмеження операцій з іноземною та

національною валютами, золотом та іншими валютними цінностями на ринку і передбачають обов'язкову їх здачу казначейству[4,с.152].

Валютне регулювання ставить перед собою такі цілі (рис. 1).

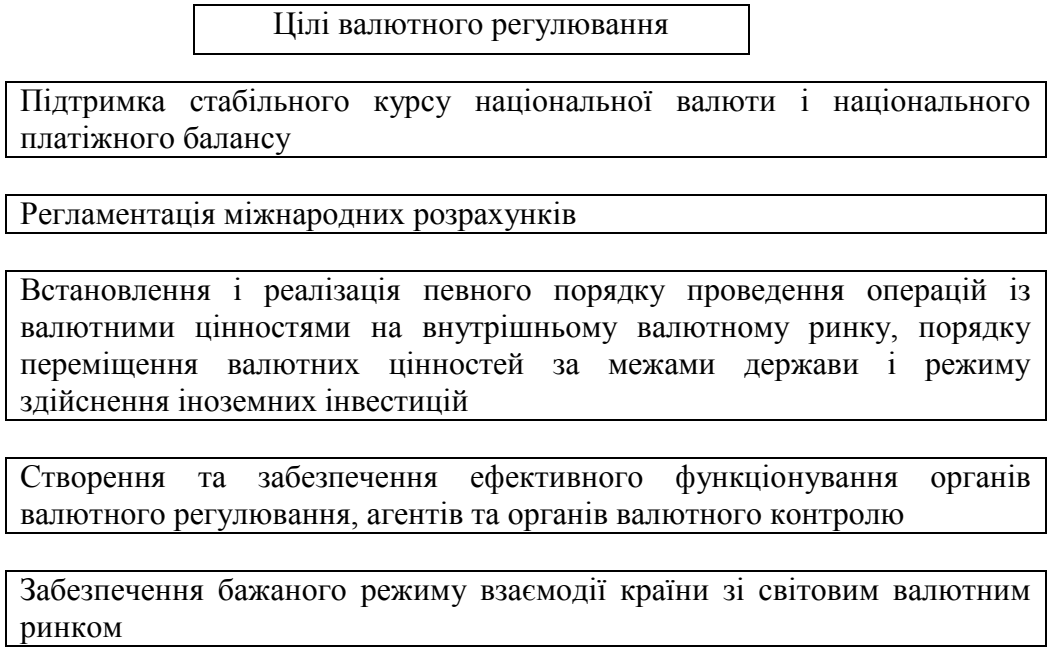

Рис. 1. Цілі валютного регулювання

Складові валютних обмежень:

- обов'язковий продаж державі іноземної валюти;
- заборона вільної купівлі-продажу іноземної валюти; особливі умови переказів та платежів за кордон та отримання зовнішніх позик;
- обмеження прав фізичних осіб володіти та розпоряджатися іноземною валютою;
- вивезення капіталу [3, с.29].

Наявність валютних обмежень означає, що країна знаходиться на перехідному етапі від повної заборони на використання національної валюти у зовнішньоекономічних розрахунках (більшість країн, що розвиваються) до запровадження повної конвертованості національної валюти (розвинуті країни).

Валютна блокада являє собою систему економічних санкцій у формі валютних обмежень, що накладаються однією країною або групою країн на іншу країну, для перешкоджання використанню нею своїх валютних цінностей задля реалізації певних економічних чи політичних вимог. Валютна блокада є різновидом економічної блокади. До валютної блокади належать такі заходи, як блокування рахунку, кредитна блокада, валютні обмеження [2].

Регулювання платіжного балансу – застосування експортних субсидій, митних тарифів, страхування від утрат, викликаних коливаннями валютних співвідношень.

Особливості та дія адміністративних методів валютного регулювання були сформовані та зумовлені умовами оплати в міжнародних розрахунках.

Необхідність застосування адміністративних інструментів, зокрема, валютних обмежень, зумовлюється неефективністю чи недостатньою дієвістю ринкових інструментів, що спостерігається за умов порушення нормального перебігу економічних процесів (періоди валютних криз, значний негативний вплив зовнішніх чинників, дисбаланс у зовнішній торгівлі, значний обсяг зовнішньої заборгованості тощо) [6].

У такі періоди функціонування механізму валютного регулювання може характеризуватись не лише жорсткою регламентацією, а й повною забороною на здійснення певних валютних операцій.

Разом з тим, будь-які адміністративні заходи мають обмежений рівень ефективності. З плином часу ефективність будь-яких обмежувальних заходів валютного регулювання неминуче знижується як з об'єктивних причин, так і з суб'єктивних. Зміна економічного становища країни може призвести до того, що валютні обмеження гальмують економічний розвиток [4, с.157].

Висновки та напрямки подальших досліджень. Методи державного регулювання валютного ринку національної економіки розподілено залежно від специфіки та особливостей їх застосування на ринкові, адміністративні, економічні, монетарні, а також основні та додаткові інструменти тимчасової або постійної дії. При цьому, адміністративні характеризуються прямим впливом на об'єкти валютного регулювання та обсяг пропозиції іноземної валюти. Адміністративні методи валютного регулювання не завжди дають змогу досягти встановлених цілей через відсутність достатніх для цього стимулів та мають короткостроковий ефект. До недоліків інструментів адміністративного методу регулювання належить стримування ними конкуренції на фінансових ринках між кредитними інститутами під час залучення і розміщення ресурсів, що порушує процес ринкового саморегулювання. Крім того, ефективність інструментів прямого адміністративного методу регулювання з часом знижується, оскільки економічні суб'єкти прагнуть знайти шляхи обходу встановлених обмежень і заборон. Необхідно переходити до використання економічних методів валютного регулювання, які дають кращі результати, завдяки чому для досягнення поставленої мети держава створює суб'єктам господарської діяльності сприятливі умови, які заохочують їх до необхідних дій. Реалізація валютної та монетарної політики має відбуватись в комплексі тактичних фінансових заходів щодо реалізації загальнодержавної стратегії економічного зростання.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21.06.2018 №2473-VIII [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19.

2. Декрет Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю" від 07.02.2019 2473-VIII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/15-93.

3. Боришкевич О. В. Чинне валютне законодавство України та нормативно-правові акти валютного регулювання і контролю / О. В. Боришкевич // Наукові праці НДФІ. – 2018. – № 2. – С. 28–32.
4. Власенко Є.Ю. Державне регулювання валютного курсу в сучасних економічних умовах / Є.Ю. Власенко, І.Г. Брітченко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2012. – № 3(37). – 300 с.
5. Єпіфанова М.А. Інструменти валютного регулювання: сутність, класифікація, характеристика / М.А. Єпіфанова // Вісник Української академії банківської справи. – 2016. – № 2. – 280 с.
6. Концепція нового валютного регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/doccatalog/ document?id=40253908.

Рибак Ірина ,
наук. кер. – Круглянко А. В.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Особливості формування фінансових ресурсів підприємств

Фінансові ресурси мають пріоритетне значення в аналізі ресурсного забезпечення підприємств, адже вони є єдиним їх видом, що трансформується в будь-який інший у мінімальний термін. Фінансовим ресурсам належить особливе місце в управлінні діяльністю підприємства, адже саме від його якості залежать безперервність процесу виробництва та реалізації продукції, ліквідність підприємства, його платоспроможність і рентабельність. Загальновідомо, що наявність достатніх фінансових ресурсів є передумовою успішного функціонування будь-якої підприємницької структури, тому особливої актуальності набуває аналіз джерел формування фінансових ресурсів та їх оптимізація.

Підприємства вступають у фінансові відносини з метою формування та використання фінансових ресурсів, належна забезпеченість якими оптимальна структура та ефективне використання яких є умовою успішного функціонування будь-якого підприємства.

Основним моментом у процесі наукового дослідження фінансових ресурсів підприємств, як економічної категорії, є визначення поняття “фінансові ресурси підприємства”.

Павлюк К. В. вважає фінансовими ресурсами підприємства грошові нагромадження і доходи, які утворюються в процесі розподілу й перерозподілу 9 валового внутрішнього продукту й зосереджуються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення і задоволення інших суспільних потреб [1, с. 7].

Н. Колчина, Г. Поляк визначають фінансові ресурси як сукупність власних грошових доходів і надходжень ззовні (активних і пасивних),

призначених для виконання фінансових зобов'язань підприємства, фінансування поточних витрат та витрат, пов'язаних з розвитком виробництва [2, с. 12]. Зятковський І. В. вважає фінансовими ресурсами підприємства суму грошових резервів і надходжень цільового призначення, якими розпоряджається підприємство на правах власності, повного господарського відання і оперативного управління та використовує на статутні потреби [3, с. 17].

С. Мішина, О. Мішин стверджують, що це сукупність грошових коштів, що перебувають у фондовій, нефондовій формі або перетворені у відповідну матеріалізовану форму і призначені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення поточних витрат і витрат на забезпечення розширеного відтворення [4].

Фінансові ресурси підприємства утворюються в результаті виробничо-господарської діяльності господарюючих суб'єктів шляхом отримання грошей за продані товари, вироблені ними, а також мобілізації коштів на фінансовому ринку. Формування фінансових ресурсів здійснюється за рахунок низки джерел. За джерелом створення є дві великі групи джерел: власні (ресурси, що належать підприємству й утворюються внаслідок його фінансово-господарської діяльності: статутний капітал, резервний капітал, додатковий капітал, нерозподілений прибуток.) і залучені (ресурси, що знаходяться тимчасово в розпорядженні підприємства і можуть використовуватися для досягнення статутних цілей: довгострокові і поточні зобов'язання)[5].

Формування й використання фінансових ресурсів підприємств залежать від різноманітних чинників, які поділяються на внутрішні, які пов'язані безпосередньо з діяльністю підприємства, та зовнішні – що не мають зв'язків з діяльністю підприємства, але впливають на неї.

Внутрішні чинники впливу на фінансові ресурси підприємства:

1. рівень досконалості фінансової структури підприємства;
2. забезпечення зв'язку збутової стратегії з виробничою;
3. якість організації управління фінансовими ресурсами;
4. вибір сегментів ринку згідно з виробничими можливостями;
5. рівень якості фінансового, управлінського та податкового обліку;
6. здійснення цінової політики, беручи до уваги зарати на виробництво;
7. налагодження роботи з посередницькими організаціями;
8. загальна оцінка ефективності функціонування виробництва.

Зовнішні чинники впливу на фінансові ресурси підприємства:

1. інфляція;
2. зростання цін на ресурси;
3. зміна політичного курсу влади;
4. нововведення в правове поле;
5. рівень розвитку фінансового ринку;
6. стан економіки в загальному.

Функціонування ринкової економіки України можливе за умови ефективності використання фінансових ресурсів. Використані ресурси,

формуючи ресурсний потенціал окремого підприємства, є часткою ресурсного потенціалу економіки в цілому чи окремих галузей.

Використання фінансових ресурсів може здійснюватися підприємством за такими напрямками:

1. платежі організаціям фінансово-банківської системи, обумовлені виконанням фінансових зобов'язань (податкові платежі до бюджету, страхові платежі, виплата відсотків за користування банківськими кредитами, погашення раніше отриманих позик тощо);
2. реінвестування пов'язане з розширенням та технічним оновленням виробництва, переходом на нові прогресивні технології, використання «ноу-хау»;
3. інвестування фінансових ресурсів у цінні папери інших суб'єктів господарювання: акції, облігації, які є об'єктом купівлі-продажу на ринку;
4. використання фінансових ресурсів на забезпечення потреб соціального характеру;
5. поточні витрати на виробництво і реалізацію (робот, послуг);
6. інвестування коштів у поповнення оборотних активів і поширення асортименту продукції, що виробляється.

Таким чином, раціональний підхід до формування та використання фінансових ресурсів підприємства має суттєве значення для ефективної операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.

Це пов'язано з тим, що достатній обсяг сформованих фінансових ресурсів забезпечує безперервність виробничої діяльності підприємства, оптимальна структура їх розподілу збільшує ефективність діяльності та конкурентоспроможність продукції, а стабільні джерела формування сприяють зміцненню платоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Павлюк К. В. Фінансові ресурси держави: монографія / К. В. Павлюк. – К.: "НІОС", 2007. – 24 с.
2. Близнюк О. П. Класифікація джерел формування фінансових ресурсів підприємства / О. П. Близнюк, А. П. Горпиненко // Вісник Міжнародного слов'янського університету. Серія: Економічні науки. – 2012. Т. 15, № 2. – с. 52–58.
3. Зятковський І. В. Фінанси підприємств / І. В. Зятковський. – 2-ге вид. – К. : Кондор, 2003. – 364 с.
4. Герасименко Р. А. Особливості формування фінансових ресурсів акціонерних товариств / Р. А. Герасименко // Фінанси України. – 2006. – № 6. – С. 82 – 89.
5. . Васильчак С. В. Основні підходи до організації управління фінансовими ресурсами підприємства / С. В. Васильчак // Економіка АПК. – 2011. – № 3 – 80 с.

Стельмах Яна,
наук. кер. – Простебі Л. І.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Сучасний стан та перспективи розвитку ринку лізингових послуг в Україні

На сучасному етапі лізинг стає одним із найбільш перспективних і дієвих інструментів фінансування капіталовкладень підприємств, який здатний ефективно розвивати виробництво та активізувати інвестиційний процес в країні. Він сприяє оновленню застарілої матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання, отриманню ними доступу до найновішої техніки і сучасних технологій за порівняно невисоку ціну, розвитку малих та середніх підприємств. Тому розвиток цієї фінансової послуги на фінансовому ринку України є необхідним та актуальним.

У Законі України «Про фінансовий лізинг» поняття «лізинг» трактується як один із видів цивільно-правової діяльності, яка полягає в інвестуванні власних чи залучених фінансових коштів, що передбачає укладення угоди про виключне користування на визначений термін майном, що є власністю лізингодавця або набувається ним у власність, за умови сплати періодичних лізингових платежів лізингоотримувачем (особа, яка отримує майно у власність) [4].

Основними нормативно-правовими актами в Україні, що здійснюють регулювання лізингової діяльності, є Господарський, Податковий, Цивільний кодекси, закон України «Про фінансовий лізинг», які містять правові основи господарської діяльності, регулюють відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів та відносини, котрі регулюються цивільним законодавством, загальні правові й економічні засади фінансового лізингу.

Лізинг є формою матеріально-технічного забезпечення виробництва з одноразовим кредитуванням. Для лізингу характерним є складне поєднання договорів. Дана операція включає елементи різних фінансових механізмів. Сьогодні лізинг розглядається як специфічна форма фінансування інвестицій, а також особливий вид підприємницької діяльності, який охоплює три форми організаційно-економічних відносин: оренда, кредит, інвестиції. Додаткову роль відіграють відносини купівлі-продажу, які передують і завершують (за погодженням сторін) лізингову угоду. Всі ці властивості тісно взаємопов'язані і взаємозалежні один від одного та в сукупності утворюють нову організаційно-правову форму бізнесу [1, с. 98].

Лізинг виконує одночасно три основні функції:

– фінансову, яка полягає у можливості підприємства-лізингоодержувача використовувати необхідне устаткування без одноразової мобілізації для цього власних коштів або кредитів банку;

– виробничу, тобто здатність оперативного вирішення виробничих завдань;

– функцію одержання податкових і амортизаційних пільг [3, с. 75]. Усі функції лізингу забезпечують позитивний результат лізингової діяльності для економіки країни, який проявляється в багатьох напрямках. У першу чергу – це нарощування виробничих потужностей. Придбання устаткування та машин через лізинг здійснюється в межах сукупного інвестиційного попиту, який визначається загальною господарською ситуацією. Проте за інших рівних умов він створює додаткові стимули для нагромадження фінансових ресурсів, прискорює процес трансформації капіталу з позикового у функціонуючий.

Основними учасниками ринку фінансового лізингу є:

– фінансові компанії, які крім фінансового лізингу також надають інші фінансові послуги;

– лізингодавці – юридичні особи, які є в Реєстрі Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. Вони не є фінансовими установами, але саме на них припадає основна частка фінансового лізингу.

За даними Національної Комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [2] станом на 30.06.2019 у Державному реєстрі фінансових установ налічувалось 967 фінансових компаній. Крім того, 167 юридичних осіб – суб'єктів господарювання, які не є фінансовими установами, але мають визначену законами та нормативно-правовими актами можливість надавати послуги з фінансового лізингу (лізингодавців).

Протягом І півріччя 2019 року фінансові компанії уклали 631 договір адміністрування фінансових активів для придбання товарів у групах на загальну суму 238,1 млн. грн., виконали 1 586 договори. Кількість діючих договорів адміністрування фінансових активів для придбання товарів у групах станом на 30.06.2019 року становила 2 866 одиниць, що на 43,7% (2 222 одиниці) менше порівняно з цим показником аналогічного періоду 2018 року.

Незважаючи на те, що фінансовий лізинг не є широко розповсюджений на території України, проте він набуває все більшого значення з кожним роком. Показники діяльності ринку лізингових послуг сигналізують про позитивні тенденції для його розвитку. Проте потрібно зазначити, що для того, щоб лізинг став ефективним фінансовим інструментом інвестування розвитку економіки необхідно, об'єднавши зусилля всіх учасників ринку, здійснити такі кроки:

1) удосконалити нормативне законодавство та гармонізувати його з міжнародними стандартами;

2) знизити вартість нотаріальних послуг з оформлення договору лізингу;

3) сприяти розвитку інфраструктури ринку лізингових послуг;

4) розробити комплексну програму залучення іноземних інвестицій, які виступатимуть у формі лізингових послуг;

5) забезпечити захист прав усіх учасників ринку лізингу.

Розвиток лізингу в Україні значно відрізняється від світової практики. Це обумовлено цілою низкою проблем, що перешкоджають розвитку ринку, зростанню кількості його гравців, збільшенню обсягів фінансування реального сектору економіки, зародженню здорової конкуренції.

Серед таких проблем можна відзначити наступні:

- недостатня обізнаність компаній, малих та середніх підприємств, представників влади та громадськості щодо переваг лізингу для фінансування розширення бізнесу;
- відсутність сприятливої юридичної та податкової бази для лізингу;
- брак внутрішнього та іноземного капіталу для лізингових компаній і відсутність програм, спрямованих на лізинг для малих та середніх підприємств;
- недостатня інституційна спроможність Асоціації "Українське об'єднання лізингодавців", яка б мала потужніше представляти та захищати інтереси учасників і забезпечувати юридичну, нормативну, інформаційну, рекламну, професійну підготовку;
- наявність в країні тіньового сектору економіки;
- відокремленість лізингової галузі від міжнародних тенденцій та напрацювань [5].

Отже, розвиток лізингу в Україні є одним з найефективніших інструментів розвитку ринкових відносин, подолання негативних соціально-економічних наслідків виходу країни з фінансової кризи.

Значний досвід проведення лізингових операцій в економічно розвинених країнах світу підтверджує, що лізинг потенційно може стати гідною альтернативою традиційного кредитування й стати особливо привабливим для малого та середнього бізнесу, а за умови ефективної державної підтримки та ефективного використання лізингових механізмів, стимулювати науково-технічний прогрес, розвиток галузей економіки країни, зовнішньоекономічну діяльність.

Список використаних джерел:

1. Міщенко В. І. Основи лізингу: навч. посіб. / В. І. Міщенко. – К.: Товариство «Знання» КОО, 2015. – 138 с.

2. Національна Комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/FK/FK_II%20kv_2019.pdf.

3. Посібник з лізингу / [Д. О. Богодухов, С. П. Кисіль, Ю. М. Луців та ін.]; наук. ред. Л. Я. Снігір. – К.: Поліграф плюс, 2016. – 388 с.

4. Про фінансовий лізинг [Електронний ресурс] : Закон України від 16 грудня 1997 року № 723/97 – ВР. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80.

5. Українське об'єднання лізингодавців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uul.com.ua/.

Стельмах Яна,
наук. кер. – Юрій С. М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Методи управління місцевими фінансами

Місцеві фінанси відіграють одну з ключових ролей у вирішенні соціальних проблем регіонів та їх економічного розвитку. Завдяки місцевим фінансам, територіальна громада має можливість впливати на економічні, соціальні та політичні процеси, що відбуваються в країні. Фінансова самодостатність органів місцевого самоврядування є однією з умов побудови та розвитку демократичної держави. При цьому забезпечення фінансової самодостатності має здійснюватися на засадах заінтересованості органів місцевого самоврядування у розвитку підприємницької діяльності, стимулювання інноваційно-інвестиційної активності, зменшення частки тіньового сектору.

У розвиток теорії та практики управління місцевими фінансами вагомий внесок зроблено у наукових працях В. І. Кравченко, І. С. Волохової, З. С. Варналія, С. А. Романюка та ін. Питанням управління місцевими фінансами займалися І. О. Дегтярьової, А. О. Дегтяря, В. І. Вакуленка, Я. М. Казюк та ін. Систематизація наукового доробку з досліджуваної проблематики свідчить про те, що становлення інституту місцевого самоврядування вимагає подальшого поглибленого дослідження методів управління місцевими фінансами.

Вперше поняття місцеві фінанси сформувалось у XIX столітті, однак з того часу тлумачення сутності цього поняття змінювалось багато разів. Місцеві фінанси можна визначити як сукупність соціально-економічних відносин, що виникають з приводу формування, розподілу та використання фінансових ресурсів для вирішення завдань місцевого значення.

Основними засадами внутрішньої політики у сферах розвитку місцевого самоврядування та стимулювання розвитку регіонів є [3]:

- утвердження місцевого самоврядування як фундаменту народовладдя, розширення повноважень місцевих рад шляхом децентралізації функцій органів державної влади, гармонізація загальнодержавних, регіональних та місцевих інтересів;
- реформування міжбюджетних відносин на користь місцевого самоврядування, створення умов для розвитку економічної самостійності регіонів;
- удосконалення системи адміністративно-територіального устрою на принципах економічної самодостатності та доступності адміністративних (управлінських) і соціальних послуг споживачам цих послуг;
- зміцнення матеріальної бази органів місцевого самоврядування та підвищення рівня їх ресурсного забезпечення;
- зміцнення економічної інтеграції регіонів з використанням переваг територіального поділу і кооперації праці.

Для досягнення поставлених цілей внутрішньої політики у сферах розвитку місцевого самоврядування та стимулювання розвитку регіонів необхідне удосконалення методів управління місцевими фінансами. Традиційно до методів здійснення управління місцевими фінансами відносять [2, с. 101]:

1. Фінансове планування і прогнозування - визначення джерел утворення фондів грошових коштів на місцевому рівні та напрямів їх ефективного використання.

2. Фінансове регулювання - маневрування фінансовими ресурсами та відповідної своєчасної тактичної реорганізації фінансових відносин з метою нейтралізації впливу різноманітних чинників при виконанні фінансових планів територій і забезпечення максимального управлінського ефекту за мінімальних витрат.

3. Фінансовий контроль - зіставлення фактичних результатів із запланованими та виявленні на цій основі резервів з метою оцінки правильності прийняття управлінських рішень.

4. Оперативне управління - маневрування наявними фінансовими ресурсами органам місцевого самоврядування, залученні додаткових коштів, ефективному витрачанні наявних грошових засобів.

5. Стратегічне управління - встановлення обсягів фінансових ресурсів адміністративно-територіальним одиницям на перспективу для реалізації цільових програм, пов’язаних з економічним піднесенням територій, вирішенням соціальних проблем.

Ефективне застосування перелічених вище методів управління місцевими фінансами дозволить раціонально використовувати природно-сировинний, виробничо-технічний, людський та фінансовий потенціал регіонів, що в результаті сприятиме прискореному розвитку регіонів та відродження міжнародного авторитету держави. Проте, на нашу думку, є доцільним доповнити, що розвиток фінансового контролю має передбачати впровадження державного аудиту.

Державний аудит – це форма державного фінансового контролю, спрямована на сприяння бюджетним установам, державним підприємствам, які отримують державні кошти, у запобіганні фінансовим порушенням, ефективному використанні бюджетних коштів державного та комунального майна та складання достовірної фінансової звітності.

У свою чергу, державний аудит потрібно доповнити аудитом ефективності. Аудит ефективності – це форма контролю, яка спрямована на визначення ефективності використання бюджетних коштів для реалізації запланованих цілей та встановлення факторів, які цьому перешкоджають. Метою аудиту ефективності є здійснення оцінки досягнення запланованих показників (продукту, ефективності, якості), виявлення проблем у виконанні бюджетної програми та розробка пропозицій щодо підвищення ефективності використання ресурсів держави.

Методи, що використовуються в управлінні місцевими фінансами можна систематизувати за групами [1, с. 401]:

- методи, що забезпечують безпосередню участь органів місцевого самоврядування в управлінні місцевими фінансами;

- методи формування, відтворення і ефективного використання фінансового потенціалу;

- методи узгодження інтересів державних органів виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, господарюючих суб'єктів і мешканців;

- фіскальні методи формування місцевих фінансових ресурсів;

- методи організації руху потоків фінансових ресурсів;

- методи формування доходної та видаткової частин бюджету;

- методи розподілу акумульованих фінансових ресурсів за органами управління, напрямами і розпорядниками бюджету;

- методи аналізу, контролю та аудиту за дотриманням параметрів руху потоків фінансових ресурсів та їх кінцевих результатів;

- методи, що спрямовуються на створення умов для формування і розвитку джерел фінансових ресурсів муніципального утворення (встановлення місцевих нормативів забезпечення фінансовими ресурсами, податкових пільг, стандартів ефективності використання фінансових ресурсів);

- статистичні та економіко-математичні методи (методи порівняння, використання абсолютних і відносних показників, балансові методи).

Поділ методів на окремі групи має дещо умовний характер, оскільки тлумачення кожного з них не є однозначним. Водночас визначення і систематизація методів управління місцевими фінансами дозволяє більш обґрунтовано вирішувати низку реформаторських заходів щодо удосконалення системи управління ними, з'ясування особливостей джерел фінансових ресурсів, оптимального упорядкування і вирішення завдань. Кожному методу притаманні інструменти, водночас і інструменти тяжіють до певних методів. Тому знання і оволодіння методами та інструментами впливу на розвиток місцевих фінансів є обов'язковим і складним завданням для учасників процесів управління.

Отже, в сучасних умовах розвитку економіки управління місцевими фінансами має включати такі методи: фінансове планування і прогнозування, фінансове регулювання, фінансовий контроль, оперативне управління та стратегічне управління. Забезпечення ефективного функціонування системи управління місцевими фінансами може бути реалізована за рахунок підвищення дієвості державного аудиту, організації проведення комплексної оцінки фінансового стану місцевих бюджетів, вивчення та впровадження світового досвіду управління фінансами на місцевому рівні.

Список використаних джерел:

1. Волохова І.С. Місцеві фінанси України в умовах децентралізації / І. С. Волохова // Вісник Одеського національного економічного уіверситету. – 2015. – С. 401.

2. Казюк Я.М. Механізми формування та реалізації державного управління бюджетними ресурсами на місцевому рівні: монографія / Я.М. Казюк. – 2014. – 426 с.

3. Поняття управління фінансами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://trackls.narod.ru/books/bkl/kir16.html.

Торак Марія,
наук. кер. – Круглянко А. В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Удосконалення системи управління фінансами підприємства як логістичної системи

На сучасному етапі функціонування економіки України важливу роль відіграють інтеграційні процеси, які супроводжуються розвитком фінансових відносин. За цих умов ефективність функціонування вітчизняних підприємств визначається дієвістю підходів до управління їх фінансами та розвитком фінансових відносин на національному і глобальному рівнях. Дієвість системи управління фінансами підприємств як складової фінансового потенціалу промисловості та фінансової системи країни, є запорукою стабільного економічного зростання. Удосконалення підходів до управління фінансами підприємств тісно пов’язано з інтеграційними процесами, що відбуваються під впливом світових тенденцій.

В результаті виникає необхідність адаптації системи управління фінансами підприємства до сучасних умов на основі посилення координації взаємозв’язків між учасниками руху фінансових ресурсів та використання логістично-орієнтованих підходів. Управління фінансами підприємств – це управління у сфері грошових відносин щодо формування, розподілу і використання грошових доходів, накопичень і фінансових ресурсів з метою найефективнішого їх використання і підвищення платоспроможності підприємства [1].

Сучасні реалії функціонування вітчизняних підприємств визначаються розвитком логістичних ланцюгів та мереж, які відображають повну самостійність і юридичну незалежність підприємств. Такий стан речей пояснюється активізацією процесів інтеграції та ускладненням завдань фінансового управління. Підприємства, спеціалізуючись на профільній діяльності в сфері їх ключової компетенції і поєднуючись в мережу за принципом взаємодоповнюваності й взаємозалежності, створюють умови для підвищення ефективності управління фінансовими потоками на основі підвищення рівня інформатизації. Вони використовують комбінацію формальних і неформальних процедур для координації й узгодження господарської діяльності учасників логістичних ланцюгів і допомагають одержувати доступ до ресурсів партнерів з метою досягнення максимального синергетичного ефекту від їхнього використання.

Дієвість систем фінансів підприємств можлива у випадку реалізації адаптованих підходів до управління фінансовими потоками в логістичних системах, що забезпечує цінність логістичних ланцюгів та є основним індикатором зростання вартості. Значною мірою це вимагає розробки фінансової політики, яка дозволять оцінити перспективи розвитку, визначити оптимальні шляхи досягнення стратегічних цілей, обґрунтувати прийнятні напрями фінансового забезпечення господарської діяльності. Фінансові потоки, що циркулюють у мікрологістичній системі при здійсненні господарських операцій трансформуються за принципом «гроші – товар – гроші».

Фінансовий потік є головним чинником, що дає змогу інтегрувати всі елементи логістичної системи у логістичному ланцюзі для забезпечення його цінності та зростання вартості підприємства. Сучасний стан підприємств України, їх обмеженість у фінансових ресурсах, вимагає на стадіях планування, організації і контролю логістичних операцій першочергового врахування параметрів фінансових потоків, а на їх основі – визначення можливих обсягів і параметрів матеріальних.

Таким чином, в умовах логістизації національної економіки основною складовою фінансів підприємств є фінансовий потік, оптимальний рух якого забезпечується існуванням мікро- та макрологістичних систем. Його характерними рисами є те, що він відображає цілеспрямований, впорядкований рух фінансових ресурсів підприємства, направлений на забезпечення ефективності господарської діяльності; є результатом встановлення фінансових відносин всередині підприємства та між підприємствами, що виникають за результатами здійснення господарських операцій; склад, обсяг, швидкість і напрям руху фінансових потоків визначається специфікою фінансових відносин підприємства з його контрагентами; не може визначатися без врахування фактору часу; рухається в межах підприємства за відповідними центрами управління фінансовими потоками; відображає два об’єкта управління (стан фінансових ресурсів та руху фінансових ресурсів).

В контексті управління фінансами в логістичних системах підприємств цінність логістичного ланцюга – це здатність задовольняти потреби учасників відповідно до їх очікувань на основі синергетичних впливів, що визначаються взаємодією в процесі забезпечення раціонального руху фінансових потоків.

Їх характерними рисами є такі: 1) стосується всіх учасників логістичного ланцюга та залежить від їх потреб; 2) носить ситуаційний та динамічний характер; 3) залежить від умов сприйняття; 4) характеризується цінністю взаємозв’язків; 5) визначається особливостями управління фінансовими потоками відповідно до специфіки підприємницької діяльності; 6) взаємопов’язано з вартістю підприємства.

Вартість підприємства, що функціонує у вигляді логістичної системи, відображає результативність функціонування, яка зумовлена здатністю генерувати фінансові потоки логістичними ланцюгами та синергетичними впливами їх учасників.

Можна виділити такі її характерні риси: 1) інтегральний показник, що відображає результативність діяльності логістичної системи; 2) носить

динамічний та фрактальний характер; 3) залежить від внутрішніх і зовнішніх умов функціонування логістичної системи; 5) визначається особливостями управління фінансовими потоками; 6) взаємопов'язана з цінністю логістичних ланцюгів.

В мовах логістизації економіки зміни у пріоритетах формування цінності логістичного ланцюга та зростання вартості підприємства під впливом динамічного ринкового середовища займають особливе місце в системі управління фінансами. Підприємства мають спрямовувати господарські операції на створення цінності логістичного ланцюга, який визначає їх склад та описує вплив на вартість. При цьому необхідно враховувати те, що матеріальні потоки, проходячи по всіх ланках логістичного ланцюга, визначають споживчу вартість, яка відображає цінність товару для споживача шляхом визначення корисності. На відміну від них фінансові потоки, приймаючи участь в утворенні споживчої вартості, суттєвий вплив справляють на формування вартості підприємства.

У формуванні цінності логістичного ланцюга та вартості конкретного підприємства приймають участь інші підприємства (представники логістичної інфраструктури), які формують власні ланцюги цінностей та вартість. У результаті ланцюги цінностей утворюють мережу цінностей. Формування ланцюгів цінностей в загальній мережі, має відображати оптимізацію витрат за умови досягнення максимальної споживчої цінності. Якщо підприємство здатне оптимізувати витрати, то воно буде продовжувати функціонувати в мережі цінностей, якщо ні – воно припинить функціонувати, оскільки фінансові потоки будуть рухатися через інший ланцюг цінностей, негативно впливаючи на вартість підприємства.

Ефективне управління фінансами підприємств в умовах логістизації економіки має відображати процеси формування й об'єднання мікрологістичних систем у єдиному інформаційному просторі та формуватися під впливом інтегрування логістики та фінансового менеджменту, що визначає доцільність використання логістично-орієнтованої методології, основними складовими якої є цінність логістичних ланцюгів, що забезпечується раціональним управлінням фінансовими потоками та вартість, яка створюється цінністю існуючих на підприємстві логістичних ланцюгів.

Основною передумовою впровадження на підприємствах логістично-орієнтованої методології до управління фінансами є інтеграція фінансового менеджменту і логістики, про що свідчить активне використання сучасних інформаційних технологій, які хоча і використовують логістичні підходи, але базуються на концепціях фінансового менеджменту. Логістично-орієнтований підхід вимагає інтеграції всіх учасників господарських операцій в логістичні ланцюги.

За таких умов все більшого значення набувають питання формування підприємствами дієвих логістичних систем, що сприятимуть створенню тісних взаємозв'язків між елементами системи у процесі забезпечення цінності логістичних ланцюгів та зумовлять зростання її вартості.

Список використаних джерел:

1. Фінанси підприємств / за ред. А.М. Поддєрьогіна. – Вид. 4-те, [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во КНЕУ, 2002. – 571 с.

2. Бондаренко О. С. Управління фінансовими потоками підприємств в умовах логістизації економіки: монографія / О. С. Бондаренко. – К.: кафедра, 2015. – 520 с.

3. Колодізєва С. О. Оцінка процесів логістизації банківського обслуговування / С. О. Колодізєва – Херсон: Науковий вісних херсонського Херсонський державного університету, 2016. – С. 251 – 257.

Розвиток міжнародного співробітництва та національна безпека

Банар Анастасія,
наук. кер. – Простебі Л.І.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Форфейтинг як нетрадиційна форма експортного фінансування

Для захисту інтересів експортерів в умовах загострення конкуренції на світових ринках створено нові форми фінансування міжнародних торговельних операцій. Однією з таких форм є форфейтинг.

Форфейтинг— кредитування експортера через придбання векселів чи інших боргових зобов'язань. По суті, міжнародні кредити, які надаються у валюті, де форма трансформації комерційного кредиту у банківський, внаслідок якої експортер отримує ряд переваг. Насамперед прискорюється одержання ним коштів за товар, що експортовано, а значить і обіг усього капіталу. Експортер звільняється від ризику неплатежу та валютного ризику, а також ризику, пов'язаного з коливанням ставок відсотка. Спрощується баланс підприємства за рахунок часткового звільнення від дебіторської заборгованості. Форфейтинг - це одна із нових форм кредитування зовнішньої торгівлі. Її поява зумовлена швидким зростанням експорту дорогого устаткування з тривалим терміном виробництва, посиленням конкурентної боротьби на світових ринках та зростанням ролі кредиту у розвитку світової торгівлі. Форфейтування є інструментом кредитування окремих експортних вимог, зазвичай середньострокових [1, с.21].

Вартість форфейтингу складається з: прибутку форфейтера, вартості наданих грошових коштів, покриття від комерційного ризику, покриття від політичного ризику, покриття від валютного ризику, покриття процентного ризику.

Механізм форфейтингу використовується у двох основних видах угод:

- у фінансових угодах – з метою швидкої реалізації довгострокових фінансових зобов'язань;
- в експортних угодах – для сприяння надходженню коштів експортеру, що надав кредит імпортеру.

Таким чином, цей метод дозволяє експортерам уникнути валютного ризику, що може виникнути внаслідок курсових коливань на протязі періоду між укладенням зовнішньоторговельної угоди та фактичним платежем за нею.

Основними оборотними документами, що використовуються як форфейтингові інструменти, є векселі.

Суб`єктами форфейтингової операції є: експортер (продавець), імпортер (покупець), форфейтер (банк) та гарант. Терміни дії форфейтингової угоди від 180 днів до 5 років.

Форфейтування з’явилося у відповідь на постійно зростаючий попит на міжнародні кредити, який не задовольнявся. Найбільшого розвитку форфейтинг набув у країнах, де державне кредитування експорту є недостатньо розвинутим. На початку 60-х років, коли почав формуватися механізм форфейтингу, ринок продавців товарів виробничого призначення поступово перетворювався на ринок покупців цих товарів. Значний розвиток міжнародної торгівлі супроводжувався посиленням тенденції зростання вимог імпортерів подовжити термін традиційного 90 - 180-денного кредиту. Відродження торговельних відносин між країнами Західної та Східної Європи та зростаюча значущість у світовій торгівлі країн Азії, Африки та Латинської Америки створили багато фінансових перешкод для західних експортерів. Виникнення цих нових ринків припало на час, коли обтяжуючі інвестиційні зобов'язання фірм, що експортують, перешкоджали фінансуванню ними середньострокових кредитів постачальника за рахунок власних коштів. Банки, що існували тоді, були не в змозі запропонувати послуги, яких потребували експортери [1, с.23].

Існує міжнародна форфейтингова асоціація – IFA. Вона є всесвітньою асоціацією торгівлі для комерційних компаній, фінансових інститутів і посередників, які займаються форфейтингом. Заснована в серпні 1999 року і співпрацює більш ніж з 140 членами. Спрямована на стимулювання ділових відносин і має гарну практику серед тих, хто постійно займається і розширюється стосовно форфейтингу, і є розвиненою світовою спільнотою. Основним завданням членів IFA є ведення прибутково і безпечно форфейтингового бізнесу.

Станом на 01 січня 2018 р. до структури International Forfaiting Association входять 123 члена. Найбільша кількість членів International Forfaiting Association (із країн Європи) у Великобританії (18), Швейцарії (14), Німеччині (13), Італії (9), Голландії (9) та Австрії (8), також 24 з країн Азії, 3 з Америки і 2 з Африки [6].

На сьогодні одним з основних центрів здійснення форфейтингових угод є Лондон, оскільки експорт багатьох європейських країн вже давно фінансується лондонськими банками. Значна частина форфейтингового бізнесу сконцентрована також у Німеччині.

Швейцарія, яка традиційно виступала значним банківським центром та мала багаторічний досвід у фінансуванні міжнародної торгівлі, стала одним з перших центрів та ринків форфейтування. Необхідно відзначити, що один із чинників зростання швейцарських банків полягав у розвитку форфейтингу протягом 1950–1960- х років, коли Західна Німеччина намагалася проникнути на ринок до європейських сусідів. Економіка Німеччини сконцентрована переважно на секторі промислового виробництва та у сфері послуг. Італія є першокласним експортером машино-технічної продукції. Нідерланди мають сучасну високорозвинену постіндустріальну економіку. Британія створювала зарубіжні ринки для британської продукції, де не останню роль зіграв форфейтинг (це давало Британії змогу займати лідируючі позиції у міжнародній торгівлі).

В Україні форфейтинг розвивається досить повільно. Одним із бар‘єрів для розвитку форфейтингу виступає специфічна географія українського імпорту. В Україні, як правило, ризики досить високі, і західним компаніям важко знайти гідного гаранта або аваліста для векселя покупця.

Українське законодавство також обмежує форфейтинг. Банки не можуть виступати в ролі форфейтору, лише в ролі агенту. Щоб значно збільшити можливості форфейторів та їхніх клієнтів, потрібно також здійснити нормалізацію податкового законодавства України [3, с.13].

Нині вторинного ринку форфейтингу в Україні не існує. Українські банки за ризиками розвинених країн не витримують конкуренцію за ставками, а середньострокові ризики країн, що розвиваються, вони не готові приймати [4, с.20].

Важливим є те, що Україна є також членом IFA в особі ПАТ «Креді Агріколь Банк». Це успішний універсальний банк, який працює на фінансовому ринку вже 18 років поспіль і надає весь спектр сучасних банківських послуг приватним клієнтам та компаніям в усіх регіонах у понад 200 точках продажів.

В українських умовах класична схема форфейтингу виглядає так. Якщо український імпортер, уклавши з іноземним контрагентом товарний контракт, обґрунтував свою платоспроможність, то він може розрахуватися векселем, уникнувши тим самим передоплати. Але вексель повинен бути авальований українським банком із високою репутацією на світовому фінансовому ринку.

Отриманий авальований вексель експортер пред‘являє до обліку в іноземний банк, який підписав відповідну угоду з українським банком. Іноземний банк після підтвердження авалю сплачує експортеру номінальну суму векселя за вирахуванням деякого дисконту, а коли термін дії векселя закінчується, пред‘являє його в український банк і отримує гроші. Український банк пред‘являє цей вексель імпортеру, той оплачує вексель, і коло замикається. Термін звернення векселя залежить від виду продукції, що імпортується [5].

Як правило, в Україні форфейтингове фінансування носить середньо-строковий характер і призначене для експортерів товарів, таких як машини, транспортні засоби та обладнання, послуг капітального призначення (будівництво промислових та інфраструктурних об‘єктів за кордоном) і рішень у галузі інформаційних технологій. Ініціаторами форфейтингу нині є, як правило, українські банки та іноземні експортери [2, с.10].

Отже, форфейтинг ефективний і корисний передусім для великих організацій, які мають на меті акумуляцію грошових коштів, щоб реалізовувати довгострокові і вартісні проекти. Форфейтингові операції вже здобули широкого використання у багатьох країнах світу і мають перспективи розвитку в економіці України. Форфейтинг пропонує переваги для бізнесу, він знижує ризики, пов‘язані з міжнародною торгівлею, забезпечує і збільшує грошові потоки; так, експортери можуть бути конкуренто-спроможними на світовому ринку. Основними шляхами вдосконалення форфейтингу є вдосконалення законодавчої бази шляхом прийняття відповідних нормативних актів та створення необхідних інструментів регулювання цієї діяльності; вдосконалення

форфейтингової схеми з урахуванням міжнародного досвіду та національних особливостей її використання в Україні та створення стабільного економічного середовища, мінімізація ризиків, розвиток інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Басюк Т.П. Фінансові аспекти зовнішньоекономічних операцій. / Т.П. Басюк // Економіка, фінанси, право. - 2017. № 6. С. 20-24.

2. Головльов Ю.В. Банки і банківські послуги в Україні: питання теорії і практики. / Ю.В. Головльов // Фінанси і статистика. - 2016. № 4. С. 9-11.

3. Зянько В.В. Форфейтинг – тривале кредитування для бізнесу. / В.В. Зянько // Економіка. - 2017. № 3(39). С. 11-15.

4. Колобанов Д.Є. Розвиток принципів комерційного фінансування світової та української практики. / Д.Є. Колобанов // Фінанси і кредит. - 2017. № 46. С. 18-24.

5. Крупіна Т. Що таке форфейтинг і як він працює / Т. Крупіна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.banki.ua/news/bankpress/?id=49964.

6. International Forfaiting Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://itfa.org.

Капра Яна,
наук.кер. – Власова Т.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Проблеми залучення інвестицій: геоекономічний аспект

Іноземні інвестиції відіграють важливу роль у створенні сприятливих умов для розвитку української економіки. На сучасному етапі на залучення іноземних інвестицій залежать стан національного виробництва, рівень технологічного розвитку, структурна перебудова народного господарства. Важливу роль у створенні сприятливих умов для розвитку української економіки відіграють іноземні інвестиції. Слід зазначити, що інвестиційна діяльність як в окремих сферах, галузях, так і в економіці в цілому, стали предметом дослідження багатьох інститутів та науковців.

Залучення іноземних інвестицій дає змогу країні-реципієнту отримати ряд вигод, основними з яких є: поліпшення платіжного балансу; трансфер новітніх технологій та ноу-хау; розвиток експортного потенціалу і зниження рівня залежності від імпорту; досягнення соціально-економічного ефекту (підвищення рівня зайнятості, розбудова соціальної інфраструктури тощо). Водночас, використання іноземних інвестицій для країни є потенційним джерелом загроз, таких як експлуатація сировинних ресурсів та забруднення

навколишнього природного середовища, підвищення рівня залежності країни від іноземного капіталу, зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, трансфер капіталу за кордон [1].

На сьогоднішній день маємо складну економіко-політичну ситуацію в державі , тому внутрішні джерела інвестиційних ресурсів є досить обмеженими, і виникає все більша необхідність у залученні іноземних інвестицій. У зв'язку з подіями останніх років економіка України суттєво дестабілізувалася, як наслідок це призвело до її глибоких структурних деформацій. Тому Україна не спроможна забезпечити соціально економічний розвиток за рахунок власних фінансових ресурсів ті потребує притоку іноземного капіталу.

Слід зазначити, що на даний час ситуація з інвестування економіки іноземним капіталом є недостатньою. Найважливішою проблемою тут виступає неефективна система залучення прямих іноземних інвестицій. Існує ряд чинників, які призводять до негативного інвестиційного клімату в державі: недосконала законодавча база; несприяння податкової системи розвитку підприємництва; низький рівень захисту прав потенційних інвесторів; системність корумпованості в органах державної влади та лобіювання власних інтересів державними службовцями; неефективна фінансова політика України; відсутність ініціативи власників підприємств щодо інвестування конкурентоспроможних інноваційних проектів; низький рівень життя громадян та зниження їх купівельних можливостей внаслідок інфляційних процесів.

Щодо інвестиційного законодавства України, то за роки незалежності було видано майже тисячу законодавчих актів, що регулюють ту чи іншу сферу інвестиційної діяльності.

Однак при цьому слід зазначити, що: по-перше, інвестиційне законодавство України, незважаючи на значну кількість ініціатив у необхідному напрямі, все ще залишається далеким від досконалості; по-друге, велика кількість законодавчих актів та нормативних документів, виданих різними органами та гілками влади, суттєво ускладнює орієнтування у великому законодавчому полі; по-третє, часті зміни законодавства знижують інвестиційні рейтинги нашої держави, адже однією з основних вимог потенційних інвесторів є стабільність законодавства.. сьогодні важливим фактором зниження інвестиційної активності є уповільнення темпів зростання світової економіки за рахунок погіршення ситуації в експортних галузях. Поряд із цим негативну роль відіграв і Національний банк, який з метою утримання валютного курсу вдався до жорсткої монетарної політики.

Визначення стратегічних і тактичних завдань геоінвестиційної політики, прийняття ефективних управлінських рішень з питань її реалізації потребують аналізу стану та тенденцій економічного й соціального розвитку регіонів а також сприяло зниженню темпів зростання економіки України [2].

Завданням інвестиційної політики держави є регулювання інвестиційної діяльності, зокрема фінансове. В систему фінансового регулювання входять суб'єкти бюджетної, соціальної, податкової, митної, зовнішньоекономічної сфери, тобто державні правові органи, що визначають засади здійснення інвестиційної зовнішньоекономічної діяльності в межах країни. Головною

проблемою інвестування на сьогодні є скорочення попиту на продукцію, що виготовляться. Це спричинено як низькою платоспроможністю населення на внутрішньому ринку, так і зниженням експортних цін на світових товарних біржах.

Основні ризики капіталовкладень полягають також у певних інституційних умовах, як: політична та економічна нестабільність, корупція на державному та побутовому рівні, неефективне державне управління, недосконала організаційно-правова база. Це все впливає на перспективу залучення інвестицій в країну загалом та в регіони зокрема [3].

Цікавим для аналізу є дослідження географічної структури іноземних інвестицій, формування якої залежить від багатьох чинників, головним серед яких є розвиток зовнішньоекономічних зв'язків з країнами-партнерами. В жовтні 2016 року більша частка іноземних фінансових ресурсів були отримані з країн ЄС (близько 75% загальних інвестицій в економіку).

Іншими джерелами іноземних інвестицій були надходження більш ніж зі 120 країн світу. За даними Держкомстату, за січень-березень 2016 р. Україна освоїла майже 51,2 млрд. грн. міжнародних інвестицій. До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає 83,0 % загального обсягу прямих інвестицій, увійшли Кіпр (11,7 млрд дол.), Нідерланди (5,6 млрд дол.), Німеччина (5,4 млрд дол.), Росія (3,3 млрд дол.), Австрія (2,4 млрд дол.), Велика Британія (1,85 млрд дол.), Віргінські острови (1,7 млрд дол.), Франція (1,5 млрд дол.), Швейцарія (1,3 млрд дол.), Італія (972 млн дол.) [4].

Узагальнюючи, доходимо висновку, що сьогодні в умовах глобальних трансформацій неможливо однозначно стверджувати про ефективність залучення іноземних інвестицій у національну економіку. Спеціальний режим інвестування в умовах геоекономічних змін – це відрегульовані комплексом законодавчих актів держави виробничі відносини між суб'єктами господарювання, що інвестують свої капітали в розвиток підприємств, і державою, на території якої ці капітали почали функціонувати. Законодавчі акти передбачають скасування стягнення органами державної влади різних платежів у бюджет держави при ввезенні інвестиційних капіталів через кордон і відмову держави на певний строк і у визначених розмірах від своєї частки прибутку, одержуваної інвестором у результаті організації ним обороту інвестиційного капіталу.

Крім того, держава вживає заходів для створення сприятливих умов функціонування капіталу: вона розвиває інфраструктуру, підвищує рівень сервісних послуг, формує громадську думку, підписує міжурядові угоди, що сприяють ефективній роботі капіталу, вдосконалює законодавчі акти. Спеціальними режимами інвестування передбачається створення умов для концентрації капіталу у визначених регіонах чи у визначених галузях економіки для їх послідовного розвитку, і цей режим забезпечує приплив капіталу в країну.

Але слід розуміти, що це один бік інвестиційного режиму, інший бік має виявлятися в умінні держави зберігати як свій капітал, так і той, що прийшов у країну, і не допускати його вивезення за кордон, інакше жодні інвестиції не

врятують економіку від кризи, та на них і не доведеться розраховувати, оскільки вони в країну не підуть.

Список використаних джерел:

1.Іноземні інвестиції в українській економіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2240:%20inozemni-investitsiji-v-ukrajinskij-ekonomitsi&%20catid=%208&Itemid=350

2.Роль Національного банку України у підвищенні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-2011-%D0%BF/card2#Card

3.Іноземні інвестиції в українській економіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2240:%20inozemni-investitsiji-v-ukrajinskij-ekonomitsi&%20catid=%208&Itemid=350

4. Державна служба статистики України. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua./

Карлійчук Наталія,
наук.кер. – Власова Т.Р.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Геополітичні конфлікти та шляхи їх подолання

Конфлікти різних видів пронизують всю історію людства і історію окремих народів. Можна навести багато прикладів конфліктів сучасності, що мали різні наслідки та вплив на життя суспільства як окремих країн, так і всього світу. Це загострення ситуації на Донбасі у 2014р., коли Росія застосувала військові методи в захопленні території, війна між США та Іраном, також повномасштабна торгівельна війна між США та Китаєм, багато інших, що в різній мірі призводять до трагічних наслідків. Тому, перш за все, необхідно щоб кожна країна та всесвітня спільнота не залишалися байдужими до будь-яких протистоянь, а тим паче до військових, навіть якщо їх це ніяк не стосується. Необхідне якісне та глибоке вивчення особливостей як внутрішньодержавних, так і зовнішньодержавних конфліктів в єдності.

Конфлікт є зіткненням інтересів різних спільнот людей, груп, окремих індивідуумів. При цьому само по собі зіткнення інтересів повинне бути усвідомлене обома сторонами конфлікту: люди, діючі особи, учасники громадських рухів в самому розвитку конфлікту починають розуміти його зміст, прилучаються до цілей, котрі висувають конфліктуючі сторони і сприймають їх як свої особисті.

Проблемою вивчення аналізування будь-яких суперечок в суспільстві займаються багато вчених. Зокрема, американський вчений Л. Козер зазначав, що конфлікт – «це боротьба за цінності і права на володіння статусом, могутністю та ресурсами, в якій цілі суперників полягають у нейтралізації один одного, нанесення йому шкоди або усунення один одного» [1, с.53]. Одним із типів міждержавних конфліктів є геополітичний конфлікт, який виникає на кордонах між країнами, які відносяться до різних геополітичних просторів. Учасниками такого виду конфлікту можуть бути і домінанти, і периферійні країни.

2014 р. почалася активна збройна фаза протистояння України та Росії, яка викликана геополітичними змінами, що зачепили увесь європейський простір і похитнули той світовий порядок, що склався після закінчення Другої Світової війни. Росія веде активні дії, щоб захопити територію Сходу України вже понад 5 років і ситуація в українсько-російській війні ще далека від вирішення. Можна навіть стверджувати, що внаслідок цієї війни відбудуться серйозні геополітичні зміни, які вплинуть як на долю окремих країн, так і всього світового порядку. Позиція України на світовій арені протягом останнього року зазнала кардинальних змін, що вимагає осмислення й повного визначення ключових засад зовнішньої політики нашої держави. Україна потребує чіткої зовнішньополітичної доктрини, підпорядкованої завданню збереження суверенітету і стратегічно спрямованої на відновлення територіальної цілісності, порушеної внаслідок анексії Криму і воєнних дій на території Донбасу. На сьогоднішній момент світова спільнота є фактично не готовою до вирішення українсько-російської війни. Свідченням цього є й відсутність будь-якої програми дій від ООН. Про продовження і поглиблення геополітичних протистоянь на фоні українсько-російської війни свідчить і цілий ряд подій 2018 р. По-перше, це пряма погроза щодо застосування ядерної зброї Президентом Росії В. Путіним у виступі 1 березня перед Федеральним Зібранням та, по-друге, черговий газовий конфлікт, що розпочався 2 березня 2018р. після відмови Газпрому виконувати умови контракту. Усі ці події цілком вкладаються у стиль кремлівської поведінки. Важливим фактором закінчення геополітичних конфліктів є співробітництво між країнами, що ворогують, їм потрібно представляти свої інтереси. Таким чином, ми бачимо, що цивілізований розгляд конфлікту сприяє не тільки залагодженню спірних питань між країнами, але створює ситуацію, коли міжнародними зусиллями унеможливлюється застосування силових методів, посилює вплив демократичних міждержавних інституцій.

Співробітництво – найбільш ефективна стратегія поведінки у конфлікті, яка спрямована на конструктивне обговорення проблеми, ставлення опонентів один до одного не як до супротивника, а як до союзника у пошуках рішення. Ця стратегія застосовується при сильній взаємозалежності опонентів. Конфлікт можна вважати урегульованим, якщо:

- проблема зникає з політичного порядку денного;
- рішення приймається всіма учасниками конфлікту;

- немає потреби у підтримці умов угоди третьою стороною, тобто угода є самодостатньою;
- угода сприймається всіма учасниками відповідно до їхніх особистих систем оцінок як чесна і справедлива;
- рішення не є «компромісним», оскільки сторони не задовольнилися лише частковою реалізацією своїх цілей;
- угода встановлює нові, позитивні відносини між учасниками конфлікту;
- учасники добровільно приймають умови угоди без будь-якого тиску.

Політичне врегулювання конфлікту повинно закінчуватися підготовкою та підписанням документів, що мають правову силу. Необхідно також підкреслити, що не існує єдиного, універсального засобу врегулювання конфлікту. Як ми вже впевнилися, конфлікт – дуже складне явище, а тому потребує комплексного підходу до мирного вирішення.

Список використаних джерел:

1. Функции социального конфликта / Льюис Козер; Пер. с англ. яз. О. Назаровой, Л. Г. Ионина. – М. : Идея-пресс : Дом интеллектуал. кн., 2000. - 205 с.

Крупа Анастасія-Євдокія,
наук. кер. – Круглянко А. В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Стратегія залучення іноземних інвестицій в економіку регіону

Для розвитку економіки регіону, важливу роль відіграють іноземні інвестиції. Визначивши стратегічні орієнтири можна сформувати стратегії залучення іноземного капіталу. Обраний тип стратегії дає можливість комплексно вибрати пріоритетність регіону та залучати інвестиції відповідно до вибраного пріоритету.

Під певні типи стратегій підходять окремі українські регіони або регіон. Стратегія забезпечення економічної безпеки регіону (Дніпропетровська область) в рамках якої, є залучення в інвестиційний процес внутрішніх джерел формування інвестиційних ресурсів, а надходження зовнішніх повинно бути зорієнтоване переважно на розвиток підприємств тих сфер економіки, що є недостатньо розвинені в регіоні через відсутність сировини, яку необхідно імпортувати. Вкладення іноземного капіталу в регіон забезпечить доступність до іноземної сировини та полегшить процес її надходження. Стратегія ринкового лідера (Київська, Харківська, Полтавська, Запорізька області) полягає у розвитку виробництв, що дозволять знизити матеріаломісткість продукції та забезпечити її

конкурентоспроможність; передбачає завоювання значної частки внутрішнього та зовнішнього ринку товарів і послуг. Стратегія сильних позицій на зовнішніх ринках (Донецька область) полягає у розвитку інвестиційної інфраструктури та модернізація виробничих потужностей промислового сектору економіки регіону; надходження інвестицій повинен забезпечувати ріст експорту та можливостей збільшення частки ринку збуту на зовнішньому ринку.

Стратегія максимізації вигод (АРК, Львівська, Одеська, Закарпатська області) означає розвиток нетрудомістких видів економічної діяльності з метою забезпечення інвестиційних можливостей регіону в майбутньому; інвестиції у будь-якому із напрямів повинні максимально сприяти економічному, соціальному та екологічному розвитку регіону, зниженню рівня безробіття та зростанню доходів населення. Стратегія мінімізації ризиків (Івано-Франківська, Тернопільська, Луганська, Чернівецька області) означає залучення зовнішніх джерел формування інвестиційних ресурсів та створення виробництв з використанням місцевих природних ресурсів.

Стратегія оптимальності (Хмельницька область) полягає в залученні бюджетних коштів з метою розвитку виробничих підприємств та забезпечення росту їх інвестиційної спроможності. Стратегія інтенсивного використання ресурсів (Чернігівська, Черкаська області) в якій основними заходами є: розвиток фінансово-кредитних інститутів, які б змогли залучати вільні кошти населення і акумулювати в інвестиційні ресурси. Стратегія розвитку ринку праці (Житомирська, Херсонська, Миколаївська, Кіровоградська області) передбачає формування пропозиції робочої сили та її використання як основного чинника інвестування.

Підтримуюча стратегія (Вінницька, Волинська, Рівненська, Сумська області) залучення іноземного капіталу полягає у розробці заходів на рівні органів державної влади, керівників підприємств, які б стимулювали іноземних інвесторів інвестувати кошти у регіон. Основними заходами вищезазначеної стратегії у процесі діяльності підприємств з іноземними інвестиціями є допомога у залученні висококваліфікованих кадрів, проведення масово-роз’яснювальної роботи щодо сплати податків та їх відстрочки (при необхідності), розробка спільних дій щодо виходу підприємства із кризової ситуації, що загрожує отриманню прибутків [2].

Основними заходами стратегії пріоритетності є розробка програм, які б дозволяли зацікавити інвестора у регіональних об’єктах інвестування та відображали реальний стан забезпечення діяльності майбутніх іноземних підприємств в регіоні трудовими, природними та матеріально-технічними ресурсами. Однак необхідно сприяти нарощенню власних фінансових ресурсів у майбутньому та не допустити нераціональне використання ресурсів регіону з метою задоволення потреб іноземних інвесторів та вивезення ними усіх прибутків за кордон.

Стратегія альтернативності використання фінансових ресурсів полягає у залученні іноземних інвесторів з метою сприяння розвитку підприємств малого бізнесу, сфери послуг та недопущення розвитку підприємств в регіоні за участю іноземних інвесторів, розвиток яких не матиме впливу на економічний

розвиток регіону чи складатиме загрозу для становлення вітчизняного бізнесу. Стратегія нарощення економічного потенціалу полягає у створення підприємств у регіоні, модернізації виробничих потужностей існуючих суб'єктів господарювання, завдяки якому можна наростити матеріально-технічні ресурси регіону, забезпечити ріст трудового потенціалу. Це сприятиме покращенню інвестиційного клімату та залучення іноземних коштів у необхідних розмірах. Заохочувальна стратегія полягає у розробці органами місцевої влади комплексу заходів, які дозволятимуть зацікавити інвестора у регіональних об'єктах інвестування та отриманню ним віддачі на вкладенні фінансові ресурси.

Важливим є надання дозволів на використання природних ресурсів у досягненні інвестиційних цілей, знижок у сплаті за використання паливно-енергетичних ресурсів у перші роки функціонування підприємств, розвиток яких сприятиме росту економічних. Стратегія достатності фінансових ресурсів пропонується тим регіонам, що мають високий рівень забезпечення фінансовими та природними ресурсами і залучення іноземного капіталу є необхідним лише з метою наближення до ринків імпортної сировини та матеріалів чи збільшення частки експорту за кордоном [1].

Однак суб'єктам господарювання регіону та органам місцевої влади перед тим як залучати іноземні інвестиції необхідно визначити їх достатній розмір та оптимально розподілити з метою недопущення їх неефективного використання чи негативного впливу на розвиток вітчизняних підприємств. Важливим є недопущення нераціонального використання іноземними інвесторами природних багатств регіону.

Стратегія ефективності розвитку підприємництва полягає у створенні нових у регіоні виробництв чи підтримка існуючих, які дозволяють забезпечити країну товарами та знижуватимуть їх імпорт. Стимулювати необхідно розвиток тих іноземних підприємств, які дозволять збільшити випуск суспільно необхідної продукції, яка в сучасних умовах замінена імпортною.

Важливими заходами на рівні суб'єктів господарювання є емісія акцій та їх продаж іноземцям, однак недопускаючи переважання у статутних фондах іноземного капіталу. Стратегія збалансованості економічного розвитку полягає у підвищенні виробничого, експортного потенціалу наявних підприємств та їх збалансованому розвитку. Збалансованість при залученні іноземного капіталу передбачає залучення іноземних інвестицій з метою створення конкурентоспроможних підприємств, які дозволять зменшити кількість нерентабельних виробництв у регіоні чи підвищити фінансову спроможність суб'єктів вітчизняного бізнесу [4].

Тип стратегії для цієї групи регіонів дозволить забезпечити відповідність доходів та витрат суб'єктів господарювання регіону та сприяти підвищенню інвестиційної активності і створить усі передумови для залучення необхідних зовнішніх фінансових джерел формування інвестиційних ресурсів [3].

Отже, запропоновані типи стратегій залучення інвестицій формують привабливість регіону, визначають їх кількість, потреби і напрямки, дають змогу визначити вплив інвестиційного капіталу на забезпечення обраних

орієнтирів. Даний процес потребує відпрацювання регулюючого механізму, завдяки якому іноземне інвестування стане взаємовигідним.

Список використаних джерел:

1. Беззуб І.В. Іноземні інвестиції в українській економіці [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2240:%20inozemni-investitsiji-v-ukrajinskij ekonomitsi&%20catid=%208.
2. Колеватова А.В. Сучасний стан залучення іноземних інвестицій в економіку України [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://global-national.in.ua/issue-22-2018/30-vipusk-22-kviten-2018-r/4052-kolevatova-a-v-suchasnij-stan-zaluchennya-inozemnikh-investitsij-v-ekonomiku-ukrajini.
3. Круглянко А. В. Проблеми диспропорційності розвитку регіонів: європейський досвід та його застосування в Україні / А. А. Вдовічен, А. В. Круглянко // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №1 (163). – С. 220-232 (SCOPUS).
4. Круп'як Л.Б. Ефективна економіка [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4685.

Луканюк Неля,
наук. кер. – Власова Т.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Національні інтерес та ідея як важливі складові національної безпеки України

Національний інтерес – це, по суті, інтегральне вираження інтересів усіх громадян, що реалізується через політичну систему та поєднує інтереси людей, інтереси національних, соціальних, політичних груп з інтересами держави. Досить часто в політичній боротьбі конкуруючі політичні сили намагаються видавати власні партійні інтереси за «національні». Геополітичний аспект національних інтересів передбачає збереження суверенітету й територіальної цілісності, а також визначення свого місця і ролі в певному геополітичному просторі, забезпечення балансу сил через міжнародні політичні, військово-політичні, правові, економічні та гуманітарні інститути. Українські національні інтереси – це життєво важливі матеріальні, інтелектуальні і духовні цінності українського народу як носія суверенітету і єдиного джерела влади в Україні. У цьому розумінні національні інтереси є важливішими завданнями внутрішньої і зовнішньої політики. Пріоритетне значення серед національних інтересів має захист державного суверенітету, територіальної цілісності та недоторканності державних кордонів, недопущення втручання у внутрішні справи Україні.

Українська національна ідея – національна ідея українців, яка відображає головні національні інтереси і задає оптимальний напрям розвитку країни, як у сьогоденні, так і на майбутнє. Через існування національних інтересів у політичній, економічній, культурній, побутовій сферах, відповідно національна ідея може існувати в складній синтезній формі як національна ідеологія і в субформах – ідея етнічна, зовнішньополітична, культурна тощо [1]. Національна ідея виконує свої функції в суспільстві за умови, коли еліта адекватно її формулює та пропагує у народних масах. Саме еліта як активна ініціативна меншість і суспільно-творча сила, на думку Д. Донцова, «формує неясну для «неусвідомленої» маси ідею, робить її приступною цій масі і, нарешті, мобілізує «народ» для боротьби за цю ідею» [2, с. 290]. Зацікавлення до національної ідеї відбулося за часів набуття Незалежності, відколи країна мала в стислі терміни віднайти нові цілі розвитку, визначатися в європейському і світовому просторі, а громадяни України самоідентифікуватися не лише в громадянстві, але і в політичних, економічних та культурних орієнтирах. Руйнування попередніх фундаментальних цінностей і уявлень викликало докорінні зміни в ідеологічній сфері [3].

Національна безпека є наріжним каменем існування будь-якого суспільства, нації, держави. І найбільш гостро проблема національної безпеки стоїть перед молодими посттоталітарними державами, до яких належить і Україна. Проблематика безпеки досліджується ще з античних часів. Такі видатні мислителі, як Аристотель, Платон, Зенон, Кратер, Н.Макіавеллі, Т.Гоббс, І.Кант, Г.Гегель, І.Фіхте, Ш.Монтеск'є, Д.Локк та інші вивчали правові аспекти взаємодії держави, суспільства та особистості в контексті безпеки, що мало значний вплив на розвиток сучасних підходів до національної безпеки. У працях мислителів відзначалось, що держава покликана обстоювати інтереси, основоположні цінності та права людини, забезпечувати її добробут та безпеку. Значну роль у дослідженнях проблематики національної безпеки відіграли ліберальні ідеї та цінності, які надають пріоритет забезпеченню прав і свобод людини і громадянина, кому і повинна служити держава.

Визначаючи поняття «національна безпека», сучасні дослідники спираються на розуміння безпеки як: стану захищеності національних інтересів, ідей, цінностей; відсутності загроз; головної умови життєдіяльності особи, суспільства та держави; сукупності заходів, що вживаються для гарантування безпеки; здатності певного об'єкта зберегти притаманні йому риси та властивості в умовах потенційної чи реальної загрози; системи, що складається з елементів і будується на принципах цілісності, стійкості, взаємодії складових, саморегуляції. Національну безпеку можна визначити як конкретний ступінь захищеності важливих цінностей, інтересів, ідей, прав особи, соціальних груп, всього суспільства і держави, зокрема загальнонаціональних цінностей та самобутності, від широкого спектру зовнішніх і внутрішніх загроз політичного, економічного, військового, екологічного, технологічного, інформаційного, культурного та іншого характеру. Національний інтерес дуже важливий у будівництві країни, адже думка, ідеї та інтереси суспільства, зокрема кожної людини, зроблять країну комфортною, привабливою та благополучною.

Зараз українці, як ніколи, можуть об’єднатися та створювати петиції, і ,таким чином, будувати країну разом. На сьогодні основним національним інтересом українців є відродження і зміцнення власної держави, відтворення національної економіки, ідентифікація громадян як громадян України. Українська національна ідея покликана об’єднати суспільство для вирішення наявних викликів, загроз і небезпек національній безпеці нашої країни, консолідувати українське суспільство, розв’язуючи регіональні, соціальні, етнічні та релігійні суперечності та протиріччя на межі тисячоліть та зміни історичних епох, для подолання кризи сучасної техногенної цивілізації.

Список використаних джерел:

1. Михальченко М. Національна ідея як регулятивна сила в загальнонаціональному та регіональному масштабах / Регіональні версії української національної ідеї: спільне та відмінне: зб. статей. – К., 2015. — С. 9-35.

2. Донцов Д. Націоналізм / Д. Донцов. - Лондон ; Торонто : [б. в.], 2014. - 363 с.

3. Михальченко М. Українська мрія та національна ідея: ґенеза, взаємодія. Політичний менеджмент: наук. журнал / голов. ред. Ю. Ж. Шайгородський. - 2014. - № 6.

Мельниченко Галина,
наук. кер. – Власова Т.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Проблеми та перспективи розвитку міжнародного співробітництва України в галузі охорони навколишнього середовища

У міжнародному співробітництві з охорони навколишнього середовища наша держава посідає одне з вагомих місць. Будучи членом ООН, Україна є суверенною стороною 18 міжнародних угод з питань екології, бере участь у 20 міжнародних конвенціях, а також у понад 10 двосторонніх угодах, виконує міжнародні зобов’язання з охорони навколишнього середовища. Українська держава з перших днів незалежності активно співпрацює у міжнародних природоохоронних заходах та реалізації екологічних програм і проектів. Так, відповідно до Закону «Про природно-заповідний фонд України» від 26 листопада 1993 року видано Указ Президента України «Про біосферні заповідники», яким затверджено перелік біосферних заповідників в Україні, що внесені Бюро міжнародної координаційної ради з програми ЮНЕСКО «Людина та біосфера» до міжнародної мережі біосферних заповідників. Станом на листопад 1993 р. таких заповідників було три: Асканія-Нова (Херсонська область), Чорноморський (Херсонська, Миколаївська області), Карпатський

(Закарпатська область). Міністерству закордонних справ України і Академії наук України доручено підготувати матеріали, необхідні для підписання угоди з Республікою Польща та Словацькою Республікою про створення міжнародного біосферного заповідника «Східні Карпати» [1, с.207].

Зараз виконуються та знаходяться в стадії розробки понад 20 міжнародних довго- та короткотермінових програм та проектів у галузі екологічної безпеки на загальну суму близько 13 млн. доларів США. Більша частина проектів має довготривалий характер і присвячена вирішенню проблем раціонального використання та захисту від забруднень водних ресурсів України. Головними донорами виступають США, Канада та держави Західної Європи.

Незважаючи на таку активну охоронну діяльність, Україна не є однією із найбільш незабруднених країн. На нашу думку, однією із вагомих причин є ставлення громадян та уряду держави до навколишнього середовища. Наприклад, за різними оцінками, в Україні 4-7% території завалено сміттям. Із 1 січня, відповідно до Закону «Про відходи», всі зобов'язані сортувати сміття.

Усі, згідно із законом, мають це робити, але необхідне також нове законодавство із самим механізмом збирання відходів, класифікації, переробки і безпечної утилізації. Українці, все частіше підтверджують готовність до сортування сміття, лише не знають, куди його далі спрямовувати. Для цього можна звернутися по допомогу до екоактивістів. Наприклад, українська організація «Еколтава», яка діє по всій Україні, з 2013 року допомагає будувати громади, в яких сортують та переробляють сміття.

Однією із екологічних проблем стали батарейки. Зараз в Україні збирається приблизно 1% батарейок. Інші 99% безконтрольно потраплять у природу, де вони розкладаються та забруднюють ґрунт важкими металами. Через підземні води токсичні речовини розповсюджуються на довгі кілометри та забруднюють землю, в якій ми вирощуємо їжу, а значить отруюють і нас самих. Екологи вважають, що для вирішення проблеми слід ухвалити відповідні закони й створити розгалужену систему пунктів прийому, коли б споживачеві не доводилося ламати собі голову, куди подіти використану батарейку.

Важливою новиною у сфері охорони навколишнього природного середовища є прийняття Верховною Радою України 28.02.2019 р. Закону України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 р.» (далі – Закон №2697 VIII), який набирає чинності з 01.01.2020 р. Він визначає основний вектор та етапи реалізації державної екологічної політики. Зокрема, Законом №2697 VIII передбачається до 2025 р. стабілізація екологічної ситуації шляхом закріплення змін у системі державного управління, які відбулися шляхом реформування системи державного екологічного управління, імплементації європейських екологічних норм і стандартів, удосконалення систем екологічного обліку та контролю, впровадження фінансово-економічних механізмів стимулювання екологічно орієнтованих структурних перетворень в економіці, впровадження механізмів стимулювання підприємств до енергоефективності, впровадження

електронного урядування, поширення екологічних знань, а також підвищення екологічної свідомості суспільства, інформатизації сфери охорони навколишнього природного середовища та природокористування усіх рівнів.

Для вирішення проблем, пов'язаних із навколишнім середовищем, Україні необхідно спиратися на досвід інших держав. У галузі охорони навколишнього природного середовища Японія використовує адміністративні й економічні методи регулювання.

Найбільш ефективними адміністративними заходами є: введення стандартів якості продукції і навколишнього середовища; екологічна експертиза; угоди між місцевими органами влади й підприємствами про контроль за забрудненням; система арбітражу екологічних конфліктів. На противагу багатьом країнам, Японія не вважає неминучою суперечність між екологічним регулюванням та економічним зростанням і використовує екологотехнологічний підхід до забезпечення екологічно безпечного розвитку так званий «порятунок за допомогою науки», що активно фінансується державою [2, с.142].

Державне регулювання забезпечення екологічної безпеки потребує певних наукових і технічних знань, які б дали змогу приймати рішення, що є інформаційно обґрунтованими, досяжними і прийнятними. У розвинених країнах існує широка мережа моніторингу довкілля та наукових інституцій, що входять до складу органів екологічного регулювання (як, наприклад, у США), або є незалежними (як, наприклад, у Німеччині). Фінансування діяльності цих інституцій щодо наукового забезпечення державного екологічного регулювання повною мірою бере на себе держава.

Органи державного екологічного регулювання в розвинених країнах є замовниками наукових розробок екологічних програм, необхідних їм для підвищення ефективності своєї діяльності. Наприклад, у США Агентство з охорони довкілля (EPA) є замовником наукової екологічної програми, яка охоплює всі аспекти охорони довкілля: виявлення забруднення, переміщення забруднюючих речовин та їх кінцева доля, технологія очистки, розробка і демонстрація нової екологічно безпечної технології виробництва, запобігання забрудненню, економіка та здоров'я. Виконавцями цієї програми є підпорядковані агентству наукові установи з щорічним бюджетом у кілька сотень мільйонів доларів.

Наукові центри США, що входять до складу EPA, одержують фінансування, яке в кілька разів перевищує їх власні потреби і яке вони використовують для залучення необхідних субпідрядних організацій з метою комплексної розробки проектів.

Підсумовуючи вищесказане, можна зазначити, що Україна бере активну участь у співробітництві з охорони довкілля, спрямовує зусилля на підвищення екологічної безпеки та раціональне використання природних ресурсів. Проте зусилля нашої держави не завжди достатньо ефективні та послідовні, внаслідок браку коштів, у зв'язку з цим потребує допомоги від міжнародного співробітництва.

Список використаних джерел:

1. Малимон С. С. – Основи екології. Підручник. – Вінниця: Нова Книга, 2009.
2. Фесянов П. Державне регулювання забезпечення екологічної безпеки на регіональному рівні : досвід провідних країн світу. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України – Режим доступу : http://visnyk.academy.gov.ua/

Рудько Анастасія
наук. кер. – Простебі Л.І.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Зовнішньоекономічна діяльність в Україні

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки зовнішньоекономічна діяльність є важливою складовою соціально-економічного розвитку країни. Зовнішньоекономічні операції для країни є суттєвим джерелом бюджетних надходжень та поліпшення стану платіжного балансу. Розвиток торговельних відносин між Україною та іншими країнами з розвиненою економікою передбачає підвищення конкурентоспроможності національної економіки та формування стійких міжнародних зв'язків у виробничо-торгівельній діяльності. Усе це обумовлює актуальність дослідження.

В сучасній економічній літературі відсутній одностайний підхід щодо розуміння трактування поняття «зовнішньоекономічна діяльність».

Так, згідно Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» зовнішньоекономічна діяльність визначається як діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [1].

У Господарському Кодексі України зазначається, що зовнішньоекономічна діяльність – це господарська діяльність, яка в процесі її здійснення потребує перетинання митного кордону України майном та (або) робочою силою [2].

І. В. Багрова вважає, що зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб'єктів господарської діяльності (іноземних підприємств), яка базується на взаємовідносинах і здійснюється або на території України, або за її межами [3].

Л. В. Торгова, О. В. Хитра стверджують, що зовнішньоекономічна діяльність розглядається, як «сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю в

зовнішньоекономічних операціях» [4].

Одними з видів зовнішньоекономічної діяльності є експорт та імпорт. Всі країни імпортують товари, які не виробляють самостійно, а щоб заробити на них гроші, експортують продукцію власного виробництва. У країн з добре розвинутою економікою експорт завжди переважає над імпортом.

Основними торговельними партнерами України в 2018 році стали 212 країн, основними з яких є: Росія, Китай, Польща, Італія, Туреччина, Німеччина, Індія, Угорщина, Білорусь, США, Франція, Чехія, Швеція, Швейцарія, Австрія.

За 2018 рік Україна експортувала товарів на 47,334 млрд. доларів, що на 9% більше, ніж за 2017 рік. Імпорт товарів у 2018 році зріс на 15%, до 56,854 млрд. доларів. Найвагомішою часткою у структурі вітчизняного експорту минулого року були продовольчі товари та сільськогосподарська продукція (39 % або 18,613 млрд. доларів). На другому місті — метали та вироби з них (24,6 % або 11,633 млрд. доларів), на третьому — машини, устаткування та транспорт (11,6 % або 5,472 млрд. доларів). У структурі імпорту перше місце посіли машини, устаткування та транспорт (30,6 % або 17,42 млрд. доларів). На другому місті — паливно-енергетичні товари (23,8 % або 13,521 млрд. доларів), на третьому — продукція хімічної промисловості (18,6 % або 10,603 млрд. доларів) [5].

За даними Держстату України протягом 2018 року Європейський Союз залишався ключовим торговельним партнером України з питомою вагою торгівлі товарами та послугами 41,1% від загального обсягу торгівлі України.

Протягом цього періоду загальний обсяг торгівлі товарами та послугами між Україною та ЄС склав 49317,1 млн. доларів США. У 2018 році обсяги українського експорту до країн ЄС (28 країн) становили 23032 млн. доларів США, що на 14,3 % перевищило показник попереднього року. Імпорт з країн ЄС (28 країн) у 2018 році дорівнював 26285,1 млн. доларів США, що на 12,7 % перевищило показник за відповідний період попереднього року. У двосторонній торгівлі зберігалося негативне сальдо у розмірі 3253,1 млн. доларів США [6].

Таким чином, на сьогоднішній день Україна має як експортний потенціал, так і імпортну залежність. Основними причинами несприятливого становища зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:

1. Зовнішні фактори – світові кризові явища, погіршення кон’юнктури зовнішніх ринків, зміна світових цін та співвідношення курсів валют євро та долара США.
2. Політичні фактори – загострення військового стану на сході України, нестабільна політична ситуація, недосконаліть правового законодавства в сфері зовнішньоекономічної діяльності.
3. Соціально-економічні фактори – високий рівень інфляції, низький курс гривні по відношенню до долара США, падіння купівельної спроможності населення, низький рівень конкурентоспроможності українських товарів на закордонних ринках та інші.

Отже, на сьогодні в економіці нашої держави зовнішньоекономічна діяльність займає вагоме місце, проте характеризується відсутністю вагомих

здобутків у даній сфері. Тому, для того щоб покращити ситуацію, Україні необхідно якомога скоріше закінчити розпочаті реформи усередині країни, зокрема поліпшити діловий клімат, зменшити рівень корупції, зміцнити демократію та посилити самоврядування. Щоб Україна могла успішно витримувати конкуренцію на світових ринках, потрібно: підвищити ефективність економіки, яка базується на розвитку ринкових відносин; всебічно збільшувати експортну спрямованість зовнішньоекономічної діяльності; удосконалити концепцію розвитку експортно-імпортних операцій.

Список використаних джерел:

1. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12.

2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : затверджений ВРУ від 16.01.2003 № 436-IV. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15

3. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник / І.В. Багрова, Н.І. Рєдіна, В.Є. Власюк, О.О. Гетьман // За ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навч. літ., 2008. – 580 с.

4. Торгова Л. В. Основи ЗЕД : нав.-метод. посібник / Л. В. Торгова, О. В. Хитра. – Львів : «Новий Світ-2000», 2006. – 512 с.

5. Обсяг зовнішньої торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2615955-obsag-zovnisnoi-torgivli-torik zris-na-12-dfs.html.

6. Торговельно-економічне співробітництво Україна-ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/ukraine-eu/trade-and-economic/ukraine-eu-trade.

Стойкова Юлія,
наук. кер. – Власова Т.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Проблеми та перспективи міжнародного співробітництва у боротьбі зі злочинністю

Однією з ключових умов сталого розвитку України є зміцнення її міжнародних зв’язків. Шляхом досягнення цього є посилення і вдосконалення процесу міжнародного співробітництва не тільки між країнами, а й між містами. Це питання є особливо актуальне для України сьогодні, оскільки в період глобалізації і посилення інтеграційних процесів країні для того, щоб стати повноправним членом світової спільноти, просто необхідно мати чітку концепцію розвитку міжнародного співробітництва у боротьбі зі злочинністю.

В узагальненому вигляді перед міжнародним співробітництвом ставляться такі завдання: реалізація плану боротьби зі злочинністю, обмін професійним досвідом, досвідом у сфері самоврядування, залучення іноземних інвестицій у розвиток боротьби зі злочинністю, реалізації спільних процесів. Злочинність на сучасному етапі розвитку суспільства становить надзвичайно серйозну небезпеку для його подальшого розвитку [1, с.1-3]. В даний час майже всі злочини, передбачені кримінальним правом, можуть мати міжнародну поширеність, тому широко використовуваний термін «міжнародна (транснаціональна) злочинність» не можна обмежити якоюсь специфічною категорією правопорушень, визначених у кримінальному праві. Транснаціональну злочинність можна визначити як комерційну діяльність кримінальних корпорацій, здійснювану на території декількох країн протиправними засобами або із залученням заборонених товарів і послуг. Широке поширення одержали транснаціональні злочини, що посягають виключно на внутрішньодержавний правопорядок. Головним критерієм віднесення до таких злочинів стає вихід за межі національних кордонів. У зв'язку з цим ООН визначила їх як «правопорушення, що охоплюють в аспектах, пов'язаних з плануванням, вчиненням та прямими або непрямими наслідками, більш ніж одну країну [2]. Вийшовши за межі кордонів певної держави, злочинність набула небезпечного транснаціонального характеру. Сьогодні уряду будь-якої держави (незалежно від засобів і ресурсів, якими вона володіє) украй складно вживати заходів, ефективних для боротьби з транснаціональною організованою злочинністю, не вдаючись до тієї або іншої форми міжнародного співробітництва. Усі країни світу повинні усвідомлювати, що жодна з них не захищена від зіткнення із транснаціональною злочинністю. Саме тому в сучасному міжнародному праві боротьба зі злочинністю належить до пріоритетних напрямів міжнародного співробітництва усіх держав і зумовлена необхідністю взаємодії держав у цій важливій справі.

Враховуючи те, що Україна стала об'єктом зростаючої зацікавленості міжнародних злочинних угруповань (зокрема у сферах відмивання «брудних» грошей, незаконної міграції, торгівлі людьми, зброєю, небезпечними матеріалами, наркотичними речовинами тощо), то вирішення Україною важливих соціально-економічних, політичних та інших завдань практично неможливе без її участі в міжнародному співробітництві в боротьбі зі злочинністю, в діяльності міжнародних правоохоронних організацій. З огляду на це участь нашої держави у міжнародній співпраці у галузі протидії злочинності, на основі норм і принципів міжнародного права є досить важливою. Криміногенна ситуація, яка склалася в Україні, перетворилася у найбільш небезпечне соціальне лихо, що створює серйозну загрозу розбудові незалежної держави, а небувале зростання злочинності зумовлене кризовими явищами в політичному і економічному розвитку, в усіх сферах суспільного життя, правовим нігілізмом, фактичною безконтрольністю за підприємницькою, кредитно-фінансовою та банківською діяльністю.

Здійснювані заходи виявилися недостатніми для ефективного впливу на стан справ, закони, що приймаються, виконуються незадовільно і не

забезпечують своєчасного задоволення незрілих потреб регулювання ринкових відносин.

Розбалансованість економіки, спад виробництва та прогресуюче зростання цін призвели до падіння життєвого рівня і, як наслідок, втягнення у незаконне підприємництво значної частини населення. Спад виробництва та пов'язане з ним зростання безробіття зумовили стрімке зростання крадіжок, грабежів, розбійних нападів, вимагательства, убивств; вчинення корисливих злочинів все частіше поєднується з використанням вогнепальної та холодної зброї. Поширюються корупція, відмивання незаконно отриманих грошей, інші злочини у сфері господарювання. Виявляється тенденція злиття загально кримінальної та організованої злочинності, дедалі більше у злочинну діяльність втягується молодь. Занепад моралі значної частини населення призвів до розпаду системи державних і громадських інститутів профілактики правопорушень, що створило сприятливі умови для поглиблення антисоціальних явищ.

Гострота криміногенної обстановки вимагає в життя великомасштабних комплексних заходів з боку держави, що мали б забезпечити її стабілізацію у найближчі роки. Пріоритетну увагу за цих умові повинно бути віддано питанням правового забезпечення правоохоронної діяльності, удосконаленню системи профілактики правопорушень, посиленню боротьби з організованою та економічною злочинністю, забезпеченню охорони громадського порядку та громадської безпеки. До першочергових заходів необхідно віднести також удосконалення кримінально-виконавчої системи, розширення міжнародного співробітництва у боротьбі із злочинністю, а також кадрова, наукове, інформаційно-технічне забезпечення діяльності [3, с.1-2].

Серед зовнішньополітичних пріоритетів України у сфері боротьби зі злочинністю є підтримання й розвиток співробітництва з Міжнародною організацією кримінальної поліції (Інтерполом), провідною і водночас унікальною міжнародною правоохоронною організацією. Завдяки винятковій структурі, правовій базі й технічному оснащенню Інтерпол здатний ефективно й раціонально координувати міжнародне поліцейське співробітництво, а також брати безпосередньо участь у попередженні та локалізації злочинності.

До повноважень Інтерполу належать координація спільних операцій поліцейських підрозділів різних країн щодо боротьби наркобізнесом, торгівлею людьми, тероризмом, сприяння узгодженості й одночасності їх проведення, а також оголошення міжнародного розшуку злочинців, які переховуються від правосуддя. Україну було прийнято до Міжнародної організації кримінальної поліції у 1992 р. Повноправним членом цієї організації наша держава стала в 1993 р. після створення Національного центрального бюро Інтерполу. За цей період пройдено нелегкий шлях становлення, розвитку і визнання українського Бюро Інтерполу як одного з передових підрозділів, що представляє інтереси держави на міжнародному рівні.

Сьогодні до Міжнародної організації кримінальної поліції входить 181 країна. За 80 років її існування створено широку систему взаємодії, зокрема із застосуванням найсучасніших інформаційних технологій з розгалуженою

мережею комп'ютерних баз даних. Завдяки можливостям Інтерполу Україна змогла вирішити безліч питань, пов'язаних із налагодженням співробітництва із правоохоронними органами багатьох зарубіжних держав [4, с.1]. Необхідно зауважити, що міжнародне співробітництво України зводиться не лише до здійснення практичних заходів для розкриття злочину, розшуку і видачі злочинців зацікавленій державі. Важливим чинником ефективної протидії будь-яким проявам злочинності є налагодження співпраці між державами щодо обміну досвідом; обміну і навчання фахівців у міжнародних і національних центрах тощо [5].

Підсумовуючи вищевикладене, доходимо висновку, що Україна у здійсненні своєї зовнішньої політики намагається забезпечити політичний, ідеологічний та організаційний вплив на існуючий міжнародний механізм з протидії злочинності, який би, з одного боку, відповідав національним інтересам нашої держави, а з іншого – відбивав тенденції розвитку міжнародних відносин на сучасному етапі. Віднесення проблеми міжнародного співробітництва у боротьбі зі злочинністю до важливих напрямів зовнішньополітичної діяльності України буде сприяти підвищенню авторитету держави в цілому, оскільки від нашої готовності до міжнародної співпраці у зазначеній сфері залежить престиж держава в очах міжнародної спільноти.

Список використаних джерел:

1. Про державну програму боротьби зі злочинністю.[Електронний доступ]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3325-12
2. Транснаціональні злочини. [Електронний доступ]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/44925/pravo/transnatsionalni_zlochini
3. Про основи національної безпеки України: Закон України від 19 черв. 2003 р. № 964-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.portal.rada.gov.ua
4. Угода між Україною та Європейським поліцейським офісом про стратегічне співробітництво від 4 груд. 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.portal.rada.gov.ua.
5. Служба безпеки України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ssu.gov.ua/ua/pages/20

Фіцич Богдан,
наук. кер. – Власова Т. Р.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Протистояння США та КНР на геополітичному рівні: наслідки для країн світу та України

Після Другої світової війни світ був геополітично поділений між двома наддержавами – США та СРСР. Так було понад 45 років, але внаслідок холодної війни та успішної геополітичної стратегії США, у 1991 році СРСР

розпався, а США перетворились на країну-світового лідера. Але в XXI столітті на горизонті появляється ще одна наддержава – Китай, яка не дає Вашингтону правити світом одному. Зараз ці країни мають величезний вплив на увесь світ, зокрема Україну, тому знати їх геополітичну стратегію дуже важливо.

Для початку розглянемо геополітичні цілі США. Більшість політичних лідерів США проголошували в якості геополітичних цілей створення монополярного світу, в якому Америка буде виступати в якості єдиної наддержави, в якому народи розділяють відповідальність та визнають це. На думку колишнього президента США Буша, головна відповідальність лежить на Америці, що створює «новий світовий порядок». Він вважав, що в мінливому світі лідерство Америки «незамінне».

Геополітичний розвиток Китаю, зокрема його економічних параметрів, окреслює особливу увагу Пекіну до американського вектору геостратегії. Залежність Китаю від американської національної валюти визначає парадоксальність відносин між країнами: вони є одночасно противниками і союзниками. КНР володіє найбільшими у світі золотовалютними резервами, третина яких номінована в американських доларах. Взаємозалежність Китаю та США, з одного боку, пов'язана з тим, що Штати є основним ринком для китайських товарів, експорт яких Пекін стимулює за рахунок штучного утримання заниженого курсу юаня, а з іншого – валютні резерви КНР знецінятся, якщо долар втратить статус основної світової резервної валюти. Нині Китай вживає заходів зі зниження такої взаємозалежності.

Стратегічне партнерство Китаю та зростаюча кількість спільних заходів є частиною обумовленої геостратегії. Її сутність полягає не в будівництві конкурентного альянсу, а в протидії можливості такого будівництва альянсів проти Китаю іншою державою, насамперед США [1].

Політика США щодо КНР зажди вимагала особливої майстерності від тих, хто займався формуванням і реалізацією американського курсу щодо цієї держави. При тому, що в останній час від якості відносин між Вашингтоном і Пекіном все більше залежить не лише те, якою буде ситуація у регіоні Східної Азії, але й загалом у світі. В той же час перед США стоїть усе те ж непросте завдання у політиці щодо КНР: як протидіяти зростаючим амбіціям Пекіну в регіоні, при цьому не доводячи справу до війни, а також заручитися підтримкою КНР в інших питаннях світової політики. Перші кроки адміністрації Трампа поки що не дають можливості впевнено говорити, що Вашингтону таки вдасться вирішити це надскладне завдання. Президент США до інавгурації фактично окреслював параметри можливої великої угоди із КНР, за рахунок якої Вашингтону вдасться вирішити економічні протиріччя за рахунок тиску на Пекін із низки геополітичних питань. Однак на сьогодні Білий дім по суті відмовився від такої формули, коли Дональд Трамп підтвердив відданість принципу «єдиного Китаю», де є лише один Китай, а Тайвань – його невід'ємна частина. З іншого боку, не можна сказати, що нова президентська адміністрація відмовилася від цілі протидіяти геополітичним амбіціям КНР. Про це свідчать візит нинішнього міністра оборони Джеймса Маттіса до Японії,

під час якого він підтвердив, що дія союзного договору 1960 року поширюється і на всі території під адміністративним контролем Японії.

Однак, зрештою незрозуміло, як США планують ефективно протидіяти геополітичному виклику з боку КНР у Азійсько-Тихоокеанському регіоні, оскільки успішна стратегія вимагає не лише військового, але й економічного компоненту. Це пояснюється тим, що КНР давно уже перетворилася на головного торгівельного партнера для більшості держав АТР. В той же самий час Трамп одним із своїх перших указів вивів США із угоди про Транс-Тихоокеанське партнерство, яка мала створити зону вільної торгівлі між 12 країнами АТР і тим самим переорієнтувати їх економіки на США. Тепер мова йде про двосторонні угоди про ЗВТ із окремими країнами АТР.

Соціалістичний Китай, що так динамічно розвивається, дуже заважає США. Поїздки вищих керівників Америки та їх переговори з політичними діячами КНР говорять про те, що вони прагнуть досягти глибокою стратегічного взаєморозуміння між Америкою і Китаєм. Мета політики Вашингтона щодо КНР полягає в тому, щоб схилити Китай до вирішення регіональних проблем. Початком стратегічної співпраці може з'явитися серйозний діалог Вашингтона і Пекіна [2].

Всього за 20 років нового тисячоліття, при збереженні нинішніх темпів економічного розвитку, КНР може перетворитися на глобальну військову державу. Його динамічна економіка дозволить направляти значну частину ВВП на модернізацію збройних сил і на вдосконалення та розвиток стратегічного ракетно-ядерного потенціалу. Внаслідок динамічних змін, що відбуваються в КНР, Вашингтон хоче, щоб Китай розглядав «Америку як свого природного союзника»: без китайсько-американського стратегічного співробітництва, яке служить як би східним якорем для розгортання американської присутності в Євразії, у Америки не буде геостратегії для Азіатського континенту, що в свою чергу позбавить її геостратегії для Євразії в цілому [3].

Тому протягом останніх років США суттєво активізували розвиток співробітництва з КНР в плані формування нової двополярної моделі світового устрою за принципом «супердержава» — «нова супердержава». При цьому відносини між двома країнами будуються на основі відмови від конфронтації сторін зі стратегічно важливих питань на користь пошуку компромісів та реалізації спільних проектів.

На сьогоднішній день основними майданчиками для діалогу між США і КНР є зустрічі та переговори представників двох країн як на вищому державному, так і на інших рівнях. Важливе значення мала зустріч Президента США та Голови КНР у червні 2013 року в Каліфорнії, в ході якої сторони дійшли згоди щодо започаткування нового типу відносин між двома великими державами. Водночас триває практика проведення щорічних засідань американо-китайського стратегічного і економічного діалогу, яка розпочата у 2008 році, та консультацій високого рівня щодо міжлюдських обмінів, яка започаткована у 2009 році.

Чергові переговори у згаданих форматах відмітили обопільну зацікавленість у розвитку нової моделі відносин між двома країнами.

Констатовано досягнення значного прогресу у торговельно-економічній, інвестиційній та культурній сферах. За оцінками провідних західних політологів, все це сприяє вирішенню проблемних питань та суперечностей у відносинах між США та КНР. З огляду на це, відмічається можливість відмови Вашингтону від розгляду КНР у якості потенційного противника США.

Отже, геополітичний розвиток КНР, насамперед піднесення її економіки, штовхає Пекін на перетворення Китаю на таласократичну силу. У цьому процесі особливе місце займають традиційні вектори китайської геостратегії щодо США та ЄС, де простежується протиріччя відносин через економічну взаємозалежність та перетин інтересів у різних регіонах світу. В цей ж час американці прагнуть досягти глибокого стратегічного взаєморозуміння між Америкою і Китаєм. Це довгострокова перспектива – ціль ставить перед США завдання в визначення практичних параметрів і допустимих меж зростання впливу Китаю як домінуючої регіональної держави.

Дослідження геополітичних цілей двох наймогутніших держав світу США та КНР показало, що їх цілі перетинаються. США планували створити монополярну модель світового устрою, але через динамічні зміни, що відбулись в КНР, така політика неможлива, адже Вашингтону потрібно посилити свій вплив в Євразії, а без співробітництва з Китаєм це неможливо. Таким чином, дві сторони мають за допомогою переговорів представників на вищому державному рівні знаходити компроміси для реалізації їх спільних проектів. Країни світу мають усвідомлювати можливі наслідки протистояння двох наддержав та прораховувати можливі загрози для національних інтересів.

Список використаних джерел:

1. Китай почав позбуватися долара // Економічна правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.epravda.com.ua/news/4b7423026bf8e/view_print/ Китай знижує обсяги вкладень у цінні папери США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua.korrespondent.net/business/1054639/

2. Бжезинский З. Геостратегия для Евразии. Краткосрочные и долгосрочные цели политики США в этом регионе // Независимая газета. – 24.10.1997.

3. Основні вектори геостратегії КНР на початку XXI століття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/klymyshyn_osnovni.pdf

Актуальні питання управління економічною діяльністю підприємств

Аксинті Воронка Віктор
наук. кер.- Круглянко А.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Сучасні аспекти економічної безпеки підприємства в Україні

Безпека є передумовою життєдіяльності та розвитку людини, суспільства і держави. Економічна безпека є вагомою складовою національної безпеки, від якої залежить стан захищеності державної влади, суверенітету, територіальної цілісності, обороноздатності, спокою людей, громадської злагоди, довкілля, національної і релігійної рівності. Тому важливо, щоб були розроблені та ефективно функціонували дієві механізми забезпеечення безпеки і окремого підприємства, і всієї держави загалом.

Економічна безпека фірми (підприємства, організації) – це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективне їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам)[1, С.242].

Економічна безпека підприємства, за визначенням Лянного Г. [2] , – це стан його захищеності від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, дестабілізаційних чинників . До зовнішніх загроз і чинників належать: протиправна діяльність кримінальних структур, конкурентів, фірм і фізичних осіб, що займаються промисловим шпигунством або шахрайством, неспроможних ділових партнерів, раніше звільнених за різну провину співробітників підприємства, а також правопорушення з боку корумпованих елементів з представників правоохоронних органів і органів контролю. До внутрішніх загроз і чинників належать дії пасивності (у тому числі умисні і ненавмисні) співробітників підприємства, що суперечать інтересам його комерційної діяльності, наслідком яких можуть бути нанесення економічного збитку компанії, витік або втрата інформаційних ресурсів (у тому числі відомостей, що становлять комерційну таємницю), підрив її ділового іміджу в бізнес-колах, виникнення проблем у взаємостосунках з реальними і потенційними партнерами, конфліктних ситуацій з конкурентами, правоохоронними органами і органами контролю тощо. Кількісний і якісний аналіз наведених вище загроз дозволяє зробити висновок про те, що надійний захист економіки будь-якого підприємства можливий лише при комплексному і системному підході до його організації.

Сутність економічної безпеки полягає в забезпеченні поступального економічного розвитку суспільства з метою виробництва необхідних благ та послуг, що задовольняють індивідуальні та суспільні потреби. Раніше усі питання, пов'язані із забезпеченням безпеки покладалися на державні органи. Останнім часом спостерігається відтворення системи безпеки, в якій провідна роль відводиться державі [4].

Головна мета управління економічною безпекою — забезпечення найефективнішого функціонування, найпродуктивнішої роботи операційної системи та економічного використання ресурсів, забезпечення певного рівня трудового життя персоналу та якості господарських процесів підприємства, а також постійного стимулювати нарощування наявного потенціалу та його стабільного розвитку.

До основних проблем, які сьогодні перешкоджають зміцненню економічної безпеки підприємництва в Україні та її регіонах і на вирішення яких має бути спрямована послідовна й активна державна економічна політика у цій сфері, належать:

- наявність прямих та опосередкованих злочинних, кримінальних посягань, так званого «рейдерства», а також дискримінаційних дій (як безпосередніх, так і через адміністративні органи державної влади) щодо підприємців з боку політико-фінансових, інсайдерських груп;
- слабкість правової та недосконалість судової систем;
- системність корупції, в тому числі в органах влади, і відсутність державних інститутів захисту права власності;
- низький рівень конкурентоспроможності підприємств і невисокі показники економічної ефективності їх функціонування, зокрема у галузях реального сектора економіки.

Забезпечення економічної безпеки виробничої діяльності вимагає створення на підприємстві власної системи безпеки, метою функціонування якої є своєчасне виявлення і запобігання небезпекам і загрозам, забезпечення досягнення підприємством мети діяльності. Реалізація даної мети відбувається на основі вирішення цілого комплексу завдань, серед яких – виявлення реальних і прогнозування потенційних небезпек і загроз, знаходження способів запобігання їм, ослаблення або ліквідації наслідків їх дії, аналіз зусиль і засобів, необхідних для забезпечення безпеки підприємства, тощо.

До основних завдань системи економічної безпеки підприємства належать:

− захист законних прав і інтересів підприємства і його співробітників;
− збір, аналіз, оцінка даних і прогнозування розвитку обстановки;
− вивчення партнерів, клієнтів, конкурентів, кандидатів на роботу;
− виявлення, попередження і припинення можливої протиправної та іншої негативної діяльності співробітників підприємства на шкоду його безпеці;
− забезпечення збереження матеріальних цінностей і відомостей;
− отримання необхідної інформації для розроблення найбільш оптимальних управлінських рішень з питань стратегії і тактики економічної діяльності компанії тощо.

Основними принципами, впровадження яких у систему безпеки підприємства підвищить її ефективність, є [3]:

1)системність – створення такої системи безпеки, яка забезпечила б захищеність підприємства, його майна, персоналу, інформації, різних сфер діяльності від небезпек і загроз, форс-мажорних обставин. У забезпеченні безпеки підприємства повинні брати участь всі співробітники підприємства. Організаційною формою комплексного використовування сил і засобів повинна стати програма забезпечення безпеки підприємства;

2) своєчасність – виявлення різних деструктивних чинників, вживання заходів щодо запобігання їхній шкідливій дії і нанесення збитку підприємству;

3)безперервність – система безпеки повинна бути побудована так, щоб вона діяла постійно, захищаючи інтереси підприємства в умовах ризику;

4)плановість – організованість у функціонування системи безпеки. Діяльність щодо забезпечення безпеки організовується на основі єдиного задуму, визначено в комплексній програмі та конкретних планах за окремими напрямами і підвидами безпеки.

Головний комплекс проблем і основні причини поточного неблагополуччя багатьох промислових підприємств приховуються в:

- незатребуваності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, у її низькій конкурентоспроможності; недоступності інвестиційних ресурсів; митних і валютних бар'єрах тощо. У цей час необхідне розроблення стратегії економічної безпеки, яке повинна містити:

− характеристику зовнішніх і внутрішніх загроз економічній безпеці підприємства;

− визначення і моніторинг чинників, що зміцнюють або руйнують стійкість його соціально-економічного положення на короткострокову і середньострокову перспективу;

− розроблення економічної політики, що охоплює механізми обліку, які впливають на стан економічної безпеки чинників; напрями діяльності підприємства щодо реалізації стратегії.

Ми розглянули найбільш вагомі проблеми, що виникають у підприємств в процесі забезпечення економічної безпеки. Незважаючи на велику кількість загроз в країні, що суттєво можуть впливати на фінансову безпеку підприємств, Україна має потенціал до подолання більшості з них.

Важливим напрямом забезпечення фінансової безпеки України має стати досягнення політичної стабільності в країні. Поки в Україні не буде забезпечено політичну стабільність важко очікувати стабільного економічного зростання та підвищення життєвого рівня населення.

Список використаних джерел:

1. Шемаєва Л.Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. ... д-ра. екон. наук / Л.Г. Шемаєва. – К., 2010. – 39 с.

2. Лянной Г. Система экономической безопасности предпритяия / Г.Лянной // BOS – журнал о личной и коммерческой безопасности. – 2006. – №7. – С. 16-19.
3. Колпаков П.А. Концептуальные основы экономической безопасности фирмы: автореф. дис. ... канд. екон. наук / П.А. Колпаков. – М., 2007. – 25 с.
4. Іванілов О. С. Економіка підприємства [Текст] : підручник / О. С. Іванілов. - К. : Центр учбової літератури, 2009. - 728 с.

Гушилик Антон,
наук. кер. – Кифяк В.Ф.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут, КНТЕУ
м. Чернівці

Принципи управління як основа успішного функціонування підприємства

Принципи управління відносяться до числа найважливіших категорій управління підприємством, адже вони визначають філософію і стратегію керівництва фірми. Базуючи свої рішення, керуючись принцами керівники формують мету діяльності підприємства, уточнюють пріоритети, формулюють його політику, розробляють методи. Тому дослідження принципів управління є актуальним питанням для керівників, які бажають забезпечити успішну діяльність підприємства.

Дорофєєв В.Д., Шмелева А.Н., Шестопал Н.Ю. зазначають, що принципи управління - це основоположні ідеї і правила поведінки керівників по здійсненню своїх управлінських функцій. Вони знаходять відображення в об'єктивних закономірностях практики управління і визначають вимоги до конкретної системи, структуру та організацію управління [1]. Тому доцільно досліджувати основні принципи підприємства в єдності із цілями, метою та політикою та філософією підприємства. Управління здійснюється за допомогою основних вихідних положень, правил, називаних принципами менеджменту, якими керуються керуючі органи. У них відображається дія об'єктивних законів і практика управління, а також визначаються вимоги до конкретної системи, структури й організації менеджменту [2, с.24].

Класифікація принципів управління базується на врахуванні ними різних аспектів взаємин між елементами системи управління, таким чином, всю сукупність принципів менеджменту можна поділити на три основні групи (рис. 1).

З рис.1 видно, що структурно-функціональні принципи, до яких відносять принцип науковості управління вимагає побудови системи управління на базуючись на науковій основі. До цієї групи також відносять також принцип єдності теорії та практики управління, принцип законності системи

менеджменту, принцип уніфікації елементів системи менеджменту, принцип спеціалізації та універсалізації процесів виробництва, принцип органічної цілісності об'єкту і суб'єкту, які можуть стати основою для визначення закономірностей функціонування підприємства. Щодо загальних принципів управління, то до них відносять: оптимальне поєднання централізації та децентралізації управління, який має забезпечити розумний розподіл повноважень між керівниками різних ланок управління у такий спосіб, аби збільшити швидкість прийняття рішень за умови збереження цілісності організаційної системи.

Рис 1. Принципи управління у менеджменті*

Джерело: розроблено автором самостійно на основі [3, с. 95-97; 4]

Також принцип ієрархічності організаційної структури та зворотного зв'язку, плановість та системність, наявність ступенів свободи у підрозділів організації та її окремих працівників, поєднання прав та обов'язків працівника із відповідальністю, мотивування та стимулювання та демократизація управління

Щодо принципів корпоративного управління, то Салмон Р. відносить до них такі [4]:

- безперервний інноваційний процес;
- оцінка матеріального потенціалу компанії;
- оцінка нематеріального потенціалу компанії;
- розробка стратегічного бачення компанії, її напрямів розвитку;
- присвоєння кожному елементу системи важливої функції;
- визначення та забезпечення рівноваги між потребою компанії в ефективності та інтересами працівників як особистостей;
- забезпечення рівноваги між «робити і бути», між ефективністю та кінцевим результатом.

Дані принципи є більш глобальними та, на нашу думку, відповідають міжнародним стандартам. Вони застосовуються для великих підприємств, які формують стратегію виходу на міжнародний ринок. Або підтримка та розвиток іміджу на ринку в умовах значної конкуренції.

Зважаючи на специфіку діяльності фірми, керівнику слід обрати ті принципи, які будуть підходити та підставлятись із основною метою, політикою та легко застосовуватись у працюючому колективі. Адже у принципах відображається дія об'єктивних законів і практика управління, а також визначаються вимоги до конкретної системи, структури й організації менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Дорофеев В.Д. Менеджмент: Учеб. Пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопал - М.: ИНФРА-М., 2008. - 440 с.
2. Віноградська О. М. Менеджмент: Навчальний посібник для студентів усіх форм навчання спеціальності 0501 – "Економіка і підприємництво" / О.М. Віноградська, Н. С. Віноградська, В. С. Шевченко – Харків: ХНАМГ, 2008 – 160 с.
3. Бардась А.В. Менеджмент [Текст]: навч. посіб. / А.В. Бардась, М.В. Бойченко, А.В. Дудник. – Д.: Національний гірничий університет, 2012. – 381 с.
4. Салмон Р. Будущее менеджмента / Р. Салмон : под ред. Е. В. Минеевой. – СПб: Питер, 2004. – 298 с.

Гушилик Борис,
наук. кер. – Кифяк В.Ф.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут, КНТЕУ
м. Чернівці

Шляхи удосконалення комунікаційних процесів

Комунікації є важливим елементом в управлінні організацією. Адже неякісно налагоджені комунікації затягують процес прийняття рішень, породжують виникнення непорозумінь серед ланок, тому організація не зможе ефективно зреагувати на внутрішні та зовнішні зміни, що зможе призвести до неефективного управління.

Про важливість і необхідність ефективного функціонування комунікацій в освітньому закладі свідчить Шпак Н.О. виокремив ряд положень, а саме:

1) комунікація є однією з основних умов існування і розвитку організації;

2) комунікація здійснює взаємодію із зовнішнім середовищем, визначаючи рівень і якість прийняття управлінських рішень;

3) комунікації характеризують стан внутрішнього середовища організації шляхом забезпечення функціонування і взаємодії особистостей, структури, цілей, технології та організації;

4) комунікація створює неформальну структуру в процесі функціонування організації і сприяє зближенню з нею формальної структури [1, с.31]. Що підтверджує необхідність подолання існуючих бар'єрів, що порушують процес передачі інформації.

Причинами виникнення комунікативних бар'єрів можуть бути різні: знання і розуміння предмета розмови; відсутність єдиного розуміння ситуації спілкування; особливості соціально-психологічних стосунків, які склалися між партнерами; різні стилі спілкування; різні лексикон і тезаурус; особливості інтелекту тих, хто спілкується; психологічні особливості партнерів; соціальні, політичні, професійні, релігійні відмінності.

У сучасних умовах комунікації будь-якого підприємства стали об'єктом управління, оскільки [2, с.148]:

– в роботі з ними задіяно значну кількість працівників (практично 100 % працівників підприємства і за експертними оцінками – близько 20 % – професійні управлінці сфери комунікацій);

– вони утворюють добре організовану систему, яка об'єднує різноманітні технічні, технологічні, віртуальні, інтелектуальні тощо елементи;

– вони вимагають постійного управлінського впливу через процедури планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання;

– саме від них залежить ефективність прийняття та швидкість виконання управлінських рішень.

Це підтверджує потребу використання комунікаційного менеджменту як необхідної конкретної функції управління, яка, значною мірою, визначає рівень ефективності діяльності підприємствам.

Сагер Л.Ю. пропонує наступні шляхи подолання організаційних комунікаційних бар'єрів [3, с.134]:

− створення системи зворотного зв'язку;

− регулювання інформаційних потоків;

− розроблення управлінських дій для полегшення обміну інформацією по вертикалі і горизонталі;

− розроблення системи збору пропозицій;

− використання внутрішньоорганізаційні інформаційні системи: корпоративні друковані видання, стінгазети, стенди, Інтранет і т. п.;

− застосування досягнення сучасних інформаційних технологій.

На нашу думку, також окремим керівникам або спеціалістам варто вивчати культурні, релігійні психологічні, політичні аспекти комунікаційних процесів, які полегшать сприйняття інформації та сприятимуть ефективному прийняттю управлінських рішень.

Важливо також контролювати інформаційні потоки з метою їх фільтрування та донесення до необхідних ланок. Варто також створити таку систему зворотного зв'язку, де можна отримати повну і достовірну інформацію та відомості про діяльність підприємства, їх результати та рейтинги.

Здійснення запропонованих заходів не зможе повністю вирішити проблему вдосконалення комунікаційних процесів, адже деякі з них виникають у процесі та вимагають технічного вирішення.

Тому слід на підприємстві призначити відповідальну особу, яка займатиметься аналізом комунікаційних процесів та, узгоджуючи із керівництвом, вирішуватиме проблеми по мірі їх виникнення. Тому питання компетентностей даної особи потребує подальшого вивчення. Це дозволить забезпечити сприятливі умови існування і розвитку організації, здійснювати взаємодію із зовнішнім середовищем.

Список використаних джерел:

1. Шпак Н. О. Комунікаційний менеджмент : сутність та розвиток / Н. О. Шпак // Економіка та держава. – 2010. – № 2. – С. 30-33.

2. Шпак Н.О. Комунікаційний процес машинобудівного підприємства / Н.О. Шпак // Вісник національного університету «Львівська політехніка» Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/8146/1/23.pdf

3. Сагер Л.Ю. Аналіз теоретичних основ внутрішніх комунікацій як необхідної умови ефективного управління підприємством / Л. Ю. Сагер // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2011. - № 1. - С. 128-136.

Дерчик Яна,
наук. кер. – Урсакій Ю.А.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Основні напрямки підвищення ефективності управління підприємством

В сучасних умовах зростання національного ринкового господарства важливою складовою є конкурентоспроможність підприємства, що забезпечують стійку ефективність господарювання. Розробка досконалого механізму управління активами підприємств та дієве застосування його на практиці є досить актуальною проблемою, в усьому світі і є одним з найважливіших чинників підвищення рентабельності, фінансової стійкості, ліквідності та прибутковості підприємства.

Тому для збільшення максимальної ефективності діяльності підприємства необхідно постійно удосконалювати систему управління активами і пасивами, швидко нагромаджувати та застосовувати уміння та навички в теорії та практиці, знаходити нові неординарні рішення в незвичайній ситуації. Такий підхід до управління забезпечує виграшну позицію у конкурентному середовищі розвитку підприємства.

Питання управління активами підприємств досліджували відомі фахівці-фінансисти, економісти, обліковці, зокрема, І.О. Бланк розробив чіткі етапи управління обіговими активами та підходи до управління як обіговими коштами, так і їх елементами [1, с. 236].

Г.В. Савицька розробила систему показників, необхідних для дослідження ефективності використання обігових активів, та визначила фактори, що на них впливають [2, с. 89].

На думку Бердара М. М., що управління активами підприємства становить найбільшу частину операцій фінансового менеджменту. Це пов’язане з великою кількістю елементів його внутрішнього матеріально-речового та фінансового складу, що вимагає індивідуалізації управління; високою динамікою трансформації його видів; пріоритетною роллю у забезпеченні платоспроможності, рентабельності та інших цільових результатів операційної діяльності підприємства [3, с. 22–23].

Так на думку В. Бороноса найбільш раціональним з позиції досягнення оптимальності співвідношення структурних елементів капіталу підприємства може бути метод який ґрунтується на одночасній максимізації зростання рентабельності власного капіталу та мінімізації середньозваженої вартості капіталу [4, с.162].

Взагалі основою ефективного управління оборотними активами вважають їх використання за призначенням. Також за допомогою правильної організації оборотних коштів можна досягнути високого рівня ефективності використання та забезпечення елементарного збереження та підвищення швидкості їх оборотності.Основне завдання управління оборотними та необоротними

активами підприємства полягає у своєчасному оновленню виробничих фондів, впливу на їх розмір, склад, структуру та прибутковість.

Управлінські рішення значною мірою залежать від результатів оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання, зміст якої виходить за межі обчислення окремих коефіцієнтів і передбачає вивчення комплексу показників, які відображають різні аспекти діяльності підприємства.

Нестабільність економіки обумовлює необхідність для кожного суб'єкта господарювання постійно шукати шляхи підвищення ефективності своєї діяльності. Взагалі всі заходи підвищення ефективності функціонування підприємств можна звести до трьох напрямків:

1) управління витратами і ресурсами;

2) розвитку й удосконалення виробництва та іншої діяльності;

3) удосконалення системи управління підприємством та всіма видами його діяльності [5, с. 378].

Дослідивши напрями та заходи підвищення функціонування підприємств, потрібно конкретно визначити напрямки дії та використання головних внутрішніх і зовнішніх чинників підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання, серед яких потрібно виділити:

1. Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації та інформаційних технологій;
2. Устаткуванню – підвищення ефективності виробничої та іншої діяльності суб'єктів господарювання;
3. Матеріали та енергія позитивно впливають на рівень ефективності діяльності, якщо розв'язуються проблеми ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції (послуг), раціоналізується управління запасами матеріальних ресурсів і джерелами постачання;
4. Готова продукція (вироби) пропоновані підприємством для реалізації продукти праці мають з'явитися на ринку в потрібному місці, у потрібний час і за добре обміркованою ціною;
5. Працівники, є основними джерелами і визначальними чинниками зростання ефективності діяльності є працівники – керівники, менеджери, спеціалісти, робітники;
6. Організація і система. Єдність трудового колективу, раціональне делегування відповідальності, належні норми керування характеризують належну організацію діяльності підприємства, що забезпечує необхідну спеціалізацію та координацію управлінських процесів, а отже, вищий рівень ефективності (продуктивності) будь-якої складної виробничо-господарської системи;
7. Методи роботи. Постійне вдосконалення методів праці передбачає систематичний аналіз стану робочих місць та їхню атестацію, підвищення кваліфікації кадрів, узагальнення та використання нагромадженого на інших підприємствах позитивного досвіду;
8. Стиль управління поєднує професійну компетентність, діловитість і високу етику взаємовідносин між людьми та практично впливає на всі напрямки діяльності підприємства;

9. Інституціональні механізми. Для безперервного підвищення ефективності діяльності всіх суб'єктів господарювання держава має створити відповідні організаційні передумови, що забезпечуватимуть постійне функціонування на національному, регіональному чи галузевому рівнях спеціальних інституціональних механізмів: дослідних організацій, навчальних центрів, інститутів, асоціацій тощо;
10. Інфраструктура є важливою передумовою зростання ефективності діяльності підприємств є достатній рівень розвитку мережі різноманітних інституцій ринкової та виробничо-господарської інфраструктури;
11. Структурні зміни в суспільствітакож впливають на показники ефективності на різних рівнях господарювання;

Отже, успішна реалізація виробництва підприємства передбачає здійснення результативної, ефективної та конкурентоспроможної господарської діяльності. Проблема підвищення ефективності виробництва та діяльності підприємства полягає в забезпеченні максимально можливого результату на кожну одиницю затрачених трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Основними чинниками підвищення ефективності роботи підприємства полягають в підвищенні його технічного рівня, вдосконаленні управління, організації виробництва і праці, зміні обсягу та структури виробництва, поліпшенні якості природних ресурсів тощо. При раціональному використанні всієї системи названих чинників можна забезпечити достатні темпи зростання ефективності виробництва.

Список використаних джерел:

1. Бланк І. О., Ситник Г. В. Управління фінансами підприємств : [підручник] / І. О. Бланк, Г. В. Ситник. – К. :КНТЕУ, 2006. – 780 с.
2. Савицька Г.В. Аналіз господарської діяльності підприємства : Навч. посібник/ Г.В.Савицька. – 4-тє вид. перероб. і доп. – К.:ООО «Нове знання», 2001. – 360 с.
3. Бердар М.М. Фінанси підприємств: Навч. посібник / М. М. Бердар. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
4. Боронос В. Г. Формування механізмів оптимізації структури капіталу та його вплив на фінансовий потенціал підприємства / В. Г. Боронос // Механізм регулювання економіки. – 2010. - №3. – Т. 1. С. 154-166.
5. Ковальчук І.В. Економіка підприємства : Навч. посібник / І.В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 697 с:

Кошурба Ілля,
наук. кер. – Вдовічен А.А.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут, КНТЕУ,
м.Чернівці

Нематеріальна мотивація праці на підприємствах

Значна кількість науковців-практиків у своїх дослідженнях зазначають, що нематеріальна мотивація співробітників при правильній стратегії управління може виявитися набагато більш ефективним інструментом, ніж матеріальне стимулювання. Адже підвищення зарплати працівникам мотивує роботу персоналу лише на короткостроковий період, в той час як методи нематеріальної мотивації персоналу допоможуть постійно тримати співробітників у робочому режимі, стимулюючи творчу активність, підвищення професійного рівня і лояльності до підприємства.

Вербицька Г. Л. зазначає, що провідні мотиви працівників підприємств можна об'єднати у чотири групи: інтелектуальні, матеріальні, моральні, статусні. До першої групи можна зарахувати інтелектуальний саморозвиток, допитливість, захопленість ідеєю, прагнення до вирішення важких завдань та повної реалізації своїх інтелектуальних здібностей. Другим, не менш важливим, стимулом до праці є матеріальна зацікавленість – одержання матеріальної винагороди. Третім стимулом слугує моральна винагорода – визнання підприємством цінності роботи, внеску співробітника у розвиток підприємства; відчуття працівником своєї особливої значущості для підприємства, особливого покликання. Статусні мотиви є внутрішньою рушійною силою поведінки, пов’язаної з прагненням людини посісти вищу посаду, виконувати складнішу, відповідальнішу роботу, працювати у сфері діяльності (організації), яка вважається престижною, суспільно значущою [1, с.12].

Скоропад А. важає, що варто запропонувати наступні методи нематеріальної мотивації персоналу: – залучення працівників до різних програм навчання і підвищення кваліфікації; – створення прозорої системи оцінки і оплати їх праці; – делегування працівникам управлінських повноважень; – підвищення персональної відповідальності кожного працівника з наданням права вибору методів вирішення поставлених задач; – публічне визнання успіхів працівників в роботі, підтвердження їх цінності для підприємства різними доступними для керівництва способами; – увага безпосереднього керівництва до думки працівників [2, с.140]. І з цією думкою неможливо не погодитись, адже ефект від даного методу стимулювання праці матиме триваліший й важливіший характер.

Сьогодні, в умовах значної мобільності працівників, частої зміни їх робочих місць та високої конкуренції на ринку праці за кваліфікованих фахівців зростає значення нематеріальної складової мотивації. Підприємство може досить легко використати схему матеріальної мотивації успішних конкурентів та дізнатися про рівень зарплат у цих компаніях, але створити

аналогічну сприятливу і комфортну атмосферу в колективі під силу не кожній фірмі. Особливу креативність у цьому виявляють американці. В Японії мотивації приділяють небагато уваги, оскільки їх працівники і так не схильні до зміни місця роботи. Вважається, що поширення у компаніях нематеріальних стимулів, які не вимагають значних фінансових витрат, здатні справити відмінний ефект [3, с.143].

Отже, нематеріальне заохочення працівників набуло розвитку у розвинутих країнах, тому є зміст активного його впровадження на підприємствах України, що значно знизить витрати на заробітну плату, собівартості товару чи послуги та підвищить конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Вербицька Г. Л. Мотивування персоналу на вітчизняних промислових підприємствах / Г. Л. Вербицька // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" : [зб. наук.-приклад. пр.] / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львівська політехніка" ; відп. ред. О. Є. Кузьмін. - Львів, 2012. - № 727 : Менеджмент та підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - С. 10-15.

2. Скоропад А. Система мотивації персоналу підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/17182/1/138-141.pdf

3. Іншин М. І. Особливості мотивації працівників ЄС / М. І. Іншин // Часопис Київського університету права. – 2015. – № 2. – С. 140–143.

Куцик Наталія
наук. кер.- Урсакій Ю.А
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м.Чернівці

Операційна стратегія як основа проектування операційної системи організації

Без ефективної й досконало продуманої операційної стратегії жодна організація не може утримати за собою лідерство на ринку, оскільки вона програє у швидкості доставки, ціні або якості, а частіше за все за всіма трьома показниками.

У багатьох організаціях явно вираженої стратегії не існує зовсім, а там, де загальна стратегія діяльності є, операційній функції звичайно приділяють занадто мало уваги. Організаціям необхідні стратегії для досягнення своїх цілей. Стратегія як така необхідна як організації в цілому, так і окремим

об’єднуючим її ланкам – наукові дослідження, продаж, маркетинг, фінанси, трудові ресурси тощо.

Найбільш видатні теоретики стратегічного менеджменту приділяли увагу питанням про склад типових стратегій, який формується у певній послідовності. Звичайно, що йдеться не про конкретний зміст тієї чи іншої стратегії якогось реального підприємства. Мова йде про вимоги, яким повинен відповідати зміст будь-якої стратегії, який визначається стратегічними цілями. Саме вони, отже і сама стратегія мають відповідати вимогам так званих SMART-характеристик. До них відносять: Specific – точність і ясність; Measurable – кількісне враження; Achieveable – досяжність; Related – відповідність стратегічному баченню та інтересам виконавців; Time-bound – часовий горизонт. Це своєрідні критерії оцінки відповідальності розробляємої стратегії існуючим науковим формам та теоретичним стандартам[1,с.36].

Щоб дійти до розробки операційної стратегії є низка етапів даного процесу. Будь-яка справа починається з планування - одна із функцій управління операційною системою. Воно допомагає максимально ефективно задовольнити запити споживачів, тобто поставити споживачам товари/послуги в потрібній кількості, у потрібний час і з мінімальними витратами.

Зовнішні та внутрішні умови, за яких відбувається процес планування, складають середовище виробничого планування. До зовнішніх чинників відносяться: поведінка конкурентів, ринковий попит, доступність сировини, економічні умови та ін.

Внутрішні чинники – це виробничі потужності, наявність робочої сили, рівень матеріальних запасів, спеціалізація виробництва.

Аналіз внутрішнього середовища розкриває ті можливості, той потенціал, на який може розраховувати фірма в конкурентній боротьбі в процесі досягнення своїх цілей. Аналіз внутрішнього середовища дозволяє також краще усвідомити цілі організації, більш вірно сформулювати місію, тобто визначити зміст і напрямки діяльності фірми. Винятково важливо завжди пам'ятати, що організація не лише робить продукцію для оточення, але й забезпечує можливість існування своїм членам, даючи їм роботу, надаючи можливість участі в прибутках, забезпечуючи їх соціальними гарантіями і т.п.

Операційна стратегія (як і стратегія маркетингу, фінансів, управління персоналом тощо) є елементом корпоративної стратегії і відноситься до стратегій функціонального рівня [2,с.24].

Операційна стратегія полягає в розробці загальної політики й планів використання операційних ресурсів фірми, націлених на максимально ефективну підтримку її довгострокової конкурентної стратегії.

Таким чином, операційна стратегія є складовою частиною загального процесу планування. А оскільки місія й завдання фірми можуть мінятися, то й операційній стратегії фірми повинна враховувати потреби покупців, що змінюються. Така адаптація до запитів ринку відбувається завдяки операційним можливостям підприємства. Наприклад, коли на ринку існує дефіцит на товари й послуги, то підприємства використовують свої можливості, щоб збільшити

кількість виробленої продукції, коли ж ринок насичений, то на перше місце виходять якісні характеристики товару [3,с.31].

Після розробки стратегії настає етап її втілення у життя. Особливість етапу виконання стратегії полягає в тому, що він не є процесом її реалізації, а лише створює базу для реалізації стратегії і досягнення фірмою поставлених цілей. Дуже часто спостерігаються випадки, коли фірми не в змозі здійснити обрану стратегію.

Основна задача виконання стратегії полягає в тому, щоб створити необхідні передумови для успішної реалізації стратегії. Таким чином, виконання стратегії — це проведення стратегічних змін в організації, що приведуть її до такого стану, у якому організація буде готова до приведення стратегії в життя.

Оцінка і контроль виконання стратегії є логічно завершальним процесом, здійснюваним у стратегічному управлінні. Даний процес забезпечує стійкий зворотній зв'язок між ходом процесу досягнення цілей і власне цілями, що стоять перед організацією.

Основні завдання будь-якого контролю наступні:

-визначення того, що і за якими показниками перевіряти;

-оцінка стану контрольованого об'єкта відповідно до прийнятих стандартів, нормативами або іншими еталонними показниками;

-з'ясування причин відхилень, якщо такі розкриваються в результаті проведеної оцінки;

-здійснення корегування, якщо воно необхідно і можливе.[3,с.42].

Таким чином, операційна стратегія пропонує новий підхід до проблем, пов'язаних з операціями, а також ряд нових концепцій і методів. Це стосується принципів організації менеджменту, відповідно до яких, поряд її загальною стратегією, враховуються потреби покупців. Для підтримки такого підходу були розроблені нові інструменти й концепції, серед яких всеосяжне управління якістю й оновленням процесів.

Список використаних джерел:

1. Василенко АО., Ткаченко TL Виробничий (операційний) менеджмент: Навчальний посібник. - Київ: ЦУЛ, 2003. - 532 с.

2. Сотник І. Операційний менеджмент: навч. посібник / Сумський держ. ун-т. — Суми : Видавництво СумДУ, 2007. — 165с.

3. Школа І. М., Михайловська О. В. Операційний менеджмент: Практикум: Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / Київський національний торговельно-економічний ун-т; Чернівецький торговельно-економічний ін-т. — Чернівці : Книги-ХХІ, 2004. — 375с.

Тащук Ілля,
наук.кер. – Полянко В.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м.Чернівці

Удосконалення системи управління якості послуг підприємства на основі сучасної концепції TQM

Вимоги глобалізаційного суспільства суттєво впливають на зміни у системі менеджменту організацій, визначають нову сутність і зміст поняття "якість". Постійно зростаюча кількість споживачів у всьому світі, надвисокі вимоги до товарів і послуг, персоналу, удосконалення методів управління сучасного підприємства суттєво змінюють базові принципи функціонування бізнесу. Якість, як невід'ємна частина ефективного менеджменту, стає базовою складовою всіх бізнес-процесів, спрямованих на задоволення потреб найвибагливішого споживача.

Концепція загального управління якістю (Total Quality Management, TQM) фокусується на вирішенні управлінських проблем, пов'язаних з ефективністю функціонуванням, підвищенням мотивації співробітників, збільшенням готових якісних продуктів. Водночас не можливо досягти суттєвого покращення бізнеспроцесів організації без своєчасного та якісного навчання та розвитку персоналу.

Концепція TQM може бути використана в організації будь-якого профілю діяльності і, як показує міжнародний досвід, сприяє підвищенню якості результатів трудової діяльності і поліпшення фінансових показників. На підставі концепції TQM може бути побудована система якості [1, с. 148].

Вони включають: знання про системи, системний підхід і оптимізацію; основи статистичної теорії і знань про мінливість; основи теорії пізнання; основи психології.

Загальне керування якістю являє собою концепцію, яка передбачає всебічне цілеспрямоване і добре скоординоване застосування систем і методів керування якістю у всіх сферах діяльності - від досліджень і розробок до післяпродажного обслуговування за участю керівництва і службовців усіх рівнів і за раціонального використання технічних можливостей.

TQM складається з трьох частин:

1. Ключова система - методи й засоби, що застосовуються для аналізу і дослідження. Вони базуються на загальновизнаному математичному апараті, статистичних методах контролю.
2. Система технічного забезпечення - це прийоми і програми, що дозволяють навчити персонал володінню цими засобами і їх правильному використанню.
3. Система безперервного розвитку самих принципів і змісту TQM.

Ефективність TQM залежить від трьох ключових умов: 1. вища посадова особа енергійно виступає за підвищення якості; 2. інвестиції вкладаються не в

устаткування, а в людей; 3. організаційні структури перетворюються чи створюються спеціально під загальне керування якістю [2, с.78].

У розробці системи управління організацією, відповідно до принципів TQM, залучені більшість співробітників організації, а повноцінне втілення цієї системи має здійснюватися із застосуванням сучасних технологій (організаційних, управлінських, інформаційних та ін.). Цей процес вимагає перебудови всієї діяльності організації, узгодженої роботи всіх структурних підрозділів, а також тривалого періоду часу. Кваліфіковане використання методології TQM за безпечує:

– підвищення рівня задоволеності клієнтів продуктами та послугами. В умовах TQM обов'язковим є задоволення всіх клієнтів, а також додаткові зусилля щодо запобігання їх очікувань;

– покращення іміджу та репутації фірми;

– підвищення продуктивності праці, яке настає автоматично, як тільки працівники стають партнерами з впровадження TQM;

– зростання прибутковості та рентабельності організації;

– підвищення якості та конкурентоспроможності продукції та послуг;

– забезпечення економічної стійкості підприємства, раціонального використання всіх наявних ресурсів;

– підвищення якості управлінських рішень;

– впровадження новітніх досягнень у техніці і технологіях [3, с. 23].

Основні відмінності концепції TQM від класичної системи управління заключаються у плануванні, організуванні, координуванні, забезпеченні контролю за поліпшенням якості всіх процесів і систем управлінського циклу; навчанні не тільки співробітників відділу якості, але й у залученні до навчання всього персоналу організації. Як наслідок, за забезпечення якості продукції і відповідних процесів відповідають усі працівники, які регулярно запобігають виникненню браку. Необхідно зауважити, що не всі компанії успішно проходять цей шлях. До негативних факторів, які суттєво уповільнюють процеси підвищення якості, можна віднести: завищені очікування керівництва та прагнення радикальних перетворень, менеджери середньої ланки негативно сприймають звуження обсягу повноважень, працівники незадоволені різними аспектами організаційного життя [4, с.65].

Незважаючи на всі переваги при впровадженні міжнародних стандартів якості, концепція TQM для багатьох українських підприємств залишається відкритим питанням отримання ефекту від таких нововведень, оскільки у їх керівництва немає чіткого єдиного визначення поняття "якість", відсутня стратегія організаційних змін (майже вся діяльність спрямована на отримання результату в короткостроковий період), внутрішні організаційні комунікації потребують суттєвого переосмислення, навчанню персоналу приділяється недостатня увага (зокрема фінансування на підвищення кваліфікації, перепідготовку персоналу у сфері якості чи створення належних умов для

самонавчання досить незначне або взагалі відсутнє). Таким чином, окреслені та інші аспекти організування, розвитку та управління вітчизняних підприємств потребують подальшого наукового дослідження.

Список використаних джерел:

1. Павленко А.Ф. Теорія і практика маркетингу в Україні Монографія./ А.Ф. Павленко, А.В.Вовчак, В.Я. Кардаш, В.П. Пилипчик. . — К. КНЕУ. — 2014. . — 447 с.

2. Строкович Г. В. Якість функціонування підприємства: внутрішні та зовнішні аспекти : [монографія] / Г. В. Строкович. – Х. : Вид-во Нар.укр. акад, 2010. – 212 с.

3. Должанский А. М. Менеджмент якості та системи управління якістю : навч. посіб. / А. М. Должанский, Н. М. Очеретна, І. М. Ломов. – Дніпропетровськ : Видавництво "Свідлер А.Л.", 2011. – 450 с.

4. Ігнатьєва І.В. Інноваційні підходи адаптації організаційних структур управління підприємств до принципів корпоративного управління / І.В. Ігнатьєва, В.П. Кудлай, О.О. Євлах. – Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2008, 108 с.

Ткачук Юлія,
наук. кер. – Хитрова О.А.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства

З розвитком ринкових відносин і посиленням ринкової конкуренції перед керівниками суб’єктів господарювання постало питання ефективного управління підприємством, що дозволило б забезпечити стійкість конкурентних переваг. Це актуалізувало наукові дослідження з даної тематики.

Значний внесок у розробку проблеми визначення, оцінювання та управління конкурентоспроможністю зробили зарубіжні вчені: А. Сміт та Д. Рікардо, Дж. Міль, А. Маршалл, М. Портер, А. Чандлер, Й. Шумпетер та інші. Цьому питанню приділили увагу чимало відомих вітчизняних фахівців: Г. Г. Савіна, О. П. Савіцька, І. Ю. Сіваченко, М. П. Сагайдак, Я. М. Столярчук, С. М. Клименко, Т. В. Омельяненко, А. М. Поручник, І. М. Рєпіна та інші.

Нині туризм визнано пріоритетною галуззю економіки України і для його подальшого розвитку важливого значення набуває проблема досягнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному туристичному ринку, що означає досягнення, насамперед, конкурентоспроможності вітчизняних туристичних послуг [3, с. 25].

При формуванні конкурентної стратегії підприємств на ринку туристичних послуг слід враховувати наступні особливості конкуренції на даному ринку:

- основним предметом купівлі-продажу на ринку являються туристичні продукти - тури, що являють собою комплекс послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі;

- крім покупця і продавця на туристичному ринку функціонує велика кількість посередницьких ланок, без яких неможливе нормальне функціонування турфірми і які обумовлюють її конкурентоспроможність;

- туристичні підприємства (туристичні мотелі, кемпінги, турбази) можуть мати додаткові переваги за рахунок їх місцезнаходження в тому чи іншому регіоні з певними кліматичними умовами, природно-рекреаційними і культурно-історичними об'єктами, що представляють інтерес для туристів;

- тур підприємства орієнтовані як на місцевий, так і на регіональний і зарубіжний ринки, тому у своїй діяльності повинні враховувати дії не лише внутрішніх, але і зарубіжних партнерів і конкурентів [2, с.75].

Існує велике різноманіття стратегій, серед яких можна виділити базисні (еталонні), які ґрунтуються на чотирьох підходах до зростання і пов’язані зі зміною наявного стану на бажаний одного чи кількох елементів: ринку, продукту, галузі, технології, положення підприємства всередині галузі.

Базисними (еталонними) стратегічними альтернативами є стратегії зростання, обмеженого зростання, стабільності та скорочення бізнесу [4].

Спеціальні стратегії, які доцільно застосовувати в туризмі, можна класифікувати так:

1) стратегії за рівнем прийняття рішень – глобальна (міжнародний рівень), національна (державний рівень), регіональна (регіональний рівень) та місцева (місцевий рівень);

2) стратегії залежно від способів забезпечення розвитку – розвиток під впливом глобальної експансії (оптимізація діяльності в межах наявного позиціонування – інтенсивне зростання), розвиток завдяки організаційній гнучкості (передбачення розвитку економічних процесів конкурентів);

3) стратегії, що дають змогу управляти попитом за допомогою таких інструментів, як: диференціація цін, стимулювання попиту в періоди низького завантаження, застосування системи попередніх замовлень і резервування часу обслуговування;

4) стратегії непрямого розподілу турпродуктів (турпослуг), що передбачають здійснення франчайзингу, створення нових послуг; мультисегментна та змішана;

5) стратегії підтримки якості турпослуг, засновані на низьких витратах, товарній диференціації, ринковій ніші або сегменті; стратегії горизонтальної і вертикальної інтеграції;

6) стратегії розвитку курортно-туристичних регіонів – кардинальної зміни, збереження, зростання, досягнутого та вибіркового зростання. На практиці підприємство може одночасно реалізовувати кілька стратегій [1].

В процесі ведення конкурентної боротьби виникає проблема оцінки рівня конкурентоспроможності туристичних підприємств, направлена на виявлення плюсів та мінусів у їхній діяльності, а також розробку відповідної стратегії підтримання та зміцнення конкурентних переваг.

Підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства має базуватися на наступних принципах:

- спрямованість на споживача;
- комплексність;
- об'єктивність.

Підводячи підсумок, можна сказати, що введення понять «конкурентна стратегія» та «конкурентоспроможність» стали невід'ємними складовими в стратегічному управлінні підприємством в умовах господарювання на конкурентних ринках.

Розглядаючи конкурентоспроможність в розрізі стратегічного управління, можна виділити велике різноманіття стратегій, серед яких виділяють базисні (еталонні), які ґрунтуються на чотирьох підходах до зростання та спеціальні.

Список використаних джерел:

1. Гончарова С. Ю. Стратегічне управління : навч. посіб. / С. Ю. Гончарова, І. П. Отенко // Харківський державний економічний університет. – Харків : Вид-во ХДЕУ, 2004. – 172 с.
2. Карлоф Б. Деловая стратегия : Учебник / Б. Карлоф. – М. : Экономика, 2006. – 296 с.
3. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник / С. М. Клименко, Т. В. Омельяненко, Д. О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
4. Філіпенко А. С. Світова економіка: Підручник / А. С.Філіпенко, О.І. Рогач, О. І. Шнирков та ін. 2-ге вид., стереотип. – К. : Либідь, 2002. – 584 с.

Топор Кароліна,
наук. кер. – Круглянко А. В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Чинники формування та використання трудового потенціалу підприємства.

Сьогодні в Україні трудовий потенціал втрачає свої якісні та кількісні характеристики, також на ринку праці деформується попит та пропозиція робочої сили, погіршується якість освіти та охорони здоров'я, відбувається депопуляція української нації. В ринковій економіці трудовий потенціал є складовою ефективної діяльності та конкурентоспроможності підприємства на ринку. Тому дослідження ефективності використання трудового потенціалу

підприємства має велике значення на сучасному етапі розвитку економічних відносин. Поняття трудовий «потенціал» економісти трактують по різному. Череп А.В. розглядає трудовий потенціал як, наявні та перспективні можливості трудового колективу підприємства кількісно й якісно задовольняти потреби підприємства та реалізовувати його цілі найефективнішим чином за наявності відповідного ресурсного забезпечення» [1], оскільки саме у цих визначеннях найбільш глибоко розкривається суть досліджуваної категорії та підкреслюється важливість інтелекту людини як головного ресурсу розвитку економіки у сучасному світі.

Складовими трудового потенціалу працівника є: психофізіологічна складова, соціально-демографічна складова, особистісна складова і кваліфікаційна складова. Кожна з цих складових трудового потенціалу має свої джерела. Соціально-демографічний – виявляється в його соціальному статусі, психофізіологічний потенціал проявляється в здоров'ї конкретного працівника, кваліфікаційний – характеризує здатністю людини до особистісного розвитку, до вдосконалення. Трудовий потенціал формується і вдосконалюється під впливом певних факторів. Дані фактори розділяють на внутрішні, які належать конкретному працівникові, службовцю і зовнішні, тобто мають відношення безпосередньо до підприємства, організації, компанії в яких працює працівник. Персональні (внутрішні) фактори залежать від особистості працівника, його власних дій, свого бачення, переконань, вони можуть бути як загальними для групи працівників, так і мати індивідуальні особливості. У свою чергу, організаційні (зовнішні) фактори залежать від організаційних процесів підприємства і дій суб'єктів управління. Вони також можуть бути як єдиними з точки зору наукової методології і схожості практичної реалізації в різних організаціях, так і мати особливості, характерні для конкретних організацій, галузей тощо [2].

Трудовий потенціал і механізм його формування може розглядатися як соціально-економічна, так і обліково-статична категорія. Він характеризується кількісними та якісними факторами. До кількісних факторів належать чисельність працездатного населення, чисельність безробітних, структура зайнятості, статево-вікова структура, кількість робочого часу, відпрацьованого працездатним населенням, рівень народжуваності. До якісних факторів можна віднести загальноосвітній та професійно-кваліфікаційний рівень, рівень культури, моральна зрілість, трудова міграція, трудова активність, схильність носіїв праці до мобільності [3, с.53].

На розвиток і формування трудового потенціалу впливають: індивідуальні, суспільні і виробничі чинники. До індивідуальних чинників відносять: – професійні: рівень освіти, кваліфікація; – фізіологічні: вік, стан здоров’я, особисті і моральні якості людини. До суспільних чинників відносять: – територіальні: природно-кліматичні умови, рівень безробіття, диференціація доходів, мобільність населення; – соціально-економічні: обсяг виробництва, ВВП на душу населення, демографічна ситуація, прожитковий мінімум, рівень розвитку сфери освіти. До виробничих чинників відносять: – технічні та

технологічні: складність праці, технологічна оснащеність робочого місця, рівень використання науково-технічних досягнень; – структурно-організаційні: умови праці, режим праці, рівень використання виробничих сил і розвитку виробничих відносин; – соціально-психологічні: правовий захист, моральний клімат у колективі, перспективи просування по службі, моральне та матеріальне стимулювання [4, с.113]. Також, надзвичайно важливими елементами трудового потенціалу є здоров'я, тривалість життя, можливість зберігати і підтримувати особисті та представницькі функції.

Адже, одним з методологічних підходів базових складових трудового потенціалу є здоров'я та довголіття, освіченість, можливість брати участь у суспільному житті, доступність ресурсів, потрібного для належного рівня життя. Розглядаючи ширше поняття «Формування трудового потенціалу», можна сказати, що – це процес створення необхідного трудового потенціалу для досягнення організаційних цілей за допомогою різних методів найму, відбору, або вивільнення персоналу на підставі планування персоналу відповідно до стратегічних цілей розвитку організації. На відміну від попереднього етапу (формування), «розвиток трудового потенціалу – це придбання нових якостей і властивостей трудового потенціалу, які покращують його оптимізації та ефективності в умовах динамічного внутрішньо-організаційного і зовнішнього середовища. В результаті розвитку формується трудовий потенціал нової якості». Метою розвитку трудового потенціалу персоналу є вдосконалення та покращення працездатності персоналу організації за рахунок кількісних, якісних і структурних перетворень трудового потенціалу. До основних завдань розвитку трудового потенціалу персоналу, виконання яких дозволить досягти наступні цілі відносять:

– Формування потрібної кількості трудового потенціалу організації, необхідної для досягнення оперативних, технічних і стратегічних цілей діяльності на певному етапі розвитку з урахуванням зовнішніх і внутрішніх умов;

– створення аналізу (періодичної оцінки) відповідності необхідного і фактичного стану трудового потенціалу організації;

– забезпечення підвищення і вдосконалення трудового потенціалу організації, орієнтованого на стратегічні перспективи розвитку організації шляхом впливу факторів розвитку трудового потенціалу персоналу [5].

Таким чином, можна зробити висновок, що для подальшого формування та ефективного використання трудового потенціалу підприємства необхідно реалізовувати ряд певних заходів, які в більшості спрямовані на покращення стану трудових потенціалів окремих працівників і досягнення максимального синергічного ефекту від їх поєднання. Основу проаналізованих заходів складає мотивація як найважливіший фактор залучення робочої сили вищої якості, збереження найцінніших кадрів, розвитку персоналу організацій в умовах оновлення виробництва та пезперервних змін зовнішнього середовища. Мотивація безпосередньо впливає на стан трудового потенціалу підприємства, а отже, і на конкурентоспроможність підприємства в умовах ринку.

Список використаних джерел:

1. Акулов М.Г. Економіка праці та соціально-трудові відно- сини : [навч. посіб.] / М.Г. Акулов // Бібліотека українських підручників [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/15840720/ekonomika/ekonomika_ pratsi_i_ sotsialno-trudovi_vidnosini_-_akulov_mg.

2. Козак К. Б. Особливості структури трудового потенціалу персоналу сучасних підприємств [Електронний ресурс] / К. Б. Козак // Зернові продукти і комбікорми. – 2012. – № 3. – С. 5–9. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zpik_2012_3_4.

3. Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностика фінансово-господарської діяльності підприємств: Навчальний посібник / О. І. Гадзевич – К.: Кондор, 2012. – 180 с.

4. Добикіна О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник / О.К. Добикіна, В.С. Рижиков, С.В. Касьянюк, М.Є. Кокотько, Т.Д. Костенко. – К.: ЦНЛ, 2007. – 208 с.

5. Козак К. Б. Вплив мотивації на ефективність використання та розвитку трудового потенціалу персоналу [Електронний ресурс] / К. Б. Козак // Економіка харчової промисловості. – 2011. – № 1. – С. 69–74. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2011_1_16.

Інформаційні технології та економіко-математичне моделювання

Виноградник Андрій,
наук. кер. – Готинчан І.З.,
Чернівецький торговельно економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Основні недоліки задачі автоматизації управління складськими процесами

WMS (Warehouse Management System) - це система управління, що забезпечує комплексне рішення задач автоматизації управління складськими процесами. WMS системи покликані підтримувати операційні потреби сучасного складу і забезпечувати автоматизоване управління об'єктом, включаючи отримання, контроль якості і кількості товарів; розміщення товарів відповідно до умов зберігання; поповнення зон комплектувань; резервування товарів; комплектацію замовлень; упаковку і відвантаження; підготовку супровідної документації і штрих-кодування, ведення документообігу і взаємодію з контрагентами, управління під'їзними майданчиками, циклічну і/або повну інвентаризацію, генерацію завдань співробітникам і контроль завантаження персоналу [1].

Таким чином, системи класу WMS, базуючись на внесених до них відповідних регламентах та налаштувань, на практиці спрощують управління складом. Такі системи надають користувачам завдання, коли, кому і що треба зробити, де який товар розмістити, звідки і куди перемістити, коли, кому, як і в якій послідовності треба комплектувати замовлення і відвантажувати їх.

Рано чи пізно настає момент, коли традиційні методи ведення складського обліку перестають задовольняти збільшені потреби бізнесу. Через товарообіг, що збільшується, складські процеси втрачають керованість, і організація справ на складі все більше нагадує хаос. В даному випадку масштабної реорганізації вже не уникнути, і постає питання про автоматизацію складської діяльності. Як у будь-якій інформаційній технології існують переваги та недоліки, так і в системах WMS існують дані якості [2].

Виділяють наступні недоліки:

- персоналу доведеться багато чому вчитися і звикати працювати по-новому. WMS зажадає кардинальні зміни у всіх робочих процесах, що для більшості стане стресовою ситуацією. Потрібно бути готовим до того, що не всі згодяться прийняти такі радикальні зміни і деяких співробітників доведеться звільнити. Персонал боїться впровадження, боїться змін, боїться, що система замінить його і він втратить роботу. Частина персоналу може явно або приховано саботувати зміни, що також не прискорить процес переходу. Навчання персоналу завжди вимагає чималих сил, часу і засобів, і якщо спробувати на цьому заощадити, то шкоди буде, швидше, більше, ніж користі;

- зовнішнє середовище також навряд буде готове до значних змін. У будь-якої крупної торгової компанії велике число постачальників, кожний з яких звик працювати по-своєму, а WMS пред'являє жорсткі вимоги до приймання товару. Тому необхідно наперед вибудовувати відносини з постачальниками, виробляючи єдині правила по відвантаженню товару;

- треба пам'ятати про труднощі перехідного періоду. Жодна компанія не може собі дозволити зупинити роботу складу на період впровадження автоматизованої системи. Треба бути готовим до того, що якийсь час робота складу буде неритмічною, виникнуть нестиковки і помилки. Крім того, WMS повинна зібрати первинну інформацію про товари і місця їх зберігання. Лише у міру накопичення даних з'явиться можливість використати алгоритми оптимізації, поліпшити ефективність і швидкість роботи складу. На даному етапі украй важливі налагоджені комунікації усередині компанії: тільки добра взаємна домовленість дозволить максимально швидко і чітко залагоджувати виникаючі непорозуміння;

- також мінусом будуть витрати, на які треба йти при впровадженні. Витрати на впровадження складатимуться з вартості самої WMS-системи (ліцензій робочих місць), вартості додаткового програмного забезпечення (так деякі системи використовують СУБД інших постачальників).

В цілому, успіх впровадження будь-якої "інтелектуальної" системи залежить, в першу чергу, від того, наскільки повно і ґрунтовно в ній реалізована бізнес-логіка. Саме тому процес підготовки технічного завдання для WMS-системи складний. Постановка технічного завдання (ТЗ) - це найвідповідальніша частина проекту автоматизації: чим менш опрацюване ТЗ, тим гірше пройде впровадження. Постановка ТЗ часто включає переосмислення бізнес-процесів, існуючих в компанії. А це вимагає проведення повноцінного аудиту менеджменту, необхідно зафіксувати поточне положення справ в компанії і пріоритети розвитку. Щоб зробити хороше завдання, треба поговорити зі всіма відділами, поставити під сумнів деякі речі, побачити суперечності між побажаннями одного підрозділу і іншого, врешті-решт підняти це питання вгору і спробувати його вирішити. Для цього у внутрішніх фахівців недосить повноважень і компетенції. А постачальникам до цього по суті і справи немає [1].

Тому зарубіжні експерти рекомендують проводити постановку задачі за допомогою незалежних консультантів, гідно оплачуючи їх роботу. Причому наймати їх повинен той, хто виділяє бюджет. Це, як правило, генеральний директор. Такий спосіб не тільки дозволяє одержати якісне ТЗ, але і запобігти несумлінним діям внутрішніх співробітників.

Список використаних джерел:

1. Anderson I. ASM's Management of Technology wants to change the world and improve alumni careers along the way.: asm. anm. edu/ezine/Spring2001/programsmot/htm.Australia's annual linux conference.: linux.conf.au.

2. Аникина Б. А. Логистика / Б. А. Аникина, Т. А. Родкина. — Москва: Проспект, 2010. — 406 с.

Гаспарян Самвел,
наук. кер. – Готинчан І.З.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Економіко-математичне моделювання ризиків банківської діяльності

Моделювання є важливим засобом розв'язання багатьох економічних задач, зокрема, проведення аналітичного дослідження, а результати моделі до певної міри спрощено відображають сутність глибинних процесів економічного розвитку внаслідок застосування специфічних принципів, притаманних характеру моделювання.

Моделювання - це метод дослідження різних економічних явищ і процесів, яке грунтується на заміщенні реальних об'єктів їх умовними зразками, аналогами. Методом моделювання описуються структура об'єкта (статична модель), процес його функціонування і розвитку (динамічна модель). У моделі відтворюються властивості, зв'язки, тенденції досліджуваних систем і процесів, що дає змогу оцінити їх стан, зробити прогноз, прийняти обгрунтоване рішення.

В умовах сучасної ринкової економіки посилюється значення правильної оцінки ризику, що має банківська установа при здійсненні своїх операцій. Масштаби ризиків на світових фінансових ринках постійно зростають. Український фінансовий ринок характеризується високим рівнем політичних, законодавчих, правових ризиків, значними коливаннями цін, кризовими явищами, тому він потребує оптимальної системи управління ризиками. Збільшується значимість ризик-менеджменту для банківської сфери.

Кожна банківська установа, що претендує на стійкий розвиток, повинна мати у своєму арсеналі систему управління ризиками [2]. Управління ризиками потребує їх класифікації та правильної оцінки. Існує багато класифікаційних ознак оцінки ризику та засобів його вираження. За сферою виникнення банківські ризики поділяють на фінансові та функціональні. Функціональні ризики виникають унаслідок неможливості здійснення своєчасного та повного контролю за фінансово-господарською діяльністю банку. Їх досить складно виявити й ідентифікувати, а також виміряти кількісно й виразити в грошових одиницях. Функціональні ризики можна знизити, удосконалюючи системи контролінгу: розробляючи внутрішні методики та техніко-економічне забезпечення проведення фінансових операцій [2]. Ризики, які виникають у сфері фінансового обігу, належать до групи фінансових ризиків і визначаються

ймовірністю грошових втрат у зв'язку з непередбаченими змінами в обсягах, дохідності, вартості та структурі активів і пасивів банку. Ризик характеризується невизначеністю та можливістю випадкової негативної події, його рівень визначається ймовірнісними показниками залежно від ступеня точності розрахунку ймовірності випадкової події. Розрізняють три методи оцінки: ймовірнісна (апріорна), статистична (апостеріорна), експертні оцінки (ексіматичні).

Економіко-математичні моделі системи ризиків банківської діяльності базуються на таких методах, як: метод Монте-Карло, VaR–метод, метод Дельфі, метод "дерева рішень", метод коефіцієнтного аналізу, метод рейтингів, аналітичні методи, що базуються на теорії ігор, метод "стрес-тестування", метод дюрації. Для інтегрованого кількісного виміру ризику, що має кілька джерел виникнення, використовують метод RAROC [3].

Класифікація ризиків за суб'єктивними ознаками: ризики, властиві країні в цілому, ризики, пов'язані з акціонуванням і приватизацією підприємства, ризики неефективності внутрішнього контролю, фінансові ризики, інвестиційні ризики, ризики неефективності системи обліку бізнесової діяльності, ризики внутрішньогосподарських розрахунків, ризики неплатоспроможності дебіторів, технологічні й екологічні ризики. Системними показниками ризику визначено зону допустимого ризику, зону критичного ризику та зону катастрофічного ризику.

Основним капіталом будь-якого банку є їх інтелектуальна та інформаційна власність. Українські банки починають застосовувати так звані інтрамережі, що використовують технології доступу до корпоративних інформаційних ресурсів банку. Інтрамережа є приватною комп‘ютерною мережею, що використовує технології глобальної мережі Internet. Вона дозволяє максимально використати переваги та істотно мінімізувати недоліки звичайних локальних і глобальних корпоративних мереж. Слід зазначити, що створення і підтримка інтрамережі обходиться дешевше. Такі мережі дозволяють банку сумістити сучасну архітектуру клієнт-сервер з Internet–технологіями та на базі цього отримати обчислювальне середовище, котре просте в реалізації, підтримці, розширенні та використанні та сприяє підвищенню продуктивності праці. Інтрамережі є надзвичайно гнучким і універсальним засобом, що дозволяє не тільки істотно скоротити витрати часу, але і найбільш раціонально використати обчислювальні інтелектуальні ресурси банку. Об‘єднання в єдину інформаційну систему новітніх методів формування первинних інформаційних ресурсів на основі використання цифрової техніки, сучасних методів доступу до мультимедійних даних, застосовуючи принципово нові способи і алгоритми їх обробки на основі Internet і Web технологій, є на сьогоднішній день найбільш перспективним напрямом розвитку інформаційних технологій [4].

Отже, головним завданням моделювання системи управління ризиками в банківській установі є підвищення фінансової стійкості та удосконалення механізмів управління. Економіко-математичне моделювання системи ризиків банківської установи необхідне для прогнозної їх оцінки з метою оцінки

інвестиційних проектів, надання комерційними банками кредитів підприємцям, страхування кредитів, депозитів та інших фінансових вкладень, застави майна, оцінки бізнес-планів тощо.

Список використаних джерел:

1. Готинчан І. З. Економіко-математичні методи і моделі: оптимізаційні задачі: навч.- метод. посібник. Видання 2-е, змінене і доповнене / А.Р. Семчук, В.І. Денисенко, І.З. Готинчан. – Чернівці: «Місто», 2018. – 176 с.
2. Івченко І. Ю. Економічні ризики. Навч. посібник / І. Ю. Івченко. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 134с.
3. Міщенко В. І. Банківські операції: підручник / В.І. Міщенко, Н.Г. Слав'янська, О.Г. Коренєва. – 2-е вид., переробл. і доп. – К. : Знання, 2007. – 318 с.
4. Пернарівський О. Аналіз та оцінка ризику ліквідності банку / Олександр Пернарівський // Вісник Національного банку України. – 2006. – № 10.

Мандрик Іван,
наук. кер. - Готинчан І.З.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м.Чернівці

Важливість використання економіко-математичних моделей для аналізу економічних процесів

У сучасних економічних умовах господарювання формування фундаментальних засад розвитку підприємств є актуальним завданням. У цьому аспекті виникає необхідність використання інструментарію, який органічно поєднує математичні методи для вирішення економічних проблем з метою отримання кількісних оцінок і моделей у процесі прийняття управлінських рішень[1, с.3].

Математичну модель можна представити як внутрішньо замкнуту систему математичних співвідношень без протиріч, яка служить дієвим інструментом відтворення певного класу якісних або кількісних функціональних характеристик, властивих економічному процесу чи явищу, що вивчається. Вона розвиває наші уявлення про закономірності та взаємозв'язки економічних процесів і допомагає формуванню наукового мислення та навичок порівняльного аналізу на новому, більш високому рівні. Тому для визначення характерних особливостей класу математичних моделей, які застосовуються в економіці, використовується термін «економіко-математичне моделювання».

Математи́чна еконо́міка досліджує економічні проблеми формально-математичними методами. Моделі економічних процесів базуються на

аксіомах, висновки виводяться з цих аксіом за допомогою дедукційних методів. Математичні моделі дозволяють формулювати економічні теорії строго і у загальній формі. Критика математичної економіки базується, здебільшого, на неможливості перевірки правдивості аксіом. У відповідь Мілтон Фрідман писав, що економічні теорії повинні оцінюватися за якістю передбачення дійсності, а не за можливостями перевірки аксіом.

Математичні методи в економіці почали використовуватися ще в XVIII столітті французьким економістом Ф. Кене. У XX столітті його « Економічна таблиця» послужила основою для побудови й розвитку численних моделей суспільного відтворення.

Еконóміко-математи́чні моде́лі — це моделі економічних об'єктів або процесів, при описі яких використовуються математичні засоби. Цілі створення економіко-математичних моделей різноманітні: вони будуються для аналізу тих чи інших передумов і положень економічної теорії, логічного обґрунтування економічних закономірностей, обробки і приведення в систему емпіричних даних. Економіко-математичні моделі вивчаються, оскільки проводити експерименти з економікою дуже складно, а часто і просто неможливо. При відсутності попереднього аналізу економічної ситуації такі експерименти можуть призвести до негативних наслідків (як економічних, так і соціальних).

Економіко-математичні моделі можуть бути призначені для дослідження як різних функціональних складових економіки (виробничо-технологічної, соціальної, територіальної структури), так і його окремих частин. Розглядають моделі всієї економіки в цілому та її підсистем — секторів, галузей, регіонів, комплексів моделей виробництва, споживання, формування та розподілу прибутків, трудових ресурсів, ціноутворення, фінансових зв’язків тощо[2, с.13].

До найбільш відомих економіко-математичних моделей відносяться моделі міжгалузевого балансу (статичні і динамічні), у яких широко використовуються системи лінійних рівнянь. Ідеї методу міжгалузевого балансу використовуються для побудови систем матричних моделей підприємств.

У економічній науці широко застосовуються також лінійно-програмні моделі для вирішення задач раціоналізації перевезення вантажів, вибору найкращих рішень в сільськогосподарському виробництві, ефективного розвитку галузі та окремого підприємства. Якщо завдання в силу складності об'єкта не може бути вирішеним за допомогою лінійного програмування, використовують методи нелінійного (опуклого) програмування. В економіко-математичних розрахунках використовуються і економіко-статистичні моделі, такі, наприклад, як виробничі функції, призначені для вираження випуску продукції через витрати різних факторів виробництва. Вони застосовуються, зокрема, для прогнозування розвитку економіки. Для аналізу складних економічних процесів застосовуються також моделі загальної економічної рівноваги, в яких, з одного боку, моделюється процес виробництва в галузях народного господарства, а з іншого — процес споживання різних груп споживачів.

У даний час накопичений великий досвід застосування економіко-математичних моделей для аналізу економічних процесів, прогнозування і планування. Дослідження математичної моделі дає змогу діставати характеристики реального економічного об'єкта чи системи. Тип математичної моделі залежить як від природи системи, так і від задач дослідження. У загальному випадку математична модель системи містить опис множини можливих станів останньої та закон переходу з одного стану до іншого (закон функціонування).

Таким чином, застосування економіко-математичного моделей є одним із найперспективніших напрямків економічних досліджень, що дозволяють не тільки оцінити процес з якісної сторони, а й надати обґрунтовану кількісну оцінку функціонування економічних систем та процесів, що в них відбуваються.

Список використаних джерел

1. Готинчан І.З. Економіко-математичні методи і моделі: оптимізаційні задачі: навч.- метод. посібник. Видання 2-е, змінене і доповнене / А.Р. Семчук, В.І. Денисенко, І.З. Готинчан. – Чернівці: «Місто», 2018. – 176 с.

2. Лугін О. Є. Економіко-математичне моделювання / О. Є. Лугін, В. М. Фомішина – К. : Знання-Прес, 2016. – 156 с.

3. Машина Н. І. Математичні методи в економіці / Н. І. Машина – К.: Вища школа, 2013. – 138 с.

Петришин Андрій,
наук. кер. – Дрінь І.І.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Аналіз систем автоматизації бухгалтерського обліку на ринку України

Ведення бухгалтерського обліку з використанням програмного забезпечення є вагомим і невід'ємним процесом господарювання більшості підприємств. Комп'ютеризація бухгалтерського обліку (як в цілому, так і окремих його ділянок) не тільки полегшує процес управління діяльністю, але й є необхідною умовою виконання ряду законодавчих вимог, зокрема щодо подання електронної звітності.

Крім того, автоматизовані системи бухгалтерського обліку використовуються для обробки облікової інформації. Використання програмного забезпечення дозволяє бухгалтеру отримати оперативну інформацію, зменшити кількість помилок при внесенні та обробці даних, що допускаються людським фактором.

Український ринок програмного забезпечення для ведення бухгалтерського обліку наповнений значною кількістю продуктів, зокрема «1С:

Бухгалтерія для України»; «Парус-Бухгалтерія»; «Діловод»; «SAP»; «IT-Enterprise: Бухгалтерія»; «ІС-ПРО» та інші. Не зважаючи на однакове призначення, наведені програми мають безліч особливостей, що тільки ускладнює процедуру їх вибору підприємствами. Крім того, протягом останнього десятиріччя набуває популярності така форма організації обліку, як аутсорсинг, активне поширення якої вимагає створення умов для підвищення якості надання таких послуг. Не останню роль в даному процесі відіграє контроль за впровадженням інтернет-комунікацій. Умови співпраці між аутсорсером та підприємством-замовником висувають свої критерії до програмного забезпечення. Враховуючи також складну політичну ситуацію в країні, проблема вибору програмного продукту, що повністю задовольнить потреби в накопиченні, обробці та поданні бухгалтерської інформації, залишається актуальною до сих пір.

Найбільш відомою та широко використовуваною є програма 1С. Вона є найпопулярнішим засобом автоматизації обліку в організаціях усіх галузей та видів власності. Основна характеристика цієї програми, яка відрізняє її від інших – наявність єдиної технологічної платформи. Дана платформа надає можливість побудови нескінченої кількості рішень. Саме така архітектура системи принесла їй популярність, оскільки забезпечує відкритість прикладних рішень, високу функціональність та гнучкість, масштабує від одного користувача до клієнт-серверних і територіально розподілених рішень, від найменших до великих організацій й бізнес-структур.

Призначення системи Парус полягає в роботі на малих підприємствах, які відносяться до широкого спектру галузей, серед них: виробництво, ЗМІ, торгівля, громадське харчування, сфера послуг, реклама тощо. Дана система досить проста, однак є потужною повнофункціональною, що надає можливість автоматизувати бухгалтерський облік, складський облік, кадровий облік, основні торговельні процеси, а також розрахунок заробітної плати.

В основі системи Парус лежить модульний принцип. Він являє собою набір модулів для автоматизації одного з основних видів діяльності підприємства, кожний з яких працює в автономному режимі або в колаборації з іншими модулями, тим самим формуючи інформаційний простір на підприємстві. На сьогодні прослідковується тенденція компанії Парус до розширення завдань, які можливо виконати за її допомогою. Вона створила технологію комплексного автоматизованого керування підприємством. Дана технологія почала вирішувати завдання оперативного й поточного планування, керувати дебіторсько-кредиторською заборгованістю, фінансовими ресурсами підприємства та ін.

Основними перевагами компанії Парус можна вважати її простоту в освоєнні, широкі функціональні можливості, а також її висока надійність, скорочення витрат на автоматизацію шляхом вибору оптимальної комплектації з можливістю її подальшого нарощування, можливість аналізу облікових даних та інформації в базі даних [2].

Необхідно зазначити, що програмні продукти компанії Парус здійснюють достойну конкуренцію аналогічним продуктам компанії 1С: відносна

дешевизна й простота реалізації. Ще однією, досить відомою системою, є система Галактика, особливість якої полягає у тому, що вона заснована на семи взаємозалежних контурах у системі керування підприємством. Ці контури орієнтуються на вирішення завдань, які стосуються всього управлінського циклу. До даного циклу відносять [4]: планування, прогнозування, облік та контроль реалізації виробничих планів. Об'єднання модулів в контури відбувається залежно від ресурсів, над якими здійснюється управлінська діяльність. А контури включені до автоматизованого виду діяльності.

Четвертий програмний продукт представлений компанією Інтелект-Сервіс - ІС-ПРО, що призначений для автоматизації обліку та управління в різних галузях. Авторами даного продукту є українські розробники, саме тому вона враховує всі сучасні законодавчі та економічні особливості держави. Програмний продукт ІС-ПРО надає можливість ведення оперативного, бухгалтерського та управлінського обліків.

Оперативний облік застосовує інформаційну базу для прийняття управлінських рішень. Це надає можливість керувати запасами, закупками та збутом, фінансовими та договірними відносинами, а також здійснювати розрахунки з працівниками. Бухгалтерський облік ведеться паралельно оперативному або в автономному режимі. Управлінський облік має виробити рішення щодо розвитку бізнесу. Це відбувається на основі інформаційної бази. В даному випадку управлінський облік схожий з системою Галактика. Вона так само забезпечує планування виробництва та збуту, здійснює збір даних, проводить порівняння фактичних та планових показників.

Характерною ознакою системи є надання можливості ведення обліку від будь-якої кількості юридичних підприємств, які незалежні одне від одного. Крім того є можливість створення окремого довідника системи, який буде загальним для декількох підприємств, які вибере користувач. Для підприємств, облік яких буде вестися з використанням програмного забезпечення, інстальованому на комп'ютер, підійдуть всі розглянуті продукти. Не дивлячись на прийняті санкції, найбільшою популярністю продовжує користуватися програма «1С:Бухгалтерія», яка має і «стаціонарну», і «хмарну» версії.

Наведений список бухгалтерських програм не є вичерпним, на українському ринку представлено набагато більше програмних продуктів для ведення обліку. Крім того, на вимогу часу з'являються нові, які враховують існуючі потреби.

Список використаних джерел:

1. Терещенко Л.О. Інформаційні системи і технології в обліку : навч. посіб. / Л. О. Терещенко, І. І. Матвієнко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 187 с.

2. Парус [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.parus.com/

3. Автоматизована система управління підприємством ІС-ПРО [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.intelserv.com/rus/images/stories/ISPRO2012.pdf

4. Информационные материалы о корпорации, программном продукте «Галактика» и услугах, предоставляемых Корпорацией при комплексной автоматизации предприятий [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://samzan.ru/212081

Пухальський Роман
наук. кер. – Королюк Ю. Г.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

CMS як сучасний засіб розробки веб-сайтів

Стаття присвячена розкриттю актуальності CMS системи у сучасній веб-розробці сайтів. Розкрито головні переваги та недоліки використання системи управління контентом сайту та її важливість в сучасній електронній комерції.

The article focuses on uncovering the relevance of CMS system in modern web development sites. Revealed main advantages and disadvantages of using the site's content management system and its importance in modern e-commerce.

Актуальність даної теми полягає у тому, що CMS системи стають невід'ємною частиною сучасної розробки інтернет-сайтів та відіграють надзвичайно велику роль в розвитку онлайн-підприємництві. Як показують дослідження, для вітчизняних торгівельних підприємств доцільніше використовувати інтернет-магазин, тому що він надає можливість продавати більший асортимент продукції та викликає значно більше довіри, ніж, наприклад, односторінковий сайт.

Метою статті є обгрунтування доцільності використання CMS систем у сучасній розробки веб-сайтів.

Об'єктом дослідження є новітні системи управління контентом сайту.

Предметом дослідження є висвітлення позитивних сторін при використанні CMS систем.

Система керування вмістом (контентом) (англ. Content management system, CMS) — це інформаційна система або комп'ютерна програма, що використовується для забезпечення та організації спільного процесу створення, редагування і управління вмістом (тобто контентом) сайтів (веб-додатків) [1, с. 495].

Система керування вмістом сайту – це по своїй суті ядро інтернет-ресурсу, його так званий «движок». Завдяки використанню сучасних CMS інтернет-підприємці отримують можливість вільно керувати контентом на сайті, оперативно та невимушено змінювати весь масив даних (тексти, рисунки і т.д.), розміщувати прайс-листи, опубліковувати різні новини та акційні пропозиції. Все це можна робити без особливих навичок та вмінь. Будь-яка людина може без особливих проблем освоїти CMS, а тому дана система є надзвичайно потрібною в сучасному «швидкому» світі.

На сьогоднішній час значна кількість сайтів є в мережі Інтернет. Їх можна умовно розділити на два типи: рукописні та на основі готового «движка». Кожен з таких видів має свої переваги та недоліки. Так, рукописні сайти є актуальними для масштабних проектів, яким потрібен дуже гнучкий ресурс, який буде задовольняти спеціалізований функціонал. Іншим видом сайтів за створенням є ресурс, який функціонує на базі вже готового програмного забезпечення. Найвідомішим таким є CMS система. Вона закликана поєднати потрібні можливості зі зручністю роботи.

Щоб проаналізувати важливість CMS системи в розробці сучасного інтернет-магазину потрібно перерахувати основні переваги та недоліки цих систем.

Основні переваги CMS:

Система дає можливість:

- вибору розширень і шаблонів з величезної кількості як платних, так і безкоштовних;
- налаштування дизайну і функціоналу «під себе»;
- можливість отримати готовий інтернет-магазин за короткий час;
- перенесення сайту з хостингу на хостинг;
- вебмайстер має можливість самостійно створювати або редагувати веб-сторінки.

Основні недоліки CMS:

- обмежені можливості налаштувань не підходять для унікальних сайтів;
- оновлення версії системи може супроводжуватися спотворенням структури;
- при підключенні плагінів потрібні додаткові ресурси на сервері.

По своїй суті, веб-сайт повинен рекламувати товар чи послугу в мережі Інтернет. Правильно продуманий сайт має великі шанси привести клієнта та отримати прибуток. Сучасна людина постійно шукає можливості заощадити свій час, а тому, наприклад, можливість купити товар чи послугу через мережу Інтернет стає дійсно значною перевагою не тільки для клієнтів, але і для розробників. Розробники, які створюють сайти на системі управління контентом є дійсно потрібними на ринку праці. А тому знайти роботу, якщо ти вмієш розробляти сайти на CMS не стане проблемою.

Системи управління контентом мають ряд переваг. Саме цей «движок» відповідає за простоту і зручність роботи з контентом, фактично виконуючи роль «адміністративного програмного блоку»[2].

Також CMS здатна вирішувати більш складні завдання, наприклад, такі як формування періодичних звітів з ефективності продажів або прогнозів, ведення бухгалтерського обліку, взаємодія з CRM-системою або навіть управління власною. Що в свою чергу надає можливість повністю керувати відділом продаж. По суті, це система, яка може трансформуватися під різні забаганки користувачів.

Дуже важливою складовою при створенні сайту на CMS є захищеність. Вони значно більш захищені, ніж рукописні сайти, тому що CMS системи реалізовують і підтримують професійні програмісти зі всього світу, що дає можливість забезпечити високий рівень якості програмного продукту. Що казати про різні доповнення, то вони реалізовані для різних вимог і фінансових можливостей. Є безліч доповнень, які покликані підвищити рівень захищеності від злому чи хакерській атаці. Таким чином сайти, які створені на таких платформах захищені сповна, тому що захист відбувається як зі сторони самих розробників, так і зі сторони користувачів.

Отже, підсумовуючи все вищезгадане, CMS системи – це невід'ємна частина сучасного сайтобудування, швидка можливість запустити проект в Інтернет та стрімко отримати результат. Для людей час – це гроші, а тому використання системи управління є оптимальним рішенням при створенні сайту, оскільки це економія часу і ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Молодь: освіта, наука, духовність: Тези доповідей. — К. : Університет «Україна», 2011. — 877 с.

2. Топ CMS: що підійде для Вашого бізнесу: інтернет ресурс. URL: https://clocklab.design/ua/top-cms-shcho-pidiyde-dlya-vashoho-biznesu-215.

Талалай Елизавета,
наук. кер. - Готинчан І.З.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Математичні методи і моделі як важливий аспект економічного аналізу

Досліджуючи математичну модель можна отримати можливість дізнатись та дослідити характеристики реального економічного об'єкта чи системи в цілому. Тип математичної моделі залежить як від природи системи, так і від задач дослідження. У загальному випадку математична модель системи містить опис множини можливих станів останньої та закон переходу з одного стану до іншого (закон функціонування).

Розглянемо основні типи економіко-математичних моделей (ЕММ), які класифікують за різними критеріями. За цільовим призначенням ЕММ поділяються на теоретико-аналітичні, які застосовуються для дослідження загальних властивостей і закономірностей економічних процесів (наприклад, модель Кейнса), та прикладні, призначені для розв'язування конкретних економічних задач (моделі економічного аналізу, прогнозування, управління тощо). Розв'язуючи економічні задачі, часто як критерії оптимальності беруть рівень рентабельності, продуктивність праці тощо. Ці показники математично виражаються дробово-лінійними функціями. Загальну економіко-математичну

модель у цьому разі записують так (розглянемо задачу визначення оптимальних обсягів виробництва продукції): позначимо через $c_j x_j$ прибуток від реалізації одиниці j -го виду продукції, тоді загальний прибуток можна виразити формулою:

$$\sum_{j=1}^{n} c_j x_j,$$

якщо $d_j x_j$ — витрати на виробництво одиниці j -го виду продукції, то

$$\sum_{j=1}^{n} d_j x_j$$

— загальні витрати на виробництво. У разі максимізації рівня рентабельності виробництва цільова функція має вигляд:

$$\max Z = \frac{\sum_{j=1}^{n} c_j x_j}{\sum_{j=1}^{n} d_j x_j} \qquad (1)$$

за умов виконання обмежень щодо використання ресурсів:

$$\begin{cases} \sum_{j=1}^{n} a_{ij} x_j \left|\leq, =, \geq\right| b_i \ \ (i = \overline{1,m}) & (2) \\ x_j \geq 0 \ \ (j = n). & (3) \end{cases}$$

Передбачається, що знаменник цільової функції в області допустимих розв'язків системи обмежень не дорівнює нулю. Очевидно, що задача (1) - (3) відрізняється від звичайної задачі лінійного програмування лише цільовою функцією, що дає змогу застосовувати для її розв'язування, за певного модифікування, вже відомі методи розв'язання задач лінійного програмування. В економіці існує значна кількість процесів, які описуються за допомогою нелінійних моделей. Внаслідок цього постає необхідність у дослідженні та вивченні методів розв'язання оптимізаційних задач, які описуються нелінійними моделями. Нелінійне програмування – це розділ математичного програмування, в яких цільова функція або хоча б одне з обмежень в системі є нелінійними.

Особливість задач нелінійного програмування:

1. В задачах лінійного програмування оптимальні розв'язки завжди знаходяться на межі області допустимих розв'язків. В задачах нелінійного програмування розв'язки можуть знаходитися і всередині області допустимих розв'язків.

2. Для задач нелінійного програмування не існує єдиного універсального методу їх розв'язання. В залежності від виду математичної моделі застосовують різні методи розв'язання.

Щодо використання математичних засобів на практиці, виділяють мінімум чотири напрямки застосування математичний моделей і методів у розв'язанні економічних проблем [1, с.114].

1. Модернізація системи економічної інформації. Завдяки математичним моделям, ми отримуємо можливість упорядковувати економічну інформацію, знаходити недоліки, якщо вони наявні, розробляти нові правила та вимоги для нової економічної інформації, а також її коригування. Використовуючи економічні моделі, ми можемо знайти шляхи вдосконалення економічної інформації, що зумовлює вирішення певних завдань управління та планування.

2. Підвищення рівня точності та правильності економічних розрахунків. Завдяки нормалізації економічних задач і використанню комп'ютерів, можливо значно прискорити розрахунок типових, масових розрахунків, надати точності і зменшити трудомісткість процесу.

3. Глибоке виявлення кількісного аналізу економічних проблем. За допомогою економічного аналізу, можна вивчити чинники, які впливають на економічні процеси, оцінювання наслідків змін умов розвитку економічних об'єктів.

4. Розв’язання принципово нових економічних задач. Завдяки математичному моделюванню, з’являється можливість розв’язати такі економічні задачі, які б в інший спосіб розв’язати було б практично неможливо. Наприклад, пошук оптимального варіанта народногосподарського плану, автоматизації контролю за економічними об’єктами [5, с.11].

Всі економічні процеси та явища є динамічними, оскільки вони функціонують і розвиваються не тільки у просторі, але й у часі. Для народного господарства в цілому, його галузей, регіонів чи окремих підприємств з метою їх стабільного функціонування та розвитку необхідно розробляти стратегічні та тактичні плани. Стратегічні плани містять параметри діяльності об’єктів, які характеризують їх віддалене майбутнє. Отже, вони мають розроблятися на основі динамічних моделей, для знаходження розв’язків яких застосовуються методи динамічного програмування. До задач динамічного програмування належать такі, що пов’язані з оптимальним розподілом капіталовкладень, розподілом продукції між різними регіонами, визначенням найкоротшого шляху завезення товарів споживачам, задачі щодо заміни устаткування, оптимального управління запасами тощо.

Отож, широко використовуючи різноманітні математичні методи, які є важливим аспектом щодо удосконалення економічного аналізу, можна підвищити ефективність та продуктивність діяльності підприємств та їхніх підрозділів. Математичне моделювання все більше і більше поширюється через високий рівень виробництва, зростання темпів науково-технічного прогресу, вимогами щодо підвищення ефективності використання природних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Баб’юк М., Петрик М. Основи математичного моделювання та застосування математичних методів у наукових дослідженнях // М. Баб’юк, М. Петрик. - Тернопіль: Підручники і посібники. – 1998. – 174 с.

2. Бугір М. К. Математика для економістів. Навчальний посібник // М.К. Бугір. – Тернопіль: Підручники і посібники. – 1998. – 520 с.

3. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: Навч. посібник //В.В. Вітлінський. – К.: КНЕУ. – 2003. – 408 с.

4. Готинчан І.З. Економіко-математичні методи і моделі: оптимізаційні задачі: навч.- метод. посібник. Видання 2-е, змінене і доповнене / А.Р. Семчук, В.І. Денисенко, І.З. Готинчан. – Чернівці: «Місто».- 2018. – 176 с.

Харько Юрій,
наук.кер. - Королюк Ю.Г.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Аналіз розвиткуінтернет-маркетингу в Україні

Актуальність проблеми розвитку інтернет-маркетингуполягає в порівнянні показників електронної комерції в Україні з показниками інших країн, завдяки чому можна зрозуміти наскільки розвинена ця галузь в Україні і які потенційні напрями руху для її подальшого розвитку.

Метою дослідження є аналіз можливих напрямків руху подальшого розвитку електронної комерції в Україні.

В дослідженні міжнародної консалтингової компанії McKinseyGlobalInstitute було виявлено закономірний зв'язок між рівнем розвитку Інтернету в країні, економікою і рівнем життя її громадян. До прикладу, завдяки постійному зростанню використання інтернет-технологійв розвинених країнах протягом 15 років, даний ріст вплинув на показник зростання ВВП на 10%. А з 2006 по2011 роки подвоїв свій вплив до 21 відсотка[2, с.3]. Це демонструє наскільки сильно Інтернет впливає на економіку, що особливо важливо для країн що розвиваються, де є можливість для швидкого стрибку рівня ВВП за допомогою інтернет-технологій. Для прикладу, в 2012 році темп росту ВВП України склав 0,2%. Якби індекс інтенсивності використання Інтернету був би на 10% більшим, то темп росту ВВП пришвидшився б до 1,2%. Це яскравий приклад того, наскільки розвиток інтернет-технологій важливий для України, і що розвиток даної галузі є одним з пріоритетних напрямків для українського бізнесу і державного апарату.

В порівнянні з розвиненими країнами,частка електронної роздрібної торгівлі в загальному обсязі України в 2019 році склала лише 1,9% (загальносвітовий показник становить близько 7%). За даними EcommerceEurope на 2017 рік, наша країна друга за зростанням електронної комерції серед усіх Європейських країн із показником у 31%,що,хоча, і показує дуже хорошу динаміку розвитку, але для того щоб досягнути рівня таких країн як Німеччина або Франція, потрібно збільшувати рівень доступу до Інтернету (який в Україні становить 67%, що найменше в Європі), а також відсоток покупців в Інтернеті, який на даний момент складає 22%[4].

Якщо розглядати витрати в інтернет-магазинах за рік, то вони становлять в українців лише 33 дол. США, тоді як у США на одну особу припадає 827 дол. США, у Великій Британії - 586 дол. США, у Німеччині - 433 дол. США. Це пов'язано з тим, що лише 22% користувачів Інтернету в Україні є інтернет-покупцями, тоді як у США цей показник дорівнює 82%.

З іншого боку, лише 4,7% всього населення України купує товари в інтернет-магазинах, тоді як врозвинених країнах більше половини населення здійснює покупки в Інтернеті (США - 53,1%,Німеччина - 64,0%, Велика Британія - 68,6%). Також особливістю електронної комерції в Україні є її зосередження, в основному, в деяких регіонах, що суттєво зменшує потенційну аудиторію [1, с.35-36].

Найбільшим стримуючим чинником щодо придбання товарів в Інтернеті для українців є ризикованість таких покупок (50%), а майже п'ята частина українців (а саме, 18%) вважають процес такої купівлі надто складними. Ці результати вказують на те, що компаніям які хочуть збільшити продажі в Інтернеті, потрібно запевнити покупця в безпечності покупки в їхніх Інтернет магазинах, а також спростити процес покупки.

Але спеціалісти компанії EVO business вказують, що довіра до Інтернет покупок зростає. За рік на маркетплейсах EVO (Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Shafa.ua) українці придбали товарів на 9,5 мільярдів гривень, та на 10,5 мільярдів гривень — на сайтах компаній на Prom.ua.Загалом на маркетплейсах у 2018-му витратили на 54% більше, ніж за минулий рік. Водночас кількість замовлень зросла на 47%[3].

Потенціал для розвитку інтернет-комерції в Україні дуже високий, і з кожним роком цей ринок буде рости. Розвиток таких компаній як Rozetka, EVO, Нова Пошта і багато інших пов'язаних з інтернет-торгівлею, разом зі збільшенням покриття України доступним інтернетом, довірою користувачів до інтернет-маркетингу, а також збільшенням відсотку використання банківських карток, додасть економіці України достатньо вагомий внесок до зростання, а значить і до зростання заможності її громадян.

Список використаних джерел:

1. Козлов В. В. Аналіз стану електронної комерції в Україні /Т. В. Томашевська // Статистика України. - 2017. - № 2. - С. 34-38.

2. James Manyika. The great transformer: The impact of the Internet on economic growth and prosperity[Електронний ресурс]/Charles Roxburgh // McKinsey Global Institute. -2011. - С. 1-3. – Режимдоступу:https://www.slideshare.net/ceobroadband/mgi-impact-ofinternetoneconomicgrowth

3. Денис Г. Підсумки і плани: e-commerce України 2018/2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://evo.business/itogi-plany-e-commerce-ukrainy-20182019/

4. European Ecommerce Report 2019 Edition[Електронний ресурс] / Режим доступу:https://www.ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2019/07/European_Ecommerce_report_2019_freeFinal-version.pdf

Чупак Богдан,
наук. кер. – Готинчан І.З.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Автоматизація обліку виконаних робіт з доставки замовлень малого приватного підприємства засобами 1С:Підприємство

1С:Підприємство є універсальною системою автоматизації економічної й організаційної діяльності підприємства. Оскільки така діяльність є достатньо різнобічною, система 1С:Підприємство може “пристосовуватися” до особливостей конкретної області діяльності, в якій вона застосовується. Для визначення такої здатності використовується термін *конфігурованість* – можливість налаштування системи на особливості конкретного підприємства і класу розв'язуваних задач. Досягається це завдяки тому, що 1С:Підприємство – не просто програма, яка існує у вигляді набору незмінних файлів, а сукупність різних програмних інструментів, з якими працюють розробники і користувачі. Логічно всю систему можна розділити на дві великі частини, які тісно взаємодіють одна з одною: *конфігурацію* і *платформу*, що управляє роботою конфігурації [1].

На сьогоднішній день такий вид діяльності, як вантажні перевезення, є невід'ємною частиною нашої життєдіяльності. Вантажі можна транспортувати в будь-яке місце, незалежно від обсягу і розмірів.

Транспортні послуги пропонують можливість вибору методу вантажоперевезень у залежності від строків доставки та його обсягу. Також відправник і одержувач можуть контролювати переміщення вантажу через диспетчера вантажоперевезень або глобальну мережу Інтернет.

Процес перевезення – сукупність операцій від моменту підготовки вантажу до моменту його одержання, пов'язаних з переміщенням вантажу. Операції, з яких складається процес перевезення, неоднорідні та відрізняються своєю тривалістю. Деякі операції створюють визначені етапи цього процесу, кожен з яких виконує свої задачі. Як окремі операції, так і етапи процесу перевезення залежать один від одного [2].

Малому приватному підприємству, що займається продажем товарів з доставкою, необхідно було автоматизувати облік виконаних робіт. Завдання обліку перевезень було реалізовано на платформі 1С:Підприємство 8.2. У створеній конфігурації *Доставка замовлень* передбачено довідники *Товари, Контрагенти, Кур’єри, Регіони, Посади* та *Співробітники,* в яких наводяться властивості відповідних об’єктів. *Види товарів* та *Типи цін* зазначені як перерахування. Ціни номенклатури на складі встановлюються документом *Встановлення цін* і фіксуються у періодичному регістрі відомостей *Ціни товарів,* а залишки й обороти номенклатури – в регістрах накопичення *Замовлення, Залишки, Доставка* та *Доходи*. У документах *Надходження товару, Замовлення, Зняття замовлення, Шляховий лист* та *Звіт кур’єра* є можливість автоматизовано описувати відповідні події господарської

діяльності фірми. У документах є можливість зробити підбір товарів із зазначенням встановлених цін, при цьому перевіряється наявність необхідної кількості товару на складі. Замовлення клієнта оформляється документом *Замовлення.* Якщо ж замовник за якихось причин відмовляється від свого замовлення чи його частини, то це замовлення знімається за допомогою документа *Зняття замовлення.* Коли клієнт зробив замовлення, менеджер зазначає потребу в доставці замовленого товару. Документом *Шляховий лист* на відповідну дату в певний регіон автоматично формується сукупність замовлень. Після доставки замовлень документом *Звіт кур'єра* маємо можливість отримати інформацію про доставку товару замовникам. Цим документом також зазначається список товарів, що повернуті на склад, та причина їх повернення. Відповідно до даних документів формуються звіти *Товари на складі*, *Замовлення.*

Створена конфігурація *Доставка замовлень* дозволяє автоматизувати проведення аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства. Вона має достатню функціональність для виконання необхідних розрахунків і одержання конкретних результатів.

Практична цінність даної розробки полягає у зниженні тимчасових витрат на обробку бухгалтерської й статистичної інформації, і як наслідок, прискорення процесу прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Радченко М. Г., Хрусталева С. Ю. 1С:Предприятие 8.2. Практическое пособие разработчика. Примеры и типовые приёмы // М. Г. Радченко, С. Ю. Хрусталева. – М.: ООО „1С-Паблишнг", 2009. – 874 с.
2. Основні принципи технології перевізного процесу// http:// www.virtual.ks.ua/essays-term-papers-and-diplomas/399-basic-principles-of-technology-transportation-process.html.

Янцеловська Яна,
наук.кер. -Дрінь І.І.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м.Чернівці

Практичне застосування економіко-математичної моделі транспортної задачі

Транспортна задача належить до розподільчих задач лінійного програмування,тому модель транспортної задачі можна використовувати для розв'язування задач,які не мають нічого спільного з транспортуванням вантажів. Наприклад,задачі розподілення робіт між робітниками,розміщення

сільськогосподарських культур за ділянками землі різної якості,оптимальне закріплення за верстатами операцій з обробки деталей, тощо[6,с.95].

Практичне застосування економіко-математичної моделі транспортної задачі наштовхується на відповідні труднощі. Насамперед,як правило,необхідно перевозити неоднорідні продукти. Тоді транспортна задача ускладнюється [1,с.115].

$$Z = \sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{n}\sum_{k=1}^{r} c_{ijk}x_{ijk} \rightarrow min$$

за умов

$$\sum_{i=1}^{n} x_{ijk} = a_{ik}$$

(i=1,m;k=1,r)

$$\sum_{i=1}^{m} x_{ijk} = b_{jk}$$

(j=1,n;k=1,r)

$$x_{ijk} \geq 0,$$

де k-вид продукції,яку треба перевезти.

У класичній транспортній задачі,як правило,критерієм оптимальності є мінімізація транспортних витрат,тобто розв’язується задача на мінімум[5,с.131]. Проте на практиці можливі випадки,коли необхідно знайти максимум цільової функції. Наприклад,необхідно розподілити робітників(верстати) між окремими видами робіт,щоб отримати максимальну сумарну продуктивність праці [6,с.165]. Подібна ситуація зустрічається під час оптимізації розміщення сільськогосподарських культур за ділянками землі різної якості. У цьому разі критерієм оптимальності є максимізація вартості вирощеної продукції [1,с.149].

У класичній транспортній задачі припускається,що витрати на транспортування лінійно залежать від обсягів перевезень. Але практично ця умова порушується,тобто такі зв’язки є нелінійними,стохастичними, тощо[5,с.129]. Особливої уваги заслуговує така транспортна задача,в якій необхідно мінімізувати час виконання заданих обсягів робіт. Наприклад,перевезення сировини та продукції,яка швидко псується. Цей критерій часто використовується під час оптимізації військових операцій,виконання сільськогосподарських робіт (збір урожаю), тощо[4,с.125].

Транспортна задача значно ускладнюється у виробничо-транспортних економічних системах,які виробляють продукцію і сировину в широкому асортименті,а для перевезення їх використовуються різні види транспорту [3,с.230].Транспортні задачі - найбільш поширений клас задач лінійного програмування,їх використання в управлінських процесах пов'язано з

визначенням такого плану перевезення вантажу від постачальників до споживачів, щоб загальні транспортні витрати були найменшими за умови, що мають бути задоволені потреби всіх споживачів. Транспортна задача за критерієм часу виникає при перевезенні термінових вантажів, коли загальна вартість перевезень має другорядне значення, а на перше місце виходить час. Вона не належить до задач лінійного програмування, оскільки її цільова функція не лінійна. Методика розв'язування цих задач базується на розвантажувальних циклах. Багатокритеріальні постановки транспортної задачі є моделями транспортних задач з кількома критеріями якості, наприклад загальна вартість перевезення вантажу та загальний час перевезення. Ця задача зводиться до скалярної транспортної задачі за допомогою згортки критеріїв якості до одного критерію, після чого вона розв'язується стандартними методами. Хоча транспортна задача є ефективною,не завжди вона використовується в практиці.

Список використаних джерел:

1. Вища математика. Ч. 3 / В. П. Лавренчук, Т. І. Готинчан, В. С. Дронь, О. С. Кондур// - Чернівці: Рута, 2002. — 168 с.
2. Вітлінський В.В. Математичне програмування: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни/ В.В. Вітлінський, С.І.
3. Наконечний, Т.О. Терещенко// - Вид. 2-ге без змін. - К.: КНЕУ, 2006. - 248 с.
4. Гетманцев В.Д. Математика для економістів. Дослідження операцій. Математичне програмування: Навчальний посібник /В. Д. Гетманцев// - К.: КНЕУ, 2006. - 308 с.
5. Іванюта І.Д. Практикум з математичного програмування: Навчальний посібник /І.Д. Іванюта, В.І. Рибалка, І.А. Рудоміно-Дусятська// - К.: Видавничий дім "Слово", 2008. - 296 с.
6. Мацюк Л.В.Элементы математического программирования: Учебное пособие для студентов-иностранцев /Л. В. Мацюк, А. А. Сиренко// - К.: Университет экономики и права "КРОК", 2010. - 50 с.

Андрієць Оксана,
наук. кер. - Вдовічен А.А.
Чернівецький торговельно-економічний інститут, КНТЕУ
м.Чернівці

Організація збутової діяльності підприємства

В практиці діяльності підприємств для забезпечення єдиного підходу до трактування збуту необхідно розглядати його в широкому та вузькому розумінні. З позицій виконуваних ним функцій та з урахуванням окремих елементів політики підприємства (управління, маркетингу, обліку) збут і маркетинг запропоновано розглядати як взаємозалежні категорії. Організація процесу збуту є складовою оперативно-господарської діяльності підприємства, на підвищення ефективності якої спрямовуються маркетингові зусилля. Збут більше стосується поточної діяльності, а маркетинг націлений на перспективу. Різниця в цілях організації маркетингу і збуту й методах їх досягнення вимагає розмежування маркетингової та збутової діяльності в обліковій практиці [1].

Організаційна структура управління збутом на підприємстві - це сукупність управлінських і виробничих підрозділів, що організовують і здійснюють комплекс збутових операцій подоведенні готової продукції споживачам відповідно до їх вимог [2].

Процес організації збутової діяльності на підприємстві доцільно розглянути як такий, що складається із двох напрямків [3, с.16]:

- по-перше, він повинен забезпечити оптимальне сполучення та ефективне використання усіх

видів економічних ресурсів для отримання фінансових результатів від виробничо-збутової діяльності;

- по-друге, процес організації через реалізацію функцій управління повинен координувати та контролювати збутову діяльність.

На організацію збутової діяльності на підприємстві та її ефективність впливають три групифакторів (за сферою, характером і тривалістю впливу). За сферою впливу виділяють такі фактори:

зовнішні (на рівні народного господарства, галузі, регіону):

внутрішні (на рівні підприємства, структурного підрозділу, робочого місця). За тривалістю впливу: постійні чи тимчасові. За характером впливу: економіко-фінансові; організаційно-правові; соціально-психологічні [4, с.54-55].

Отже, збутова політика підприємства повинна орієнтуватись на: отримання підприємницького прибутку в поточному періоді, а також забезпечення гарантії отримання в майбутньому; максимальне задоволення платоспроможного попиту споживачів; тривалу ринкову стійкість підприємства, конкурентоспроможність його продукції; створення позитивного іміджу на ринку та визнання з боку громадськості.

Список використаних джерел:

1. ГринівД.В. Організація та управління системою збуту на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/163-1.pdf
2. КаміловаС.Р.Управління збутовою діяльністю [Електронний ресурс] / С.Р.Камілова, Ю.Ю.Яцун– Режим доступу:file:///D:/Temp/337-1305-1-PB.pdf
3. ГнилянськаЛ.Й. Організація збутової діяльності підприємства [Електронний ресурс]/ Л.Й.Гнилянська, В.Я. Топоровський. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/27455/1/009-016-017.pdf
4. Теоретичні основи формування збутової політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2948/1/20161103_502.pdf

Андрійчук Ольга
наук. кер. - Круглянко А.В.
Чернівецький торговельно-економічний інститут, КНТЕУ
м.Чернівці

Роль та пріоритети іміджу підприємства в його функціонуванні

Як свідчать факти багатьох ринкових досліджень, конкуренція між підприємствами ведеться не на рівні цін та якості продукції, а на рівні іміджу підприємств. Турбота про імідж - ознака організацій, що розвиваються і прагнуть знайти своє обличчя. Усю різноманітність зовнішнього впливу сконцентровано в позиції суспільства, і саме тому формування власного позитивного іміджу організації сьогодні набуває особливої актуальності та практичної значущості й необхідності на основі комунікативних потоків у житті людей та високого рівня конкурентоспроможності на ринку.

Метою даної статті є дослідження, визначення і уточнення ключових аспектів іміджу підприємства, його характерних особливостей у процесі формування та підвищення рівня іміджу в ринково-конкурентному середовищі.

Фірми продають не тільки свій товар або послуги, але і свій імідж (товарний знак, девіз - слоган) - франчайзинг. Це висуває необхідність планування, розробки та впровадження фірмового стилю, формування потрібного іміджу з використанням різних технологій. Для цього необхідно періодично проводити зондаж громадської думки, моніторинг динаміки іміджу, його позитивного впливу на громадськість, ворожих дій конкурентів. Створення іміджу - питання стратегічного планування діяльності компанії. Привабливий імідж фірми може працювати довгі роки і підтримувати підприємство у важких обставинах. Тому при формуванні іміджу слід спиратися (в основному) на ті поняття і матеріальні об'єкти, які асоціюються у споживачів з вічними цінностями життя. У створенні позитивного іміджу

багато підприємств залучають клієнтів способом створення візуального образу. І це дійсно стає вдалою маркетинговою сходинкою за умови дотримання єдиного стилю, привабливості, чіткості і оригінальності.

Аналіз визначень вчених щодо поняття «імідж підприємства» показав, що єдиної думки не існує (табл. 1). Збіг думок вчених спостерігається відносно того, що імідж – це певний образ підприємства, що склався у споживачів про підприємство.

	Автор	**Визначення**	**Джерело**
	Ф. Котлер	Сприйняття компанії чи її товарів суспільством.	[1]
	Орбан-Лембрик Л. Е.	Враження, яке організація та її працівники справляють на людей і яке фіксується в їхній свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень	[1]
	Є.В. Ромат	Образ фірми. Єдність поглядів і емоційного сприйняття у цільової аудиторії, які пов’язані з фірмою.	[2]
	О.А. Феофанов	Уявлення, який методом асоціацій наділяє об’єкт додатковими цінностями (соціальними, естетичними, психологічними та ін.), не обґрунтованими в реальних властивостях самого об’єкта, але мають соціальну значущість для того, хто сприймає такий образ.	[3]
	В.П. Федько, Н.Г. Федько	Конструкція образу фірми для інших, діяльність по формуванню цінностей, культурних традицій, регіональних особливостей, потреб і очікувань суспільства.	[4]

Отже, єдиного визначення іміджу немає, кожен з дослідників розкриває певну сторону цього поняття. В будь-якої організації завжди існує імідж поза залежністю від того, хто над ним працює і чи працюють над ним узагалі.

Основними завданнями іміджу є:

1) Підвищення престижу фірми та покращення ефективності маркетингової діяльності

2) Полегшення введення на ринок нових товарів (послуг), тому що фірмі зі сформованим іміджем вивести товар на ринок значно легше.

3) Підвищення конкурентоспроможності фірми, тому що в умовах рівного товару конкуренція ведеться на рівні іміджів фірм.

На нашу думку, правильно сформований імідж дає підприємству можливість оперувати сприйняттям його діяльності суспільством, зміцнює конкурентні позиції, впливає на подальшу популярність загалом, що відображається на рівні продажів і полегшує впізнання продукції (послуги) на ринку. Недостатня увага до формування та підтримання іміджу істотно звужує можливості вітчизняних товаровиробників. Приступаючи до створення іміджу, необхідно з'ясувати: чим займається фірма в цей час й у перспективі; чим товари (послуги) фірми відрізняються від товарів (послуг) конкурентів; провести аналіз найближчих конкурентів, виділити їхні недоліки й перетворити

їх у свої переваги [5]. Отже, імідж - це те, що думають інші з приводу її діяльності організації. Тому донести до громадськості сенс діяльності організації, регулювати взаємодію, гармонізувати його - важлива складова в проблемі ідентифікації іміджу. По-перше роль іміджу в створенні конкурентних переваг в своїй основі визначають орієнтири та напрями розвитку людського капіталу організації, по-друге, розуміння іміджу підприємства як елемента конкурентної переваги передбачає зміну його місця й ролі серед ресурсів підприємства, а по-третє, позитивний імідж створює додаткову цінність та стає однією із важливіших складових конкурентної переваги, яка здібна забезпечити виживання підприємству в довгостроковій перспективі.

Список використаної літератури

1. П'ятіна О. С. Основні підходи до сутності іміджу в теорії і практиці державного управління / О. С. П'ятіна // Державне управління: теорія та практика. – 2014. – № 3. – С. 35-44

2. Ромат Е.В. Реклама: [учеб. пособ.] / Е.В. Ромот. – СПб.: Питер, 2001, - 496с.

3.. Феофанов О.А. Реклама. Новые технологии в России. Учебное пособие для подготовки профессионалов в сфере рекламы. - Санкт-Петербург: Питер, 2000.

4. Федько В.П. Основы маркетинга / В.П. Федько, Н.Г. Федько. – Ростов н/Д. : Фенікс, 2002. – 245 с.

5. Налісна Н. В. Процес формування сприятливого іміджу компанії / Н. В. Налісна // Вісник харківського політехнічного інституту. – 2012. – № 1. – С. 122-128.

Кірєєв Максим,
наук. кер. - Лошенюк І.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Сучасні маркетингові технології в ресторанному бізнесі

З кожним роком на території України з'являється достатньо велика кількість закладів ресторанного бізнесу. Вважається, що ресторанний бізнес є одним з найбільш складних напрямків в підприємництві, а тому метою даних закладів виступає піднесення престижу і збільшення прибутку, а також підвищення якості продукції та обслуговування. Керівники закладів для підвищення ефективності діяльності використовують інноваційні маркетингові види залучення клієнтів, серед яких найбільш дієвим є event-маркетинг.

Event-маркетинг - це практичне застосування маркетингу в організації та проведенні заходів і подій, які дозволяють сформувати лояльність клієнтів до заклади ресторанного бізнесу [1].

Сьогодні важко здивувати клієнта звичайним концертом чи дегустацією нових страв, а тому керівники щоразу шукають нові ідеї для залучення та утримання своїх клієнтів. Сучасним трендом у ресторанному бізнесі є використання інноваційних комп'ютерних технологій. Нововведенням є проекційний дизайн, повноцінний інструмент для PR ресторанів і кафе. За допомогою відеопроекції стіна кафе перетворюється на великий акваріум, а через 5 хвилин перед здивованими клієнтами розстеляється зелений луг, на якому розпускаються квіти і літають метелики, а через певний час клієнти вже в космосі серед мільйонів зірок. Дана ідея не тільки створює ексклюзивний дизайн кафе, ресторану або іншого закладу, але й надає можливість рекламувати продукцію, запроваджувати цікаві акції та пропозиції і т.п. [2].

У свою чергу, система eMenu виступає інтерактивною системою замовлень, що дозволяє клієнту легко і швидко ознайомитися з усім різноманіттям пропонованої продукції, в зручний для клієнта час без допомоги офіціанта зробити замовлення або попросити рахунок. eMenu підвищує загальну ефективність бізнесу і рівень сервісу: оперативне і чітке виконання замовлень збільшує доходи закладу, а повна автоматизація замовлення знижує навантаження на персонал.

Інтерактивні комп'ютерні столи - це майбутнє ресторанного бізнесу. Стіл надає можливість робити замовлення, грати в ігри, дивитись кіно або приготування замовленої продукції на кухні. Ефективним варіантом для закладу ресторанного бізнесу є тематичні вечори. При їх організації на вищому рівні, можна залучити клієнтів, створити для них незабутню атмосферу, невимушено спожити продукції більше, залишити позитивний відгук, і що найголовніше, порекомендувати заклад своїм друзям, колегам, знайомим. При організації тематичного вечора надзвичайно важливо створити атмосферу урочистості і затишку.

Останнім часом серед клієнтів стає дуже популярною дитяча тематика. Все більш стає поширеним правило: шлях до серця клієнтів лежить також через їх дітей. Можна запропонувати цікаве меню для дітей, в якому будуть страви з оригінальним дизайном. Цікавою ідеєю є організація дитячих майстер-класів з приготування нескладних фірмових страв. При цьому батьки також зможуть приймати учать або ж скуштувати фірмові новинки закладу.

На нашу думку, можна впроваджувати такі інноваційні послуги у сфері event-маркетингу ресторанного бізнесу, зокрема:

- організацію та проведення різних заходів, зокрема таких як офіційні прийоми, фуршети і бенкети,
- святкування ювілеїв і весіль, днів народжень, барбекю на природі та ін.;
- забезпечення доступу клієнтів до караоке-залів;
- кейтеринг;
- надання послуг флориста, дизайнера, букінг-артиста, фото і відео зйомки;
- організацію святкування з послугами відомих артистів різних жанрів, музичних колективів;
- надання послуг піротехніків, кондитерів;

- проведення дитячих свят з використанням дитячого меню, клоунів, улюблених персонажів казок, героїв мультфільмів, фокусників, ілюзіоністів, ляльковогo театру, шоу мильних бульбашок, рухливих ігор,

- кулінарних майстер-класів, турнірів із караоке;

- надання дитячого майданчика;

- надання VIP-будиночків;

- забезпечення та організація активного відпочинку - катання на квадроциклах, велосипедах, лижах, тощо;

- організацію риболовлі, полювання, збирання грибів та ягід

- організацію пейнтболу, гри в теніс, купання в басейні та перебування в сауні.

Отже, event-маркетинг є одним з найбільш вдалим інструментів паблік рілейшнз, який спрямований на отримання не одноразового ефекту, а довготривалого процесу у формуванні іміджу закладу ресторанного бізнесу, його впливу на інтереси і потреби клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Шалева О.І. Застосування інноваційних Інтернет-технологій у ресторанному бізнесі / О.І. Шалева // Торгівля, комерція, підприємництво. – 2013. – Вип. 15. – С. 142-145.

2. Расулова А.М. Сучасні маркетингові комунікації в управлінні підприємствами ресторанного бізнесу / А.М. Расулова // Інноваційна економіка. - 2015. Вип. 4. - С. 215-220.

Котлик Дар'я
наук. кер.- Лошенюк І.Р
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м.Чернівці

Перспективні напрямки розвитку маркетингу

Однією з сучасних концепцій управління маркетингом і способом досягнення кінцевої мети підприємства стає емоційний маркетинг. Поява цієї концепції є наслідком розвитку ринку, економіки, конкуренції. Сьогодні для отримання від споживачів відповідної реакції на маркетингові зусилля, потрібно щось «надзвичайне», яке позитивно ними сприйматиметься і запам'ятається.

Ефективні маркетингові комунікації не можливі без емоційної складової. Емоції представляють собою суб'єктивний стан споживача, що виникає у нього у відповідь на вплив зовнішніх і внутрішніх факторів та виявляється у формі безпосередніх переживань [1]. З емоціями пов'язують ряд позитивних функцій, зокрема: мотиваційно-регулюючу; комунікативну; сигнальну та захисну. Мотиваційно-регулююча функція полягає в тому, що емоції беруть участь у

мотивації поведінки споживача, можуть спонукати, спрямовувати та регулювати її. Комунікативна функція несе у собі інформацію про психічний і фізичний стан споживача, завдяки яким вони краще розуміють один одного. Спостерігаючи за змінами емоційних станів, споживачі, що належать до різних культур, спроможні безпомилково сприймати і оцінювати багатоманітність товару. Сигнальна функція визначається тим, що емоції допомагають встановлювати значимість товарів для задоволення актуальних для них потреб. Емоційно-виразні рухи (міміка, жести, пантоміміка) виконують функцію сигналів про те, в якому стані знаходиться система потреб споживача. Захисна функція виражається в тому, що, виникаючи як моментальна, швидка реакція споживача, може захистити його від небезпек.

Характер переживання (задоволення або незадоволення) визначає знак емоцій - позитивний або негативний. З точки зору впливу на споживача емоції поділяються на сценічні і астенічні. Сценічні емоції стимулюють діяльність, збільшують енергію і напругу сил споживача, спонукають його до вчинків, висловлювань. І, навпаки, іноді переживання характеризуються своєрідною скутістю, пасивністю, тобто це астенічні емоції. Залежно від ситуації та індивідуальних особливостей споживача емоції по-різному впливають на його поведінку. Радість може проявлятися як слабка за силою емоція, наприклад, коли споживач відчуває почуття задоволення від купівлі товару, захоплення - емоція більшої сили, гнів виявляється в діапазоні від дратівливості і обурення до ненависті і люті, страх - від легкого занепокоєння до жаху. Ступінь усвідомленості емоцій також може бути різною. Часом споживачу важко зрозуміти, яку емоцію він відчуває від товару і чому вона виникає.

Емоційні переживання носять неоднозначний характер. Один і той же товар може викликати неузгоджені, суперечливі емоції. Якості, що характеризують кожну конкретну емоційну реакцію, можуть поєднуватися різним чином, що створює різноманітні форми їх вираження. Основні форми прояву емоцій - чуттєвий тон, ситуативна емоція, афект, пристрасть, стрес, настрій і почуття. Чуттєвий тон виражається в тому, що багато відчуттів споживача мають своє емоційне забарвлення. Відтак, споживачі, не просто відчувають запах чи смак, а сприймають його як приємний або неприємний. Образи сприйняття, пам'яті, мислення, уяви також емоційно забарвлені. Ситуативні емоції виникають у процесі життєдіяльності споживача частіше за всіх інших емоційних реакцій. Їх головними характеристиками вважають відносну короткочасність, швидку зміну емоцій, зовнішню наочність.

Саме емоції впливають на переконання та змінюють поведінку споживача. Нові емоції створюють нові реакції, змінюючи самого споживача. При донесенні повідомлення, зміні поведінки споживача або впливу на його рішення необхідно використовувати ефективні інструменти впливу-емоційні. Відтак, маркетинг є один із найбільш вагомих і впливових. При цьому

емоційний фактор є більш складним, ніж раціональний (когнітивний), а у рішенні про купівлю товару спочатку переважають емоційні фактори, а потім раціональні. Однак можливий і зворотній рух: від когнітивних факторів до емоційних [2]. Зміна парадигми маркетингової комунікації приводить до того, що традиційні способи спілкування з аудиторією втрачають свої позиції. Брендам треба знаходити інший шлях впливу на споживача і таким є емоційний маркетинг. При оцінці товару споживач порівнює між собою його численні характеристики, проте прийняття рішення про купівлю часто ним відкладається. Це відбувається тому, що товар його не захоплює, він не сподівається отримати від нього враження, хоча його як потенційного споживача усі якості товару влаштовують. При цьому потреба у враженнях при прийнятті рішення про купівлю товару може стати вирішальною. Споживачі мислять не тільки раціональними категоріями, дуже часто цей процес має емоціональний характер, а тому вплив на емоційну складову думки споживача, побудова міцного емоційного зв'язку між товарами (торговими марками, брендами) і споживачем є головним завданням і виробника, і продавця. Емоційний маркетинг потребує обдуманого, скрупульозного і неемоційного підходу.

Основним інструментом маркетолога повинен бути - емоційний аналіз, тобто вміння думати і відчувати за споживача. Сучасна реклама привчила споживача до того, що він купує, наприклад, не матрац, а річ, яка дає можливість «коригувати» фігуру і підтримувати хребет у здоровому стані, не цукерки, а «райську насолоду», не електричну плиту, а «чудо-піч» тощо. Споживачеві пропонують заздалегідь вже ті враження, які, на думку підприємств, можуть його зацікавити, привернути увагу, викликати бажання ними володіти, щоб отримати певне задоволення. Виробники стимулюють у споживача бажання випробувати щось нове, невідоме, щоб ініціювати подальші закупівлі. Проте, враження, частіше за все, є результатом впливу маркетингових інструментів на підсвідомість споживача.

Таким чином, емоційний маркетинг передбачає організацію таких комунікацій, які б створили у споживачів емоційний зв'язок між ними і торговою маркою (брендом). Емоційно налаштовані споживачі краще піддаються впливу, позитивно оцінюють своє ставлення до бренда, відчувають гордість за те, що можуть бути власниками товарів і радіють від процесу їх споживання. Виробники товарів повинні свої зусилля спрямовувати на те, щоб споживачі досягали максимального задоволення від товарів і були в захопленні від того, що вони їх придбали. Емоційний маркетинг націлює як виробничі, так і торговельні підприємства на те, що вони повинні виробляти не товари (послуги), а враження. І коли почуття і переживання споживача будуть займати центральне місце в діяльності підприємства, тоді воно зможе бути успішним на ринку.

Список використаних джерел:

1. https://revolution.allbest.ru/marketing/00460399_0.html
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. -14-е изд. - СПб. : Питер, 2014. - 800 с.

Матковська Леся,
наук. кер. – Вдовічена О.Г.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Особливості брендингу компаній з виробництва і просування кави в м. Чернівці

Виготовлення і продаж товарів та послуг вимагають значних фінансових вкладень, а також ґрунтовних досліджень щодо попиту споживачів та пропозицій, які пропонуються фірмами-конкурентами. Поведінка споживачів при виборі того чи іншого продукту ніколи не є спонтанною, адже маркетологами сформовано сильне асоціативне сприйняття сутності товару чи підприємства. Цей системний процес впливу на споживачів з метою здійснення купівлі, повторення її в майбутньому й подальшої прихильності до бренда називається брендингом [1] . Тому жоден продукт не зможе отримати значний успіх серед потенційних покупців без якісно організованої маркетингової кампанії підприємства та потужного брендингу, навіть якщо продукція найвищої якості та реалізується за помірними цінами. Виготовлення та торгівля кавою також являється фінансово затратним і кропітким процесом, що вимагає від засновників бренду значних зусиль щодо утвердження своїх позицій та позиціонування як лідера на ринку.

Тож одним із найбільш розвинених та впізнаваних брендів, що займаються виробництвом та продажем кави в Чернівцях є ТОВ «Бакара Кофі Компані», що займається виробництвом кави під власною торговою маркою «Bacara Cafe» з початку 2015 року. Діяльність підприємства, направлена на задоволення потреб споживачів зернової та меленої натуральної кави в Україні. Виробництво є повністю орієнтованим на сприяння популяризації української продукції, розвиток українського бізнесу, та надання стабільних робочих місць населенню, а оскільки воно являється відкритим, тут проводяться екскурсії усім бажаючим, що ще більше викликає довіру до бренду. Основним принципом діяльності компанії є якість у всіх аспектах роботи, направлена на швидке та масштабне просування бренду по всій Україні.

У 2018 році компанія вперше відкрила кав’ярні формату «coffee to go» під власною торговою маркою «Bacara Coffee». Концепція цих закладів є унікальною, оскільки це заклади з невеликою площею та в основному без посадочних місць, де готують стовідсоткову арабіку на професійних кавомашинах за доступними цінами. Розвиток і розширення діяльності даного підприємства свідчить про високу довіру клієнтів, а також формування цільової

аудиторії та впізнаваності торговельної марки, що дозволило засновникам бренду не тільки обсмажувати кавові зерна і продавати їх, а також самостійно здійснювати продаж власної продукції без участі торговельних посередників [3].

Розвиток підприємства залежить в першу чергу від якості самої продукції, правильності обсмаження кавових зерен і безпосереднього приготування кави. Проте не менш важливим напрямком розвитку є просування підприємства та його брендинг. Брендинг являється однією із найважливіших складових маркетингу, а також створення й просування торгових марок для формування довгострокової переваги. За допомогою маркетингових і рекламних технологій брендинг бореться не просто за споживача, а за його емоції, за його прихильність до товару, за його душу й лояльність. Завдяки правильному брендингу, споживач, в остаточному підсумку, вибере саме ваш товар з маси аналогічних [2]. За цей напрямок роботи відповідає провідний маркетолог, що займається підбором та розробкою брендової продукції у точках продажу своїх клієнтів, забезпеченням її наявності, організацією та проведенням спільних заходів і активностей. Суть роботи маркетолога полягає у допомозі клієнтам підвищувати рівень впізнаваності та продажів через популяризацію ТМ «Bacara Cafe» серед кінцевих споживачів. Менеджмент бренду відкритий до співпраці, а тому завжди з радістю шукає разом з клієнтами нові маркетингові рішення, які можна втілити в життя.

Досить потужним конкурентом для компанії «Bacara Coffee» є інший виробник зернової та меленої кави в Україні – «BUCO». BUCO або Bucovinian Coffee – це українська торговельна марка із виробничими потужностями у м. Чернівці. Власне із самої назви стає зрозумілим намір довести споживачам, що українська кава може бути смачною, запашною та корисною. Команда бренду прагне внести на вітчизняний ринок новий смак, нову якість, новий підхід у обсмаженні кави. Головна мета – залишити свій слід у кавовій культурі України [4].

Для того, щоб краще оцінити конкурентні переваги розглянутих торговельних марок варто звернути увага на інформацію наведену в таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика брендів з виробництва кави у Чернівцях

Критерій порівняння	**BACARA**	**BUCO**
Основні напрямки діяльності:	Виробництво кави (під власною торговою маркою і під приватлейблами); продаж кави гуртом та в роздріб (купажів та моносортів); продаж кавового обладнання та аксесуарів; проведення тренінгів бариста.	Обробка і фасування кавових зерен; продаж та реалізація кави

Країни-постачальники сировини	Бразилія, Ефіопія, Уганда, Гондурас, Колумбія, Бурунді, Сальвадор	Бразилія, Колумбія, Коста-Ріка, Ефіопія, Танзанія, В'єтнам
Цінова політика підприємства	Продукція знаходиться в середньому ціновому сегменті	Продукція знаходиться в нижньому ціновому сегменті
Основні принципи діяльності:	Стандартизація усіх процесів; максимальна клієнтоорієнтованість; міцна, надійна команда спеціалістів; постійний контроль у всіх сегментах діяльності.	Правильно поєднані сорти кави; обсмаження при потрібній температурі; рівномірний помол кави.
Переваги співпраці з брендом:	Безкоштовна доставка при замовленні продукції від 10 кг; використання ростера марки «Торег», що входить в ТОП-3 найякіснішого у світі обладнання для приготування кави; за рахунок пропрацьованої маркетингової стратегії партнери отримують більше лояльних клієнтів - вплив на підвищення продажів +30% за перших 2 місяці роботи.	Натуральність (для виробництва використовуються лише натуральні зерна без домішок); якісне обсмаження; унікальність рецептури, що поєднує до 4-ох різних сортів кави; свіжість

Отже, якщо робити висновок з інформації наведеної в таблиці, стає очевидним, що ТМ «Bacara» здійснює порівняно ширшу діяльність ніж її прямий конкурент. Аналізуючи основні принципи діяльності наведених брендів, можна дійти висновку, що ТМ «BUCO» в основному орієнтується на підвищенні якості самої продукції, коли «Bacara» здійснює діяльність зі створення якісної продукції та міцної команди, що намагається максимально задовольнити потреби клієнтів. Також, якщо порівнювати переваги співпраці з кожним із брендів, то можна побачити, що «Bucovinian Coffee» робить акцент в основному на високій якості продукції, тоді як його конкурент доповнює якісну продукцію пропрацьовано комунікативно політикою, щоб заохотити до співпраці все більше нових клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Муллер М. В. Брендинг як інструмент стратегічного маркетингового управління: теорія та практика / М. В. Муллер, М. О. Муллер // Економіка і регіон. – 2017. – № 5. – С. 75-79. – Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2017_5_16
2. Шаманська О. І. Брендинг як напрямок маркетингової діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О. І. Шаманська, В. Г. Саветін, Ю. А. Марчук // 2. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1846.
3. Bacara Україна. Виробник кави в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://bacara.com.ua/.
4. Кавова мануфактура «BUCO» – якісна українська кава оптом! [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://bucocoffee.com.ua/.

Несторак Наталія,
наук. кер. – Лошенюк І.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Нові види маркетингу в діяльності підприємств

Альтернативою традиційного маркетингу сьогодні виступає новий маркетинг - нетрадиційний, заснований на інноваційних принципах і підходах. Його новизна пов'язана насамперед з появою і формуванням нестандартних (нетрадиційних) підходів та нових видів маркетингу у діяльності підприємств на ринку. До них можна віднести нейромаркетинг, когнітивний і сенсорний маркетинг, інтернет-маркетинг, в тому числі мобільний, вірусний і партизанський, buzz-і блог-маркетинг, event - маркетинг (подієвий маркетинг) та інші.

Одним із нових видів маркетингу, що став широко використовуватись підприємствами є нейромаркетинг (технологія ZMET). Його суть полягає в тому, що для дослідження підсвідомості споживача застосовують набори картинок, зображення яких викликають у споживачів позитивні емоції і запускають приховані образи-метафори, що стимулюють покупку. На їх основі конструюють графічні колажі, які згодом закладають в основу рекламних роликів. Маркетингова технологія ZMET є досить популярною серед підприємств, яку використовують багато великих компаній, в тому числі «Coca-Cola», «Procter&Gamble», «General Motors», «Eastman Kodak», «General Mills», «Nestle» та інші [1]. У новому методі нейромаркетингу, заснованому на даних магниторезонансного сканування, також застосовують спеціально підібрані картинки, проте в цьому випадку реакцію клієнта з'ясовують не в бесіді з психологом, а шляхом аналізу знімків його мозку. Відтак, нейромаркетинг надає підприємствам нові механізми вибудовування максимально ефективної політики просування, зокрема рекламної кампанії з урахуванням психологічних (і навіть фізіологічних) особливостей споживачів. Такий метод маркетингу дозволяє підштовхнути споживачів до певного рішення, використовуючи індивідуальний підхід.

Іншим видом маркетингу, що формує нестандартні підходи до діяльності підприємств на ринку та їх впливу на споживчу поведінку, є когнітивний маркетинг. Когнітивний баланс між суб'єктом і адресатом маркетингової діяльності, що володіють характеристиками розвиненої комунікативної особистості, є першопричиною розробки технологій споживання і збуту. Базисними принципами когнітивного маркетингу, які формують інноваційний погляд на діяльність підприємств, є соціальна комунікація, досягнення рівня когнітивного балансу та програмування споживчої поведінки споживача.

Новим напрямком виступає нині сенсорний (чуттєвий) маркетинг або маркетинг відчуттів. Він пов'язаний з впливом на п'ять видів органів почуттів споживача: зір, слух, нюх, смакове сприйняття і дотик. У відповідності з теорією сенсорного маркетингу товари (бренди) повинні пахнути, звучати, мати

власний унікальний смак і давати тактильні відчуття. Найбільш поширений різновид чуттєвого маркетингу - аромамаркетинг, який за допомогою ароматизації повітря створює стимулювання продажів і сприятливого впливу товарів на споживача. Маркетингові дослідження свідчать про те, що наявність приємних ароматів змушує споживачів проводити в підприємствах на 15-20% довше, ніж зазвичай, що позитивно позначається на рівні продажів [2]. Аромамаркетинг спонукає також до імпульсивних покупок, дозволяє виділитися серед конкурентів, підкреслити стиль, імідж та статус підприємств. Унікальність сенсорного маркетингу полягає в тому, що можна впливати на аудиторію не тільки при безпосередньому контакті в місцях продажів, але і через рекламу, посилаючи споживачам не стільки раціональні мотиви придбання, скільки емоційний заклик згадати, відчути і т.п.

Нові види маркетингу, зокрема такі як мобільний, вірусний, партизанський (провокаційний) або побут-маркетинг і блог-маркетинг, пов'язані насамперед з реалізацією концепції інтернет-маркетингу (цифрового маркетингу).

Мобільний маркетинг дозволяє використовувати прийоми інтернет-маркетингу з допомогою мобільного телефону. Водночас мобільний маркетинг передбачає використання мобільної реклами з допомогою Інтернету, переваги якої полягають, на нашу думку, в наступному: показник відгуку на рекламну площадку в мобільному інтернеті у 5-10 разів вище, ніж у провідному; високий показник запамятовуваності рекламної інформації - досягає 60%; коефіцієнт прибутковості цього каналу реклами вище, ніж у випадках з традиційними майданчиками, а витрати на розміщення є значно нижчі. Завдяки цьому мобільна реклама досі залишається однією з найбільш дешевих і затребуваних.

Разом з тим SMS-реклама - найбільш поширений спосіб візуальної комунікації за допомогою мобільного телефону. MMS-реклама - візуальне медіа (банери, міні-ролики), яке може використовуватися у всіх видах рекламних кампаній. Вона краще сприймається абонентами, володіє більшою запамятовуваністю. SMS/MMS-реклама забезпечує персоналізовану доставку інформації і має мінімальний відсоток ухилення - абонент, як правило, обов'язково прочитує рекламне повідомлення. При цьому SMS/MMS - маркетинг включає як прості рекламні розсилки, так і різні акції - конкурси, вікторини, розіграші призів, опитування, голосування і т.п.

Вірусний маркетинг використовує звичку споживачів ділитися інформацією з оточуючими. Суть його полягає у тому, що користувачі транслюють повідомлення, які містять потрібну інформацію, добровільно - за рахунок того, що вона їм цікава. Просування за допомогою вірусного контенту може приймати різноманітні форми - відео, фото, флеш-ігри і т.п. Вірусний маркетинг є стратегією, при якій товар, послуга або їх реклама так впливають на споживача, що він «заражається» ідеєю поширення певного контенту і сам стає активним ретранслятором. Вірусний маркетинг передбачає ситуацію, коли споживач не шукає товар спеціально, а вплутується в якусь гру або конкурс і за допомогою цього спілкується з брендом.

Інноваційні маркетингові (рекламні) технології вірусного характеру часто називають партизанським (провокаційною) маркетингом. Він використовує всі види комерційних інформаційних технологій (форуми, чати і блоги), співтовариство справжніх партизан-моберів, що дали початок новій рекламній пропозиції: провокаційні ігри, збирають в реальному міському середовищі натовп глядачів (від англ. flash-mob - «миттєвий натовп»), а також впровадження в життя ігрових сценаріїв для бренду - «лайф плейсмент» (life placement) [3].

Buzz-маркетинг або маркетинг шумом - донесення інформації за допомогою штучно створених і поширених чуток. Для перетворення чуток в реальний інструмент партизанського маркетингу потрібно створити велике співтовариство зацікавлених споживачів (наприклад, найняти агентів) і стимулювати їх поширювати ці чутки. Останнім часом підприємства у своїх маркетингових комунікаціях починають освоювати нові та перспективні напрямки, зокрема такі як блоги, форуми, медійні підкасти, сайти, які розміщують self-generated контент, що сприяє появі такого поняття, як блог-маркетинг, або блогінг.

Блоги (відкриті щоденники) - ефективна форма безкоштовної реклами, якої так потребують споживачі. Вони легко відстежуються, дають можливість генерувати і вимірювати ділову активність, дозволяють створювати хороші відносини і в підсумку перетворюють клієнтів у прихильників підприємств. Цінність отримання зворотного зв'язку безпосередньо від споживачів очевидна, а блоги забезпечують її в глобальному масштабі. Можна використовувати блогінг і всередині підприємства, щоб допомагати співробітникам генерувати і застосовувати нові ідеї, залучати їх до нових проектів і наділяти повноваженнями, вдосконалювати свої комунікативні здібності. Блогінг робить більш доступними такі складні інструменти маркетингу як дослідження ринку і тестування товарів, допомагає підприємствам правильно реагувати на негативні події і т. п. Інтернет став найважливішим чинником світового розвитку, що надає унікальні можливості дешевого, надійного і конфіденційного глобального зв'язку та чинить величезний вплив на міжнародний бізнес. Виникнення і розвиток єдиного інформаційного простору призвело до зміцнення фінансової, економічної і технологічної єдності підприємств. Проте існують і реальні загрози, що знаходяться в мережах цифрового простору, які пов'язані з трансформацією особистості. Зокрема, з допомогою Інтернету можна виховувати споживача не дуже політично активного і вимогливого, але регулярно утилізуючого певні види товарів. У свою чергу, Інтернет формує певну транснаціональну мову, за якої глибина понять зникає, зменшується значення слова як носія сенсу, але при цьому не зникають емоції. Блоги дозволяють вільно обговорювати різні процеси життєдіяльності споживача, формуютьпсихологічний ексгібіціонізм, тобто готовність здійснювати покупки абсолютно відкрито, не маючи перешкод. Вільне і безвідповідальне блукання по мережі формує фрагментарну свідомість, так як в Інтернеті користувача ведуть підказки і покажчики від фрагмента до фрагмента.

Заради швидкості отримання кінцевого результату споживач може обходити логічні ланцюжки, засвоюючи тільки висновки. при цьому здатність до розумових процесів, до самостійного аналізу атрофується. Проте блукання по мережі без усякого ризику і витрат стимулює імпульсивність поведінки, тобто формує імпульсивного споживача. Враховуючи те, що 90% покупок являються імпульсивними, розрахунок маркетологів очевидний. Відтак, психологи і соціологи попереджають про небезпеку фрагментарної свідомості, а маркетологи і мерчандайзери, навпаки, його вітають. В даний час інформаційний потік управляє рухом товарів і грошей, формує нові кількісні характеристики інноваційної економіки, що забезпечує якісні зміни в інтернет-маркетингу, які безпосередньо пов'язані з розвитком інновацій. Для досягнення успіху маркетологи повинні вміти обґрунтовано оцінювати ефективність сучасних інформаційних технологій у діяльності підприємств та спрямовувати їх на максимальне задоволення потреб споживачів..

Таким чином, нові види маркетингу формують інноваційні підходи, пов'язані з нестандартними рішеннями діяльності підприємств, що здійснюють суттєвий вплив на сприйняття товару і споживчу поведінку. При правильному використанні інноваційних видів маркетингу підприємства отримують значну конкурентну перевагу і можливість прогнозувати поведінку споживачів, партнерів, конкурентів та отримувати позитивні результати діяльності на ринку.

Список використаних джерел

1. Романюха С. Метаморфная модель Зальтмана ZMET — история и суть методологи: https://psyfactor.org/lib/zmet.htm
2. Окландер Т.О. Інноваційні методи впливу на споживачів: аромамаркетинг / Т.О. Окландер // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №3. –Т.2.
3. Лошенюк І.Р. Особливості стратегії позиціонування діяльності підприємств // Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах євроінтеграції: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (м. Львів, 24.01.2019 р.) : тези доповідей. – Львів : Львівський торговельно-економічний університет, 2019. – 376 с.

Пашанюк Христина,
наук. кер. – Лошенюк О.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Реінжиніринг ланцюга поставок як спосіб його удосконалення

Сьогодні одним із найважливіших завдань діяльності підприємств є формування ефективних ланцюгів поставок, які спроможні реалізувати стратегічні цілі та максимально задовольнити різнобічні потреби споживачів.

Вміле управління ланцюгами поставок дозволяє скоротити витрати на шляху руху товарів від виробника до кінцевого споживача, сформувати у керівництва чітке уявлення про планування та прогнозування попиту, складання бюджету, визначення території та частки продажу товарів, налагодження необхідних зв'язків, здійснення контролю, оцінки індивідуальної діяльності персоналу та тенденцій їх змін у майбутньому. Водночас надається можливість підготовки до успішного та продуманого впровадження інформаційних технологій, покращення взаємодії між персоналом та структурними підрозділами підприємства, підвищення інвестиційної привабливості на ринку.

Реінжиніринг виступає визнаним та ефективним інструментом управління ланцюгами поставок, проте достатньо дорогим. Проблема полягає в тому, що сьогодні недостатньо досліджені питання щодо вимог та умов, пов'язаних із забезпеченням ефективності застосування цього логістичного інструменту в діяльності підприємств. Відсутні приклади успішної практики щодо реалізації ефективних моделей реінжинірингу логістичних бізнес-процесів. Проте сучасна практика діяльності підприємств потребує нових організаційно-економічних механізмів реалізації інструментарію реінжинірингу для удосконалення їх ланцюгів поставок.

За своєю сутністю реінжиніринг представляє собою комплексну процедуру, яка передбачає розробку нових ділових процесів на підприємстві шляхом перепроектування існуючих процесів, на основі інтенсивного використання у нових процесах електронних систем, зміни умов ведення бізнесу, що дає можливість отримання додаткових конкурентних переваг [1]. Відтак, на нашу думку, реінжиніринг є сукупністю бізнес-процесів, які спрямовані на підвищення ефективності управління підприємством та забезпечення його конкурентоспроможності на ринку.

На підприємствах чітко виділяються дієві напрями реінжинірингу, які, по-перше, розглядаються як організація бізнес-процесів підприємств для досягнення покращень в основних показниках діяльності: вартість, якість, послуги, темпи і т.п. По-друге, реінжиніринг виступає потужним інструментом, який запроваджується за певних обставин, які вимагають масштабних змін та збільшення ефективності діяльності підприємств. При цьому основним завданням реінжинірингу є забезпечення витримки підприємств у конкретній ситуації, різке прискорення його реакції на зміни у вимогах споживачів, зокрема: підвищення ступеня задоволення споживачів, орієнтація на їх поточні і майбутні потреби; скорочення тривалості циклу просування товарів, зменшення кількості процесів та їх вартості, зниження витрат часу на виконання збутових функцій; покращення процесу управління якістю; підвищення ефективності рішень та ініціативи кожного окремого працівника; забезпечення прискореного впровадження нових технологій [2].

Разом з тим, реінжиніринг у ланцюгу поставок можливий тільки за умови його ефективної організації та співпраці партнерів у ньому. Завдяки партнерству в ланцюгу поставок можна досягти істотного зниження запасів у дистрибуційних центрах, покращити використання транспортних потужностей та скоротити терміни виконання замовлення споживачів.

Найефективнішими функціями управління ланцюгами поставок, на нашу думку, є те, що вони забезпечують підприємствам тривалу конкурентну перевагу: еластичність (швидко реагують на раптові зміни в попиті або пропозиції); гнучкість (пристосовуються до організаційних структур і лідерських ринкових стратегій); низька витратність (характеризуються великою швидкістю поставок і низькими витратами); врахування інтересів партнерів (враховують інтереси всіх партнерів у мережі постачання так, що партнери, які діють заради власних інтересів, водночас забезпечують ефективне функціонування всього ланцюга поставок).

Важливим є вміння підприємства адаптувати ланцюги поставок до ринкових реалій. Успішні підприємства мають зазвичай більше, ніж один ланцюг поставок, що збільшує витрати, але це значно розширяє можливості дистрибуції кожного товару і запобігає втраті еластичності. Вагоме значення відіграє взаємне врахування інтересів бізнес-партнерів: якщо інтереси одного учасника не збігаються з інтересами інших, то його дії не збільшуватимуть ефективності всього ланцюга. Для заохочення до більшої ефективності керівниками підприємств використовуються такі методи як вільний обмін інформацією з постачальниками і споживачами; визначення ролі, завдання і сфери відповідальності постачальників і споживачів; встановлення ризиків, витрат і прибутків, які зумовлюють впровадження нових ініціатив [3].

Реінжиніринг бізнес-процесів у ланцюгу поставок потребує також врахування зовнішніх чинників, а саме: технологічних, соціальних, демографічних, політичних, нормативно-законодавчих тощо, які здатні впливати на структуру каналу. Окрім зовнішніх чинників, на структуру ланцюгів поставок можуть також впливати: вид товару та етап його життєвого циклу, на якому він перебуває; розмір та розташування підприємств; тип ринку та особливості потреб споживачів; попит та пропозиція у кожному ринковому сегменті; рівень конкуренції у галузі; сучасні форми та формати дистрибуційних підприємств тощо.

Значною умовою забезпечення ефективного реінжинірингу логістичних бізнес-процесів у ланцюгах поставок є партнерство між його учасниками. Його мета полягає у забезпеченні довгострокових відносин співпраці, які побудовані на довірі, коли якість, інновації та корисність гармонічно доповнюють конкурентну ціну. Чинниками, які здатні впливати на розвиток партнерства у ланцюгах поставок, є: інформаційна революція; високі вимоги споживачів стосовно товарів, їх якості, витрати, обслуговування, постачання; зростання конкуренції у межах розвитку глобальних ринків; поява нових технологій, підприємницьких структур. Кожний з даних чинників відіграє вагоме значення у створенні, розвитку та інтеграції ланцюгів поставок. Партнерство ґрунтується на спільних інтересах та сприяє успішному функціонуванню ланцюга поставок. При цьому кожний партнерський зв'язок у ланцюгу утворює та підтримує інші мотивації щодо просування товарів.

Отже, реінжиніринг бізнес-процесів відіграє досить значну роль у формуванні та управлінні ланцюгами поставок підприємств. Успішна його реалізація підприємствами надає змогу забезпечити оптимізацію процесів

постачання, підвищити якість товарів та надання логістичних послуг, посилити надійність транспортування, удосконалити системи складування та прискорити збут.

Список використаних джерел:

1. Ходова Я. О. Реінжиніринг як ефективний механізм реорганізації логістичних бізнес-процесів. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної. – 2017. – Вип. 15. С. 242-247.
2. Іпполітова І.Я. Ефективність здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на компанії / І.Я. Іпполітова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. № 13. – С. 264-270.
3. Перепроектування логістичних бізнес-процесів у ланцюгах поставок / Н. І. Чухрай, С. І. Матвій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2014. – № 811. – С. 403-413. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/29574/1/060_403_413.pdf.

Петренко Анастасія,
наук.кер. - Лошенюк І.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м.Чернівці

Інноваційні види маркетингу в закладах ресторанного господарства

Сьогодні на ринку з'являється достатньо велика кількість закладів ресторанного господарства, які для підняття престижу і збільшення прибутку, а також підвищення якості обслуговування клієнтів використовуютьінноваційні види маркетингу.

Одним із найбільш ефективних видів маркетингу у закладах ресторанногогосподарстваєevent-маркетинг,який передбачаєпроведення та організаціюрізноманітних заходів і подій. Саме вони приваблюють клієнтів, знайомлять їх з продукцією та дозволяють отримувати прибутки.

Практично всі інноваційні види маркетингу побудовані на використанні можливостей Інтернету**.** Відтак, кожен бажаючий клієнт може забронювати столик в Інтернеті. При цьому bonline замовленні клієнти вказують (час, кількість персон, передзамовлення тощо), а також залишають свої контакти. Завдяки цьому клієнту-замовнику на телефон надійде sms-сповіщення або йому зателефонують із закладу особисто для підтвердження замовлення.

Новинкою є наявність wi-fi, який для клієнтів відіграє головну роль при виборі закладу ресторанного господарства або відпочинку. З вільним доступом до Інтернету під час очікування замовлення можна переглянути новини, поспілкуватися з друзями у соціальних мережах, послухати музику тощо.

Велику популярність у клієнтів отримали QR-коди і наявність електронного меню. QR-код - двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію.

Це вдалий маркетинговий хід, завдяки якому привертають увагу клієнтів. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути on-line меню, де вказані всі позиції, що є у них в наявності.Це зручний спосіб, що спрощує процес вибору і замовлення страв безпосередньо на місці або через доставку[1].

Широко використовуються меню на вітринах та при вході у дані заклади. Вільний доступ до меню полегшує роботу персоналу у закладах ресторанного господарства, клієнти мають змогу самостійно ознайомитися з переліком страв і не відволікати офіціантів від роботи.

Дисплеї, які вбудовані у стіни, шафи, столи стали не лише оригінальним способом привернення уваги клієнтів, але й вдалим дизайнерським рішенням. Технологічно оновлений інтер'єр гарантує зацікавленість клієнтів. Дисплеї можуть транслювати музичні кліпи, новини, а також використовуватися як екрани для доступу до Інтернету. Відповідно на них можна встановити програми з доступом до карт, схем транспортних маршрутів тощо.

До інноваційних новинок можна віднести наявність вмонтованих у ресторанах розеток до різних гаджетів. Нові види смартфонів швидко втрачають заряд і можливість його підживити є необхідністю для багатьох клієнтів. Також це зручно для ділових клієнтів, яким потрібно багато працювати за комп'ютером чи ноутбуком. Подібні нововведення у закладах ресторанного господарства дають змогу вести справи поза межами офісів.

Окрім цього для даних закладів дуже важливими і перспективними є організаційні та продуктові маркетингові новинки. Зокрема, креативна подача страв використовується длятого, щоб дивувати клієнтів. Кухарі вигадують нові способи оформлення замовлень, наприклад, для ресторанів із зіркою Мішлен звичною є подача на великому блюді маленької за розміром страви з нестандартною подачею. Зараз набирає поширення оформлення страв з імітацією під текстури (камінь, трава, мотузки тощо).

Також заклади намагаються привертати увагу клієнтів сучасними та креативними концепціями оформлення. Модною тенденцією є концепція «openkitchen», коли клієнти мають змогу спостерігати за процесами, які відбуваються під час приготування страви. Попитом користуються тематичні ресторації та кафе зі специфічним дизайном та нетрадиційними підходами до обслуговування[2].

Стала популярною тенденція закупки продукції для ресторанних закладів з фермерських угідь, у людей, які самостійно займаються вирощуванням овочів, фруктів, доглядом за тваринами, рибальством. Більшість рестораторів роблять спробу повністю перейти на еко-продукцію, яка коштує дорожче, але має вищу якість та найкраще задовольняє потреби клієнтів.

Не втрачає свою вагомість кейтеринг. Останнім часом зросла кількість різноманітних виїзних церемоній, проведення заходів на свіжому повітрі. Забезпеченням страв займаються загалом спеціалізовані кейтерингові агенції. Проте деякі заклади також включають кейтеринг до переліку своїх

маркетингових послуг.Такий маркетинговий інструмент приваблює нових клієнтів та розширює можливості самого закладу.

Отже, заклади ресторанного господарства повинні враховувати сучасні event-технології для ефективного залучення своїх клієнтів. Впровадження інноваційних технологій у ресторанній сфері приводить до збільшення кількості клієнтів, до розширення асортименту продукції та способів її подачі, а також до пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищуютьконкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел:

1. Завгородня О.Є. Додаткові послуги та інновації в соціокультурному просторі ресторанного бізнесу // Культура України. - 2016. - Випуск 52. - С.129-139.

2. Карпюк О.А. Event-менеджмент ресторанного бізнесу України як інструмент маркетингових комунікацій / О.А. Карпюк, А.О. Сингаєвська // Імплементація наукових засад та перспективи досконалої маркетингової діяльності підприємств як ринково-орієнтованої концепції їх розвитку: колект. монографія. - Житомир: Вид-во Євенок О.О.,2017. - С.331-359.

Серебрянська Олена,
наук. кер. – Лошенюк О.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Сучасні тенденції управління ланцюгами поставок

Торговельні підприємства, які сьогодні успішно працюють на ринку, виходять за межі функціонування свого внутрішнього середовища і охоплюють процеси, які пов’язані з надходженням товарів і наданням послуг від інших підприємств та постачанням їх безпосередньо споживачам. Дані процеси складають ланцюг поставок, ефективність управління яким оцінюється на основі сукупності виконання внутрішніх операцій та операцій по взаємодії підприємств з постачальниками та споживачами товарів і послуг.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку важливо забезпечити ефективне управління ним, яке насамперед пов’язане з прийняттям рішень щодо постачання товарів у підприємство, зокрема вибором найоптимальнішого постачальника або постачання товару з власного чи іншого розподільчого центру. У процесі формування сучасних ланцюгів поставок торговельні підприємства повинні ретельно вивчати та постійно адаптуватись до змін у попиті і пропозиції на товари. При цьому особливого значення набувають питання розуміння потреб споживачів, які має задовольняти конкретний ланцюг та починатися з ідентифікації ключових характеристик

товарів, які він пропонує на ринку. Головними і традиційними суб'єктами ланцюгів поставок є виробник, оптовий і роздрібний торговець. Управління ланцюгами поставок нині проводиться за концепцією стратегічної взаємодії з постачальниками та споживачами (Supply Chain Management-SCM), забезпечуючи підприємствам високу клієнтоорієнтованість. Головною метою концепції SCM є інтеграція усіх елементів ланцюга поставок, яка ґрунтується на взаємодії і взаємовигідній співпраці підприємства з постачальниками та споживачами товарів і послуг [1]. При цьому повинні враховуватися правила організації торгівлі, логістики, маркетингу та менеджменту, реалізація яких досягається шляхом узгодження між підприємством та постачальниками відповідних умов комерційних угод, етичних норм ведення підприємницької діяльності, вимог суспільства та споживачів.

Водночас в управлінні ланцюгами поставок відбуваються зміни під впливом сукупностей економічних, політичних, соціальних, технологічних та інших факторів. Зокрема, економія масштабу дозволяє знизити собівартість товарів, запровадження стандартів якості підвищує безпечність товарів, новітні технології у просуванні та зберіганні продовжують терміни збереження товарів та забезпечують більшу гнучкість ланцюгам поставок [2].

В управлінні ланцюгами поставок сьогодні інтенсивного розвитку отримує новий вид діяльності (співробітництва), який отримав назву «холодна» логістика. Увага у ній акцентується на побудові зв'язків між операторами ланцюга поставок, виробниками товарів та торговельними підприємствами. Сутність «холодної» логістики полягає у збереженні необхідного температурного режиму на всьому ланцюгу поставок. Особливо це стосується швидкопсувних товарів, а також товарів фармацевтичного ринку, який активно розвивається в напрямку біотехнологій. Система ланцюгів холодних поставок є системою «холодної» логістики, яка надає низку засобів для підтримки ідеальних умов для зберігання швидкопсувних товарів та їх транспортування з пункту відправлення до пункту споживання [3]. Учасники ланцюга холодних поставок починають застосовувати у своїй діяльності системи моніторингу температурного режиму під час транспортування та зберігання товарів. Ця система моніторингу дає змогу контролювати температуру і відносну вологість на всіх етапах ланцюга постачання: виробництво – зберігання – транспортування – реалізація. Не дивлячись на те, що «холодна» логістика на ринку займає конкурентоспроможну позицію, проте вона не може забезпечити нагальні потреби споживачів. Існує незадоволений попит на ланцюг холодних поставок, основним завданням якого є дотримання температурних умов під час переміщення товару від первинного джерела до кінцевого споживача. Проблема «холодної» логістики полягає не лише у нестачі складських приміщень і транспортних засобів, але й у відсутності достатнього контролю за якістю перевезень і зберігання товарів. Відтак, попит на логістичних операторів в Україні є високим, а пропозиція низькою, що потребує подальшого насичення ринку і вдосконалення управління ланцюгами поставок.

Таким чином, організація ефективного управління ланцюгами поставок потребує комплексного підходу та постійної оптимізації усіх його складових

елементів від виробника до кінцевого споживача. Якісне управління постачанням товарів та інтеграція ланцюга поставок у загальну підприємницьку діяльність сприятиме встановленню підприємством раціональних критеріїв вибору постачальника. У свою чергу, концепція ланцюгів поставок дозволяє сформувати вимоги до організації надходження товарів, обрати найефективніший вид каналу розподілу, що відповідає цілям та завданням підприємства.

Список використаних джерел:

1. Меджибовська Н.С. Сучасні тенденції управління ланцюгами поставок [Текст] : / Н.С. Меджибовська / Праці Одеського політехнічного університету. – 2018. – 283 с.
2. Шванський В.С. Особливості формування ланцюгів поставок продовольчих товарів [Текст] : / В. С. Шванський / Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2017. – С. 14-17.
3. Крикавський Є.В. Від холодної логістики до ланцюгів холодних поставок [Текст] : / Є. В. Крикавський, Т. В. Наконечна / Національний університет «Львівська політехніка». – 2016. – С. 79-84.

Чобан Анастасія,
наук.кер. – Лошенюк О.В.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Застосування інформаційних технологій в управлінні ланцюгами поставок

Сьогодні управління ланцюгами поставок стає прогресивним і динамічним процесом продажу товарів, який кардинально змінює діяльність підприємств. Особлива роль належить інноваціям у сфері просування та реалізації товарів, які допомагають підприємствам залишатися конкурентоспроможними на ринку, відслідковувати сучасні тенденції у попиті споживачів та пропозиції виробників, успішно впроваджувати інновації у процеси постачання товарів та послуг на підприємства. Сучасні інформаційні технології виступають вагомим інтеграційним чинником внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства та суттєво впливають на формування та управління ланцюгами поставок.

Ефективне використання інформаційних технологій надає змогу підприємствам розробляти чіткі плани щодо оптимізації своїх ланцюгів поставок і ефективніше управляти ними. Відтак, створення інтегрованих інформаційних систем важливе не тільки з погляду точного виконання

замовлення ланцюгом поставок, але із іншої причини – цього вимагають європейські вимоги у сфері моніторингу товарних потоків [1].

Сучасні інформаційні технології забезпечують найвищу надійність і оперативність інформації шляхом зменшення неточностей у процесі збору, передачі та обробки; забезпечуючи швидке оновлення інформації і доступу до неї. Вони дозволяють усувати посередників з ланцюжка і з'єднувати виробника товарів та кінцевого споживача.

В управлінні ланцюгами поставок нині виділяються головні проблеми, що стоїть перед підприємствами - це нестача товарів (out-of-stocks) і надлишок товарів (overstocks). Нестача товарів (out-of-stocks) може спричинити різке зменшення чи взагалі припинення продажу певних товарів, невірну оцінку SKU і постачальників, зниження лояльності споживачів і навіть їх втрату. Надлишки товарів (overstocks) призводять до замороження коштів, створюють для підприємств додаткові відсотки за кредитами, що у свою чергу приводить до відсутності можливості споживачам придбати необхідні товари. Водночас надлишкові запаси ведуть до старіння товарів і появи повернень, списань, розпродажів і т.п. [2]. Як правило, зусилля підприємств фокусуються і витрачаються на ті товари, продажі яких невеликі, а це є свідченням того, що одночасно відбувається зниження продажів інших товарів.

Виробники, пропонуючи свої товари торговельним підприємствам, ставлять за мету продати їх відповідно до планів та поповнити витрачений виробничий ресурс. За таких умов у ланцюзі поставок починає працювати push - виштовхування: виробник-дистриб'ютор, дистриб'ютор - ритейлер. Ситуація, за якої ритейлер влаштовує акції або інші заходи стимулювання, є спробою просунути товар далі, привчаючи споживача за дешевої ціни купувати більше своєї потреби товарів.

Перед підприємствами постає завдання як одночасно мати у наявності необхідні товари, нарощувати їх продажі та ефективно управляти витратами при мінімальних запасах товарів. Виникає необхідність у побудові ланцюжка витягування, а не виштовхування. Оптимального функціонування ланцюга поставок дозволить досягти введення буфера для управління запасами по всьому ланцюжку поставок і побудова системи витягування. При цьому велике значення надається використанню IT- технологій, серед яких найбільшої популярності отримали хмарні технології, зокрема такі як SaaS TMS, WMS, SCM системи як нове середовище для обробки і зберігання інформації торговельними підприємствами [3]. З використанням хмарних технологій змінюється і спрощується ведення підприємницької діяльності, створюється можливість доступу до програми через інтернет всім користувачам. Інтернет речей (IoT), в першу чергу, надає можливість процесорам спілкуватися і взаємодіяти між собою. Наприклад, палета знає, що на неї завантажили і може спілкується про це з автомобілем. Холодильник стежить за збереженням товару і сам робить замовлення на поповнення. Шина сигналізує про те, що її пора міняти і т.п. Розвиваються інтелектуальні асистенти - додатки для допомоги з покупками, які можуть спілкуватися з покупцями і пропонувати рішення їх

проблем (чат-боти). Дана тенденція стає каталізатором розвитку електронної комерції.

Широкого поширення набули сьогодні соціальні мережі ((Yammer, Google, Salesforce, Facebook), які підприємства використовують для внутрішньокорпоративної комунікації. Запроваджуються також спеціалізовані логістичні соціальні мережі, які в ланцюгах поставок будуть полегшувати процеси пошуку постачальників і перевізників, звірку та аналіз рейтингів, репутації, обговорення спільних проектів тощо.

Незабаром у ланцюгах поставок бурхливого розвитку отримають процеси роботизації: робот-водій не втомлюється, не помиляється, не краде, може в онлайні приймати складні завдання і тут же їх виконувати.

Таким чином, за допомогою віртуальної реальності в учасників ланцюгів поставок з'явиться можливість: вибирати товари та перевіряти їх викладку, спілкуватися, проінспектувати склад, онлайн-рітейл, що безумовно приведе до позитивних результатів діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку.

Список використаних джерел:

1. Управление цепями поставок, IT-тренды [Електронний ресурс]. – Режим доступа : https://www.intalev.ua

2. Amazon показала першу доставку дроном товару з магазину [Електронний ресурс]. – Режим досуту : https://ukr.segodnya.ua

3. Лошенюк О.В. Логістичні аспекти управління продажем товарів підприємствами // Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах євроінтеграції: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених: тези доповідей. – Львів: ЛТЕУ, 2019. – 376 с.

Шульга Анастасія,
наук. кер. – Лошенюк І.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Маркетингові комунікаційні технології в управлінні брендами підприємств

Розвиток інформаційних технологій та маркетингових комунікаційних засобів сформували новий погляд на концепцію управління брендами вітчизняними підприємствами ресторанного бізнесу. Застосування сучасних каналів просування продуктів (послуг) вплинули на форми ведення конкурентної боротьби, співпрацю та спілкування зі споживачами і значно посилили вимоги до якісних та сервісних параметрів ресторанних послуг, розширення сфери діяльності та спектру послуг ресторанного бізнесу.

Сучасні підприємства ресторанного бізнесу в управлінні діяльністю використовують різні інструменти маркетингових комунікацій, серед яких

останнім часом суттєвого розвитку отримав Інтернет-маркетинг, соціальні та корпоративні медіа, програми лояльності та нішевої сегментації споживачів.

Дієвим каналом маркетингових Інтернет-комунікацій є власний web-сайт, який представляється набором інформаційних блоків та інструментів для роботи з одним або декількома сегментами цільової аудиторії. Аналіз показав, що ресторани найбільш активно використовують ресурси Facebook та Instagram. Сьогодні кількість користувачів соцмереж наближається до 79% всіх відвідувачів Інтернету [1]. Нова практика маркетингу вимагає нестандартного підходу, креативності, нових інструментів впливу і виборчого підходу до кожного завдання. З огляду на це, перед маркетологами та керівниками підприємств ресторанного бізнесу постає завдання щодо пошуку та впровадження нових засобів впливу на психологію споживачів.

Ефективним каналом розповсюдження інформації є вірусний маркетинг – процес створення і розміщення медіа-вірусу – цікавого та привабливого контенту для збільшення кількості переданих повідомлень. Надзвичайною популярністю серед споживачів залишаються вірусні повідомлення типу «До закінчення акції – 70% на будь-яку вечерю залишилося…», які з'являються на багатьох непов'язаних сайтах. Такі заходи здатні значно підвищити відвідуваність сайту конкретного підприємства ресторанного бізнесу [2].

Сервісні можливості інтерактивного електронного меню дозволяють відвідувачам замість звичного меню користуватися iPad-ом для ознайомлення з переліком страв, картою вин, їх описом. При цьому є можливість самостійно визначити калорійність обраних страв, вартість замовлення і т.п. Широкого застосування набуває QR-кодування, необмежені можливості якого створюють умови для онлайн-взаємодії підприємств і споживачів. На вході до підприємства розміщують рекламний плакат або меню з нанесеним кодом, зчитавши який, користувач може переглянути меню, ознайомитись з сайтом ресторану, вивчити та проаналізувати відгуки, а потім прийняти рішення про його відвідування.

Сучасні маркетингові технології розширюють можливості WiFi-сервісу, перетворюючи його на один із найефективніших каналів комунікацій, який передбачає спілкування через WiFi-портал, де є інформація загального характеру, корисні додатки, а головне – персональна сторінка для представлення бренду підприємства; розміщення реклами; організації маркетингових локальних компаній з використанням купонів, конкурсів, опитувань і директ-маркетингу; створення розвиненої системи збору статистики й аналітики; планування продажів за рахунок розуміння рівня інтересу споживачів до інформації на порталі та конкретних пропозицій.

Вдалою інформаційною технологією, що найбільше нині використовується у ресторанному бізнесі, є мобільний маркетинг, який діє через мобільні додатки, SMS- та Bluetooth- маркетинг. Мобільні Android- та Ios-додатки представляються актуальним трендом у формуванні позитивного ставлення до бренду, які дозволяють підприємствам не стільки збільшувати споживацьку базу, скільки підвищувати лояльність вже існуючих споживачів.

SMS-маркетинг виступає потужним та вдалим способом прямої комунікації зі споживачем за рахунок своєї інтерактивності. Така інформаційна технологія є дуже поширеною, оскільки надає можливість для швидкого ознайомлення споживача з послугами, новим меню, знижками, акціями та спеціальними пропозиціями. Телефонна база споживачів будується за результатами заповнених анкет у ресторані, де споживач вказує свої дані та номер телефону, цим самим погоджуючись на розсилку повідомлень. Аналогічні можливості маркетингової он-лайн взаємодії має Bluetooth-маркетинг, який дозволяє організувати безпечну і надзвичайно швидку доставку різного медіа-контенту на мобільні телефони користувачів у зоні поширення Bluetooth-зв'язку. Нетрадиційним каналом маркетингових комунікацій є технологія розпізнавання обличчя SceneTap, яка передбачає встановлення відео-камер на входах в бари для сканування особи відвідувачів, аналізу зібраної статистики та передачі інформації потенційним відвідувачам і власникам. У загальному вигляді SceneTap деталізує статистику ресторанного бізнесу по відвідувачах за статтю, віком, часом приходу/виходу, кількістю та асортиментом замовленої продукції. На базі цих даних можна вибудовувати промо-акції, запускати рекламу і генерувати маркетингові проекти.

У світовій практиці вже давно закріпились такі технології, як нейромаркетинг, Ambient-реклама, event-маркетинг. Нейромаркетинг – відносно нова концепція маркетингу, основне завдання якої полягає у дослідженні споживчої поведінки, пізнання емоційних реакцій, мислення, вивчення роботи пам'яті і т.д. Ключовою основою нейромаркетингу є прогнозування споживчого вибору у певному ринковому середовищі. Наприклад, креативні рекламні агенства встановили білборди із зображенням біфштекса – шматка стейка на виделці, який пахне смаженим м'ясом (штат Північна Кароліна, США). Насправді, аромат поширюється завдяки потужному вентилятору, встановленому ззаду білборда, який видуває повітря на картриджі з відповідним запахом у періоди зниження попиту споживачів – з 7 до 10 ранку, та з 16 до 19 години вечора [3].

Ambient-media – реклама у міському, житловому або офісному середовищі при використанні об'єктів навколишньої інфраструктури як носіїв маркетингової інформації. Основним завданням Ambient-реклами є не охоплення аудиторії, а налагодження якісного, емоційного контакту з потенційним споживачем. Наприклад, для реклами нового меню сніданку кафе Caribou Coffee (м. Міннеаполіс, США) було використано несподіваний креативний хід – обладнати зупинки громадського транспорту рекламними банерами, стилізованими під імпровізовані грубки, в яких підігрівалися смачні сандвічі, і від яких, до того, ж виходило тепло, тому що в них були вбудовані обігрівачі. Це справляло великий емоційний вплив на людей та формувало стійкі асоціації, пов’язані з брендом [4]. У свою чергу, маркетингова технологія event-ринку спрямована на організацію спеціальних подій, надання споживачеві особистого позитивного досвіду спілкування з брендом ресторану, формування у нього на підсвідомому рівні емоційного зв’язку. Дана технологія є наближеною до заходів PR, проте вона передбачає не лише формування

сприятливого іміджу, але й безпосередньо пряму участь споживачів/потенційних споживачів у конкретному заході з метою формування у них відчуття причетності та турботи. Трендсеттінг представляє перспективні сучасні маркетингові технології у задоволенні потреб і запитів цільових груп споживачів, які передбачають не просто наслідування, а створення та впровадження новітніх тенденцій на ринку ресторанного бізнесу, у тому числі у пошуку нетрадиційних методів заохочення до споживання певних товарів та брендів, готовності переймати досвід реалізації модних течій та явищ у ресторанному бізнесі.

Суміжним із трендсентінгом є кулхантинг, сутність якого полягає у дослідженні нових тенденцій і передбачення трендів. Саме кулхантинг дозволяє відслідковувати появу нових явищ, які формуються у потенційних споживачів і, відповідно, використовувати інформацію про нові, популярні, інноваційні, невідомі до тепер тенденції безпосередньо у ресторанному бізнесі.

Buzz-маркетинг є маркетинговою інформаційною технологією, метою якої виступає управління реакцією на певну (рекламну) подію з використанням прийомів психологічного впливу «зараження», наслідування, моди. У ресторанному бізнесі Buzz-marketing передбачає створення ажіотажу, галасу, наприклад, навколо нового ресторану, унікальних послуг, ексклюзивних страв і т.п. Надзвичайно перспективною маркетинговою технологією для підприємств ресторанного бізнесу є «word-of-mouth» advertising – реклама, що передається задоволеним від придбанням товару чи послуги споживачем колу своїх знайомих. Визначальну роль у формуванні думки про конкретне підприємство мають створена атмосфера, якість продукції та послуг, рівень кваліфікації та компетентності працівників. У ресторанному бізнесі існує правило, що якщо гостеві сподобалось у підприємстві, то він поділиться позитивними враженнями з 10 близькими, друзями, колегами, якщо – ні, то – з 100 знайомих.

Таким чином, потенційні можливості мережі Інтернет та інформаційних технологій змінили класичне уявлення про маркетингові комунікації, їх роль та місце у формуванні цінностей та свідомості споживачів. Використання сучасних маркетингових комунікацій сприятиме підвищенню лояльності споживачів, адаптації продукції до їх вимог та очікувань, підвищенню не лише ефективності управління маркетинговою діяльністю, але й конкурентоспроможності підприємств на ринку ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/

2. https://msd.in.ua/innovacijni-pidxodi-do-zastosuvannya-internetu-v-marketingovij-diyalnosti-pidpriyemstv/

3. https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-neyromarketinga-i-osnovnye-sostavlyayuschie-primeneniya-kompleksa-elementov-vozdeystviya-v-tselyah-uvelicheniya-prodazh

4. Маркетинові комунікації: навчально-методичний посібник/ Укл. І. В. Король. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. – 151 с.

Товарознавчі складові розвитку ринку продовольчих та непродовольчих товарів в Україні

Пашанюк Христина,
наук.кер. – Бозуленко О.Я.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Стан та перспективи розвитку косметичної галузі

Ринок «краси і здоров'я» або інакше кажучи косметики – постійно прогресуюча та популярна галузь. Із року в рік створюються нові технології, препарати, виробляються тестування і випускаються на світовий ринок продукти, які призначені для догляду за собою. Бажання добре виглядати спонукає купувати все більше косметичних засобів. Тому обсяги продажів даної групи товарів зростають дуже динамічно. У технічному регламенті під поняттям «косметична продукція» розуміється будь-яка речовина або суміш, призначена для контактування з різноманітними зовнішніми частинами тіла людини (шкіра, волосся, вії, нігті, губи), або зубами та слизовою оболонкою ротової порожнини з метою їх очищення, надання приємного запаху, зміни їх зовнішнього вигляду та/або корекції природного запаху, та/або їх захисту чи підтримки у нормальному функціональному стані [1].

Косметичний ринок України – це динамічна індустрія, стрімке зростання темпів якої пояснюється появою за останній рік безлічі продуктів з країн Західної Європи й Америки. Налагоджена логістика між цими країнами дала поштовх виходу на український ринок професійної та преміальної косметики для різного віку та потреб [2].

Косметика являє собою діапазон товарів для щоденного або періодичного вживання: засоби для догляду за шкірою, косметичні засоби гігієни, товари для догляду за волоссям, декоративна косметика, дитяча косметика.

Найбільше споживачів цікавлять засоби по догляду за волоссям та шкірою обличчя. Вони займають 41% від загального обсягу косметичного ринку. Ринок косметичних засобів розвивається під впливом маркетингової активності виробників, які популяризують засоби для догляду як елемент стилю життя, а також пропагують їх різноманіття та спеціалізацію. Косметична галузь традиційно посідає одне з провідних місць у формуванні економіки держави, проте потребує значного оновлення і модернізації. На сьогодні в Україні понад 120 компаній виробляють косметичні засоби, але більшість із них спеціалізується на одній групі або одному виді товарів. Український ринок косметичної продукції є одним із найперспективніших серед інших непродовольчих товарів, проте роль вітчизняного виробника на ньому дуже незначна. Під час аналізу ринку було встановлено, що імпортна продукція користується

чималим попитом у споживачів і становить 92% від загального обсягу косметичних товарів [2].

Для українських виробників під час виготовлення косметики основними цілями є: покращення якості та безпеки, розширення асортименту продукції, забезпечення її конкурентоспроможності, активне формування попиту на вітчизняну продукцію, збільшування числа косметичних засобів на основі натуральних компонентів. Враховуючи сьогоднішній стан економіки, особливості вітчизняного косметичного ринку, цінний досвід європейських країн, необхідно оновити нормативно-технічне регулювання цієї галузі відповідно до європейських стандартів [2].

Нехарчова продукція, у тому числі й косметика, вважатиметься безпечною, якщо вона відповідає певним технічним регламентам. Таку думку висловив один з експертів під час 3-ї щорічної спеціалізованої конференції «Parapharmaceuticals & Cosmetics in UA-2013», яка відбулася 10 жовтня 2013 року [1].

Якість косметичних засобів має відповідати нормам безпеки згідно з законодавством, державними стандартами, нормами та правилами. Забезпечення цієї вимоги здійснюється шляхом:

- затвердження рецептури на кожен окремий засіб, за якою має здійснюватися виробництво;
- експертного дослідження виготовлених зразків із наданням санітарно-гігієнічного висновку про відповідність продукції вимогам держстандарту;
- вибіркових перевірок якості косметики у виробництві;
- процедурою державної реєстрації у Міністерстві охорони здоров’я як засобу лікувальної косметики (в залежності від складу речовин) [3, с. 44].

У процесі виробництва, фасування, застосування і зберігання косметичні засоби можуть бути різного ступеня забруднення мікроорганізмами, які продовжують розвиватися в продукті, що призводить до його псування. Тому косметику перевіряють на мікробіологічну безпеку. Для недопущення розвитку колоній мікроорганізмів до складу косметичної продукції вводять інгібітори та консерванти. Під час виробництва та фасування рекомендовано дотримуватись вимог стерильності та асептики. Цього можна досягти тільки при чітко поставленій схемі автоматизації процесу [3, с. 50].

Уже зараз населення вибирає все більш органічні і позбавлені синтезованих хімічних добавок засоби, які можуть розв’язати проблеми зволоження шкіри, правильного догляду за нею, попередити передчасне старіння і в'янення тощо. Споживачі приділяють велику увагу складу продукту та віддають перевагу натуральності, при цьому шукаючи її. «Натуральність» для кожного може нести різний зміст. У категоріях по догляду за обличчям, волоссям та декоративної косметики споживачі шукають продукцію без штучних інгредієнтів. До них відносяться: парабени, силікони, сульфати тощо. Користувачі намагаються максимально уникати цих добавок у складі продуктів краси та здоров’я.

Останні роки косметична галузь зазнала значних позитивних змін. Виробники почали виготовляти більш натуральну та органічну продукцію. Сам продукт став досить клієнтоорієнтованим під будь-які потреби аудиторії, враховуючи вік, стать, тип шкіри, алергічні реакції і безліч колірних рішень в декоративній косметиці [2].

Отже, косметична галузь – досить затребувана та динамічна сфера діяльності на сьогодні. Але ще залишилося багато невирішених завдань. Стратегія розвитку в косметичній галузі має бути направлена на: розширення асортименту, забезпечення її конкурентоспроможності, активне формування попиту на вітчизняну продукцію, збільшення числа косметичних засобів на основі натуральних компонентів із максимальним збереженням якості та безпеки споживання. Необхідно оновити нормативно-технічне регулювання цієї галузі відповідно до європейських стандартів.

Список використаних джерел:

1. Проект постанови КМУ «Про затвердження Технічного регламенту щодо безпеки косметичної продукції» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://old.moz.gov.ua/ua/portal/Pro_20100808_0.html.
2. Рынок косметики в Украине, анализ и прогноз [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://alfaspa.ua/rynok-kosmetiki-v-ukraine-analiz-i-prognoz.
3. Байцар Р. І. Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі / Р. І. Байцар, Ю. М. Кордіяка // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Автоматика, вимірювання та керування. – 2015. – № 821. – С. 44-50.

Серебрянська Олена,
наук. кер. – Бозуленко О.Я.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Системний підхід до безпечності рибних консервів в Україні

На сьогодні одним з головних завдань будь-якого харчового підприємства є безпечність та якість харчових продуктів. Виробники при виробництві харчових продуктів, як правило, застосовують різні концепції управління безпечністю та якістю продуктів, з метою мінімізувати ризики та контролювати безпечність виробленої продукції. Однією з концепцій в Україні є запровадження системи НАССР, яка перспективна і створює реальну можливість для організації і підтримання ефективної й дієвої системи безпеки

харчових продуктів. Особливо актуальним є впровадження системи НАССР на потужностях з виробництва риби та рибопродуктів.

Риба і рибопродукти є цінними і незамінними продуктами харчування, що забезпечують потреби людини у білках тваринного походження, які збалансовані за амінокислотним складом, а також у комплексі мінеральних речовин, вітамінів, ненасичених жирних кислот та інших біологічно активних речовинах. Необхідність споживання цих продуктів визначається фізіологічними нормами, рекомендованими Інститутом харчування Міністерства охорони здоров'я України. Сучасний вітчизняний ринок пропонує значне асортиментне різноманіття рибної продукції в цілому, зокрема рибних консервів як продуктів, готових до споживання та таких, що мають тривалий термін зберігання [1].

Поряд із кількісним насиченням ринків, важливо також забезпечити належну відповідну якість рибної продукції. В Україні існує кілька проблем щодо якості початкової сировини – риби та морепродуктів, що знаходить своє безпосереднє відображення у виробництві рибних консервів, які не відповідають у багатьох випадках встановленим національним європейським стандартам. Останнє засвідчує необхідність підвищення якості та безпеки рибних товарів як для внутрішнього, так і зовнішнього споживання, а також для того, щоб вітчизняні виробники рибної продукції могли успішно конкурувати на відповідному європейському ринку.

Вимоги до безпеки харчових продуктів зводяться до наступного: не дозволяється виводити на ринок небезпечні харчові продукти, якщо вони можуть завдати шкоди здоров'ю або непридатні для споживання людиною. Якщо харчові продукти відповідають вимогам спеціальних правил, органи влади все одно можуть вжити примусових заходів у випадку невиконання інших аспектів вимог щодо загальної безпеки харчових продуктів. У випадку відсутності правил ЄС щодо певного аспекту безпеки харчових продуктів можуть застосовуватись спеціальні внутрішні правила країни ЄС, за якими продається харчовий продукт.

Систему НАССР доцільно використовувати при виробництві будь-якого рибного продукту. На цій потужності з переробки риби та рибних продуктів повинна бути проведена робота відповідно до «Загальних принципів Кодексу Аліментаріус стосовно гігієни харчових продуктів» та законодавства про безпеку харчових продуктів. Для реалізації дієвої системи НАССР необхідна підтримка керівництва підприємства. При визначенні та оцінці небезпечних чинників і послідуючої діяльності по розробці та застосуванню системи НАССР слід прийняти до уваги вплив сировини, інгредієнтів, методів виробництва харчових продуктів на регулювання небезпечних факторів [2].

Рибні консерви мають високі споживні властивості, що визначаються, насамперед, хімічним складом риби, з якої вони виготовлені, а відповідно і їх харчовою цінністю, смаковими та іншими характеристиками. Хімічний склад риби не є сталим, він суттєво залежить від видового походження рибної продукції, фізіологічного стану риб, їх віку, статі, ареалу розповсюдження, місця та часу вилову та умов довкілля.

Висока фізіологічна корисність м’яса риб характеризується наявністю хімічних складових, що необхідні для нормального функціонального протікання усіх метаболічних процесів в організмі людини. Крім того, цінність рибної продукції відображає також позитивний фізіологічний вплив хімічних речовин на нервову, серцево-судинну, травну та інші системи організму людини, стійкість до інфекційних захворювань тощо.

Виробничі потужності вітчизняних підприємств дозволяють наповнити внутрішній споживчий ринок рибних товарів. Консервне та пресервне виробництво з риби та морепродуктів здійснюють в Україні близько 150 підприємств різних форм власності, загальний асортимент яких сягає до 3000 найменувань.

Разом з тим, в Україні останнім часом спостерігається тенденція до зменшення обсягів вилову риб і морепродуктів. Це пов’язано із проблемами технологічного забезпечення необхідного рівня якості рибної продукції, зокрема рибних консервів. Так, на сьогодні все частіше мають місце непоодинокі випадки випуску та продажу неякісної рибної продукції, причина яких полягає в недотриманні чи порушенні техніко-технологічних процесів, недостатності практики дослідження показників якості та безпечності за стадіями її виготовлення, приймального контролю сировини та вихідного контролю готових рибних консервів.

Необхідно зазначити переваги від запровадження системи НАССР на потужностях з переробки риби:

- дає споживачам впевненість в тому, що рибні продукти виробляються згідно з правилами гігієни та безпеки;
- демонструє прагнення виробництва застосовувати необхідні попереджувальні заходи та уважно слідкувати за гігієною при виготовленні рибних продуктів;
- зменшується кількість перевірок з боку партнерів-споживачів, а відповідно знижується фінансові витрати, економиться час;
- моніторинг за рибною продукцією здійснюється у режимі реального часу; сприяє міжнародній торгівлі [3].

Отже, впровадження та ретельне виконання системи НАССР має цілий ряд переваг як для виробників та споживачів, а також є запорукою виробництва безпечної і якісної продукції. Насамперед, це випуск більш безпечної у порівнянні з аналогами, харчової продукції, що знижує діловий ризик, підвищує задоволеність споживача, сприяє поліпшенню якості життя.

Список використаних джерел:

1. Шеломієнко Н. В. Шляхи забезпечення високої якості рибних консервів типу «Шпроти в олії» [Текст] : / Н.В. Шеломієнко, Л.В. Мирошниченко / Вісник Харківський торгово-економічний інститут КНТЕУ. – 2011. – С. 15-20.
2. Богатко Н. М. Особливості запровадження системи НАССР на рибопереробних та рибодобувних підприємствах України [Текст] : /

Н.М. Богатко, В.З. Салата, Л.М. Богатко // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. – 2017. – 265 с.

3. Бондаревський М. М. Організація ветеринарно-санітарного контролю на рибопереробних підприємствах України [Текст] : / М.М. Бондаревський // Харківська державна зооветеринарна академія. – 2018. – 29 с.

Чобан Анастасія,
наук.кер. – Бозуленко О. Я.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Тенденції розвитку виробництва меблевих товарів в Україні

Ринок меблів демонструє позитивне зростання і більшою мірою це обумовлено збільшенням обсягів внутрішнього виробництва. Однією з головних тенденцій на сьогодні є орієнтація покупців на меблі українських виробників, що відображає факт підвищення довіри споживача до вітчизняної продукції. Зростання частки продажів у середньому та нижньому цінових сегментах і відмова більшості споживачів від покупки імпортних меблів пов'язано, в першу чергу, зі зниженням купівельної спроможності населення та орієнтацією більшості виробників меблів на запити внутрішнього ринку.

Експерти меблевого ринку виділяють наступні тенденції його розвитку в Україні у 2019 році:

- найбільш активними темпами розвивається виробництво домашніх меблів, при цьому, в економ-сегменті лідируючі позиції з продажу займають саме українські виробники;
- швидкими темпами розвивається виготовлення офісних меблів, чому сприяє зростання популярності використання дизайну офісних приміщень;
- поява мультибрендових гіпермаркетів меблів;
- активне зростання популярності онлайн-продажів серед більшості виробників;
- переорієнтація вітчизняних виробників від однотипних меблів на створення унікальних пропозицій.

До основних факторів, що стримують розвиток виробництва меблів в Україні експерти відносять:

- підвищення вартості сировини та комплектуючих;
- нестача кваліфікованих кадрів;
- зростання частки нереалізованої продукції;
- додаткові витрати у вигляді затрат на зберігання та логістику;
- нестача фінансових і кредитних ресурсів, а також відсутність інвестицій.

Імпорт меблів в 2018 р склав 324203,7 тис. дол. США, що на 21% більше, ніж в 2017 р. Обсяг експорту меблів значно перевищив імпорт і в 2018 р. становив 625803,4 тис. дол. США, що на 13% більше, ніж в 2017 р. На стан експорту істотно вплинула політична ситуація в країні, що підштовхнуло виробників змінити географію країн-імпортерів української меблів і збільшити потік експорту в країни ЄС [1].

Істотним фактором, що робить значний вплив на рівень попиту на меблевому ринку, є модні тенденції та світові тренди. Однією з глобальних тенденцій меблевої галузі є збільшення попиту на домашні кабінети, бібліотеки, столи, стелажі та шафи, що пов'язано зі збільшенням кількості людей, які працюють віддалено. Аналітики прогнозують зростання обсягу світових продажів сегмента меблів для домашнього офісу до кінця 2019 року на 5-7%.

Іншою глобальною ознакою меблевої галузі є тренди в розвитку ринку нерухомості (невеликі квартири) і демографічні тенденції (невеликі сім'ї з 2-3 чоловік). Внаслідок цього, відзначається зростання рівня попиту на багатофункціональні, трансформовані меблі невеликих розмірів.

На думку аналітиків ринку, до кінця 2019 року онлайн продажі меблів зростуть до 17-20%. Уже сьогодні меблеві компанії прагнуть налагодити сервіс, що дозволяє виробляти доставку та складання меблів при покупці через інтернет в день оформлення замовлення [2].

Ще один тренд сучасності – зростання продажів в сегменті розкішних меблів, (як для будинку, так і для офісу), найбільшим ринком якої є європейський.

Також варто зазначити зростаючий попит на екологічно чисті меблі, не дивлячись на те, що їх собівартість вище, ніж у звичайних.

Особливу увагу приділяють безпечності меблевих товарів. Проводять дослідження властивостей та їх відповідності встановленим вимогам нормативних документів і документації виробника. Мета випробувань – перевірка відповідності зразків вимогам чинних державних нормативних документів і технічним умовам на окремі види виробів. Вибір номенклатури показників, за якими проводяться дослідження якості меблевих виробів, здійснюється відповідно до вимог ГОСТ 16371-93 **[**3**].**

Також вироби випробовують на міцність і деформованість, визначають міцність кріплення дверей, зусилля при висуванні ящиків, їх міцності та довговічності, міцність основи та кріплення опорних стінок тощо.

У структурі собівартості меблів головними складовими є сировина і матеріали, а також витрати на розробку і впровадження моделей, заробітну плату, енергетичні ресурси, логістику, рекламу та інші витрати.

Головною тенденцією споживчих переваг як власників житлових приміщень, так і приміщень суспільного середовища, є зростаюча потреба в залученні послуг дизайнерів для проектування інтер'єрів. Це обумовлено такими факторами:

- особливості приміщення, що не дозволяють використовувати наявні на ринку моделі;

- бажання індивідуалізувати простір, зробити його відмінним від інтер'єрів знайомих, родичів і т. д.;
- необхідність або бажання використовувати меблі, котрі мають конструктивні особливості, відмінні від стандартних;
- брак часу на пошук інформації про модні стилі та виробників меблів;
- бажання більш раціонально використовувати простір і фінансові ресурси на його оформлення.

Дизайнер, як правило, працює «в зв'язці» з архітектором і конструктором, якість виконання робіт яких, впливає на результати. У роботі з замовниками дизайнер, в першу чергу, орієнтується на побажання кінцевого споживача. Однак існують часті випадки нав'язування ідеї дизайнера клієнту, недбалого ставлення до потреб замовника, небажання враховувати психологічні аспекти при роботі з клієнтом, нехтування деталями, які сприяють досягненню максимального комфорту клієнта. При цьому незадоволеність клієнта часто спрямована саме на виробника меблів, що «підриває» його імідж [4].

Отже, можна зробити висновок про значний потенціал меблевого ринку сьогодні й в перспективі. Розвиток і диференціація різних сфер життєдіяльності людей, впровадження нових технологій світової меблевої індустрії відкриватимуть нові можливості для виробників вітчизняних меблів і сприяють утворенню нових «ніш». Посилення зацікавленості західних споживачів до меблів українського виробництва дозволить розширити можливості каналів збуту і сприятиме зміцненню позицій вітчизняних виробників на закордонних ринках.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/

2. Аналітичний огляд ринку меблів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uafm.com.ua/wp-content/uploads/2018/07/oglyad-rynku-mebliv-2018.pdf.

3. ГОСТ 16371-93. Мебель. Общие технические условия. – М. : Изд-во стандартов, 1991. – 87 с.

4. Огляд ринку меблів в Україні: тенденції розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://rubarbs.com.

Соціальні та екологічні аспекти розвитку українського суспільства в сучасних умовах

Галагоц Анастасія
наук.кер. - Канут Н.С.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Проблема екологічної безпеки утилізації медичних відходів

Проблема утилізації та знешкодження відходів дуже гостро стоїть у всьому світі і в Україні зокрема. В результаті життєдіяльності одного мешканця України, згідно статистичним даним, за рік утворюється близько тони відходів, з яких утилізується менше третини.[2]

Згідно з Базельською конвенцією, медичні та фармацевтичні відходи належать до категорії "небезпечних відходів". "Небезпечними" вважають відходи, що мають такі фізичні, хімічні, біологічні чи інші небезпечні властивості, які створюють або можуть створити значну небезпеку для навколишнього природного середовища і здоров'я людини та які потребують спеціальних методів і засобів поводження з ними. До небезпечних медичних відходів (МВ) належать гострі предмети, фармацевтичні препарати, патологічні та анатомічні відходи, протерміновані хімічні продукти, інфекційні відходи і радіоактивні матеріали.[2]

Законодавством України заохочується утилізація МВ тільки щодо вакцин, але ж звичайні невикористані чи протерміновані таблетки у блістерах та сиропи, використані шприци, забруднені біологічними рідинами хворих бинти - є не менш небезпечними. Ситуація ускладнюється тим, що більшість населення України не сортує небезпечні та тверді побутові відходи окремо. У медичних відходах міститься від 200-300 млрд мікроорганізмів, при цьому більш патогенних. Окрім цього, МВ у переважній більшості є біологічно активними синтетичними сполуками, що уповільнює процес їх безпечної природної утилізації. Все це видаляється на полігони або звалища, звідки разом із фільтратом, просочується у ґрунт та водоносні горизонти , як наслідок, створює серйозну екологічну небезпеку.[2]

В Україні щорічно утворюється 380–400 тис. тон МВ, з них 100–120 тис. тон - небезпечні. Оскільки, такі відходи мають значний ступінь зараження патогенною мікрофлорою, можуть бути причиною спалаху інфекцій та епідемій, а також спричиняти фізичні ураження і від того, як утилізують МВ, залежить екологічна безпека та здоров'я населення.

І оскільки загальна мета управління відходами полягає в запобіганні екологічної небезпеки від продуктів МВ, то акцент потрібно ставити саме на аспекті "управління" процесом. Але найчастіше поводження з МВ зводиться

тільки до знезараження хімічними і фізичними методами на місці їх утворення. При цьому не приділено достатньої уваги забезпеченню екологічної безпеки.

На жаль, одним з основних методів знешкодження небезпечних МВ в Україні є спалювання, яке внаслідок недотримання вимог природоохоронного законодавства призводить до забруднення довкілля та негативно впливає на здоров'я людей. [1]

Наявна практика поводження з відходами медичних закладів ускладняється й такими проблемами, як: недостатня кількість одноразової тари для збирання та пакування МВ; відсутність спеціального санітарно-гігієнічного обладнання, витратних матеріалів для упаковки МВ; недостатня кількість або відсутність спеціального транспорту для перевезення МВ; відсутність спеціального устаткування для знезараження/знешкодження МВ.

Окремою проблемою України, є поводження з лікарськими засобами, термін придатності яких закінчився. В європейській та світовій практиці розвинених країн єдине завдання населення -прийти і здати такі ліки в пункт прийому. На жаль, у нашій країні таких пунктів немає, аптечні заклади та населення діють на власний розсуд. Питання збирання та знешкодження лікарських засобів, в Україні абсолютно не вирішено.[3] Напрями діяльності щодо вирішення проблеми МВ в Україні такі: актуалізування проблеми МВ та створення експертної робочої групи, яка почне досліджувати проблематику наявного стану поводження з МВ; проведення моніторингу підприємств, що задіяні у сфері переробки МВ, з метою визначення екологічно-безпечних та економічно-вигідних методів знешкодження МВ; зміцнення інституційної системи та вдосконалення законодавчої бази; адаптування та впровадження міжнародних стандартів;підвищення рівня обізнаності та проінформованості суспільства;оцінка наявних та створення екологічно-чистих технологій з утилізації МВ;розробка науково-технічної документації, щодо системного підходу до збирання, перероблення та утилізації МВ;забезпечення формування та підвищення екологічної свідомості та культури населення, його проінформованості про можливі небезпечні наслідки неналежного поводження з МВ.

Допоки цього не буде зроблено, Україна й надалі потопатиме у відходах, зокрема таких небезпечних, як медичні та фармацевтичні.

Список використаних джерел:

1. Беловченко Г. (2017) Голки з ВІЛ та гепатитом на смітниках: чому в Україні медичні відходи загрожують життю людей.: https://dyvys.info/2017/02/24/golky-z-vil-ta-gepatytom-na-smitnykah/

2. Дроздова О. О., Бондарева Л. В. (2015). До питання утилізації та знешкодження фармацевтичних відходів в Україні. http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/11954/1/348-349%281%29.pdf.

3. Косяченко К. (2016). Проблеми поводження з медичними і фармацевтичними відходами . https://www.apteka.ua/article/333743

4. Наказ МОЗ №325 Про затвердження Державних санітарно-протиепідемічних правил і норм щодо поводження з медичними відходами https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0959-15

Матюхіна Анастасія
наук. кер. - Канут Н.С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Екологічна безпека в контексті переходу України до сталого розвитку

На сучасному етапі спостерігається особливе загострення екологічних проблем, яке призводить до негативних тенденцій у соціально-економічному розвитку країн світу. Це виявляється перш за все у погіршенні здоров'я націй, зменшенні тривалості життя при народженні, значному соціальному розшаруванні у суспільствах через нерівні можливості доступу до ресурсів. Наслідком цього є порушення балансу «природа-економіка-соціум», тобто загальносвітової концепції сталого розвитку. Екологічна безпека є частиною національної безпеки держави. Тому, для будь-якої національної економіки пріоритетним завданням є підвищення рівня екологічної безпеки. На сучасному етапі постає питання досягнення такого рівня екологічної безпеки, який би відповідав принципам сталого розвитку економіки. Загальноприйнятою у світі є концепція сталого розвитку, досягти якого є пріоритетом для України. Сталий розвиток - це система взаємоузгоджених управлінських, економічних, соціальних, природоохоронних заходів, спрямованих на формування системи суспільних відносин на засадах довіри, партнерства, солідарності, консенсусу, етичних цінностей, безпечного навколишнього середовища, національних джерел духовності. В основі сталого розвитку лежать невід'ємні права людини на життя та повноцінний розвиток [1, с.1]. Виокремлюють три складові сталого розвитку економіки: економічна, екологічна та соціальна.

В межах концепції сталого розвитку пріоритетним завданням для всіх країн світу є екологічна безпека. Екологічна безпека – це одна із складових національної безпеки, сукупність природних, соціальних, технічних та інших умов, що забезпечують якість і безпеку життя та діяльності населення, що проживає на певній території та забезпечення стійкого стану біоценозу біотопу природної екосистеми. Найбільш ґрунтовним визначенням екологічної безпеки, яке визначає її взаємозв'язок із сталим розвитком економіки є трактування М.Ф. Реймерса [2, с.592-593], який розглядає поняття «екологічної безпеки» під трьома кутами зору:

1) забезпечення гарантії запобігання екологічно значимим катастрофам і аваріям унаслідок сукупності дій, станів і процесів, які прямо або опосередковано не призводять до цих подій;

2) ступінь відповідності наявних або прогнозованих екологічних умов завданням збереження здоров'я населення і забезпечення тривалого й стабільного соціально-економічного розвитку;

3) комплекс станів, явищ і дій, які забезпечують екологічний баланс на Землі й у будь-яких її регіонах на рівні, до якого фізично, економічно, технологічно й політично готове людство.

Системоутворюючими елементами навколишньої природи є атмосфера, гідросфера і біосфера. Вони взаємозалежні та взаємообумовлені. Між ними відбувається збалансований кругообіг речовин. Його рушійною силою виступає сонячна енергія. Найбільш активна сфера в підсистемі «природа» - біосфера [3, с.132]. Одночасно з цим, біосфера - найбільш тендітний елемент підсистеми, з яким пов'язано більшість проблем охорони навколишнього середовища. Адже в результаті людської життєдіяльності практично на 70% розораний земельний ландшафт, який формує базу для біосфери, для поверхневого стоку і навіть для якості приземного шару атмосфери, яку недарма називають п'ятим океаном.

На стан навколишнього суспільства природного середовища та динаміку соціально-екологічних відносин, найбільш істотно впливають дві групи факторів: природно-географічні і антропогенні. Антропогенний вплив на природу набув в наш час загрозливий характеру. Сучасне суспільство, для забезпечення стійкого розвитку повинно створити механізм протидії екологічним загрозам. Однак є підстава думати, що не будь-яка людська діяльність здатна викликати істотні зміни навколишнього середовища, а лише нерозумна, нераціональна.

Однозначного розуміння поняття «екологічна безпека» до цього часу ще не склалося. Це і захист навколишнього природного середовища від нераціональної діяльності людини, у тому числі обмеження забруднень навколишнього середовища, раціональне використання природних ресурсів, зберігання і відновлення біологічного різноманіття флори і фауни, а також: структурна та якісна перебудова господарської діяльності, створення соціального механізму (механізмів), що забезпечує стійкий, коеволюційний розвиток суспільства і природи, чи - керування екологічним ризиком техногенних аварій, створення гарантій для розвитку суспільства. Отже, необхідно змінювати принципові підходи до екологічної політики, а саме: заміну принципу «реагування і лікування» на стратегію «передбачення і запобігання» екологічних загроз, локалізації небезпек. Запобігання спричинення збитків навколишньому середовищу є основним підходом у концепції екологічної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Стратегія сталого розвитку України «Стратегія 2020»

2. Реймерс Н.Ф. Природопользование : словарь-справочник / Н.Ф. Реймерс. – М. : Мысль, 1990. – 637 с.

3. Мороз С. А. Історія біосфери Землі: У 2 кн. Кн. 1: Теоретико-методологічні засади пізнання. - К. : Заповіт,1996. - 440 с.

Міх Сніжана
наук. кер. - Канут Н.С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м.Чернівці

Актуальні проблеми та перспективи державної екологічної політики України

Екологічна політика-комплекс заходів, спрямованих на охорону довкілля, природних ресурсів. Стан навколишнього природного середовища відіграє важливу роль в еволюції біосфери, у прискоренні розвитку одних форм, або зникнення інших форм життя. Екологічна політика формується Міністерством екології та природних ресурсів. Через інтенсивне споживання природних ресурсів,існуючий процес розвитку сучасного українського суспільства зумовлює техногенні зміни довкілля, що мають екологічні та соціально-демографічні наслідки в України. Основною ціллю екологічної політики є покращення якості життя за умови оптимального використання та відтворення природних ресурсів.

Дослідженню поняття, проблемам, перспективам, механізмам та ефективності екологічної політики присвятили свої праці такі діячі і політологи В.Анікєєв, З.Бзержинський, О.Ісаєв, А.Каюмов, А.Костін, Б.Латур,глобалісти У.Бек,О.Білорус,Д.Кортеж,С.Лавров,А.Леслі та багато інших. [1 ст.7]. Проблеми державної екологічної політики України зумовлені об’єктивними потребами сучасної світової глобалізації та вимогами колективної екологічної безпеки, національного розвитку, необхідністю інтеграції України в європейське співтовариство та її функціонування в системі європейської економічної безпеки тощо. Існує велика кількість проблем для реалізації державної екологічної політики в Україні, такі як:

• відсутність системного моніторингу стану навколишнього природного середовища на основі сучасних технологій;

• проблеми оцінки актуальної радіологічної ситуації, віднесені до таких, що постраждали в результаті аварії на Чорнобильській АЕС;

• проблеми реконструкції інфраструктури житлово-комунального господарства населених пунктів;

• екологічні проблеми пов’язані з небезпечними відходами, зруйнованими сховищами, знятими з експлуатації шахтами та кар’єрами;

• проблеми деградованих в результаті виснажливої та екологічно недбалої експлуатації сільськогосподарських земель;

• часткове призупинення дії Кіотського протоколу;

• відсутність системи екологічної освіти;

• інформування експертів та громадськості з екологічних питань та проблем.

Сьогодні частка відносно чистих територій України становить 8%,умовно чистих 8,5%,малозабуднених 14%, небезпечні для життєдіяльності людини 69,5%[2ст.6]. Сучасна екологічна політика України розробляється і впроваджується у життя в напружених політичних умовах. Серед великої кількості проблем у сфері екологічної політики основними є домінування в різних владних органах політичних та економічних пріоритетів над екологічними, а також у відсутності ефективного контролю за надходженнями та видатками екологічних коштів. Тому впровадження та зміцнення нових фінансовоекономічних важелів реалізації державної екологічної політики – необхідна умова для сталого екологічного розвитку держави[3 ст.16]. До них належать:• створення екологічного фонду; • впорядкування екологічних фондів з метою ефективного використання коштів; • державна підтримка у створенні екологічних банків.

Нестримне прагнення до економічного зростання будь-якою ціною обертається знищенням природних ресурсів. Україна потребує збалансованого розвитку, при якому виробництво і споживання дають можливість природним екосистемам відновлюватися та підтримувати життєдіяльність теперішніх і майбутніх поколінь.Державна екологічна політика має стати ефективно спрямованою з раціональним використання природних і матеріальних ресурсів. Ефективне використання природних ресурсів забезпечить передумови для сталого зростання виробництва якісної продукції.

Список використаних джерел:

1.Волошин С., Веклич О., Жарова Л.:Формування та реалізація національної екологічної політики України: монографія: С.Волошин, О.Веклич, Л.Жарова,2012-336ст.

2.Малюк О.С.: Формування екологозбалансованої інвестиційної стратегії підприємства:монографія: О.С.Малюк, В.С.Кирилюк,2013-157ст.

3.Бойчук Л.Д., Соломенно Е.М., Бугай О.В. Екологія і охорона навколишнього середовища: Навч.посіб. 2003.– 284 ст.

Продан Юлія,
наук. кер. – Власова Т. Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Трудова міграція населення України: тенденції та наслідки

Трудова міграція стала однією з основних проблем України останнього часу. Таке явище стало наслідком внутрішніх труднощів у країні та браку віри у покращення економічних перспектив. З кожною новою хвилею міграції наша

країна втрачає надзвичайно велику кількість досвідчених та працьовитих спеціалістів та професіоналів своєї справи. На сьогодні трудова міграція не тільки зменшує пропозицію робочої сили на українському ринку праці, але й пропонує нижчу її якість. Саме через це, дослідження у сфері трудової міграції населення та її наслідків в Україні є дуже актуальними.

Міграція – це переміщення населення, особливо працездатного. Однак, поряд з працездатним населенням переміщуються їх сім'ї. Міграція робочої сили – переселення працездатного населення з одних держав (регіонів) до інших терміном більше, ніж рік, що викликана економічними та іншими соціально-політичними причинами. Зовнішня (міжнародна) міграція робочої сили – це процес організованого або стихійного переміщення працездатного населення, що викликане причинами економічного характеру.

Українська міграція уже давно перетворилася на унікальний національний феномен. Нині українська міграція «прокладає» у світ нові мости. Незалежно від конкретної мети, вона виконує важливу роль у життєдіяльності суспільства. Так, сучасна міграція реалізує функцію прискорення людського розвитку, адже сприяє розширенню світогляду особистості, впливає на соціально-психологічні характеристики індивіда, активує внутрішні ресурси людини для суспільної активності. Міграція виконує перерозподільчу функцію, оскільки знаходить відображення в динаміці й характері перебігу демографічних процесів, у розширенні або ж, навпаки, звуженні режиму демовідтворення за рахунок зміни статево-вікової структури мешканців території, в акумулюванні ресурсу робочої сили [1].

Міграція робочої сили є неминучим явищем у XXI ст., оскільки глобалізація міжнародного ринку праці забезпечила збільшення пропозиції робочої сили. Загалом причини міграції поділяють на два види: загальні та специфічні. До загальних відносяться такі, як нерівність економічного розвитку країн, інтернаціоналізація господарського життя, політична й економічна нестабільність у державі. Щодо специфічних, то вони включають нестачу трудових ресурсів у певних кваліфікаціях та спеціальностях, відмінність у заробітній платі та якості життя, надлишок робочої сили в країнах-експортерах [2, с. 4-5]. Основними чинниками трудової міграції населення України є поступове зниження рівня життя населення; значна чисельність безробітного населення, яке отримує мізерну допомогу від держави; невисокий рівень заробітної плати, особливо в бюджетних організаціях, нестабільність курсу гривні; відтік грошей у тіньову економіку; систематичне зростання цін. Аналіз сучасного стану внутрішнього ринку праці та рівня життя населення України не дає підстав для сподівань на поліпшення економічної ситуації, збільшення обсягів виробництва, розширення пропорцій зайнятості, реального зростання заробітної плати. Принаймні найближчим часом зупинити ескалацію труднощів, з якими повсякденно стикаються всі верстви суспільства, навряд чи вдасться. Саме через усі ці чинники люди вирішують покинути рідний край, та вирушають на заробітки.

Зазвичай, в Україні про трудову міграцію говорять в негативному аспекті. Це й створило відповідне відношення суспільства до цього явища. Проте саме

по собі явище міграції не є чимось поганим. Таким чином, необхідно розглянути трудову міграцію з двох сторін, оцінювати її негативні та позитивні соціально-економічні наслідки для України. Позитивні наслідки для України як країни-експортера трудових ресурсів проявляються, по-перше, у зменшенні напруги на внутрішньому ринку праці, тобто зниженні рівня безробіття. За підрахунками фахівців Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАНУ, у разі відсутності міграційних потоків трудових ресурсів рівень безробіття в Україні в 1,6 разів перевищував би фактичний рівень. Крім того, за рахунок міграційних процесів відбувається економія на виплатах по безробіттю. Другим позитивним наслідком є те, що Україна отримує додаткове джерело валютних доходів у формі грошових переказів від емігрантів. За рахунок цього відбувається поліпшення платіжного балансу держави. Українські заробітчани протягом останніх п'яти років стали основними інвесторами в економіку країни.

У 2018 р. Україна увійшла до 10 країн за кількістю трудових переказів. Утім, така ситуація радше свідчить про негативні аспекти міжнародної міграції. Україну залишає економічно активне населення, особи з вищою освітою, молоді кваліфіковані кадри. І як наслідок, зменшуються можливості власного розвитку; уповільнюються темпи НТП; знижується загальна конкурентоспроможність на ринку праці; зменшуються надходження до бюджету як наслідок скорочення кількості потенційних платників податків.

Не менш значним негативним наслідком трудової міграції з України є втрата висококваліфікованих кадрів, що має назву «відтік умів» («відтік інтелекту»). Проблема полягає в тому, що, працюючи головним чином за рахунок витрат державного бюджету, освітня система здійснює підготовку фахівців, які створюватимуть додану вартість за межами України [3, с. 85-86].

За даними міністерства соцполітики України, у 2018 році кількість українських трудових мігрантів становила 3,2 мільйона громадян України. За статистикою, серед трудових мігрантів переважають чоловіки, найчисленнішими серед них є особи 30-44 років (понад 40%), більшість мігрантів походить із областей заходу країни. 41% трудових мігрантів мають середню або середню спеціальну освіту, 36% – вищу освіту. Основні країни призначення працівників-мігрантів – Польща, Чеська Республіка, Італія та Словаччина. На них припадає близько 70% загальних потоків короткострокових та довгострокових трудових мігрантів з України.

До основних тенденцій сучасної міжнародної трудової міграції належать:

- зростання чисельності трудових мігрантів з кожним роком;
- міграційні потоки складаються з двох напрямів, одна країна може бути і донором, і реципієнтом робочої сили;
- переважання економічних мотивів міграції над неекономічними;
- розширення кількості країн, що виступають активними учасниками міжнародних міграційних процесів;
- спрямованість і концентрація міжнародних мігрантів у найбільш розвинуті регіони світу;

- зростання обсягів нелегальної міграції;
- зростання активного втручання держави у міграційні процеси [4; 5].

Сьогодні в Україні спостерігаються значні масштаби зовнішньої трудової міграції. Це є результатом недостатніх заробітних плат, низького рівня соціального захисту, відсутності робочих місць для випускників вищих навчальних закладів. Як наслідок, країна з великими амбіціями відстає у розвитку від сусідніх держав, через втрату сучасної та розвинутої молоді, а також працьовитих спеціалістів, які знаходять себе за межами України. Наразі країна може сподіватись на підростаюче покоління та патріотів, що не покидають своєї держави. Для того, щоб суттєво зменшити трудову міграцію в Україні, слід створити сприятливі умови для ведення бізнесу та залучення іноземних інвестицій, що сприятиме створенню нових робочих місць. Важливо також подолати корупцію й завершити судову реформу, щоб захистити приватну власність і стимулювати бізнес. Такий комплекс заходів покращить економіку, збільшить заробітні плати й рівень добробуту українців, яким більше не доведеться шукати кращого життя за кордоном.

Список використаних джерел:

1. Українська міграція в умовах глобальних і національних викликів XXI століття: наукове видання / наук. ред. У.Я. Садова. Львів, 2019. 110 с. Режим доступу : http://ird.gov.ua/irdp/p20190801.pdf
2. Астахова О. В. Трудова міграція та її наслідки / О. В. Астахова // Праця і зарплата. 2011. 4–5 с. (дата публікації: 27.12.2017).
3. Наталія Федірко, Ірина Нестерова «Зовнішня трудова міграція та стан ринку праці в Україні»
4. Нестерова А. А. Тенденции развития международной трудовой миграции: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.elib.bsu.by/bitstream/123456789/20072/1/nesterova_BMW_2009.pdf
5. Гнатюк Т. О. Сучасні міграційні процеси: світові тенденції, європейські та українські особливості : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/politics/2007/69-56-19.pdf

Роїк Діана,
наук. кер. – Канут Н. С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Екологічна безпека як складова національної безпеки України

В Україні, як в усіх цивілізованих країнах, пріоритетним національним інтересом є забезпечення екологічної безпеки в умовах потенціальних і реальних стихійних лих, аварій і катастроф. Вирішення проблеми аналізу місця ЕБ в системі НБ держави та наукового обґрунтовування шляхів їх подальшого

формування і практичної реалізації застосування є дуже актуальною. На даний час в Україні екологічна складова НБ як комплексна проблема стосувались, в першу чергу, економіки країни та її соціально-політичної сфери [1, 2].

Мета роботи – дослідження понятійно-категоріального апарату, спрямованого на уточнення умов використання та змісту термінів «національна та екологічна безпека», що, в свою чергу, дозволить перейти до чіткого розуміння ситуацій їхнього практичного застосування у державі.

Екологічна безпека є компонентом національної безпеки, що гарантує захищеність життєво важливих інтересів людини, суспільства, держави та довкілля від реальних чи потенційних загроз, що їх створюють природні чи антропогенні чинники. До того ж, екологічна складова кожного із зазначених видів безпеки може стати тим інтегратором, що об'єднає їх у систему національної безпеки, допоможе знайти їх оптимальне співвідношення в цій системі. Більше того, сьогодні вже не викликає сумніву, що будь-який аспект національної безпеки, будь-то економічний, технологічний чи оборонний втрачає свій сенс у разі непридатності довкілля для життя і діяльності людини. Ось чому екологічну безпеку слід розглядати не як одну із складових національної безпеки суспільства, а як інтегратор, який здатний, з одного боку, консолідувати суспільство, а з іншого – забезпечити його прогресивний поступ. На сучасному етапі характер надзвичайних ситуацій почав різко змінюватися, небезпеки і загрози стають більш взаємопов’язаними, дослідження їх дедалі більше переходить у міждисциплінарну площину. Ризик природних катастроф збільшується за рахунок антропогенної діяльності, яка є першопричиною багатьох природних катаклізмів, що мали місце останнім часом. На території України зберігається високий ризик виникнення надзвичайних ситуацій природного і техногенного характеру. Згідно Закону України "Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України до 2020 року" в Україні функціонують 23767 потенційно небезпечних підприємств та інших об'єктів, аварії на кожному з яких можуть призвести до виникнення надзвичайних ситуацій техногенного і природного характеру державного, регіонального, місцевого та об'єктового рівнів. Щороку реєструється до 300 надзвичайних ситуацій природного і техногенного характеру, внаслідок яких гинуть люди, завдаються великі економічні збитки. Необхідно забезпечити ефективне функціонування єдиної державної системи захисту, запобігання та ліквідації наслідків техногенних катастроф, підвищення рівня екологічної, ядерної та радіаційної безпеки». Без детального обґрунтування, конкретизації завдань і мети, визначення напрямів фундаментальних, прикладних і пошукових наукових досліджень та необхідних обсягів їх фінансування, не можливо сподіватися на отримання будь-яких вагомих результатів в економічній політиці держави[3]. Екологічна політика – це науково і фінансово обґрунтовані напрямки, спрямовані на охорону й оздоровлення навколишнього середовища, раціональне використання і відтворення природних ресурсів, що забезпечують якісну життєдіяльність людини і екологічну безпеку довкілля.

Таким чином, відсутність збалансованої і науково-обґрунтованої державної екологічної політики, розрахованої на перспективу, зумовлює

необхідність і актуальність розвитку нових поглядів і принципів та ускладнює формування й управління ЕБ довкілля на довгостроковий період. Розуміння місця екологічної безпеки в системі національної безпеки та її законодавчо-екологічне значення, що виявляється під час взаємодії природних, економічних, правових і соціальних чинників, дає можливість бачити її цілісною зі своїми власними законами розвитку[4].

Список використаних джерел:

1. Горбулін В.П., Качинський А.Б. Системноконцептуальні засади стратегії національної безпеки України – К.: ДП «НВУ» «Євроатлантикінеформ», 2007. – 592 с.

2. Горбулін В.П., Качинський А.Б. Засади національної безпеки України. – К.: Інтертехнологія, 2009. – 272 с.

3. М. І. Хилько. – К., Екологічна безпека України: Навчальний посібник / 2017. – 24-32 с.

4. Хилько М.І. Екологічна політика. – К.: Абрис, 1999. – 363 с.

Смотилевич Галина
наук. кер. –Канут Н.С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м.Чернівці

Ресурсозбереження як основа екологізації економіки

Суспільство увійшло в новітній етап взаємодії з навколишнім природним середовищем,й інакше дивиться на широкомасштабне використання його ресурсів. Початок економічної реформи загострив питання про зміну ролі екологічного фактору в розвитку суспільства. При тотальній направленості державного плану переходу на базу сталого розвитку, своєрідної актуальності набуває управління охороною довкілля, раціональним споживанням природних ресурсів та безпекою життєдіяльності людини.

Теперішній стан виробничого використання ресурсів в Україні визначається їх високими питомими витратами щодо економічно розвинених країн. Нестача більшості видів ресурсів, кардинальне збільшення ціни імпортованих ресурсів, низький рівень застосування вторинних ресурсів і відновлюваних джерел енергії в умовах незадовільного економічного середовища зумовлює підвищення значущості ресурсозбереження. Створення ефективного економічного механізму ресурсозбереження є важливим завданням, адже він має забезпечити високу ефективність споживання ресурсів як на етапі формування ринкових відносин, так і при функціонування інститутів економіки.

Під екологізацією виробництва розуміють сукупність усіх видів господарської діяльності, що забезпечують зменшення негативного впливу виробництва й запобігання порушення екологічної рівноваги в навколишньому природному середовищі [1]. Екологізація виробництва має кількісну і якісну визначеність, виражена системою натуральних і вартісних (екологічно-економічних) показників.

Пріоритетом ресурсозберігаючої діяльності для кожного окремого підприємства є економічний результат, в той час як підсумковим пріоритетом стає соціальний аспект розвитку. Шляхами вирішення проблеми ресурсозбереження можуть бути такі заходи:

1. Суттєве зменшення витрат сировини на одиницю продукції.
2. Істотне зменшення витрат електричної та теплової енергії на одиницю продукції.
3. Комплексне застосування мінерально-сировинних і паливних ресурсів.
4. Впровадження ресурсозберігаючої техніки та технологій.
5. Широке використання вторинної сировини в галузях переробної промисловості.

Серед всієї сукупності можливих заходів економії матеріальних ресурсів слід зазначити виробничо-технічні та організаційно-економічні заходи. До виробничо-технічних відносять такі заходи, що пов'язані з якісною підготовкою сировини до її виробничого споживання; удосконалення машин, устаткування і виробів; застосування економніших видів сировини, палива; комплексне перероблення сировини; застосування маловідходних та безвідходних технологій. До основних організаційно-економічних заходів економії матеріальних ресурсів відносять такі: удосконалення та підвищення наукового рівня; планування матеріаломісткості продукції; розроблення і впровадження технічно обґрунтованих норм і нормативів витрат матеріальних ресурсів тощо.

Головним напрямком економії матеріальних ресурсів є збільшення виходу кінцевої продукції з однієї і тієї самої кількості сировини і матеріалів. У свою чергу це залежить від технічного рівня виробництва, рівня кваліфікації майстерності, раціональної організації матеріально-технічного забезпечення, норм витрат і запасів матеріальних ресурсів. Необхідне також використання нетрадиційних відновлювальних джерел енергії, що дозволяє заощадити звичні види енергії і позитивно впливає на навколишнє природне середовище.м

Щорічно утворюється близько 700 млн. тонн відходів, серед яких переважають видобувна,паливно-енергетична, металургійна, хімічна промисловість [3]. У подальшому планується формування ефективного механізму вторинного використання виробничих ресурсів і залучання у цю сферу іноземних інвестицій.

В основу нової екологічної політики уряду України потрібно закладати вимогу обов'язкового й неухильного дотримання екологічної безпеки життєдіяльності людини і природних екосистем на основі екологізації суспільного виробництва. Держава також повинна закласти основи глобального

еколого-економічного партнерства між суб'єктами підприємництва та іноземними партнерами заради виживання і подальшого розвитку України [2].

Список використаних джерел:

1.Гахович Н. Стан і проблеми екологізації промислового виробництва / Н.Гахович // Економіка виробництва. – 2008. – №4. – с.73-81.

2. Сотник І.М. Формування само відтворювального еколого-економічного механізму управління ресурсозбереженням / І.М. Сотник – 2011. – с.5-13.

3. http://www.ukrstat.gov.ua – офіційний сайт Державного комітету статистики України.

Станчу Олена
наук. кер. – Канут Н.С.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Раціональне використання природних ресурсів, як принцип забезпечення сталого розвитку

Сьогодні проблема охорони навколишнього природного середовища і раціонального використання природних ресурсів переросла в одну з найважливіших глобальних проблем 21 століття. Проблема забезпечення ресурсно-екологічної безпеки в Україні, як і в цілому світі, є надзвичайно актуальною. На даний час в світі не існує країни, яку б не зачепила екологічна криза, безпосередньо пов’язана з обмеженістю природних ресурсів планети через високий рівень концентрації промисловості та інтенсифікації сільськогосподарського виробництва, що в свою чергу призвели до надмірних технологічних навантажень на природні ресурси.

Раціональне використання природних ресурсів - це таке їх використання, яке враховує як природні закономірності, так і потенційні можливості навколишнього середовища і полягає у створенні умов для оптимального відтворення природних ресурсів та недопущенні настання незворотних наслідків. Єдиним шляхом попередження екологічної загрози для біосфери є екологізація виробництва. Під екологізацію суспільного виробництва розуміють комплекс заходів, які охоплюють в собі раціональне використання природних ресурсів на всіх стадіях їх переробки, відтворення та заміну їх іншими видами сировини, різке зменшення відходів та вмісту в них корисних речовин, раціональне розташування виробничих сил та вироблення екологічного мислення у всіх його робітників. Природні ресурси, які людство здавна використовує для своїх потреб, є єдиним джерелом існування людини як індивіда та людського суспільства в цілому.

Все, що необхідно людству для життя, для виробництва, для господарської та культурної діяльності, воно бере у природи у вигляді природних ресурсів. Природними ресурсами слід вважати все, що суспільство

використовує сьогодні в своїй діяльності і те, що може бути використаним в майбутньому. До природних ресурсів належать надра Землі, атмосфера, гідросфера, літосфера, рослинний та тваринний світи, сонячна та інші види космічної енергії, енергія повітряних потоків (вітру), приливно-відливна енергія морів та океанів, енергія течії річок, морських хвиль та океанічних течій, геотермальна енергія.

Принципи раціонального природокористування:

1. «Нульовий рівень» споживання природних ресурсів.
2. Відповідності антропогенного навантаження природно-ресурсному потенціалові регіону.
3. Збереження просторової цілісності природних систем у процесі їх господарського використання.
4. Збереження природно обумовленого кругообігу речовин у процесі антропогенної діяльності.
5. Погодження виробничого і природного ритмів.
6. Пріоритетність екологічної оптимальності на довгострокову перспективу під час визначення економічної ефективності поточного природокористування.

З метою реалізації концепції збалансованого природокористування пропонуються такі першочергові заходи: розроблення та впровадження ресурсо- та енергозберігаючих, маловідходних і екологічно безпечних технологій; забезпечення захисту довкілля від шкідливого впливу відходів виробництва і споживання; розроблення і впровадження інноваційних систем екологічного моніторингу довкілля і нових екологічно чистих технологій очищення природних ресурсів; екологізація економічного і соціального розвитку, вдосконалення системи управління природоохоронним середовищем. Екологізацію економіки слід розпочинати саме з екологізації виробничого процесу кожного підприємства в усіх регіонах України. Виробничий процес повинен бути не тільки економічно ефективним, але й енергоефективним та екологічно безпечним.

Але проблема вичерпності природних ресурсів з кожним роком отримує все більшу актуальність. Тому необхідно принципово змінити способи виробництва, норми споживання і об’єми використання природних ресурсів, тобто перейти до збалансованого природокористування.

З метою активізації переходу виробників на екологічне виробництво, яке практично не завдає довкіллю збитків, пропонується розв’язати такі економічні проблеми: удосконалити методику визначення витрат на охорону довкілля; зобов’язати підприємства-забруднювачі сплачувати державі заподіяні ними збитки; удосконалити механізм отримання і розподілу прибутку підприємств за впровадження системи очисних споруд; посилити контроль щодо спричинення збитків довкіллю з боку держави та матеріально стимулювати підприємства за оздоровлення ними довкілля.

Отже, збалансоване природокористування - це єдиний науково-обґрунтований шлях України до сталого розвитку. Необхідно пам’ятати, що при безмежних потреб людини, природні ресурси - обмежені.

Охорона навколишнього природного середовища, раціональне використання природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки життєдіяльності людини - невід'ємна умова сталого економічного та соціального розвитку України.

Список використаних джерел:

1. Б.Є. Патон // Екологічний вісник. – 2007.
2. Бойчук Ю. Д., Солошенко Е. М., Бугай О.В. Екологія і охорона навколишнього середовища. — К.: Суми, Університетська книга, 2002.
3. Екологічна безпека України: Навчальний посібник / М. І. Хилько. – Київ-2017.
4. О.М. Стефанків // Стратегічні напрями раціонального природокористування в АПК та забезпечення екологічної безпеки в соціумі.

Щербата Діана
наук. кер. - Канут Н.С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м.Чернівці

Екологічний рух в Україні

Сьогодні актуальним є питання екологічного забруднення всієї планети. Тема даного дослідження зумовлена загостренням екологічної ситуації саме в Україні, що загрожує навколишньому природному середовищу, життю, здоров`ю людини, існуванню нації в цілому. Екологічна ситуація в Україні є досить складною , адже забруднені промисловими відходами, пестицидами й радіонуклідами водойми, повітря, грунти, значною мірою вичерпні природні ресурси призводять до скорочення видової різноманітності тваринного і рослинного світу, руйнування унікальних національних природних ландшафтів. Збереження та відновлення довкілля є неодмінною вимогою національно-культурного та соціально-економічного відродження українського народу, саме тому і з`явилось таке поняття як «екологічний рух».

Екологічний рух в Україні - сукупна діяльність громадян та громадських організацій, що спрямована на захист і реанімацію природи та здійснюється в місцевих і планетарних масштабах задля гармонізації відносин людини та довкілля. Значний внесок у становлення та розвиток екології зробили українські вчені, зокрема В.Вернадський, Г.Висоцький, М.Холодний та інші. У його становленні умовно виділяють 2 етапи: природоохоронний (поч. – 50-і рр. 20 ст.) і сучасний – екологічний (від 60-х рр. 20 ст.). Екологічний розвиток бере свій початок з 1950-х рр., коли для більшості громадян розвинених країн світу стало очевидним, що стан довкілля на нашій планеті, а також в окремих її регіонах погіршився, а технології, які стрімко розвиваються, руйнують сприятливий для людини баланс природних сил. Саме тоді на базі різних

природоохоронних груп, асоціацій, клубів почали створюватися загальнонаціональні організації. Однією з перших таких організацій була Партія захисників навколишнього середовища, що виникла 1973 у Великій Британії. На середині 1980-х рр. розгорнули діяльність такі національні організації – партії "зелених" у Німеччині, Ірландії, Бельгії, Данії, Люксембурзі, Франції, Італії, Іспанії, Австрії, Швейцарії, Швеції та Греції. Сьогодні екологічний розвиток є глобальним явищем, його вплив відчувають усі держави світу. [1, ст.135].

У громадській екологічній діяльності України виділяють такі основні етапи:

- 1960-1980 рр. - так звана пасивна фаза: упродовж цього періоду реальну природоохоронну діяльність вели лише деякі місцеві групи активістів. В 1970-х рр. утворилися природоохоронні краєзнавчі організації, зокрема у Вінниці, Тернополі та інших містах, однак усі вони були про-урядовими, їхня діяльність – контрольованою, а чисельність реальних активістів екологічного руху була невеликою;

- 1986–1991 рр.-активна фаза. Саме після Чорнобильської катастрофи відбувся зліт екологічного руху в Україні. Цьому сприяло розповсюдження правдивої інформації про критичний стан довкілля в країні, яке стало можливим в умовах перебудови в СРСР. У 1987–1990 рр. створювались різноманітні масові екологічні організації, у переважній більшості – неурядові (об'єднання, клуби, кооперативи, к-ти, фонди та ін.). Першою національною неурядовою екологічною організацією цією став "Зелений світ", зареєстрований 1987 завдяки активній підтримці О.Гончара, Ю.Щербака, С.Плачинди та ін.

- Від початку 1990-х по 2000 рр. екологічний рух набуває нових форм. Після здобуття Україною державної незалежності у перших законодавчих актах Верховної Ради України було проголошено нову стратегію природокористування та здійснення контролю над забезпеченням екологічного суверенітету. В цей час Україна гостро відчувала екологічні проблеми: наслідки аварії на ЧАЕС; погіршення якості питної води; критичне забруднення Донецько-Придніпровського промислового регіону. Зусиллями активістів екологічний рух в Україні набув спрямованості на вдосконалення правового регулювання питань охорони природи та запровадження мораторію на спорудження нових АЕС на території держави.

- З 2000-х рр. до нашого часу— цей період характеризується деяким загасанням громадського екологічного руху. Через припинення грантової підтримки перестали існувати багато громадських екологічних організацій. Значно зменшилася екологічна активність ЗМІ, населення в цілому менше стало цікавитися екологічними проблемами. Разом з тим з кінця 2000-х років в екологічний рух України влилися створений у 2007–2008 рр. зоозахисний Рух, а також вегетаріанський екологічний Рух і нещодавно відтворений рух студентських природоохоронних дружин. Для даного етапу руху характерна повна відсутність в ньому громадських мисливських організацій, а також відсутність у ньому відомих вчених, журналістів і письменників. [2, ст.20].

Отже, підсумовуючи все вищезазначене, розуміємо, що екологічний рух відіграє дуже важливу роль у історії та розвитку як України, так і у будь-якій іншій країні. Тому, що головна мета кожної держави, у тому числі і України, це забезпечити високий рівень життя своїх громадян, а без сприятливої екологічної ситуації у країні це неможливо. Учасники екологічного руху роблять все можливе аби максимально захистити, очистити та відновити навколишнє середовище, тому дуже важливо долучатись і підтримувати цей рух.

Список використаних джерел:

1.Колектив авторів – учасників ІІІ Науково-практичної конференції «Екологія та сталий розвиток»: Дон ДУУ, 2018. – 242 ст.

2.Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін.: Енциклопедія історії України: В-во "Наукова думка", 2005. - 672 ст.

Особливості організації закладів ресторанного господарства та прогресивні технології виробництва кулінарної продукції

Гатеж Марія
наук. кер. - Струтинська Л.Т.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Способи удосконаленнярецептурного складу прісного тіста

Прісне тісто – тісто без розпушувачів, використовується при виготовленні вареників, пельменів, домашньої локшини, чебуреків і прісних коржів. Прісне тісто вважається найпоживнішим. Якщо замішувати його на пшеничному борошні грубого помолу і воді, воно буде багатим на клітковину, білки, вітаміни групи Е, В, РР і такими мінералами як: магній, кальцій, калій, фосфор, залізо, мідь. Завдяки цьому комплексу речовин організм отримує стійкий імунітет і енергетичний заряд, підвищується розумова діяльність, поліпшується згортання крові. Для дієтичного меню корисно готувати прісне тісто на основі кукурудзяного борошна. Таке тісто сприяє поліпшенню стану кишкової мікрофлори, регулює рівень холестерину і сприяє поліпшенню стану кровоносних судин. [1].

Прісне тісто є багатокомпонентною гетерогенною системою. Завдяки колоїдним складовим борошна воно має специфічну структуру й пружно-пластично-в'язкі властивості. Для такого тіста характерним є в'язка структура та пружно-пластичні деформації. Структурно-механічні властивості прісного тіста значною мірою залежать від температури, вологості, тривалості замішування, виду й сорту борошна, харчових добавок та клітковини[3]. Ось чому при розробці технологій борошняних кулінарних виробів із прісного тіста з використанням нових рецептурних компонентів необхідно досліджувати їхній вплив на реологічні властивості тіста, оскільки додавання добавок, багатих клітковиною повинно підвищувати якість готової продукції. До таких добавок належать: висівки, насіння соняшнику, льону, суха пшенична клейковина, гречане, вівсяне та інші види борошна. Ретельно підібрані та підготовлені компоненти цих сумішей дозволяють збільшити в хлібобулочних виробах вміст найважливіших речовин і ступінь їх збалансованості[4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що існують різні способи впливу на якість прісного тіста зі слабкого борошна. Для покращення структурно-механічних властивостей тіста можлива заміна частини рідини, в якості якої використовують молочну сироватку, кефір, молоко та воду на протертий до гомогенного стану молочний білок. На думку авторів, молочний жир, діючи на клейковинний комплекс борошна разом з молочним білком, покращує реологічні властивості та якість клейковини тіста. Існують дані, що для поліпшення якості рідкого тіста зі слабкого борошна рекомендується

використовувати овочеві і фруктові (морквяні, бурякові, капустяні, яблучні та ін.) пасти, соки. Їх введення до рецептури тіста сприяє зміцненню клейковини, що позитивно відбивається на структурно-механічних властивостях тістових оболонок. Механізм виникнення такого ефекту пояснюється фізико-хімічною взаємодією компонентів добавок з клейковиною і крохмалем борошна. Крім того, володіючи колоїдними властивостями, ці добавки здатні виконувати каркасну функцію, тобто компенсувати недостатню кількість клейковини в борошні. З метою регулювання технологічних властивостей борошна застосовують поліпшуючі добавки різної природи: окислювачі, органічні кислоти, молочну та підсирну сироватку, мінеральні солі, протеолітичні ферментні препарати, гідроколоїди та ін.**[**2].

Отже, поліпшення рецептурного складу прісного тіста харчовими добавками сприяє поліпшенню реологічних властивостей і покращенню якості тіста та виробів з нього. Значно підвищується харчова та енергетична цінність виробів, що дає можливість розширити асортимент кулінарних виробів та забезпечити населення корисними стравами функціонального призначення.

Список використаних джерел:

1. Тісто [Електронний ресурс] // Енциклопедія корисної їжі - Режим доступу до ресурсу: http://vkusnoblog.net/products/testo

2. Удосконалення рецептурного складу прісного тісто [Електронний ресурс] /– Режим доступу до ресурсу: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/238.pdf

3. Кузнецов О. А. Реология пищевых масс : учеб. пособ. / О. А. Кузнецов, Е. В. Волошин, Р. Ф. Сагитов. — Оренбург : ГОУ ОГУ, 2005. — 106

4. БОРОШНО СТАРОДАВНІХ ПШЕНИЦЬ, /В ПРОДУКТИ ПЕРЕРОБКИ КРУП'ЯНИХ КУЛЬТУР ТА ШРОТИ У ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБА : монографія / В. І. Дробот [та ін.] ; за ред. чл.-кор. НААН України, д-ра техн. наук, проф. В. І. Дробот ; Нац. ун-т харч. технологій. - Київ : ПрофКнига, 2018. - 185 с.

Дрищ Мар’яна,
наук. кер. – Данилюк І. П.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Технологія борошняних кондитерських виробів з шротом із насіння гарбуза

Сучасне життя людини супроводжується постійними стресами, негативним впливом довкілля, неповноцінним раціоном харчування, зменшенням фізичного навантаження, що призводить до зниження резистентності організму, послаблення імунітету, поширення неінфекційних захворювань, пов’язаних, насамперед, з порушенням обміну речовин та ін.

Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є розробка інноваційних технологій страв та виробів підвищеної харчової та біологічної цінності.

Перспективним напрямком при створенні збагачених харчових продуктів є використання нетрадиційної місцевої сировини, яка є адаптованою до харчового раціону пересічного українця. Такою сировиною може стати гарбуз та продукти його переробки.

Насіння гарбуза містить в собі такі рідкісні вітаміни, як K і D, а також A, C, E, B_{12}, фолієва кислота, аргітін, глутамінова та лінолева кислота, каротиноїди, пектин, білок, ефірну олію та безліч мікроелементів. Такий багатий склад дозволяє застосовувати його для зниження холестерину і кров'яного тиску, виведення з організму кадмію та свинцю, поліпшення обміну речовин, лікування хвороб шлунково-кишкового тракту [1].

Шрот з насіння гарбуза – це біологічно активна добавка у вигляді порошку сіро-жовтого кольору, практично без запаху, отриманий після екстракції олії з очищених від лушпиння насіння гарбуза. Встановлено що шрот з насіння гарбуза містить 32 – 55 % білків, у тому числі всі незамінні амінокислоти та до 38 % клітковини [2].

Шрот з насіння гарбуза характеризується як перспективна сировина, що містить рослинні білки та цінні біологічно активні речовини, що свідчить про доцільність досліджень спрямованих на вивчення можливості використання шроту із насіння гарбуза у харчовій промисловості, а особливо у технології приготування цукрового печива [3].

Борошняні кондитерських вироби найбільш поширені серед населення, вони має високу енергетичну цінність і недостатній вміст основних нутрієнтів. Надмірне вживання яких може привести до виникнення низки захворювань. Це зумовлює необхідність розробки нових технологій виготовлення борошняних кондитерських виробів високої біологічної цінності. Одним із таких шляхів покращення харчової та біологічної цінності є шрот з насіння гарбуза.

Розроблено модельні тістові композиції борошняних кондитерських виробів «Печиво пісочне з шротом насіння гарбуза». У традиційній рецептурі «Печиво пісочне» [4] було замінено частину борошна пшеничного на шрот насіння гарбуза у кількості – 5 %, 10 %, 15 %, 20 %.

На основі органолептичних показників якості визначено необхідну концентрацію шроту з насіння гарбуза в рецептурі печива пісочного. Результати дозволили зробити висновок, що оптимальна кількість шроту з насіння гарбуза становить 10 %, отриманий кондитерський виріб має золотисто-коричневий колір, приємний смак та аромат, збільшилась також розсипчастість печива.

Зі збільшенням вмісту шроту до 15 % та 20 % погіршилися органолептичні показники печива, особливо консистенція, яка стала дуже щільною та мало розсипчастою.

Визначення зміни вмісту основних харчових нутрієнтів у «Печиво пісочне з шротом насіння гарбуза» проводили розрахунковим методом з використанням даних довідникової літератури про хімічний склад сировини для «Печива пісочного» і шроту з насіння гарбуза [5] . При розрахунку брали до

уваги зміни у рецептурі дослідного зразку щодо вмісту основних рецептурних компонентів (борошна, цукру, яєць, масла вершкового, розпушувача тіста). Показник енергетичної цінності (ккал) розраховували на 100 г готового виробу.

Заміна 10 % борошна пшеничного на шрот насіння гарбуза, дало можливість збільшити вміст білків на 62,1 %, жирів на 20 %, порівняно із традиційною рецептурою за рахунок поліненасичених жирних кислот, які не синтезуються в організмі людини й тому є незамінними в харчуванні; Кальцію – на 39,6 %; Магнію – на 12,8 г, що відповідає збільшенню на майже на 100 % порівняно контролю. Ці дані показують позитивний вплив шроту з насіння гарбуза на хімічний склад нового зразка печива. З вищезазначеного можемо зробити висновок, що додавання до складу «Печива пісочного» шроту з насіння гарбуза, дало можливість підвищити харчову цінність борошняного кондитерського виробу за рахунок збільшення вмісту білку, жиру, мінеральних речовин та вітамінів, та покращеними органолептичними показниками.

Список використаних літературних джерел:

1. Шидакова-Каменюка О. Г. Вплив дієтичної добавки «Клітковина ядер волоського горіха» на якість цукрового печива / О. Г. Шидакова-Каменюка, А. Л. Рогова, І. Місюля // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. – 2013. – Вип. 1(2). – С. 128-134. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pt_2013_1(2)__22.

2. Оболкіна В. Вміст рослинних БАД у кондитерських виробах / В. Оболкіна // Продовольча індустрія АПК. – 2013. – № 1. – С. 17-19. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Piapk_2013_1_7.

3. Шрот з насіння гарбуза. – Режим доступу: https://acd.ub.ua/ua/goods/view/6010255/all/shrot-z-nasinnya-garbuza

4. Рецептуры на печенье [Текст] / под ред. В. Ф. Панькова. – Москва : Всесоюзный научно-исследоовательский институт кондитеской промышленностисти, 1987. – 248 с.

5. Скурихин И. М. Химический состав пищевіх продуктов. Кн. 1-е изд., перероб. и доп. – М. : Агропромиздат, 1987. – 224 с.

Краєвський Максим
наук. кер. – асистент Паращук А.В.
Чернівецький торгівельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

Молекулярна кулінарія в закладах ресторанного господарства

Сьогодні кулінарія досягла великих успіхів і знайшла прихисток майже всіх країнах світу. У світському суспільстві заклади ресторанного господарства віддають перевагу у приготуванні страв не тільки смачних, а і по-особливому красивих. Кулінарія набула високого рівня розвитку та досягла статусу кулінарного мистецтва за рахунок багатьох факторів: впровадження

інноваційного устаткування, випуску нової кулінарної продукції, використання сучасних технологій, високого інтелектуального рівня особистості та суспільства. Основними елементами сучасного кулінарного мистецтва виступає молекулярна кухня.

Молекулярна кухня - це кардинальні зміни в вигляді та текстурі страви, це можливість за допомогою сучасних нанотехнологій розкласти будь-який продукт на молекули, створити унікальне смакове поєднання, або ж надати страві неповторної форми. Ця осучаснена гастрономія, не принесе жодної шкоди людському організму, оскільки навіть не дивлячись на величезну кількість фізико-хімічних процесів і перетворень зі складовими страви - її смак залишиться незмінним[2, с. 69].

Дійсно, на перший погляд може здаватися, що молекулярні страви не просто не смачні, а взагалі неїстівні. Наприклад, шоколад і чорна ікра, м'ясо «накачане» ананасовим соком і яйце заварене у рідкому азоті. Однак, відбувається це в результаті різних маніпуляцій – кулінарного обробляння продуктів емульгування, сферифікація, гелеутворення, ліофілізація, карбонізація, диспергування та інших складних процесів[3, с. 150].

Застосовуючи прийом "Сферифікація", можна надавати рідинам форми сфери з різними смаками або поєднанням декількох смаків. В процесі виконання цієї техніки продукти або рідини заключаються в найтонші прозорі желейні оболонки - мембрани, а потім подаються, як окремі страви або використовуються для прикраси інших молекулярних страв, десертів і коктейлів. Для техніки сферифікації використовуються дві основні харчові добавки: альгінат натрію - загущувач, що виділяють з водоростей і лактат кальцію - кальцієва сіль молочної кислоти.

Прийом "Гелеутворення" використовують для глазурованих виробів, коли гелі утворюються за 1–2 секунди та витримують нагрівання до 70°С. Гель настільки добре зберігає свої властивості, що його можна нагрівати до 70-80 С і подавати гарячим. Агар-агар та геланова камедь є найбільш поширеними гідроколоїдами, використовуваними для отримання рідких гелів.

Завдяки прийому "Емульгування" будь-який соус можна подати у вигляді легкої піни. Схожі на піну страви, які ще називаються еспуми, найкраще характеризують цей напрямок кулінарії. Це чистий смак інгредієнтів складним шляхом отримана ароматна есенція, яка не містить зайвих жирів. Даний прийом базується на введені повітря за допомогою насосу у рідину з великою в’язкістю. Іншим цікавим напрямком є заповнення бульбашок повітря ароматними букетами, які будуть вивільнятися одразу після їх вибуху.

Техніка отримання геометричних форм, хрустких листів, інгредієнтами яких є овочі, фрукти та йогурт – явища ліофілізації. Це процес зневоднення харчових продуктів при температурі нижче 80 °С для тривалого зберігання.

Метод карбонізації дозволяє отримати виноград зі смаком шампанського, або апельсин зі смаком фанти. Даний ефект виникає коли діоксид вуглецю подразнює нервові закінчення які відповідають за підсилення аромату і смаку. Карбонізація фруктів із застосуванням сухого льоду відбувається наступним чином: Фрукти розміщують на сухому льоду та накривають кухонним

рушником, відбувається перехід речовини з сухого стану у газоподібний оминаючи рідку фазу. Заморожені плоди не вживаються одразу, оскільки можна отримати опіки ротової порожнини. Також використовують метод карбонізацію у содовому сифоні ISI Whip, він дозволяє інтенсифікувати процес карбонізації та збільшити ступінь насичення. При використані цього методу фрукти потрібно одразу подавати до столу, оскільки через 15 хв ефект карбонізації зникне. Подають карбонізовані фрукти з шампанським до сиру, а карбонізовану диню до прошутто[4, с. 360].

Метод диспергування надає столу вишуканості та доповнює страву. Диспергування ароматів відбувається за допомогою розміщення харчових інгредієнтів (бажано у рідкому стані), до складу яких входять ефірні олії або інші ароматизатори, у підігрітому вигляді на сухий лід, що знаходиться у спеціальному контейнері, ароматизована пара подразнює смакові рецептори, що викликає збудження апетиту. Тому при використані методи диспергування аромат повинен доповнювати страву. Але потрібно пам'ятати, що молекулярна гастрономія перш за все є наукова дисципліна, яка вивчає фізико-хімічні процеси, що відбуваються під час приготування їжі. Тому страви молекулярної кухні знаходяться на стику технологічних, художніх і соціальних областей досліджень, що робить її інноваційним аспектом розвитку технологічного направлення у громадському харчуванні.

Список використаних джерел:

1. Алексеев Д. Молекулярная кухня / Д. Алексеев // Взгляд: деловая газета. — 2007. — 9 окт. (№ 38). — С. 22—27.

2. Уайтхолл Б. Молекулярная магия / Б. Уайтхолл // Food Service. — 2006. — № 7. — С. 69—74.

3. Сарафанова Л.А. Харчові добавки: Енциклопедія / Л.А. Сарафанова. – СПб: ГИОРД, 2012 – 776с.

4. Харчові загусники, стабілізатори, гелеутворювачі/ А. Аймесон (ред..-сост.) / Перекл. З анг. д.х.н. С.В. Макарова. – СПб.: Професія, 2012. – 408с.

Найда Олександра
наук. кер. – Струтинська Л.Т.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Технологічні властивості борошна стародавніх видів пшениці

Зростання інтересу населення до здорового способу життя, основою якого є збалансоване харчування, спонукає виробників поступово збільшувати частку хлібобулочних, борошняних, кондитерських, макаронних виробів і круп, виготовлених зі стародавніх видів пшениці: однозернянки (T. momococcum), полби (T. dicoccum) та спельти (T, spelta) які є одними з найдревніших зернових Старого Світу. Їх основною характерною ознакою є плівчастість

зерна, ламке колосся та важкий вимолот. Ці зернові культури протягом багатьох століть були основними продуктами харчування людства. Проте з часом їх витіснено більш урожайними та легкими у обмолоті голозерними сортами, а плівчасті пшениці збереглися здебільшого як насіннєвий матеріал у генбанках зернових культур[1]. Відновлення інтересу до плівчастих пшениць, пов'язане з їх високою харчовою цінністю, придатністю до низькозатратного органічного землеробства та в якості генетичного ресурсу для селекції. Значна увага саме до спельти в багатьох країнах Європи обумовлена рядом причин, серед яких більш висока врожайність серед плівчастих пшениць та її технологічні переваги [2].

Дослідженнями хімічного складу суцільнозмеленого борошна доведено переваги харчової цінності спельти порівняно із пшеницею. Наявність у спельті більшої кількості білків і ліпідів, поряд зі зниженим вмістом вуглеводів, обумовлює відмінність хлібопекарських властивостей борошна з цих культур[3]. Отже, з огляду на тенденцію здорового харчування суцільнозмелене спельтове борошно заслуговує на увагу і може бути корисним у хлібопекарській промисловості для виготовлення хлібобулочних виробів з покращеним хімічним складом. Проте, оскільки хлібопекарські властивості борошна спельти поступаються пшеничному борошну, для покращення якості виробів необхідно застосовувати певні технологічні заходи.

Полба при виготовленні з неї борошна, на відміну від пшениці, повністю зберігає свою харчову цінність. Її традиційно використовують для виготовлення макаронних виробів в Італії та Єгипті, супів – у Італії, Туреччині та Швейцарії, а також для виробництва пива в деяких країнах. Також зерно полби використовують для виготовлення нетрадиційних продуктів харчування, таких як дитяче харчування. Полба, окрім високого вмісту білка привертає увагу високим рівнем резистентного крохмалю, клітковини, каротиноїдів та антиоксидантів, завдяки чому вона виступає відмінною сировиною для отримання борошна та крупи високої харчової якості, що особливо важливо в умовах дисбалансу раціонів харчування окремих груп населення. Потрібно також відзначити, що, на думку дослідників, всі корисні речовини, які містяться в полбі, у зв'язку з високою розчинністю легше і швидше засвоюються організмом людини, ніж біохімічні компоненти зерна пшениці. За технологічними властивостями полб'яне борошно містить більше клейковини, ніж пшеничне, але за якістю її можна схарактеризувати як слабку. Клейковина полби малоеластична, непружна, темніє на повітрі.

Отже, повноцінно використовувати борошно з полби у хлібопеченні не вдасться, але доцільно його застосовувати як добавку до пшеничного або житнього борошна з метою підвищення харчової цінності хліба, а також у кондитерському виробництві для виготовлення пісочного та деяких інших видів тіста. Характерною особливістю однозернянки є високий рівень каротиноїдів, фосфору та антиоксидантів. Хлібобулочні вироби, виготовлені з борошна однозернянки поступаються якістю, але вона є ідеальною сировиною для виготовлення пластівців, сухих сніданків, а також круп типу «булгур» або «артек», які сьогодні є дуже популярним гарніром в закладах ресторанного

господарства. В Іспанії та на території колишньої Югославії з однозернянки випікають хліб на опарах та заквасці, виготовляють макаронні вироби та пиво[4]. Як продукт переробки, її використовують в якості зернового наповнювача у молочній галузі, спортивному та дитячому харчуванні.

Отже, підсумовуючи вище викладений матеріал, варто підкреслити, що стародавні види пшениці стійкі до навколишніх факторів, їх можна вирощувати на будь-яких грунтах, вони засухостійкі, краще за голозерні поглинають мінеральні речовини з грунту, тому їх зерна мають багатший хімічний склад порівняно з сучасними сортами. Враховуючи технологічні властивості борошна, лише спельта та певною мірою полба становлять інтерес для хлібопекарської галузі. З точки зору фізіології людини, регулярне вживання в їжу продуктів, виготовлених зі стародавніх культур, сприяє зміцненню імунітету, поліпшенню роботи серцево-судинної, травної та репродуктивної систем, знижує ризик розвитку анемії, інфекційних та онкологічних захворювань.

Список використаних джерел

1. Гончаров Н. П. Происхождение, доместикация и эволюция пшениц / Н. П. Гончаров, Е. Я. Кондратенко // Вестник ВОГиС. – 2008. – том 12. - № ½. – с. 159

2. Твердохліб О.В. Спельта і полба в органічному землеробстві / О. В. Твердохліб, О. В. Голік, А. К. Нінієва, Р. Л. Богуславський // Посібник українського хлібороба. Наук.практ. Збірник. – 2013. - №1. – с. 154 – 155.

3. Семенова А. Б. ПОРІВНЯННЯ ВУГЛЕВОДНО-АМІЛАЗНОГО КОМПЛЕКСУ ПШЕНИЧНОГО ТА СПЕЛЬТОВОГО БОРОШНА : дис. канд. техн. наук / Семенова А. Б., 2016. – 5 с.

4. БОРОШНО СТАРОДАВНІХ ПШЕНИЦЬ, І ПРОДУКТИ ПЕРЕРОБКИ КРУП'ЯНИХ КУЛЬТУР ТА ШРОТИ У ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБА : монографія / В. І. Дробот [та ін.] ; за ред. чл.-кор. НААН України, д-ра техн. наук, проф. В. І. Дробот ; Нац. ун-т харч. технологій. - Київ : ПрофКнига, 2018. - 185 с

Руснак Лілія,
наук. кер. – Данилюк І. П.
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Технологія борошняної продукції покращеного нутрієнтного складу

Сьогодні все більше людей у світі намагаються дотримуватися здорового способу життя. Тому одним із напрямів розвитку харчової промисловості та закладів ресторанного господарства є створення харчових продуктів з покращеним нутрієнтним складом.

Харчова промисловість є не тільки однією з найважливіших складових економіки будь-якої держави, а й основним джерелом збагачення організмунутрієнтами[1]. Оскільки, значна частина споживання належить борошняним виробам, доцільно розглядати саме цю групу харчової промисловості

Актуальність пов'язана з тим, що борошняні вироби є групою харчових продуктів широкого асортименту, які споживаються майже усім населенням. Вони значно відрізняються між собою за складом і споживчими властивостями, і являються значною частиною раціону харчування людини та користуються сталим попитом, насамперед, завдяки смаковим властивостям.

Борошняні вироби є одним з багатьох об'єктів, що потребує збагачення корисними нутрієнтами. Всім відомо, що борошняні вироби є групою висококалорійної продукції. При їх виробництві широко застосовуються поліпшувачі смаку та аромату, консистенції, добавки окисно-відновної дії, емульгатори, консерванти, як правило, штучні.

Хоча є велика кількість нетрадиційної рослинної сировини, яка безпечна і здатна підвищити харчову та біологічну цінність виробів завдяки багатому хімічному складу.

Хліб та хлібобулочні вироби майже на половину задовольняє потребу людини у вуглеводах, на третину – в білках, більш ніж на половину у вітамінах групи В, солях фосфору і заліза[2].

Водночас їх хімічний склад не оптимізований і потребує збільшення кількості та досягнення збалансованості найважливіших речовин Протягом останніх кілька років, коли постало питання про покращення нутрієнтного складу продукції харчування, почали розглядати всі можливі варіанти круп, і не виключенням стала гречка, яку раніше не вважали провідною сільськогосподарською культурою.

Багатьма вченими проводились дослідження щодо заміни пшеничного борошна на гречане [3].Відмінною особливістю гречаного борошна є високий вміст незамінних амінокислот, причому вміст білка не поступається пшеничному борошну.

Наприклад, за вмістом лізину гречка перевищує за ступенем збалансованості просо, пшеницю, жито, за вмістом валіну – наближається до молока, лейцину – до яловичини, фенілаланіну – до молока та яловичини. Це свідчить про те, що білки гречки відрізняються високим ступенем збалансованості за вмістом незамінних амінокислот, мають хорошу засвоюваність, що робить гречане борошно особливо цінною сировиною. Хімічний склад гречаного борошна наведено в табл. 1. [4].

Таблиця 1

Хімічний склад гречаного борошна (г на 100 г продукту)

Показник	Вміст, г	Показник	Вміст
Білки	13,6	Мінеральні речовини, мг	
Жири	1,2	Калій	0,4
Вуглеводи	71,9	Кальцій	80
В т.ч. клітковина	2,3	Магній	48
Вітаміни, мг		Залізо	1,3
B_1	0,4	Енергетична цінність, ккал	326
B_2	0,18		
РР	2,7		

Гречане борошно має високу поживну цінність, смакові властивості, легко засвоюється, широко використовується в технологіях сучасних страв і виробів. При регулярному вживанні з організму виводяться токсини і надлишок жирів, шлаки та солі важких металів. Крім того, гречане борошно відоме своїми властивостями знижувати вміст холестерину, запобігає артриту, захворюванню черевної порожнини[5].

Під час розроблення технології булочки дріжджової було створено модельні композиції із заміною пшеничного борошна на гречане у кількості 10, 20, 30, 40 та 50 %. Метою проведених досліджень було визначення оптимальної концентрації борошна, вивчення хлібопекарських властивостей гречаного борошна порівняно з борошном пшеничним.

Досліджували основні показники якості борошна, тіста та булочники із даним борошном. Показники якості визначали за загальноприйнятими методиками. Тісто готували безопарним способом на пресованих дріжджах

Під час досліджень було встановлено, що оптимальна концентрація гречаного борошна становить 30 %, гречане борошно, порівняно з пшеничним, містить меншу кількість власних цукрів, має більш низьку цукроутворювальну здатність і більшу автолітичну активність. Внаслідок цього тісто з гречаного борошна бродить менш інтенсивно, що підтверджується меншим на 21% виділенням діоксиду вуглецю за період його бродіння.

Про білково-протеїназний комплекс борошна судили за кількістю та якістю відмитої клейковини. Внаслідок більш низької якості клейковини і меншої газоутворювальної здатності гречаного борошна дозрілі тісто і тістові заготовки мали менший питомий об’єм і на 16% гіршу формостійкість.

Готові булочки з гречаного борошна були правильної форми, з гладким темно-золотистим кольором поверхні, проте мали на 7 % менший питомий об’єм та на 5 % меншу пористість і формостійкість. Органолептична характеристика булочки із гречаного борошна наведено в табл. 2

Таблиця 2

Органолептична характеристика булочки дріжджової із гречаного борошна

Показник	Характеристика

Зовнішній вигляд	Кругла, не розпливчаста, без притисків
Поверхня	Рівна
Колір	Від світло-коричневого до яскраво-коричневого без підгорілості
Смак і запах	Пропечена, еластична, не волога на дотик, без слідів непромісу
Стан м'якушки	Властивий даному виду виробів, без стороннього присмаку, запаху

Проаналізувавши літературу та провівши відпрацювання технології булочки дріжджової із гречаним борошном стає зрозуміло, що дієтичне та лікувальне харчування набуває у наш час великої актуальності. Через погіршення соціального й економічного статусу населення, несприятливий екологічний стан та нераціональне харчування. В зв'язку з цим технологія приготування борошняної продукції покращеного нутрієнтного складу є доцільною в наш час.

Список використаних літературних джерел:

1. Розвиток промисловості для забезпечення зростання та оновлення української економіки : науково-аналітична доповідь / за ред. д-ра екон. наук Дейнеко Л.В. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2018. – 158 с.

2. Євчук Я. В. Застосування нетрадиційної сировини в технології хліба / Я. В. Євчук // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. – 2017. - № 1 (1). – С. 211-221.

3. Моргун В. Висока харчова цінність композиційних сумішей з борошна різних зернових / В. Моргун, Д. Жигунов, О. Крошко // Зерно і хліб. – 2010. – № 3. – С. 39.

4. Технологія виготовлення та особливості використання гречаного борошна в хлібопекарських та кондитерських виробах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://revolution.allbest.ru/cookery/00679031_0.html

5. Тарасенко І. В. Вплив безглютенового борошна на вафельні вироби та перебіг технологічних процесів / І. В. Тарасенко, В. В. Дорохович, С. А. Іванов // Продовольчі ресурси. Серія : Технічні науки. – 2014. - № 3. – С. 36-39.

Сеничак Микола,
наук. кер. – Романовська О. Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Характеристика та способи отримання натуральних харчових барвників

Головною якісною характеристикою продуктів харчування є органолептичні показники – зовнішній вигляд, смак, колір, запах. Під час оцінювання зовнішнього вигляду споживач особливу увагу звертає на колір продукту. Для надання харчовим продуктами привабливого кольору виробники намагаються використовувати харчові барвники природного походження. Природні харчові барвники містять цінні біологічно активні речовини: вітаміни, органічні кислоти, ароматичні речовини, мікроелементи. Багато природних пігментів мають антиоксидантні властивості. Тому використання їх як харчової біодобавки дозволяє не тільки поліпшити зовнішній вигляд, а й підвищити харчову і біологічну цінність. Нині спостерігається чітка тенденція до розширення виробництва харчових продуктів з доданням природних барвників.

Природні барвники безпечні для здоров'я, але вони можуть піддаватись мікробному псуванню. Колір натуральних барвників залежать від умов зростання рослин, часу збирання, pH середовища тощо. Тому для поліпшення технологічних властивостей натуральні барвники можуть піддавати хімічній модифікації.

Натуральні барвники зазвичай одержують із природних джерел у вигляді суміші різних сполук. Їх склад залежить від джерела і технології одержання. Серед натуральних слід назвати каротиноїди, антоціани, флавоноїди, хлорофіли. Вони не токсичні, але для деяких із них установлені допустимі добові концентрації. Пурпурне забарвлення одержують із квіток рожі (мальви), червоний колір – з ягід чорниці, ожини, бузини, журавлини, шовковиці тощо. Морква та буряк також дають інтенсивний колір. Жовтий пігмент добувають з орегано, софори, куркуми, шафрану. Червоноголовкова капуста – носій червонясто-синього кольору. Барвні речовини із зеленим кольором (хлорофіл) отримують, наприклад, із люцерни.

Відбувається активний пошук барвників тваринного походження. перспективним вважається використання продуктів моря. В Росії дозволений барвник, що одержаний із кроля, основа якого каротиноїди. Він використовується для забарвлення рибних виробів і штучної ікри.

Одержано натуральний барвник із столового буряка, темно-вишневого кольору зі смаком кисло-солодкого граната і пелюстків рози. Розроблено ряд барвників з жовтої частини деревини маклюри, тута, скумпії і шкіри плодів граната, які за хімічною природою відносяться до поліфенольних сполук. Вони являють собою жовтий сипкий порошок, добре розчинний у воді.

Барвники додають до харчових продуктів для відновлення природного забарвлення, втраченого під час технологічного процесу чи зберігання; збільшення терміну зберігання без погіршення зовнішнього вигляду; підвищення інтенсивності природного забарвлення; надання кольору безбарвним продуктам (наприклад, безалкогольним напоям, морозиву, кондитерським виробам,консервній продукції); створення більш привабливих продуктів і ширшого колірного різноманіття.

Харчові барвники повинні бути нешкідливими у застосовуваних дозах (не бути канцерогенами, мутагенами) та не мати яскраво вираженої біологічної активності; володіти стійкістю наданого кольору до впливу технологічних чинників (стійкість до дії світла, окислювачів і відновників, зміни кислотнолужного середовища, підвищення температури тощо); володіти високим ступенем забарвлення при низьких концентраціях харчового барвника; добре розчинятися у воді або жирах, а також рівномірно розподілятися в масі харчових продуктів.

Не допускається за допомогою харчових барвників приховувати зміну кольору продукту, викликану його псуванням, порушенням технологічного режиму чи використанням недоброякісної сировини.Серед натуральних барвників заслуговують на увагу каротиноїди. Вони нерозчинні у воді, розчинні у жирах і органічних розчинниках. β-каротин (Е160а) використовують для забарвлення та вітамінізації маргаринів, майонезів, хлібобулочних і кондитерських виробів, безалкогольних напоїв.

Із пігментів цієї групи важливими є лікопін (Е160d) і жовтогарячий барвник аннато (Е160в). До цієї групи відносяться масло смоли паприки (Е160с) – екстракти із червоного перця. Колір цього барвника від жовтого до оранжевого. Використовується при виготовленні кулінарних виробів, соусів, сирів. Велику групу складають похідні каротиноїдів: флавоксантин (Е161а), лютеін (161d), криптоксантин (Е161с), рубіксантин (Е161d), віолоксантин (Е161е), родоксантин (Е161f), кантаксантин (Е161q).

Із моркви виділені каротиноїди (а, β, γ- каротин), із плодів шипшини, перця теж одержують каротиноїди. Вони стійкі до зміни pH середовища, але при нагріванні більше 100°С або під впливом сонячних променів легко окислюються.

Тому є необхідність досліджувати харчові барвники природного походження, шукати шляхи запобігання їх окисленню та способи збереження стійкості до впливу зовнішніх факторів (повітря, термічне обробляння).

Список використаних джерел:

1. Пилат Т.П. Биологически активные добавки к пище/ Т. П. Пилат, А.А. Иванов. – М.: Авалон, 2002. – 710 с.
2. Молотов В.М. Пищевые красители: классификация, свойства, анализ, применение / В.М.Болотов, А.П.Нечаев, Л.А.Сарафанова.–СПб.: ГИОРД, 2008.–240с.
3. Сарафанова Л.А. Применение пищевых добавок. Технические рекомендации / Л. А. Сарафанова. – СПб.: ГИОРД, 2005. – 200 с.

Ухач Уляна,
наук. кер. – Струтинська Л. Т.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Використання насіння чіа у технології виготовлення хліба та хлібобулочних виробів

В часі останніх років динаміка стану здоров’я населення України характеризується негативними тенденціями – зростає кількість аліментарно залежних захворювань (серцево-судинні, ожиріння, діабет, порушення опорно-рухового апарату тощо). Зважаючи на це, тенденція до здорового способу життя набирає все більшої популярності та починає диктувати свої правила. Споживачі дедалі більше віддають перевагу натуральним продуктам. Так як здоров’я людини у великій мірі залежить від харчування, зокрема ступеня забезпеченості організму необхідними харчовими речовинами та енергією, науковці з усього світу все більше починають працювати над створенням харчових продуктів, які будуть збагачені та збалансовані за вітамінно-мінеральним складом.

Одним з найефективніших способів покращення харчового статусу населення є збагачення фізіологічно цінними компонентами продуктів які найчастіше зустрічаються в раціоні пересічного українця – це хліб та хлібобулочні вироби. Кількість хлібобулочних виробів, збагачених біологічно активними речовинами, на українському ринку є обмеженою і не перевищує 2–5 % від загального асортименту продукції [1, с.20]. Зважаючи на функціональні властивості насіння чіа актуальними є дослідження можливості його застосування у технології хлібобулочних виробів, що, в свою чергу, сприятиме розширенню асортименту оздоровчої продукції.

Чіа – це низькокалорійні зерна іспанської шавлії. Чіа має довгий термін зберігання і досить приємний горіховий смак. Зазвичай воно буває білого, сірого, коричневого та чорного кольору зі своєрідним рельєфним малюнком. Незалежно від того, якого кольору насіння чіа, воно має однакові властивості. Ще за давніх часів вважалося, що насіння цієї цілющої рослини здатні додати сил і енергії, підвищити витривалість. Насіння чіа використовується як джерело протеїну, жирних поліненасичених кислот, харчових волокон, вітамінів та мінеральних речовин [2, с. 86]. Насіння чіа є перспективною сировиною для збагачення складу кондитерських і хлібобулочних виробів. Провівши відповідні дослідження науковцями було доведено, що введення чіа до рецептури пшеничного хліба позитивно позначається на його питомому об’ємі, який зростає у середньому на 8%. Збільшення частки функціональної сировини у рецептурі буде сприяти наданню продукту оздоровчих властивостей. Додавання насіння чіа до хліба та хлібобулочних виробів надає їм правильної форми, гладку поверхню, приємний запах та смак, але має сіруватий колір м’якушки з помітними частинками оболонок [3, с. 5].

Особливе значення в організмі людини мають незамінні амінокислоти, які вважаються основним енергетичним матеріалом для м’язів і складають половину спожитого щоденного білка. Додавання насіння чіа до хліба чи хлібобулочних виробів збільшує масову часта валіну, лейцину, ізолейцину та треоніну на 8-12%, вміст білка збільшується на 7%, при цьому калорійність виробів буде зростати з 207 до 266 ккал. При вживанні хліба з чіа потреба у ізолейцині, амінокислоті, що бере участь у енергетичному обміні, задовольняється на 63% від добової потреби людини. Відсоток добової потреби

в ненасичених жирних кислотах ω-3 після збагачення виробу насінням чіа покривається на 24,4 %, а ω-6 – на 1,7% [4, с. 33].

Враховуючи хімічний склад насіння чіа, хліб, виготовлений з його використанням, буде збагачений мінеральними речовинами. Введення насіння чіа у рецептуру збільшує вміст таких мінеральних речовин, як магній, натрій та цинк у 2 рази та покриває добову потребу організму людини на 20–40% [5, с. 18]. Мідь допомагає регулювати процеси забезпечення клітин організму киснем і допомагає кістковому мозку здійснювати його кровотворну функцію.

Дослідивши користь вживання хліба та хлібобулочних виробів із насінням чіа, з легкістю можна підтвердити той факт, що такі вироби стануть джерелом біологічно активних речовин в організмі людини.

Використання насіння чіа забезпечує збагачення продуктів харчування білком, харчовими волокнами, поліненасиченими жирними кислотами, мінеральними речовинами, такими як калій, кальцій, магній, фосфор та вітамінами. Використання цього насіння в технології приготування хліба та хлібобулочних виробів дозволяє пригальмувати процеси черствіння та подовжити терміни зберігання продукції. Саме тому доцільність вживання насіння чіа у щоденному раціоні кожної людини є беззаперечною.

Список використаних джерел:

1. Єгоров, Б. Стан харчування населення України / Б. Єгоров, М. Мардар // Товари і ринки. – 2011.
2. Сазонов М.М. Повний атлас лікарських рослин / М.М. Сазонов. – Тернопіль: Навчальна книга – 2011.
3. Coorey, R. Gelling Properties of Chia Seed and Flour / R. Coorey, A. Tjoe, V. Jayasena // Journal of Food Science. – 2014.
4. Гонзикова О.П., Кастрова Л. І. Нові види хліба з використанням нетрадиційних компонентів // Сучасні проблеми технічного зберігання та переробки зерна – 2000.
5. Bresson, J. L. Opinion on the safety of Chia seeds (Salvia hispanica L.) and ground whole Chia seeds as a food ingredient / J. L. Bresson, A. Flynn, M. Heinonen, et al. // The European Food Safety Authority Journal. – 2009.

Ухач Уляна,
наук. кер. – Данилюк І. П.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Технологія смузі підвищеної харчової цінності

На сьогоднішній день загальновідомим є той факт, що стан організму людини, особливо спортсменів, цілком залежить від харчового раціону, стану екології, фізичних та психологічних навантажень, які прямо впливають на працездатність, здоров'я та емоційний стан. Харчування спортсмена доволі відрізняється від харчування звичайної людини, оскільки важкі навантаження і досить специфічні вимоги до функціональності організму диктують ретельний підбір складу раціону. Людям, що активно займаються силовими видами спорту, рекомендується споживання високобілкових продуктів для відновлення і набору м'язової маси, необхідної як для змагань, так і для власного самозадоволення. Саме тому останніми тенденціями у здоровому харчуванні стало вживання такого продукту як смузі.

Сьогодні кафе при спортивних клубах все частіше пропонують відвідувачам широкий асортимент смузі, користь яких виражається у вітамінно-мінеральному складі продукту. Це зумовлено тим, що під час приготування смузі вітаміни та мінеральні речовини з фруктів, ягід, молока або овочів переходять в хімічний склад кінцевого продукту.

Перспективним напрямом у технології виготовлення смузі є використання нетрадиційної місцевої продукції, яка є джерелом біологічно активних речовин білків, вуглеводів, харчових волокон, вітаміну С та вітамінів групи В, мінеральних речовин, що надасть напою лікувально-профілактичного значення [1, с.14]. Такою сировиною є шрот із обліпихи, квітковий пилок та волоський горіх.

Шрот з обліпихи – це сухий залишок при виробництві обліпихової олії. Основною перевагою цього продукту є високий рівень гідратації, його можна використовувати в різних кількостях та комбінаціях в складі харчових композицій. Шрот обліпиховий є природним рослинним джерелом харчових волокон, мінеральних речовин, вітамінів, рослинного білка, клітковини, пектинових речовин, антиоксидантом жирів та стабілізатором вологості. В обліпиховому шроті міститься вісімнадцять амінокислот, загальна кількість яких становить 23,7% від загальної маси. Із них, 1/3 приходиться на незамінні амінокислоти (лізин, треонін, валін, метіонін, триптофан, ізолейцин, лейцин, фенілаланін). Із замінних амінокислот значна частина припадає наглютамінову та аспарагінову кислоти, аргінін. Наявність пектину в обліпиховому шроті дає можливість вберегти організм людини від радіації, нормалізує кількість холестерину, позитивно впливає на внутрішньоклітинні реакції дихання та обміну речовин. Пектин підвищує стійкість організму людини до алергічних факторів [2, с. 56].

Харчова цінність квіткового пилку зумовлена наявністю білку, цукру, жирів, мінеральних солей, вітамінів, ферментів, фітогормонів та антибіотиків, які є кількісно збалансованими, що дозволяє використовувати квітковий пилок під час більшості захворювань. В ньому міститься від 7 до 30 % протеїнів, 13 % амінокислот, 10 з яких не виробляються організмом людини. Природний квітковий пилок є природним концентратом амінокислот, який дає можливість заповнити похибку сучасного харчування і забезпечує високий рівень відновлення тканинних білків при їх зниженні в раціоні. Наявність вітаміну Р

(рутину), дає можливість зміцнити стінки капілярів, імунітет. Використання квіткового пилку в технології виробництва смузі допоможе значно підвищити вміст гемоглобіну та еритроцитів в крові, поліпшить апетит, загальний стан організму [3, с. 1].

Волоські горіхи – це цінне джерело йоду, здатне відновити дефіцит цього елементу в організмі, запобігши прояву захворювань щитовидної залози й утворення зоба. Нестиглі волоські горіхи містять цілий ряд необхідних людському організму речовин: вітаміни групи В, вітамін Е, РР, С, каротин, жирні поліненасичені кислоти, ефірні олії, фосфор, магній, калій, флавоноїд. Такий багатий склад волоських горіхів молочно-воскової стиглості сприятливо впливає на організм, виконуючи такі функції: підвищення опірності радіації, нормалізація гормонального фону, очищення крові, загоєння ран [4, с. 32].

В результаті дослідження значущості вживання організмом людини таких продуктів як квітковий пилок, шрот з обліпихи та волоських горіхів, можна зробити висновок, що їх використання у технології приготування смузі значно покращує нутрієнтний стан напою білком, вуглеводами, харчовими волокнами, мікроелементами: залізо, марганець, мідь, цинк, вітамінами групи В, Р, РР, У та особливо вітаміном С, що дозволяє використовувати їх в технології смузі з метою покращення харчової та біологічної цінності і створення нового продукту, який можна використовувати для покращення самопочуття організму людини та лікування аліментарних захворювань.

Список використаних джерел:

1. Спиричев В. Б. Научные основы и современный опыт обогащения пищевых продуктов микронутриентами / В. Б. Спиричев, Л.М. Шатнюк // Проблемихарчування. – 2014.

2. Технологія продуктів харчування функціонального призначення: монографія / М. І. Пересічний та ін. Київ, 2010.

3. Користь вживання квіткового пилку. Режим доступу: http://pan-ta-pani.com/818/pro-korist-vzhivannya-kvitkovogo-pilku.html

Тюрікова І. С. Технологія харчової продукції з використанням волоського горіха: теорія і практика : монографія / І. С. Тюрікова. – Полтава : ПУЕТ, 2015

Чусак Оксана,
наук. кер. – Романовська О. Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Форми і способи постачання та їх основні особливості у організації ресторанного господарства

Ресторанне господарство – це галузь, основою якої є підприємства, що визначаються єдністю форм організації виробництва та обслуговування споживачів. Однією з суттєвих складових організації закладу ресторанного господарства є постачання сировини, напівфабрикатів, продуктів та матеріально-технічних засобів.Раціональна організаціязакладів ресторанного господарства тазабезпечення всіма необхідними ресурсами значною мірою визначає рівень використання засобів виробництва, зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, збільшення прибутку і рентабельності. Саме зважаючи на це важливий вплив мають форма та спосіб здійснення етапу постачання.

Характеристика основних форм та способів постачання з подальшим визначенням найоптимальнішого їхвикористання для певного виду закладу ресторанного господарства є головним завданням.

Правильна організація продовольчого постачання закладів ресторанного господарства – найважливіша умова задоволення попиту населення на продукції ресторанного господарства[1, с. 42].

Головнимивимогами постачання є забезпечення широкого асортименту товарів в достатній кількості та відповідній якості; своєчасність і ритмічність завезення товарів; оптимальний вибір постачальників і вчасне укладання договорів про поставку товарів. При цьому сам процес забезпечення повинен відбуватися при мінімальних транспортно-складських витратах і найкращому використанні ресурсів на виробництві.

Тому важливе значення має транзитна форма постачання підприємства, особливо коли доставка ресурсів здійснюється транспортом постачальника по кільцю (кільцевий завіз). Транзитна форма постачання передбачає прямі зв’язки з постачальником, минаючи проміжні оптові фірми [1, с. 47].

Транзитну норму визначають як мінімально допустиму загальну кількість матеріалів, відвантажених постачальником на адресу споживача за одним замовленням. Замовлену норму розраховують як найменшу кількість матеріалів за однією позицією замовлення, взяту постачальником до виконання за обов’язкового замовлення на одночасну доставку кількох однорідних видів (типорозмірів) матеріалів на адресу одного споживача. Найдоцільніше така форма використовується для постачання простого асортименту товарів, швидкопсувних та плодово-овочевих товарів, а також при значній поставці одного типу продукції.

Складська форма постачання передбачає, що постачання засобів виробництва від підприємства-виробника підприємству-споживачеві здійснюються через посередників. При такій схемі товар проходить не менше чотири склади.

Роль посередників в даному випадку полягає в тому, щоб за відсутності регламентації об'єму разової партії відправки необхідної продукції (ресурсів) зі складу забезпечити пересування матеріальних потоків до споживача з наперед заданою частотою. Крім того, посередник, за бажанням споживачів, може виконувати ряд виробничих послуг з підготовки продукції до виробничого споживання, здійснити післяпродажний сервіс проданої продукції надати комплекс інших видів ділових послуг.

Найефективніше застосування цієї форми постачання у таких випадках: при отриманні великих партій продукції від постачальників у вузькому виробничому асортименті, що вимагають додаткової комплектації, підсортування і перетворення їх в більш широкий асортимент; для формування системи матеріально-технічного забезпечення малих підприємств; при нестійкості виробничого процесу; при освоєнні виробництва нової продукції.

Доставка продуктів у заклади ресторанного господарства здійснюється централізованим, децентралізованим, змішаним («кабаре») способом. Централізований спосіб постачання передбачає собою постачання продукції власними силами постачальників, а отже не має необхідності у власному транспорті.

Таким чином є можливість виключити велику кількість посередницьких організацій, послуги яких збільшують собівартість продукції; укладати довгострокові договори з посередниками.

При децентралізованому способі ввезення товарів використовується власний транспорт закладу ресторанного господарства. Продукція на підприємство доставляється лінійним маршрутом.

Змішаний спосіб постачання передбачає собою поєднання двох попередніх, в такому випадку поставка основної сировини може здійснюватися централізованим способом, а введення і освоєння нової – децентралізованим.

Зважаючи на вищевказане, визначення тої чи іншої форми і способу постачання всіх необхідних ресурсів до закладу ресторанного господарства залежить від типу підприємства, його транспортних ресурсів, а також від обсягу виробленої готової продукції.

Список використаних джерел:

1. АрхіповВ. В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник / В. В. Архіпов. – К.: Центр учбовоїлітератури; Фірма «Інкос», 2007. – 280 с.
2. Інтернет ресурс. - Режим доступу: http://referat-ok.com.ua
3. Інтернет ресурс. - Режим доступу: https://helpiks.org

Юрченко Анастасія,

наук. кер. - Романовська О.Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут, КНТЕУ,
м. Чернівці

«Open kitchen» - інноваційний підхід до концепції закладу

Станом на 2019 р. в Україні функціонує більше 50 000 закладів ресторанного господарства починаючи від фаст-фудів і закінчуючи фешенебельними ресторанами високої кухні. В такому різноманітті складно зробити собі ім'я, виділитись з-поміж інших і запам'ятатись відвідувачам, щоб вони захотіли повертатися знову і знову. Тому кожен намагається придумати власну фішку, яка б виділяла поміж тисячі інших.

Як показують опитування, проведені агентством Gallup Media, відвідувачі зазвичай вибирають заклади з оригінальною атмосферою, нестандартною подачею чи власною фішкою. 71% респондентів висловили свої переваги закладам, де процес приготування і подачі їжі відбувається на їхніх очах.

Одною з модних і крутих ідей стала концепція «Open kitchen» (з англійської – *відкрита кухня*). Дизайн ресторану з відкритою кухнею надає відвідувачам унікальну можливість спостерігати за процесом приготування страв. Завдяки такому підходу можна бути впевненим в якості приготування і професіоналізмі персоналу. На огляд широкій публіці представлено в яких умовах і з яких продуктів готуються страви.

Ще недавно подібна форма обслуговування практикувалася тільки у західних країнах, але з часом це стало популярним і в Україні. Сьогодні «кухня за склом» це не тільки форма обслуговування, але й можливість проведення майстер-класів з приготування страв, демонстрацій кухонного устаткування і організації презентацій. Тепер відкрита кухня – це тренд в сфері громадського харчування.

Як буде виглядати і функціонувати відкрита кухня – задача, яка потребує врахування великої кількості різноманітних факторів, починаючи з наявності вільної площі і закінчуючи гармонією обстановки з оформленням залів. Найбільш прийнятним і популярним на сьогоднішній день є рішення – робота «за склом» з наданням можливості клієнтам побачити малу, але ефективну частину виробничого процесу. При цьому конструкція скла і планування розстановки місць для відвідувачів і робочих місць «за склом» повинні задовільняти вимоги максимальної оглядовості і комфортності як для відвідувачів, так і для працюючих на публіку професіоналів.

Для створення відкритої кухні добре підходять печі для приготування піци, барбекю, суші-кейси, грилі. Чудовою традицією стало приготування безпосередньо на місцях відвідувачів деяких страв, таких як фондю чи фламбе.

Особливості оснащення

Організація відкритого робочого процесу потребує використання професійного технологічного устаткування, теплових і холодильних апаратів, а також виконання особливих вимог до санітарних умов.

Спеціалізоване технологічне устаткування для ресторанів з відкритою кухнею, повинно відповідати наступним умовам:

- *Функціональність і привабливий дизайн* (підсвітки, прозорі елементи, стильні кольорові рішення і тд.)
- *Комфорт і компактність* (зручність роботи – головна задача устаткування)
- *Відкритість* (вок, гриль, пароконвектомати з гарним дизайном, оснащений великими склянними дверима для кращого огляду)

Особливо важливим питанням є комплектація відкритої робочої зони витяжками і фільтрами. Система забору і подачі повітря повинна запобігти проникнення любих запахів в зал ресторану. Тому витяжками повинна бути оснащена вся площа стелі відкритої робочої зони. В доповнення до цього над тепловими установками монтуються потужні вентиляційні установки, спроможні повністю видалити з робочої зони кіптяву і пари продуктів.

Також уважно потрібно віднестися і до розстановки оснащення чи проекту відкритої кухні. Найкраще розташування – островна організація устаткування, яка створює максимальний комфорт при роботі і найменшим чином зменшує поле зору відвідувачів.

Звісно, більша частина технологічного процесу лишається «за кадром», і виконується у закритих зонах кухні. На огляд виносяться процеси доготування і сервірування страв. Щоб ефективно використовувати площу приміщення, рекомендується встановити кухонні виробничі столи.

Одним з процесів, який можливо обіграти в залі, є презентація нових страв і майстер-класи від шеф-кухаря. Майстерність рухів допоможе створити вау-ефект при завершенні приготування складної страви або нарізання салатів. Шеф-кухар при цьому виконує свої основні обов'язки та разом з тим розважає публіку, дарує їй емоції, робить час очікування замовлення не нудним.

В більшості випадків гості навіть не завжди знають, як звати шеф-кухаря, але радість, здивування та емоції від вау-ефектів запам'ятовують надовго.

Доречним буде звернути увагу на оформлення та оздоблення таких заходів. Стильне кухонне приладдя (професійні ножі, лопатки, терки, глечики, марміти) та дизайнерське облаштування місця проведення майстер-класу додадуть привабливості й зацікавленості тим, що відбувається.

Гості, захоплені дійством, напевно захочуть спробувати що-небудь ще, крім вже замовленої їжі.

Доготування та сервірування - процеси, які також можуть бути залучені для розважання гостей. Причому їм не обов'язково залишатися просто глядачами. Якщо дозволяють умови, й це не суперечить концепції закладу, включення в меню страв «приготуй сам» різного формату - актуальний та ефективний спосіб залучення аудиторії. Часто такий розважальний момент "грає" на користь прийняття рішення відвідати ресторан знову.

Відкрита кухня може стати привабливим проектом для закладу ресторанного господарства будь-якого класу – від фаст-фуду і піцерій, до ресторанфв національної кухні. Така концепція закладу може дарувати

відвідувачам найголовніше – довіру. А якщо клієнт довіряє, то він буде повертатися знову і знову.

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс: https://kareho.com.ua/a328670-restoran-oblichchyam-kliyenta.html
2. Електронний ресурс: https://jv-kontakt.com/articles/otkrytaya-kukhnya-v-restorane-oborudovanie-i-ne-tolko/
3. Електронний журнал: https://saltandpepper.com.ua/blog/otkrytaya-kuhnya-modnaya-fishka-dlya-uspeshnogo-restorana/

Reformation of Ukrainian economy as a factor of steady development

Andrusenko Kateryna,
scientific advisor - Gildebrant K.Y.,

Chernivtsi Institute of Trade and Economics KNUTE,
Chernivtsi

Socio-Economic Impacts of Tourism

Undoubtedly, tourism and hospitality industry play an important role in Ukraine's economy reformation. They are one of those sectors that influence the development of political, economic, social and cultural relations, becoming the content and lifestyle for millions of people. Tourism business today is considered the most promising direction of service industry development and is of great importance for the national economy of our country [2, c. 98].

Contemporary tourism has become a phenomenon that has entered the daily lives of almost a third of the world's population. In the early 21st century this industry ranked third in terms of income among the leading sectors of the world economy. In many countries and regions, tourism is a major source of revenue [3, c. 243].

It stimulates the development of infrastructure – hotels, restaurants, businesses, etc. It causes an increase in budget revenue through taxes, which can be direct (visa, customs duty) or indirect (increase in workers' wages causes an increase in the amount of income tax paid by them to the budget).

In addition, tourism has ample opportunity to attract foreign currency and various investments. The impact of tourism on economic development is manifested in increased business activity and expansion of production of goods and services as a result of improved solvent demand.

From an economic point of view, the attractiveness of tourism as a service industry lies in the faster return on investment and income in freely convertible currencies. In many countries tourism is developing at a rapid rate and is an important social and economic element, as it: increases local income; creates new jobs; develops all branches related to the production of tourist services; develops social and industrial infrastructure in tourist centers; activates and promotes the activity of folk crafts; stimulates culture development; augments living standards of the local population; boosts foreign exchange earnings [1].

The modern tourism industry is progressing rapidly. It is constantly evolving, despite various political, economic and social obstacles. In many cases, tourism business is the initiator and experimenter in the development and implementation of modern advanced technologies, constantly changing forms and ways of offering and providing services, opening and developing new opportunities [3, c. 242].

Tourism is the biggest employer. The industry is expected to generate 2,500 new jobs every day in the world over the next five years. In many sectors of economy, it is almost impossible to determine the accurate number of tourism-related employees. This estimate is further complicated by the specific nature of work (seasonal, part-time, temporary, etc.).

Besides, the number of employees in tourism is constantly rising. It is one of the few industries in which the introduction of new technologies does not lead to a reduction in staff. This is important because due to offering employment opportunities tourism reduces social tension.

The cost of creating one job here is 20 times lower while the capital returns from investments are 4 times higher than in any other industry. In addition, world experience shows that tourism can be developed even in times of economic crisis, which is important for Ukraine [1].

Thus, in many countries of the world, tourism is one of the highest priority sectors, contributing 20-45% to gross national income. Developed by tourism infrastructure contributes to improving the country's attractiveness and competitiveness in the world, accelerates its integration into the world economy, provides a transition from agrarian and industrial economy to a service-based one [1].

The industry performs the following functions: it is a source of foreign exchange earnings for countries and a means of securing employment; it expands investment in the balance of payments and GNP of the country; enhances its financial assets, stimulating industries that cater to the tourism industry; improves national welfare and earnings of population[2, с. 373].

Tourism is the sector that deserves more attention in Ukraine. This industry can provide a significant contribution to the economy of our country. It is one of the most efficient industrial complexes that should not be neglected, especially when solving difficult economic problems.

References:

1. Вплив туризму на економіку держави [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://skole.com.ua/uk/papers/13-turizm/34-turizm-ekonomika.html

2. Туризм як пріоритетним напрям соціально-економічого розвитку регіону : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці – м. Сучава, 23-24 квітня 2015 р. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. – 448 с.

3. Шаповалова О. М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг / О. М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – № 4 (193). – Ч2. – 2013. – С. 241-246.

Kuvila Olesya,
scientific advisor – Stupak M.H.,
Chernivtsi Trade and Economics Institute of KNUTE,
Chernivtsi

The Development of E-Government in Ukraine

The issues concerning the development of e-government are assuming greater importance with each passing year. The number of countries realizing the advantages of e-government is constantly increasing. In this sense, Ukraine is no exception.

It is worth noting that intense disputes are arising between different researches as for the very notion of "e-government" at present. So for example, some of them consider e-government as one that has its own electronic portal, or suppose it to be a kind of government that actively interacts with citizens via the Internet. Others view e-government as the whole sector of e-services provided to citizens by the state and its relevant authorities [1].

According to the definition given by S. Chukut, e-government is an adaptation of public administration to new requirements of social development, including direct services provided to citizens by the state, and online interaction between them due to implementation of feedback system (citizen → government → citizen, and vice versa) with the aid of information and communication technologies (ICT) [2, p. 8].

Taking into account this definition as a basis, it is obvious that with regard to e-government Ukraine is a country that is currently undergoing profound reforms. The usage of e-government and ICT plays a decisive role in improving public services, in increasing the responsiveness and transparency of government and in helping to contribute to the public expenditure savings, as well as in encouraging Ukrainians to become more proactively engaged in public life. And most importantly, users of e-government are offered instruments for curbing corruption in our country.

In this respect, we can mention some factors proving how Ukraine has recently advanced in e-government.

First, several important legislative reforms such as the Law on Citizens' Petitions, the Law on Access to Public Information, the Law on Open Data and the Law on Openness of Using Public Funds were passed in 2015. Second, several notable online tools were launched by civil society. These included the successful ProZorro electronic procurement platform which greatly contributed to state savings. Furthermore, the single web-portal spending.gov.ua made tracking of state expenditures a more transparent and interactive process for citizens. It is also worth noting that the previous Cabinet of Ministers and over 200 local government authorities adopted E-petitions instruments. In addition, Smart City, open data, e-voting pilots and the growth of such regional IT innovation centers as the Impact Hub in Odessa, Space Hub in Dnipro and iHUB in Vinnytsia became important catalysts to local civic initiatives focusing on social innovation. Lastly, several former Ministries launched a number of new e-services like facilitating more rapid and cost efficient business and construction licensing, monitoring of illegal waste dumps and the automation of a one-stop-shop style customs clearance service, etc [3].

Moreover, in 2017 the former Cabinet of Ministers of Ukraine approved the concept of e-government development in our country until 2020. It should be mentioned that the current president and the government of Ukraine pursue the predecessors' course of implementing reforms of e-government advancement.

In this context, the President of Ukraine Volodymyr Zelensky signed the decree to make all government services electronic and online (July 29, 2019). It specifies 11 steps for the Cabinet of Ministers of Ukraine to roll out such e-services for

Ukrainians as auditing all the country's registers, making them work together, and putting up a single website for access to such services. It is supposed that realization of all the steps contained in this document will make the circulation of paper forms disappear.

The decree provides for some deadlines: the Cabinet of Ministers has just 3 months to conduct an audit of all 350 registers in Ukraine and 6 months to launch a single website for e-services, and make Ukrainian citizens able to identify themselves on this website.

By the end of 2019, the President's Office hopes to have at least three e-services: obtaining a birth certificate, registration of a baby's residence, as well as receiving an identification code when getting a passport.

In 2020-2021, the Office wants to allow for the application of a driver's license and the participation in population census online. Electronic voting at elections is also a target for the next two years.

Apart from e-services, the website will also act as an all-in-one state register, including land and property ownership, tax and income declarations [4].

It is obvious that all the above-mentioned steps are intended to speed up and simplify e-services, save money from the state budget, and increase the transparency of government. Besides, they are efficient measures to prevent raiding, corruption and other schemes in providing various state services (construction, land industry, etc).

To sum up, it is clear enough that global trends and practices show that ICT act as important drivers in making public administration and service delivery systems more efficient, i.e. they contribute to government's greater transparency, accountability, reduction of corruption and enhanced citizens' participation in decision-making.

With regard to Ukraine, on the one hand, significant reforms connected with introduction of various online platforms for e-government development have gained momentum over the past years. But on the other hand, they have been introduced in a fragmented manner up to now. However, Ukraine can do much more in modernizing its public administration system and in utilizing domestic human capital in the IT sector. The country's human capital should be viewed as a key resource to strengthen the public sector of Ukraine. This requires the government to make strategic choices in its relevant allocation of resources for the purpose of making e-government a vital long-term priority.

Free access to state registers, development of effective interoperability and relevant data security systems are also of vital importance for improving the efficient flow of data between ministries and local administrative units. Thus, transparent and reliable work of state registers will be the key to safe business development and effective management of the country as a whole.

References:

1. E-Government: Problems and Priorities [Electronic resource] – Available at: https://pidruchniki.com/13500826/politologiya/elektronniy_uryad_problemi_prioritet

2. Chukut S. A. E-Government : [scientific and practical handbook] / S. A. Chukut, I. V. Klymenko, K. O. Lynyov. – K. : Vyd-vo NADU, 2007. – 76 p.
3. Tomkova J. How Is Ukraine Advancing In E-Government And E-Democracy? [Electronic resource] – Available at: http://odessareview.com/ukraine-advancing-e-government-e-democracy/
4. Ukraine Digital News: Zelensky issues decree to boost e-government services [Electronic resource] – Available at: https://www.uadn.net/category/e-government/

Onchulenku Ivan,
scientific advisor – Stupak M.H.,
Chernivtsi Trade and Economics Institute of KNUTE,
Chernivtsi

"Agreement Pulse" as a Monitoring Tool for Implementation of Priority Tasks within the Framework of the EU-Ukraine Association

European integration is a key and sustained foreign-policy priority of Ukraine since it is the way of the country's economy modernization, overcoming of technological backwardness, attraction of foreign investment and latest technologies, creation of new jobs, contribution to the competitiveness of domestic producers, access to world markets, mainly to the EU market, and others.

In this respect, in 2014 the EU and Ukraine signed an Association Agreement that constitutes a new stage in EU-Ukraine contractual relations, aiming at political association and economic integration as well as leaving open the way for further development.

The Association Agreement between Ukraine and the EU entered into force in its entirety on 1 September 2017. This document provides for realization of a set of important reforms and implementation of European standards and regulations that will improve the citizens' quality of life [1].

In order to oversee the implementation of priority tasks within the framework of the EU-Ukraine Association the then Prime Minister of Ukraine Volodymyr Groysman noted that the Government of Ukraine started creating the innovative monitoring tool, the so-called "Agreement Pulse", that would have been introduced since September 2017 [2].

"Agreement Pulse" was initially conceived as a complex information and analysis system that would give the opportunity to see the status of the tasks during their fulfillment, performance time-frames and the impact assessment as for implementation of the Association Agreement in the public domain [3].

However, to date, it is only government officials who have access to this system.

In this context, Vice Prime Minister of Ukraine for European and Euro-Atlantic Integration Dmytro Kuleba during the meeting of the EU-Ukraine Association

Committee stated that the Cabinet of Ministers of Ukraine would facilitate online public access to "Agreement Pulse" system. He also added that Ukraine still remains one of the three countries associated with the EU (Ukraine, Moldova, Georgia) which has no such a public tool [4].

The meeting participants also discussed the format of cooperation and priorities, in particular, the preparation for the EU-Ukraine Association Committee and the EU-Ukraine Association Council meetings, which would be held in Brussels in November and December respectively.

It is expected that the coming meetings will be used as a platform to discuss priority cooperation issues with the EU side for further consideration within the Association Council. These issues are the following:

- strengthening justice, freedom and security cooperation (key components are integrated border management, cyber security and legal cooperation);
- economic cooperation, in particular in the context of macro-financial assistance, tax and customs reform, cooperation with OLAF (fr. Office européen de lutte anti-fraude);
- sector cooperation and specific priorities for sector integration with the EU, in particular, energy markets;
- joint monitoring of the Agreement implementation, further updating of the annexes to the Agreement, taking into account the dynamics of the EU law development and Ukraine's sector integration priorities, etc.

Kuleba also outlined plans for creation of European integration offices in the regions, noting that opening offices with a focus on eastern and southern regions of Ukraine should promote "decentralization of European integration" [5].

The performance of all the above mentioned issues is expected to be presented online. The public domain to the recently launched information and analysis system "Agreement Pulse" will give all Ukrainian citizens a wonderful opportunity to oversee the status and deadlines of fulfilling the identified issues. Thus, "Agreement Pulse" will be an efficient monitoring tool for implementation of priority tasks within the framework of the EU-Ukraine Association.

References:

1. The Association Agreement between Ukraine and the EU [Electronic resource] – Available at: http://dsbt.gov.ua/storinka/ugoda-pro-asociaciyu-mizh-ukrayinoyu-ta-yes

2. 112.UA News Agency [Electronic resource] – Available at: https:// 112.international/politics/ukrainian-government-plans-to-monitor-implementation-of-eu-association-agreement-18829.html

3. Free Online Translators. World News [Electronic resource] – Available at: http://freeonlinetranslators.net/news/ukraine/v-uryadi-rozrobili-sistemu-puls-ugodi-dlya-kontrolyu-za-vikonannyam-ugodi-pro-asociaciyu/

4. Gordonua.com [Electronic resource] – Available at: https://gordonua.com/ukr/news/politics/-kabmin-planuje-vidkriti-sistemu-monitoringu-za-vikonannjam-ugodi-pro-asotsiatsiju-kuleba-1247983.html

5. Ukrinform [Electronic resource] – Available at: https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/2802041-kuleba-rozpoviv-pro-prioritetni-zavdanna-v-asociacii-miz-ukrainou-ta-es.html

Sukharska Suzanna,
scientific advisor – Stupak M.H.,
Chernivtsi Trade and Economics Institute of KNUTE,
Chernivtsi

The Reasons and Distinctive Features of Labour Migration from Ukraine to Poland

Labour migration in Ukraine is increasing every year. Taking into account only the previous year, experts estimate that 17.8% of the working-age population of Ukraine worked abroad, which is 3.2 million labour migrants. They also state that the number of Ukrainians taking part in the migration process, on average, ranges from 7 to 9 million annually. But these figures cannot be regarded as precise since the only and last population census conducted in Ukraine was in 2001. Moreover, Ukrainian labour migrants don't have valid incentives to register their displacements, as well as relatives don't want to inform about their family members working abroad.

Labour migrations are very complex in nature. According to E. Libanova, they are influenced by many factors, have different scales and compositions, but have many common features:

1) the main driver is an opportunity to earn more or to get more options and better conditions for self-fulfillment;

2) displacement is targeted at countries with higher living standards;

3) only a small share of migrants who have found acceptable jobs in the destination country return to their homeland [1, p. 314].

Taking into account the above mentioned, we'll try to analyze the reasons and distinctive features of labour migration from Ukraine to Poland.

Severe economic and social problems in our country make our citizens seek employment abroad. In this regard, Poland has become a priority country for Ukrainian labour migrants due to the troublesome situation on the most labour markets of Eastern European countries caused, to a great extent, by a significant outflow of their citizens to more developed countries (Germany, the Netherlands, Great Britain, etc) in search of better career opportunities and higher wages. The workforce deficit in Poland has driven the facilitation of the employment procedures by lowering the job requirements, especially for Ukrainians. This has led to the emergence of a great number of employment agencies operating in virtually every region of our country. Thus, essential simplifications as for obtaining employment visas by Ukrainians and absence of a language barrier (at least in oral communication) have caused considerable labour migration flows from Ukraine to Poland.

Nowadays Poland remains the main EU country in which Ukrainians work because of several competitive advantages: extensive migration networks, a liberal procedure for legalizing residence and work (for short periods) and others. In addition, despite the fact that the salaries migrants earn in Poland are smaller than in Western Europe, the low living costs allow for regular and relatively high remittances to Ukraine [2, p. 5].

It is worth mentioning that this spring East European Studies of Warsaw University conducted research among Ukrainians working in Poland. It shows a composite sociological profile of Ukrainian labour migrants. The data obtained from this survey are the following:

- Ukrainians from 26 to 35 years old constitute the largest group of employees working in Poland, 60% of them being men.
- Every third Ukrainian citizen working in Poland is coming from the western part of Ukraine.
- The majority of Ukrainian labour migrants are people with higher education. People with vocational education are ranked as the second largest group.
- Employees from Ukraine are actively learning the Polish language – the number of those who didn't speak Polish has significantly reduced in just a year. The main incentives for learning Polish are higher wages and the possibility to quickly assimilate.
- The key reasons inducing our citizens to leave Poland for Ukraine are the employers' disrespectful attitude (52.3%) and family circumstances.
- Occupational specialization encompasses positions in such sectors as industrial production (40.2%), transportation (15.7%), construction (14.9%), agriculture (7.9%), hospitality business (7.2%) and services (5%). More than 3% of Ukrainians are employed in media, education, medicine, IT [3].

Furthermore, short-term migration to Poland is very popular with Ukrainians. It may be either agricultural (seasonal labour migration mostly related to harvesting that generally involves lowly-qualified workers and students) or non-agricultural (labour migration of non-agricultural workers with low and medium qualifications that mostly has no expressed seasonality).

Long-term labour migration to Poland that primarily embraces such qualified workers as welders, medical personnel, builders, drivers, sawyers and others has also gained momentum lately. The main reason inducing them to work abroad is the wage gap since for most occupations the official wages in Ukraine are 2-3 times smaller than in Poland. The biggest gap is observed in health care: the average official wage of a doctor in Ukraine is 6-10 times, and of a nurse – 6-8 times lower than that in neighbouring Poland [4].

At the same time, Poland is experiencing an acute shortage of doctors and other medical staff due to their migrating to Scandinavian countries and Great Britain in search of better career opportunities and higher wages. In this respect, the authorities of Poland quickly responded to the current situation and developed a draft law allowing Ukrainian doctors to work without preliminary diploma convalidation.

It should be noted that the Polish Government makes serious efforts to attract Ukrainians with different qualifications, offering them favourable working conditions and high living standards. Hence, the number of our citizens who want to go to Poland for permanent residence is constantly increasing. The main reason for such a decision is a stable social, economic and political situation in Poland rather than high wages. In addition, there is a possibility for Ukrainians to receive pensions in case of their legal employment on the territory of Poland.

To sum up, it is obvious that suffering from low living standards, slow pace and ineffectiveness of the nation's socioeconomic transformations, Ukrainians view Poland as a leading Eastern European country having carried out quick and successful reforms in the country's economic development. For that reason, Poland is a priority country for Ukrainian labour migrants. In order to decrease labour migration flows from Ukraine to Poland and to other countries as well, the crucial task for Ukrainian Government is to create new competitive jobs with decent working conditions and labour pay, to achieve political stability in the country and to provide positive dynamics of the living standards and quality of life. Otherwise, loss of labour force and shrinkage of the country's potential will continue. These processes will cause faster population ageing and, as a result, may lead to a demographic catastrophe.

References:

1. Libanova, E. (2019). Labour migration from Ukraine: Key features, drivers and impact. Economics and Sociology, 12(1), pp. 313-328. doi:10.14254/2071-789X.2019/12-1/19

2. Jaroszewicz, M. (2018). Migration from Ukraine to Poland: The trend stabilizes. OSW Report / Ośrodek studiów Wschodnich im. Marka Karpia / Centre for eastern studies, pp. 1-18.

3. Studium Europy Wschodniej Uniwersytetu Warszawskiego [Electronic resource] – Available at: http://300gospodarka.pl/wykres-dnia/2019/06/17/16-wykresow-pokazujacych-kim-jest-i-czego-chce-przecietny-pracownik-z-ukrainy-w-polsce

4. Libanova, E., Cymbal, A., Lisogor, L, & Iarosh, O. (2016). Labour market transitions of young women and men in Ukraine: results of the 2013 and 2015 school-to-work transition surveys. Geneva: ILO.

Роль туризму та ринку послуг у реформуванні економіки України

Григоряк А., Ілюк Т.,

наук. кер. – Гищук Р.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Етапи формування та діяльності туристичних франчайзингових мереж

Функціонування франчайзингової мережі є досить трудомістким та багатоетапним процесом, який потребує досвіду та кваліфікованого підходу як зі сторони франчайзера, так й зі сторони франчайзі. Тому франчайзеру просто необхідним є визначення етапів створення та функціонування франчайзингових мереж туристичних підприємств [1]. Отже, першим кроком до створення франчайзингової мережі туристичних підприємств є, насамперед, визначення туристичного об'єкта франчайзингу: продукт, послуга, технологія виробництва, бізнес-процес тощо.

Другим етапом створення та функціонування франчайзингової мережі в туристичному бізнесі є визначення прав та обов'язків суб'єктів франчайзингу - франчайзера та франчайзі. При створенні франчайзингової мережі туристичних підприємств зобов'язання франчайзера повинні бути наступними: 1) перевірка бізнес-концепції на практиці протягом тривалого часу перед початком функціонування франчайзингової мережі; 2) захист прав франчайзера на інтелектуальну власність шляхом отримання патенту, авторського свідоцтва або ноу-хау; 3) розподіл прав на інтелектуальну власність між франчайзером та франчайзі в тій чи іншій мірі, в залежності від кожного конкретного випадку [26].

Сформулювати основні зобов'язання для франчайзі слід наступним чином: 1) підтримка іміджу франчайзингової мережі туристичних підприємств та зосередження уваги на її розширенні; 2) надання необхідної документації, звітності (наприклад, фінансової) та доступу до неї за вимогою франчайзера; 3) нерозголошення комерційної таємниці франчайзера (технології виробництва туристичного продукту, ноу-хау) [3].

Основою другого етапу створення франчайзингової мережі туристичного підприємства є оформлення основних положень франчайзингового договору; умови приєднання до франчайзингової мережі; термін дії договору; територія здійснення туристичної діяльності франчайзі; захист інтелектуальної власності франчайзера; вступний (паушальний) внесок, періодичні відрахування (роялті) та відрахування до маркетингового фонду; надання допомоги зі сторони франчайзера (консультаційна, технічна, інформаційна тощо).

Третій етап створення та управління франчайзинговою мережею в туристичному бізнесі потребує розробки стратегії подальшого розвитку підприємства, основою якої є стратегічний аналіз ринку, а саме: визначення його ємкості та сегментів, територіального розміщення франчайзі та сфери його впливу для перспектив розширення мережі; визначення збутової, цінової та комунікаційної політики та розробка бізнес-плану на їх основі [1].

Формування франчайзингового туристичного підприємства є четвертим етапом створення франчайзингової мережі й включає наступні процеси: 1)розробка

його структури; 2)визначення функцій, прав та обов'язків підрозділів; 3)визначення переліку дочірніх та асоційованих туристичних компаній; 4) визначення туристичних фірм-співвиконавців (контрагентів); 5) організація франчайзингового туристичного підприємства [1].

Майбутні франчайзингові туристичні підприємства можуть відрізнятися між собою. До основних відмінностей слід віднести: внутрішню структуру, методи управління та розподіл власності [2].

П'ятий етап - створення франчайзингової туристичної мережі. Одним із основних моментів даного етапу є ретельний підбір майбутнього франчайзі (їх кількість може досягати сотень та тисяч), який повинен відповідати наступним першочерговим вимогам: 1) володіти необхідний стартовий капітал для купівлі франшизи та створення фонду власного підприємства; 2) мати досвід ведення бізнесової діяльності в туристичній сфері; 3) прихильно ставитись до бренду туристичного підприємства-франчайзера; 4) вміти підпорядковуватись, тобто використовувати методи роботи у форматі франчайзера.

На шостому етапі франчайзингова туристична мережа починає функціонувати. Основним завданням франчайзера на даному етапі є спостереження та загальний аналіз даного процесу. Останній етап полягає у виявленні недоліків функціонування франчайзингової мережі туристичних підприємств, які не були враховані в теоретичній частині плану, а також розробка відповідних рекомендацій щодо їх усунення.

Отже, створення та функціонування франчайзингової туристичної мережі є досить складним процесом та потребує великого досвіду й професійних якостей від франчайзера. Проте, правильний підхід з урахуванням найменших деталей, ретельний аналіз недоліків та своєчасне їх усунення призведуть до відповідних очікуваних результатів та розширення мережі туристичних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Портал франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franch.biz
2. Офіційний сайт Асоціації франчайзингу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franchaizing.org.ua
3. Ткачук Т. М. Параметричне оцінювання конкурентоспроможності франчайзингових туристичних мереж / Т. М. Ткачук // Наук. журн. «Бізнес Інформ». – 2017. - №3. – С. 196-201