



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**



**Матеріали  
науково-практичної конференції  
20 грудня 2016 р.**

***«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ  
ТА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ  
ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА»***

Київ  
2016

УДК 330.338.  
ББК 65(4УКР)  
Е45

До збірника увійшли матеріали наукових робіт (тези доповідей, статті), надані згідно з вимогами, що були заявлені на конференцію.

Роботи друкуються в авторській редакції, мовою оригіналу. Автори беруть на себе всю відповідальність за зміст поданих матеріалів.

Претензії до організаторів не приймаються. При передруку матеріалів посилення обов'язкове.

Відповідає Порядку присудження наукових ступенів, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 567.

**Актуальні проблеми управління та економічного розвитку в умовах інформатизації суспільства:** Матеріали науково-практичної конференції (м. Київ, 20 грудня 2016 р.) / Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. – Київ: Державний університет телекомунікацій, Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва, 2016. – 170 с.

Для науковців, науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів, молодих вчених, аспірантів, докторантів, студентів, керівників та спеціалістів з економіки та економічної політики, працівників державного управління, освіти та місцевого самоврядування, усіх, хто цікавиться проблемами актуального розвитку сучасної економіки, підприємництва, особистості, суспільства.

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій (протокол № 12 від 19 грудня 2016 р.)*

**Адреса редакції:**

Україна, 03110, Київ, вул. Солом'янська, 7,  
Державний університет телекомунікацій  
Тел.: +38 (044)248-86-01, +38 (044) 520-13-01

Видавництво ДУТ  
03110, Київ, вул. Солом'янська, 7  
Київ, вул. Солом'янська, 7; тел. +38 (044) 249-25-75  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
Серія ДК № 1812 від 26.05.2004 р.

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

### **«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА»**

**Толубко Володимир Борисович** – голова оргкомітету, ректор Державного університету телекомунікацій, д.т.н., професор.

**Федюнін Сергій Анатолійович** – заступник голови, директор Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ, к.т.н.

**Ващенко Олександр Петрович** – заступник голови, заступник директора Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ, д.т.н., професор.

**Виноградова Олена Володимирівна** – завідувач кафедри Маркетингу Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ, д.е.н., професор.

**Гудзь Олена Євгенівна** – завідувач кафедри Менеджменту Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ, д.е.н., професор.

**Гусєва Ольга Юрїївна** – завідувач кафедри Економіки підприємств та соціальних технологій Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ д.е.н., професор.

**Петькун Світлана Михайлівна** – завідувач кафедри Документознавства та інформаційної діяльності Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ к.філос.н., доцент.

**Сотниченко Володимир Миколайович** – завідувач кафедри Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ, к.пед.н., доцент.

**Дергачева Вікторія Вікторівна** – завідувач кафедри Менеджменту НТУУ «КПІ» ім. І. Сікорського, д.е.н., професор.

**Прокопенко Наталія Семенівна** – завідувач кафедри Фінансів ПВНЗ «Європейський університет», д.е.н., професор.

**Чубенко Антон Григорович** – директор навчально-методичного Центру Державної служби фінансового моніторингу України, д.ю.н., професор.

**Апарова Оксана Володимирівна** – професор кафедри Менеджменту Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ, д.е.н., доцент.

**Каїра Зоя Степанівна** – професор кафедри Менеджменту Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУТ, д.е.н., професор.

## ЗМІСТ

### *Секція 1. Економіка та управління підприємствами*

<b>Апарова О.В.</b> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСУВАННЯМ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ	9
<b>Атамас О.П., Капшар А.І.</b> КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ОБЛІКУ	11
<b>Байрамов С.</b> НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	12
<b>Борисова В.А.</b> РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	13
<b>Бурбело Н.О.</b> ПРОБЛЕМИ ВИБОРУ КОРПОРАТИВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	15
<b>Вітко Ю.Д.</b> МОДЕЛІ ТА ВИДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	17
<b>Войтюк А.В.</b> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	18
<b>Гайневич Л.А., Писаренко Т.М.</b> ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ ДОХОДІВ	20
<b>Глушенкова А.А.</b> УПРАВЛІННЯ СКЛАДОВИМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	22
<b>Голь І.В.</b> ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МОДЕЛІ ЙОГО ЛАНЦЮЖКА СТВОРЕННЯ БІЗНЕС-ЦІННОСТІ	23
<b>Губарєв С.В.</b> ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ	25
<b>Гудзь О.Є.</b> РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ РОЗВИТКУ КОРПОРАЦІЙ	28
<b>Дарчук В.Г., Пілігрим К.І.</b> КРИТЕРІЇ РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	29
<b>Дергачова В.В., Колешня Я.О.</b> ВПЛИВ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ	31
<b>Дергачова В.В., Омельченко А.І.</b> НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВИЙ РОЗВИТОК ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	32
<b>Дрокіна Н.І.</b> ІНСТРУМЕНТИ SOCIAL MEDIA MARKETING В СУЧАСНІЙ ПРАКТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА	33
<b>Дятлова В.В., Бережна А.С.</b> НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	38
<b>Євтушенко Н.О.</b> РОЛЬ КОНСАЛТИНГУ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	39

<b>Згурська О.М.</b> ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	<b>40</b>
<b>Зубко Т.Л.</b> ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	<b>44</b>
<b>Каїра З.С., Ващенко О.П.</b> ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	<b>46</b>
<b>Капелюшна Т.В.</b> ОЦІНЮВАННЯ ДИНАМІКИ РІВНЯ СТАЛОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	<b>48</b>
<b>Ковшова І.О., Бондар А.О.</b> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	<b>49</b>
<b>Колошко І.В.</b> ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА	<b>51</b>
<b>Корнійчук Г.В.</b> НАУКОВІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	<b>52</b>
<b>Крижко О.В.</b> ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ НА ОСНОВІ СТРУКТУРНОГО ПІДХОДУ	<b>54</b>
<b>Кузнєцова К.О., Ченуша О.С.</b> СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ПЕК	<b>55</b>
<b>Кудрицька Ж.В.</b> ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	<b>56</b>
<b>Лазоренко Л.В.</b> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЗВ'ЯЗКУ	<b>58</b>
<b>Лапицкая О.В.</b> ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА БЕЛАРУСИ	<b>59</b>
<b>Лесюк А. С.</b> СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	<b>60</b>
<b>Маковій В.В.</b> КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	<b>63</b>
<b>Павлова Г.Є., Костенко К.Є.</b> ЗАЛЕЖНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ВІД ЙОГО ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА	<b>64</b>
<b>Плахотнікова Л.О.</b> ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА	<b>66</b>
<b>Правдюк О.Л.</b> СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	<b>68</b>
<b>Приходько І.П., Іонова Т.Е.</b> УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ВИРОБНИЧИМИ ФОНДАМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	<b>69</b>
<b>Сазонова С.В.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМУ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	<b>71</b>

<b>Сорока А.М.</b> ІННОВАЦІЙНО-КЛАСТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ	72
<b>Старинець О.Г.</b> ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	74
<b>Стецюк П.А.</b> МОДЕРНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	76
<b>Танащук Е.А., Джафаров Фаик Аюб оглы</b> ИССЛЕДОВАНИЕ ТИПОВ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ	77
<b>Тупкало В.М.</b> МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТ – АУДИТУ ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ	79
<b>Халімон Т.М.</b> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	81
<b>Чудовець В.В.</b> ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКУ ЗМЕНШЕННЯ КОРИСНОСТІ АКТИВІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	82
<b>Якубенко І.М.</b> ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	84
<b>Ящук Ю.О.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	85

## *Секція 2. Економіка та управління національним господарством*

<b>Бодячук К.В., Ткачук І.М.</b> РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРИМЕНТУ З ФІНАНСУВАННЯ РЕМОНТУ ДОРІГ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ ЗА РАХУНОК МИТНИХ ПЛАТЕЖІВ	88
<b>Будько І.Р.</b> ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ВНЗ	89
<b>Виноградова О.В., Гончаренко С.В.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІКТ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	91
<b>Воронкова О.М.</b> ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	93
<b>Гаєвський І.М.</b> ДОСТУП ДО РЕЄСТРІВ ТА БАЗ ДАНИХ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ: АНТИЛЕГАЛІЗАЦІЙНА ТА АНТИКОРУПЦІЙНА ПЛОЩИНА	94
<b>Вертель В.В.</b> ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ХИСТ ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ НА ПРИКЛАДІ США	96
<b>Гусєва О.Ю.</b> МІКРО-ПЛАТФОРМА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ЛІДЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВ	97
<b>Дименко Р.А.</b> РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	99
<b>Дмитренко Г.А.</b> СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ	100

<b>Легомінова С.В.</b> АДВОКАТУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ ЯК ПРЕЗУМПЦІЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	<b>103</b>
<b>Лобань О.О.</b> ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	<b>105</b>
<b>Малкова Т.М.</b> ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ВИХОВАННЯ ТВОРЧОЇ ОСОБИСТОСТІ У ВИЩІЙ ШКОЛІ	<b>107</b>
<b>Павлов Д. М.</b> ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ВАРТОСТІ ЖИТТЯ: ФІНАНСОВО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ	<b>108</b>
<b>Першко Л.О., Першко О.О.</b> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	<b>110</b>
<b>Процюк Т.Б.</b> НОВІТНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛЕЙ ПРОТИДІЇ ВІДМИВАННЯ КОШТІВ У СВІТІ	<b>111</b>
<b>Самойлик Ю.В.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНА СУТНІСТЬ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ В НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	<b>114</b>
<b>Сотниченко В.Н.</b> МЕСТО И РОЛЬ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА, ОБЩЕСТВА И ЧЕЛОВЕКА.	<b>116</b>
<b>Сьомкіна Т.В.</b> ВЗАЄМОІНТЕГРАЦІЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ПРИ ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ	<b>118</b>
<b>Танащук К.О., Мартиненко А.Г.</b> АЛГОРИТМ МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ ТАРИФІВ НА ПОСЛУГИ УКРАЇНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ЦЕНТРА РАДІОЧАСТОТ	<b>120</b>
<b>Танащук Е.А., Нечипорук О.Л., Ковтуненко К.В.</b> ВЛИЯНИЕ ОТТ-УСЛУГ НА МОДЕЛИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКОВ ЭЛЕКТРОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ	<b>122</b>
<b>Ткаченко О.Г., Дятлов Є.В.</b> ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОСТОРУ	<b>126</b>
<b>Удовик М.С.</b> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДЕТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	<b>127</b>
<b>Фисун І.В., Яремченко Л.М.</b> СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК СКЛАДОВОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ	<b>129</b>
<b>Чубенко А.Г.</b> ЛЕГАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТ: МІЖНАРОДНИЙ, ІНОЗЕМНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД	<b>131</b>

### *Секція 3. Інформаційні інновації у документно-аналітичній сфері*

<b>Аташкаде Р.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	<b>133</b>
<b>Бойко Н.І.</b> МЕТОДОЛОГІЯ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ОСВІТИ. ЗАСТОСУВАННЯ ЗАСОБІВ МУЛЬТИМЕДІА В ОСВІТІ	<b>134</b>

<b>Ващенко О.О.</b> ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І ПОЛІТИЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ У ТРАНСФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	<b>135</b>
<b>Гончаренко А.П.</b> КРАУДСОРСИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА МОЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	<b>137</b>
<b>Горпинич О.В.</b> ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	<b>139</b>
<b>Дубовик Н.А.</b> ІННОВАЦІЙНІ СКЛАДОВІ СУЧАСНОЇ ОСВІТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ	<b>140</b>
<b>Зозуля Н.Ю.</b> НОВІТНІ КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	<b>141</b>
<b>Качмала В.І.</b> ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МОЛОДІЖНУ ПОЛІТИКУ В УКРАЇНІ	<b>143</b>
<b>Кирилюк Н.А.</b> РЕКЛАМА ЯК ІСТОРИЧНЕ ДЖЕРЕЛО СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	<b>145</b>
<b>Курас Д.І.</b> ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ: СТРАТЕГІЧНІ ВИКЛИКИ ТА ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ	<b>147</b>
<b>Петров О.О.</b> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	<b>150</b>
<b>Петькун С.М.</b> ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ	<b>153</b>
<b>Романенко Ю.В.</b> СИМВОЛИ ІДЕНТИЧНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ: ИНДИКАТИВНЫЙ И ПРОГРАММИРУЮЩИЙ АСПЕКТ	<b>155</b>
<b>Сидоренко Т.М.</b> ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ ДОКУМЕНТНО-АНАЛІТИЧНОЇ СФЕРИ	<b>157</b>
<b>Стежко С.О.</b> ОСОБЛИВОСТІ НОВИХ ПРАВИЛ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЛОВОДСТВА ТА АРХІВНОГО ЗБЕРІГАННЯ ДОКУМЕНТІВ	<b>159</b>
<b>Труш М.С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ НА ОСОБИСТІТЬ І СУСПІЛЬСТВО	<b>163</b>
<b>Шатілова О.С.</b> МЕХАНІЗМИ СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ	<b>165</b>
<b>Шереметьєва І.В., Шепель Т.В.</b> ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДТРИМКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В МУНІЦИПАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ	<b>168</b>



## **Секція 1. Економіка та управління підприємствами**

**Апарова О.В.**, д.е.н., доц.,  
професор кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

### **УПРАВЛІННЯ ФІНАНСУВАННЯМ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В умовах ринкової економіки конкуренція змушує комерційні організаційні структури виходити на ринок нововведень – займатись інноваційною діяльністю. Однак для реалізації нововведень необхідна наявність належних обсягів інвестицій. Для акумуляції необхідних фінансових інструментів дуже важливою умовою є реалізація правильної політики управління інвестуванням інновацій.

Політика управління інвестуванням інновацій представляє собою частину загальної інноваційної політики підприємства, що забезпечує вибір найбільш ефективних фінансових інструментів з метою забезпечення підвищення ефективності його діяльності та підвищення конкурентоспроможності [2]. Як правило, вона здійснюється за п'ятьма основними етапами:

- прийняття рішення про необхідність у здійсненні інноваційної діяльності на основі дослідження конкурентного середовища та визначення місця підприємства в ньому;
- прийняття рішення про те, чи буде інновація розроблятися власними силами підприємства, чи буде викуплена у інших підприємств-інноваторів;
- визначення потреби (обсягу) у фінансуванні інноваційної діяльності. Цей етап є дуже важливим, оскільки недостатній обсяг сформованих інвестиційних ресурсів призводить до подовження періоду інноваційного процесу (таким чином, "зістарюючи" інновацію), а їх надлишок — знижує норму доходності та віддачу від інвестицій;
- визначення переліку можливих джерел і форм інвестування та вибір оптимальних з них;
- контроль за вчасністю надходження коштів, цільовим спрямуванням та ефективністю їх використання.

Крім того, слід зазначити, що політика управління інвестуванням інновацій дуже тісно пов'язана з політикою управління фінансовими інвестиціями, яка забезпечує вибір найбільш ефективних фінансових інструментів вкладення капіталу і своєчасне його реінвестування [1]. Розробка політики управління фінансовими інвестиціями здійснюється за шістьма основними етапами:

- аналіз стану фінансового інвестування в попередньому періоді;
- визначення обсягу фінансового інвестування на наступний період;
- вибір форм фінансового інвестування, що пропонується;
- оцінка інвестиційних якостей окремих фінансових інструментів;
- формування портфеля фінансових інвестицій;
- забезпечення ефективності оперативного управління портфелем фінансових інвестицій [3].

Перший етап – аналіз стану фінансового інвестування в попередньому періоді – основною метою має дослідження тенденцій, динаміки, масштабів, форм та ефективності фінансового інвестування підприємства в ретроспективі, та складається з шести стадій.

На другому етапі аналізу – визначення обсягу фінансового інвестування на наступний період – здійснюється розрахунок обсягу фінансового інвестування, який диференціюється в розрізі довго- і короткострокових періодів здійснення.

На третьому етапі аналізу – вибір форм фінансового інвестування – у рамках запланованого обсягу фінансових коштів, які виділяють на ці цілі і, залежно від характеру

завдань, що вирішуються підприємством в процесі своєї господарської діяльності, визначаються конкретні форми цього інвестування.

На четвертому етапі аналізу відбувається оцінка інвестиційних якостей окремих фінансових інструментів, що пропонуються. Методи такої оцінки диференціюються залежно від видів цих інструментів. Основними параметрами оцінки є рівень їх дохідності, ризику та ліквідності.

На п'ятому етапі аналізу здійснюється формування портфеля фінансових інвестицій з урахуванням оцінки інвестиційних якостей окремих фінансових інструментів.

На шостому етапі аналізу відбувається забезпечення ефективності оперативного управління портфелем фінансових інвестицій. У процесі оперативного управління портфелем фінансових інвестицій повинна забезпечуватися своєчасна його реструктуризація з метою підтримання цільових параметрів, досягнутих при початковому формуванні.

Розроблена політика управління фінансовими інвестиціями підприємства повинна визначати основні параметри інвестиційної діяльності підприємства в цьому напрямку та її найважливіші критерії. При цьому особливу увагу слід приділити саме четвертому етапу її розробки, адже від правильності здійснених розрахунків залежить вибір того чи іншого фінансового інструмента для інвестування.

Існує декілька методів, які найчастіше використовують при обґрунтуванні кошторису на розробку і реалізацію інноваційного проекту: метод зворотного розрахунку; метод розрахунку прибутковості капітальних вкладень; методи, що базуються на співвідношеннях і тенденціях; методи перспективного аналізу; методи на основі розрахунку: показника прибутковості; показника окупності; показника порівняльної цінності; показника, який враховує тривалість існування нової продукції чи процесу ("життєвий цикл продукції"); зведених витрат (для соціальних проектів); загальноприйнятих в інвестиційному менеджменті показників окупності інвестицій.

Використанням лише кількісних методів при обґрунтуванні кошторису на розробку і реалізацію інноваційного проекту не слід обмежуватися. Деякі суттєві питання повинні остаточно вирішуватись на основі досвіду та інтуїції особи, яка проводить відбір. Тут повинні враховуватися такі фактори, як ставлення до проекту вищого керівництва, ентузіазм і добросовісність дослідників, наукова кваліфікація, можливість залучення кадрів та інтуїція керівництва підприємства.

Крім того, особливу увагу треба приділити знаходженню шляхів прискорення реалізації інноваційних проектів. Запропоновані до реалізації проекти повинні бути виконані у найкоротший термін, оскільки це сприятиме прискоренню економічного розвитку підприємства загалом та швидкому формуванню додаткового грошового потоку у вигляді прибутку від інвестицій і амортизаційних відрахувань.

### **Література:**

1. Апарова О.В. Формування портфеля інвестицій для забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних телекомунікаційних підприємств / О.В. Апарова, Ж.В. Кудрицька // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2014. – 2(10). – С. 72-77.
2. Марченко О.В. Визначення необхідних і достатніх умов для інноваційного розвитку підприємства / О.В. Марченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №6. – С.157-162.
3. Чорна М.В., Глухова С.В. Формування ефективної інвестиційної політики підприємства: монографія. – Харків: ФО-П Шейніна О.В., 2010. – 210 с.

**Атамас О.П.**, к.е.н.,  
доцент кафедри обліку, аудиту та  
управління фінансово-економічної безпеки,  
**Капшар А.І.**, магістр  
*Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет*  
*м. Дніпро, Україна*

## **КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ОБЛІКУ**

Згідно з методичним рекомендаціями виділяють наступні елементи витрат: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація, інші операційні витрати. Проте деякі вчені висловлюють свою думку щодо такого розподілу витрат: навряд правомірно виділяти амортизацію засобів окремою групою, оскільки вона є також матеріальними витратами шляхом перенесення вартості основних засобів на продукцію відповідно до їх зносу.

Іншу мету має групування витрат за статтями калькуляції, оскільки для підприємства важливо знати не тільки, що затрачено на виробництво, але і куди спрямовані дані витрати.

Особливо актуальною і водночас складною в сучасних умовах господарювання є класифікація витрат за статтями калькуляції, яка дозволяє обчислювати собівартість окремих видів сільськогосподарської продукції та встановлювати обсяг витрат конкретних підрозділів підприємства. На думку автора, групування витрат у калькуляційному розрізі надає змогу визначити цільове призначення окремих з них під час формування собівартості продукції, а також виявити резерви її зниження. Проведеними нею дослідженнями було встановлено, що на практиці в сільськогосподарських підприємствах допускається відступ від запропонованого Методичними рекомендаціями переліку статей витрат.

Групування витрат за калькуляційними статтями застосовується для визначення собівартості окремих видів продукції і всієї товарної продукції підприємства.

Класифікація витрат за статтями калькуляції дає можливість здійснювати контроль за витрачанням коштів і ресурсів, а отже і виявити резерви зниження витрат на виробництво продукції [1, с. 85-86].

Примірний перелік статей витрат, який пропонується виділяти в обліку, наводиться в галузевих типових положеннях з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції. Кожне підприємство самостійно визначає перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції.

В сільському господарстві застосовують досить широку номенклатуру статей витрат. Проаналізувавши склад виробничих витрат, можна запропонувати наступне.

Оскільки головним засобом виробництва продукції рослинництва є земля, а земля – це дар природи і вона не створена працею людини, то в умовах ринку, коли існує попит на землю, вона стає товаром. За землю стягується плата у вигляді орендної плати, визначеної у договорі оренди. Плата за землю, яку товаровиробники здійснюють власникам земельних паїв, має регулювати економічні відносини в аграрному секторі і в умовах ринку заслуговує на особливу увагу. Оскільки мета і функції плати за землю відмінні від інших видів платежів, вона повинна бути виділена окремо.

В умовах ринкової економіки, посилення конкурентоспроможності виробленої продукції, пошуку шляхів зниження собівартості продукції сільськогосподарські підприємства при виборі складу статей витрат доцільно виходити з особливостей технології вирощування окремих культур, спеціалізації господарства, розмірів підприємства, можливостей автоматизації обліку. Деякі статті можна деталізувати, але це обумовить підвищення трудомісткості роботи з обробки даних [2, с. 326-329].

Тому врахування зазначених особливостей деталізації статей витрат дасть можливість розробляти ефективні управлінські рішення щодо управління витратами та формування їх

оптимальної структури. При цьому в окрему статтю витрат слід виділяти такі витрати, які відіграють велику роль у формування собівартості продукції саме на окремому підприємстві, а також такі, що характеризують характер діяльності конкретного підприємства і які доцільно ретельно контролювати.

### **Література:**

1. Боярова О.А. Особливості групування витрат за статтями / О.А. Боярова // Економіка АПК. – 2012. – № 6. – С.85-87.
2. Плаксієнко В.Я. Бухгалтерський облік в сільському господарстві України. Підручник / [В.Я. Плаксієнко, Л.М. Пісьмаченко, Г.Є. Павлова та ін.], за заг. ред. В.Я. Плаксієнка. – Дніпропетровськ: видавництво Овсяннікова, 2009. – 486 с.

**Байрамов С.,**  
аспірант кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Світові економічні тренди демонструють об'єктивну необхідність забезпечення інноваційності розвитку телекомунікаційних підприємств як передумови їх виживання у глобальному конкурентному середовищі. Для телекомунікаційних підприємств забезпечення інноваційного розвитку є, по суті, єдиною передумовою їх існування та потенційного виходу на світові ринки.

Проблематика інноваційного розвитку підприємств перманентно розглядається у працях багатьох вчених, з проміж них слід відмітити праці: О. Амоши, Ю. Бажала, Л. Борщ, О. Виноградової, В. Гейця, О. Гудзь, О. Гусевої, В. Дергачової, З. Каїри, С. Легамінової, І. Маркіної, А. Пересади, Я. Риженка, О. Собко, В. Сотниченка, П. Стецюка, Р. Фатхутдінова та деяких інших.

Практично саме інноваційний розвиток телекомунікаційних підприємств є рушійною силою для забезпечення економічної могутності України та подолання технологічного розриву щодо потужних світових лідерів. У конкурентному середовищі інноваційність розвитку підприємств забезпечується конкурентними перевагами та ринковими регуляторами. Процеси інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств включають наступні етапи [2]: координація; контроль бізнес-процесів; автоматизація процесів; інтеграція діяльності на основі раціонального поєднання всіх бізнес-процесів за передовими технологіями та інноваціями і налагодження взаємодії з партнерами на ринку.

Нині актуальними напрямками інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств слід вважати:

- ресурсозбереження, зокрема, матеріало- та енергозбереження;
- нові види технологій та комунікацій;
- нові види телекомунікаційних послуг;
- підвищення якості телекомунікаційних послуг;
- нові ефективні форми та методи управління

Прийнятність напрямів інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств визначається шляхом аналізу їх позицій, визначення рівня їх конкурентоспроможності, можливостей їх стратегічного розвитку.

Досягнення цілей інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств на практиці пов'язане з істотними змінами параметрів середовища, управлінськими та технологічними інноваціями, здійснення яких вимагає витрат часу та інших видів ресурсів

і створює нові умови для ведення діяльності. При цьому орієнтуватися потрібно на досягнення підприємством конкурентних переваг, що забезпечують йому шанси на успішне майбутнє [1]. Як основні показники, які характеризують конкурентний потенціал телекомунікаційного підприємства на перспективу, розглядають у динаміці такі показники: прибуток на інвестований капітал; обсяг продажів; вільний грошовий потік; власний капітал; прибуток на акцію. Для невеликих телекомунікаційних підприємств доцільно застосовувати показники рентабельності та платоспроможності.

Правильно визначені напрями інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств сприяють отриманню ними конкурентних переваг на ринку. Зробити це із врахуванням стадії життєвого їх циклу та конкурентної позиції на ринку можна за моделлю Arthur D. Little (ADL). Бізнес-портфель за моделлю ADL з метою його збалансування повинен передбачати наявність окремих видів бізнесу у стадіях зародження чи зростання, позитивний грошовий потік та достатність середньої норми прибутку на чисті активи досягненню завдань підприємства.

До основних напрямів інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств належать: 1) диверсифікація діяльності; 2) розробка нових послуг; 3) розширення ринку; 4) розвиток сучасних комунікацій та мережевих структур.

З метою виходу на світовий ринок з новими послугами та технологіями телекомунікаційному підприємству необхідно сформувати відповідно до поставлених завдань, взаємопов'язаний набір стратегічних компонентів, який передбачає: прогноз попиту на відповідні послуги за країнами та за роками; оцінювання конкурентоспроможності підприємства; пріоритети посилення конкурентних позицій на ринках; оцінювання обсягів річних продажів по кожній країні; оцінювання вартості інвестицій з організації альтернативних виробничих баз та витрат; ресурсне забезпечення діяльності; оцінювання ризиків по країнах, регіонах та ринках.

#### **Література:**

1. Тарасова О.В. Теоретико-методологічні основи інноваційної діяльності підприємств / О.В. Тарасова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 1 (13). – С. 37-41.
2. Oliver Whight, <http://www.oliverwight.com/journey.htm>.

**Борисова В.А.**, д.е.н., проф.,  
професор кафедри фінансів,  
*Сумський національний аграрний університет*  
*м. Суми, Україна*

### **РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Більшість помилкових рішень обумовлені дефіцитом інформації. Наявність інформації – як предмету самого рішення, так і його наслідків – може значно знизити імовірність помилки. Однак інформація має свою вартість, яку необхідно сплачувати. Саме тому, щоб визначити кількість дійсно необхідної інформації для прийняття обґрунтованого рішення, необхідно порівняти очікувані від неї максимальні вигоди з очікуваними витратами на її одержання. Невідповідність фактичних результатів прийнятого рішення тим, що планувалися, у багатьох випадках пояснюється обмеженістю наявної інформації. Більш повна інформація дозволяє прийняти більш обґрунтоване рішення, наслідки якого будуть близькими до розрахункових. Оскільки інформація є цінним товаром, то зацікавлені в ній готові за неї платити [2, с. 21].

Аналіз даних та їх обробка за допомогою сучасних інформаційних технологій відкривають нові можливості у встановленні зв'язків між різними елементами і показниками обстежень. Цей ефект застосовується для оцінки об'єкта дослідження за узагальненими показниками – інтегральними, універсальними, а також показниками стану економіки за певний період.

Подолання невизначеності потребує значного удосконалення методичного апарату, використання адекватних методів дослідження проблем. На сучасному етапі об'єкти управління доцільно розглядати в межах системно-статистичного підходу, що ґрунтується на аналізі, який починається із застосування методів дослідження операцій. Вони передбачають встановлення цілей і зосередження уваги на побудові цілого, на відміну від побудови компонентів або підсистем, тобто дозволяє чітко сформулювати основну задачу. У результаті використання системного підходу до дослідження проблеми і системно-статистичного аналізу антропогенного впливу визначаються глобальні шляхи вирішення завдань для одержання найвищого ефекту [1, с. 74].

Системно-статистичний підхід дозволяє вирішити проблему підвищення достовірності передачі та обробки інформації, відкриває перспективи оптимізації таких важливих параметрів складної системи, як надійність, розподіл надмірного інформаційного потоку під час передачі та обробки інформації.

Управління інформацією, необхідною для підприємства при вирішенні стратегічних і тактичних (оперативних) завдань, може здійснюватись системою інформаційного забезпечення. Ця система створюється як засіб прийняття рішень на кожному рівні, кожній ланці управління і сприяє виявленню виробничих особливостей даної ділянки, зайнятої вирішенням конкретної проблеми.

Інформаційний менеджмент охоплює різні стадії обробки інформації – від надання і збирання до збереження, виправлення і розповсюдження, інформація може увійти у будь-який формат і з будь-якого джерела. Інформаційний менеджмент є об'єднуючою складовою загальної структури управління. Інформаційне управління здійснюється за допомогою інформаційних технологій, без яких неможливе прийняття більшості управлінських рішень [3, с. 16-18].

При розробці інформаційного забезпечення уніфікуються (з дотриманням стандартів і правил) понятійний апарат, мова запису даних, алгоритми і програми обробки, класифікації всіх видів інформації, форми документообігу, обліку і звітності, вихідні дані, нормативи і стандарти тощо; забезпечується оперативність і надійність горизонтальних та вертикальних зв'язків між співвиконавцями і керівниками робіт; досягається наочність відображення кінцевих і проміжних результатів робіт і витрачених коштів для своєчасного контролю за їх виконанням на всіх рівнях і в усіх ланках служб; забезпечується відповідність обсягів інформації можливостям її обробки і сприйняття на всіх рівнях управління; узгоджуються вихідні дані системи інформаційного забезпечення з системою показників статистичних управлінь; забезпечується багаторазове використання даних при одноразовому вводі.

Дана система розробляється як система, що розвивається, та повинна оперативно відображати появу нових видів використання ресурсів, нових нормативів і правил, технічних засобів переробки, передачі, зберігання і видачі інформації та ін. Система інформаційного забезпечення виконує функції спостереження, зберігання, обробки, розподілу та видачі даних.

Технології інформаційного суспільства забезпечують засоби для моніторингу, оцінки стану та розвитку підприємств. Спостереження (моніторинг) забезпечує зняття, збір, передачу і прийом первинної інформації. Воно у залежності від призначення, цілей, можливостей системи може бути безперервним, періодичним, епізодичним. Створення системи інформаційного забезпечення розвитку підприємств потребує формування організаційної структури управління та регулювання цього процесу.

### Література:

1. Бібік Г.Ю. Інформаційні технології в управлінні підприємствами / Г.Ю. Бібік // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка», 2013. – Випуск 7/2. – № 4. – Том 21. – С. 69-75.
2. Денисенко М.П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М.П. Денисенко, І.В. Колосся // Економіка та держава. – 2010. – № 7. – С. 19-25.
3. Недеялков Антон. Проблеми на якоството в операционния мениджмънт на услугите. [Монографията] – Русе: Издателство ПРИМАКС, 2012. – 144 с.

**Бурбело Н.О.,**

старший викладач кафедри менеджменту,  
Державний університет телекомунікацій  
м. Київ, Україна

## ПРОБЛЕМИ ВИБОРУ КОРПОРАТИВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Корпоративна інформаційна система (КІС) – це відкрита інтегрована автоматизована система реального часу по автоматизації бізнес-процесів компанії всіх рівнів, в тому числі, і бізнес-процесів прийняття управлінських рішень [1]. Основна мета впровадження корпоративної інформаційної системи – підвищення прибутку компанії за рахунок найбільш ефективного використання всіх ресурсів компанії, а також підвищення якості і швидкості прийнятих управлінських рішень засобами сучасних інформаційних технологій.

Впровадження КІС дозволяє:

– візуалізувати діяльність підприємства, забезпечивши керівництву можливість правильно оцінити наявні недоліки і відшукати джерела потенціалу та напрямки удосконалення;

### Основні класи КІС [3, с. 35]

SCM	Supply Chain Management – Управління ланцюгами поставок – Методологія, моделі, програмне забезпечення класу SCM
ERP	Enterprise Resource Planning – підтримка всіх видів управлінської діяльності
CRM	Customer Requirements Management – Управління взаємовідносинами з покупцями (замовниками, споживачами)
BPM	Business Performance Management – Управління ефективністю бізнесу (бюджетування, планування, фінанси)
TMS	Transportation Management System – Системи управління транспортуванням: Спеціальний клас програмних продуктів для вирішення завдань планування та управління перевезеннями
EDI(ЕОД)	Electronic Data Interchange – Електронний обмін даними: Системи електронного документообігу і діловодства
B2B(B2C)	Business to Business (Customer) – Системи і технології електронної комерції (e-commerce)

– скоротити час збору, обробки і аналізу управлінської інформації на підприємстві, а також забезпечити її зберігання;

– створити умови для постійного і безперервного розвитку і вдосконалення виробничих і управлінських процесів. Ступінь автоматизації бізнес-процесів визначається виходячи із забезпечення максимального прибутку компанії.

Основними принципами роботи корпоративної інформаційної системи є:

- відповідність потребам і цілям компанії, основним бізнес-процесам, узгодженість з організаційно-фінансовою структурою компанії;
- інтегрованість;
- відкритість і масштабованість;
- адаптивність.

Впровадження КІС на підприємстві є об'єктивною необхідністю, зумовленою загальним розвитком інфокомунікації в суспільстві. Сьогодні неможливо уявити роботу навіть об'єкту малого бізнесу без автоматизованої системи обробки інформації, електронного документообігу та звітності. Органи державного контролю вимагають від підприємців організації єдино прийнятої форми звітності, що була б інтегрована в інформаційний простір національної економічної системи. Вибір КІС є досить складним завданням для керівників і потребує виважених рішень. Головним питанням є вирішення вибору між розробкою індивідуальної (ексклюзивної) КІС, чи придбанні поширеної, загальноновизнаної. Прикладами загальноновизнаних ІС в Україні є: «1С», «Парус», «Галактика», «Дебет Плюс», онлайн-сервіс «Діловод» та інші. Перевагами впровадження вказаних ІС є [2]:

1. Зручний і обґрунтований за вимогами використання інтерфейс програми, мобільні додатки.
2. Постійна і недорога підтримка, та післяпродажне обслуговування з оновленням релізів програм і відповідністю до змін законодавства.
3. Можливість доповнення і розширення функціоналу програми відповідно до видів і обсягів діяльності.
4. Використання додаткового програмного забезпечення для повноцінного функціонування системи.
5. Навчання персоналу, методичні матеріали та інструкції для користувачів.
6. Інтеграція з іншими бізнес-додатками не тільки самого підприємства, а й його партнерської мережі.

Недоліками таких систем називають низький рівень захисту системи, стартові витрати та платний інформаційно-технічний супровід.

Є досить велика кількість прихильників ексклюзивної КІС, розробленої на замовлення. Основними перевагами тут називають абсолютну відповідність системи задачам бізнесу, високий рівень захисту інформації і індивідуальний підхід в розробці – престижність. Але часто в процесі використання такої системи з'ясовується, що вона не здатна до інтегрування в єдиний інформаційний простір, потребує значних зусиль і витрат на обслуговування і дуже швидко застаріває, оскільки не має фактору адаптивності.

Обираючи КІС для підприємства потрібно зважити і оцінити всі зазначені фактори і обрати оптимальну альтернативу.

### Література:

1. Офіційний сайт компанії SAP [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sap.com/cis/index.epx>. Проблеми впровадження інформаційних систем.
2. Офіційний сайт компанії 1С [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://1c.ru/rus/products/1c/predpr>. Умови співпраці з компанією.
3. Інформаційні системи і технології в обліку та аудиті [Текст]: практикум / В.Д. Шквір, А.Г. Загородній, О.С. Височан; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – 2-е вид., допов. і переробл. – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. – 439 с.



**Вітко Ю.Д.,**  
аспірант кафедри економічної  
кібернетики та інформаційних технологій,  
*Полтавська державна аграрна академія*  
*м. Полтава, Україна*

## **МОДЕЛІ ТА ВИДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У сучасних умовах зовнішньоекономічна діяльність охоплює усі аспекти економічного життя, залучаючи до себе дві основні підсистеми діяльності – зовнішньоторговельну та міжнародну виробничо-інвестиційну, кожна з яких фіксує певну сторону господарського буття, певну грань відносин його елементів [1, с. 7]. Враховуючи багатозначність зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств, необхідним завданням виступає визначення та аналіз окремих проявів даної діяльності.

Зовнішньоторговельна модель є історично першою та переважаючою, та включає в себе міжнародний обмін товарами, послугами та результатами інтелектуальної праці. Аграрні підприємства можуть здійснювати будь-які із зазначених видів зовнішньоекономічної діяльності, однак, однією з основних форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору є експорт сільськогосподарської продукції. Крім традиційної, сільськогосподарські підприємства можуть здійснювати зустрічну торгівлю, різновидами якої є бартерні операції, зустрічні закупівлі, операції з давальницькою сировиною, прості та складні компенсаційні операції. При бартерних операціях, найчастіше взаємні розрахунки проводяться готовою сільськогосподарською продукцією або сировиною. Прикладом вигідної зустрічної закупівлі для аграрних підприємств може бути укладення угоди на реалізацію сільськогосподарської продукції з одночасним зобов'язанням закупити пально-мастильні матеріали або інші оборотні засоби. Співробітництво на компенсаційній основі є вигідним для аграрних підприємств, з одного боку, за рахунок доступу до іноземних технологій та обладнання, з іншого – за рахунок наявності ринків збуту вже переробленої сільськогосподарської сировини.

Розвиток міжнародної торгівлі послугами для сільськогосподарських підприємств відіграє важливу роль у забезпеченні повноцінного функціонування та здійснення технологічних операцій в процесі відтворення сільськогосподарської продукції. Враховуючи обмеженість їхніх ресурсів, ці суб'єкти господарювання частіше виступають в ролі споживачів виробничих послуг.

Ще однією складовою зовнішньоторговельної моделі виступає торгівля продукцією інтелектуальної праці, що є економічним механізмом міжнародного технологічного обміну. Одним з найпростіших та найпоширенішим серед сільськогосподарських підприємств форм залучення технологій є ліцензування, що передбачає передачу права на об'єкт інтелектуальної власності на умовах оплати ліцензійного збору чи винагороди.

В полі зору виробничо-інвестиційної моделі розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств перебувають міжнародний лізинг, міжнародна кооперація та інвестування. Використання міжнародного лізингу є особливо вигідним для сільськогосподарських підприємств при необхідності залучення високотехнологічного обладнання з-за кордону для відновлення основних фондів в умовах дефіциту власних коштів підприємств чи обмеженого доступу до кредитних ресурсів. Для сільськогосподарських підприємств міжнародний лізинг є важливим інвестиційним каналом, засобом придбання найсучаснішого закордонного устаткування та налагодження виробництва якісно нової та конкурентоспроможної на світовому ринку сільськогосподарської продукції.

Серед різновидів іноземного інвестування, найбільш ефективним для розвитку аграрних підприємств вважаємо виробниче залучення капіталу у формі прямих іноземних

інвестицій, коли інвестор безпосередньо зацікавлений у виробництві конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції. Інвестування може здійснюватися шляхом створення спільних сільськогосподарських підприємств, придбання частки вже існуючих, придбання рухомого або нерухомого майна, цінних паперів та нематеріальних активів, прав на користування землею та природними ресурсами, укладання угоди про спільну господарську діяльність та розподіл продукції тощо.

Необхідність розвитку міжнародної кооперації для аграрних підприємств пояснюється підвищенням ефективності сільськогосподарського виробництва за рахунок раціональнішого використання об'єднаних засобів виробництва, коштів і праці. Міжнародна кооперація є вигідною для суб'єктів господарювання різних сфер агропромислового комплексу, оскільки завдяки міжнародному поділу праці, формування стабільної сировинної бази, налагодження економічних відносин з іноземними постачальниками та переробними підприємствами, з'являється можливість довгострокового планування виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції.

Розглядаючи виробничо-інвестиційну модель зовнішньоекономічної діяльності, необхідно зазначити, що підприємства вступають в економічні відносини із зарубіжними партнерами у на всіх етапах відтворювального процесу, на відміну від зовнішньоторговельної моделі, що стосується лише сфери реалізації сільськогосподарської продукції. Виходячи з цього, саме застосування багатостороннього та двостороннього співробітництва стимулює аграрні підприємства та мобілізує їх економічні резерви. Разом з цим необхідно зазначити, що кожна із розглянутих моделей та форм здійснення зовнішньоекономічної діяльності має свої переваги та недоліки, які мають бути враховані сільськогосподарськими підприємствами в залежності від власних наявних можливостей та ринкової ситуації.

#### **Література:**

1. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: сучасні особливості функціонування та аналізу розвитку. Монографія / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, Т.В. Батанова. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2012. – 182 с.

**Войтюк А.В.**, к.е.н.,  
старший науковий співробітник  
відділу кредитування, страхування  
та фінансів підприємств,  
*ННЦ «Інститут аграрної економіки»,  
м. Київ, Україна*

### **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Малі та середні сільськогосподарські підприємства відіграють важливу економічну та соціальну функцію, зокрема забезпечують значну частку продовольчої безпеки та сприяють зайнятості населення, швидше реагують на потреби внутрішнього ринку та формують конкурентне середовище. Проблемним питанням для малих та середніх сільськогосподарських підприємств на сьогоднішній день є недостатність у власних фінансових ресурсах для забезпечення ефективного економічного розвитку, а також для фінансування поточних виробничих витрат й інвестиційних витрат. Актуальними рішенням для цього постає покращення умов доступу до зовнішніх джерел фінансування.

Аналіз динаміки та структури фінансування малих та середніх сільськогосподарських підприємств свідчить, що лише третина їх мають обмежений доступ до кредитних ресурсів

комерційних банків. Стримуючими чинниками суб'єктів аграрної сфери є відсутність ліквідної застави, висока варіація обсягів та результативності сільськогосподарського виробництва, дефіцит потужностей для зберігання аграрної продукції, відсутність ефективної системи управління фінансовими ризиками, неефективне використання залучених фінансових ресурсів, висока вартість кредитів, нестабільна загальноекономічна ситуація в країні.

Дієвим фінансовим інструментом для ефективної діяльності малих та середніх сільськогосподарських підприємств може стати розвиток системи мікрокредитування. Це відносно нова фінансова технологія, яка враховує специфічні риси малого та середнього сільськогосподарського підприємства, а також сільського населення як учасників кредитних відносин і, як показує міжнародний досвід, є нині найбільш ефективною формою кредитних взаємовідносин у цьому сегменті національної фінансової системи. Метою мікрокредитування вважається розширення економічних можливостей малих й середніх сільськогосподарських підприємств в сприянні доступу до фінансових ресурсів, необхідних для їх господарської діяльності.

Мікрокредитування – це система економічних відносин кредитора та суб'єкта малого підприємництва, що забезпечує фінансову та консалтингову підтримку господарської діяльності малого підприємництва в умовах спрощеної процедури кредитування, розміру встановлення суми кредиту, його терміну, як правило, не більше одного року та не обов'язкового забезпечення заставою.

Специфічними ознаками, слід вважати постійний контакт між кредитоотримувачем та банківським експертом, поетапну техніку кредитування, без залогову форму забезпечення (солідарне поручительство), ціну кредиту, невеликий рівень ризику, консалтингові послуги.

Функціями мікрокредитування є соціальна, яка є інструментом скорочення бідності, стимулювання підприємницької ініціативи, скороченням неформального фінансового сектору та підвищення прозорості діяльності суб'єктів господарювання. Другою функцією – економічна, яка забезпечує підвищення фінансової стійкості малого бізнесу, розширення сектора малого підприємництва, підвищення асортименту і якість фінансових послуг, загальне поліпшення діяльності фінансової системи в країні, формування кредитної історії у дрібних позичальників, створення нових робочих місць при стимулюванні підприємницької активності.

На даний час вітчизняна система мікрокредитування знаходиться на стадії становлення і розвитку. Основні проблемні питання її розвитку полягають у високій вартості та часовому режимі погашення мікропозик, відсутності належної практики оцінки і нівелювання ризиків, в слабкості законодавчої та ресурсної бази, низької обізнаності суб'єктів підприємницької діяльності. В окремій площині лежать проблеми відсутності належних організаційно-економічних та методичних передумов стимулювання участі інституціональних інвесторів у програмах фінансування мікрофінансових організацій. У першу чергу це відноситься до податкового законодавства, а також питань грошово-кредитної політики, яка надає величезний вплив на розвиток сучасного сектора мікрокредитування.

Основними напрямками, на які видаються мікрокредити для малого та середнього сільськогосподарського підприємства сьогодні є: виробництво продовольчих товарів, сільськогосподарської продукції, переробка і збут виробленої продукції, придбання техніки, обладнання, новітніх технологій, будівництво і реконструкція виробничих приміщень.

До системи мікрокредитування малих та середніх сільськогосподарських підприємств входять такі суб'єкти як держава, малі та середні сільськогосподарські підприємства, особисті селянські господарства, банки, державні та регіональні фонди підтримки підприємництва, фонди створені міжнародними фінансовими інститутами, споживчі кооперативи фінансової взаємодопомоги, кредитні кооперативи і інституції мікрофінансування, страхові та лізингові компанії тощо. Функціональне сегментування системи мікрокредитування включає взаємопов'язані блоки, які забезпечують повну

технологію руху кредитних ресурсів від появи заявки позичальника до повного повернення позики.

Виходячи з вище сказаного, потрібно формування стратегії розвитку малих та середніх сільськогосподарських підприємств та доцільно зосередити на наступних орієнтирах: удосконалення законодавчого поля, зокрема прийняття закону «Про мікrokредитування суб'єктів малого та середнього агробізнесу»; модернізація інституційно-інфраструктурної складової; формування багаторівневої системи та підвищення рівня захисту особистих селянських і малих фермерських господарств; забезпечення інформаційної солідарності між учасниками системи мікrokредитування; використання інформаційних та технологічних інновацій тощо.

**Гайневич Л.А.**, ст. гр. ОАмз-61,  
**Писаренко Т.М.**, к.е.н., доц.,  
*Луцький національний технічний університет,  
м. Луцьк, Україна*

### **ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ ДОХОДІВ**

Проблеми та перспективи удосконалення бухгалтерського обліку в Україні на основі МСБО досліджували багато вчених. У вітчизняному бухгалтерському обліку методологічною основою формування інформації про доходи є П(С)БО 15 «Дохід» та до недавнього часу П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати», який втратив чинність 19.03.2013 після прийняття Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» задекларовано, що П(С)БО безпосередньо ґрунтуються на МСБО, а точніше не суперечать міжнародним стандартам. Це свідчить про те, що майже кожному П(С)БО відповідає певне МСБО та МСФЗ. Зокрема, П(С)БО 15 «Дохід» відповідає МСБО 18 «Дохід» та містить елементи МСБО 20 «Облік державних грантів і розкриття інформації про державну допомогу» [4, с. 112].

Згідно із П(С)БО 15 «Дохід» доходи – це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників [3].

Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» має аналогічне визначення поняття «доходи» та зазначає таке поняття, як «сукупний дохід» – зміни у власному капіталі протягом звітного періоду внаслідок господарських операцій та інших подій (за винятком змін капіталу за рахунок операцій з власниками) [1].

Згідно із МСБО 18 «дохід» – це валове надходження економічних вигід протягом періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників власного капіталу [2].

Тобто, визначення поняття «дохід» за МСБО не враховує збільшення активу та зменшення зобов'язань, а лише розглядає зростання власного капіталу. А це може впливати на методику облікового відображення господарських операцій.

Розглянемо розбіжності між П(С)БО та МСБО стосовно класифікації доходу діяльності підприємства (табл. 1) [5, с. 67].

**Порівняльна характеристика П(с)БО 15 «Дохід» та МСБО 18 «Дохід»  
відносно умов класифікації доходів**

П(с)БО 15	МСБО 18
1	2
<p>А) дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, послуг);</p> <p>Б) інші операційні доходи;</p> <p>В) фінансові доходи;</p> <p>Г) інші доходи.</p>	<p>А) дохід від реалізації товарів;</p> <p>Б) дохід від надання послуг;</p> <p>Г) відсотки, роялті, дивіденди.</p>

Відмінність класифікації доходів впливає на організацію синтетичного та аналітичного обліку доходів діяльності, а також зумовлюють розбіжності в складанні Звіту про фінансові результати і відображенні в ньому інформації про доходи.

Проведені дослідження порядку визнання доходу за П(С)БО 15 «Дохід» та МСБО 18 «Дохід» довели абсолютну ідентичність вимог цих двох нормативних документів.

Проте П(С)БО 15 передбачає деякі критерії невизнання доходу, які в міжнародних стандартах не враховані. Отже, за національними стандартами доходами не визнаються:

- сума попередньої оплати продукції (товарів, робіт, послуг);
- сума авансу в рахунок оплати продукції (товарів, робіт, послуг);
- сума завдатку під заставу або в погашення позики, якщо це передбачено відповідним договором;
- надходження від первинного розміщення цінних паперів.

Суми, що не визнаються доходами за П(С)БО, зменшують фінансовий результат діяльності суб'єктів господарювання. Відповідно сума фінансового результату, визначена за МСБО, відрізнятиметься від суми, визначеної за П(с)БО [6, с. 48].

Зокрема, треба відмітити ще деякі відмінності між національними та міжнародними стандартами щодо доходів підприємства:

- за МСБО при визнанні доходу враховується не лише юридична сутність господарських операцій (тобто не тільки перехід права власності), але й економічний зміст (ризиків та переваг володіння). Зокрема, якщо за МСБО підприємство залишає за собою суттєвий ризик володіння, операція не розглядається як реалізація і дохід не визнається;
- національні стандарти не регламентують критерії визнання доходу після доставки товарів покупцю. МСБО розглядає ситуації, коли визнання доходу в момент поставки товару необхідно відкласти;
- невідповідність положень П(С)БО до МСБО виникає, коли товари продані з гарантією. Визнання доходу відбувається в день продажу за П(С)БО, хоча існує ймовірність майбутніх витрат по гарантіям;
- окремі операції за МСБО розглядаються як фінансування діяльності підприємства, тоді як за П(С)БО – це звичайна реалізація, що передбачає отримання доходу [4, с. 115].

Отже, можна зробити висновок, що незважаючи на те, що національні стандарти ґрунтуються на міжнародних, вони не тотожні. Крім цього зараз деякі національні стандарти потерпають змін. Тому актуальним питанням залишається вирішення проблеми уніфікації української системи з міжнародною системою бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

### Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
2. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 18 "Дохід": за даними Міністерства фінансів України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.minfin.gov.ua>
3. Положення стандарт бухгалтерського обліку 15 «Доходи», затверджене наказом МФУ від 29.11.99 № 290.
4. Борисейко Ю.В. Стандарти бухгалтерського обліку доходів: вітчизняний та зарубіжний досвід / Ю.В. Борисейко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2010, № 2 (52).
5. Коршикова О.А. Забезпечення бухгалтерського обліку доходів та витрат в умовах застосування МСФЗ в контексті вимог податкового кодексу / О.А. Коршикова // Вісник Таврійського державного агротехнологічного університету. – 2012. – Вип. 17.
6. Полянко В.В. Стратегія управління доходами як складова загальної стратегії управління торговельним підприємством / В.В.Полянко // Стратегічні пріоритети розвитку регіонів у системі економічної політики в Україні. – Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2010. – Вип. 2.

**Глушенкова А.А.**, к.г.н.,  
доцент кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **УПРАВЛІННЯ СКЛАДОВИМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Управління інноваційним потенціалом підприємства тісно пов'язане з величиною і структурою інноваційного потенціалу підприємства, реалізація якого є необхідною умовою здійснення інновацій.

Незважаючи на те, що в останні роки в багатьох роботах досліджуються питання управління інноваційним потенціалом підприємства, в науковій літературі не існує чіткого однозначного визначення як суті, так і складових та структури інноваційного потенціалу підприємств сфери телекомунікацій та інформатизації, що утруднює подальшу конструктивну оцінку та надання рекомендацій по удосконаленню системи управління інноваційним потенціалом підприємства.

Ми пропонуємо під інноваційним потенціалом телекомунікаційного підприємства розуміти наявність ресурсів у поєднанні з умовами, які забезпечують сукупну можливість підприємства генерувати нові знання та впроваджувати інновації.

На нашу думку, такий підхід дозволяє врахувати основні складові поняття інноваційного потенціалу, а саме: ресурси, що можуть бути використані для ведення інноваційної діяльності, умови здійснення інноваційної діяльності, можливості підприємства розробляти та впроваджувати інновації. Крім того такий підхід дозволяє конкретизувати інноваційну діяльність підприємств сфери телекомунікацій та інформатизації, оскільки ці підприємства орієнтуються в основному на надання послуг, у тому числі й інформаційних.

Ефективне управління інноваційним потенціалом підприємства передбачає створення системи управління, яка базується на комплексному розвитку та використанні всіх його складових. Це передбачає докладне вивчення структури інноваційного потенціалу.

Під структурою інноваційного потенціалу підприємства ми пропонуємо розуміти сукупність взаємопов'язаних компонентів інноваційного потенціалу, які забезпечують можливість досягнення цілей інноваційної діяльності підприємства.

На сьогодні в науковій літературі не існує однастайності у визначенні компонентів інноваційного потенціалу підприємства [1-6].

Враховуючи результати сучасних наукових досліджень та використовуючи системний підхід до визначення структури інноваційного потенціалу підприємства, ми пропонуємо розподілити складові інноваційного потенціалу на 4 групи: інформаційно-інтелектуальні, фінансово-економічні, матеріально-технічні та організаційно-управлінські.

Інформаційно-інтелектуальні: інформація, кваліфікований персонал, об'єкти інтелектуальної власності, досвід у проектній діяльності; фінансово-економічні: фінансові ресурси підприємства, інвестиційні можливості, ринкові можливості; матеріально-технічні: матеріально-технічне забезпечення, наявні технології, інфраструктура інноваційної діяльності; організаційно-управлінські: система управління інноваційною діяльністю, система мотивації інноваційної діяльності, комунікаційний інтерфейс.

На нашу думку, запропонований погляд на структуру інноваційного потенціалу підприємства може слугувати основою для побудови ефективної системи управління інноваційним потенціалом телекомунікаційного підприємства та дозволяє провести об'єктивну оцінку як окремих його елементів, так і їх груп. Структура містить оптимальну кількість елементів, та може слугувати інструментом виявлення перспективних напрямів інноваційного розвитку підприємства.

#### **Література:**

1. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1998. – 132 с.
2. Громека В.И. США: научно-технический потенциал. – М.: Мысль, 1987. – 152 с.
3. Дзюбіна А.В. Розкриття змісту поняття “інноваційний потенціал” та визначення його складових / А.В. Дзюбіна // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2008. – № 628: Проблеми економіки та управління. – С. 72-77.
4. До питання визначення кола провідних складових інноваційного потенціалу промислового підприємства / І.В. Багрова, Т.І. Тищенко // Вісник економічної науки України. – 2011. – № 2 (20). – С. 14-18.
5. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохбер, С.Ю. Ягудин и др.; Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997. – 327 с.
6. Фірсова С.М. Основні елементи інноваційного потенціалу / С.М. Фірсова, С.В. Чеботар // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 3. – С. 202-207.

**Голь І.В.,**  
аспірантка кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

### **ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МОДЕЛІ ЙОГО ЛАНЦЮЖКА СТВОРЕННЯ БІЗНЕС-ЦІННОСТІ**

В умовах трансформаційних перетворень економіки України телекомунікаційні підприємства потребують пошуку та розробки дієвих механізмів, схем, важелів і методів забезпечення їх економічної стійкості функціонування. Це надасть можливість забезпечити сталий розвиток телекомунікаційної галузі у контексті збільшення її частки послуг у створенні вітчизняного валового внутрішнього продукту. В даний час існує безліч визначень поняття «економічна стійкість підприємства». На основі проведеного аналізу літератури найбільш цитованими поняттями є: економічна стійкість підприємства – це його фінансова

стійкість [1, с.118]; економічна стійкість підприємства – це стабільність і надійність його фінансово-господарської діяльності [2, с. 42]; підприємство економічно стійке, якщо здатне знайти оптимальне співвідношення між усіма його елементами [3, с. 104].

На наш погляд, економічна стійкість підприємства – це комплекс властивостей різних видів його діяльності з урахуванням їх взаємовпливу і взаємодії з метою зберегти свою фінансову стабільність при постійній зміні ринкової кон'юнктури. У контексті зазначеного, пропонується наступна трактування поняття «економічна стійкість»: економічна стійкість як комплексне поняття в першу чергу залежить від грамотного управління підприємством в системі його бізнес-метрик управління з метою забезпечення і збереження динаміки економічної доданої вартості EVA згідно з умовою:

$$\frac{dEVA}{dt} \geq 0 \quad (1)$$

Слід зазначити, що умова (1) одночасно є і необхідною і достатньою умовою забезпечення економічної стійкості, оскільки необхідність обумовлена вимогою наявності позитивного спреда  $spread = ROA - WACC > 0$  при достатності такої величини залученого (інвестованого) капіталу CE (Capital Employed) щодо його вартості WACC (Weighted Average Cost of Capital), щоб в процесі операційного обороту активів згідно моделі його ланцюжка створення бізнес-цінності спред був позитивним. Таким чином, на рівні підприємства можна виділити різні складові його економічної стійкості, такі як: фінансова, ринкова (комерційна), процесно-технологічна, процесно-організаційна, інформаційно-ресурсна, кадрова та інші в міру деталізації елементів моделі ланцюжка причинно-наслідкових дій механізму забезпечення економічної стійкості процесно-орієнтованого підприємства. В контексті вищесказаного можна стверджувати, що нарощування економічного потенціалу підприємства буде забезпечуватися, якщо виконується умова:

$$\frac{dP}{dt} > \frac{dM}{dt} > \frac{dC}{dt} \quad \text{при дотриманні } EVA > 0, \quad (2)$$

де P – прибуток від продажів; M – обсяг товарообігу (виручка); C – собівартість (повна).

Аналіз існуючих публікацій показує, що до теперішнього часу не вироблено єдиного підходу до визначення категорії «економічна стійкість підприємства». Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що запропонований новий науково-методичний підхід до створення механізму забезпечення та контролінгу економічної стійкості процесно-орієнтованого підприємства на основі концепції «бізнес-стійкість підприємства», суть якої зводиться до комплексної динамічної оцінки змін у часі характеристик системи бізнес-метрик підприємства під впливом змін зовнішнього бізнес-середовища. Перспектива подальших досліджень пов'язана з вирішенням завдання комплексної оцінки впливу бізнес-стійкості кожного виду операційної діяльності процесно-орієнтованого підприємства на його загальну EVA – стійкість в контексті моделі його ланцюжка створення бізнес-цінності.

#### Література:

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – М., 2003. – 408 с.
2. Економічний словник / За ред. А.Н. Азріліяна. 2-е изд. – М.: Інститут нової економіки, 2008. – 286 с.
3. Камаев В.Д. Экономика и бизнес (теория и практика предпринимательства): учебное пособие / В.Д. Камаев. – М.: Экономика, 2008. – 204 с.



**Губарєв С.В.,** к.ю.н.,  
доцент кафедри приватного та публічного права,  
*Київського національного університету технологій та дизайну,*  
*м. Київ, Україна*

## **ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ**

Сучасне динамічне зовнішнє середовище характеризується інтеграційними та глобалізаційними процесами у підприємстві, науці, освіті і суспільстві, що потребують належного правового забезпечення. Сучасна економіка та суспільство характеризуються інноваційністю, що обумовлює актуальність формування та розвитку системи правового забезпечення інноваційних процесів та її законодавчого оформлення.

Мета статті полягає у дослідженні динаміки інноваційних процесів в економіці України та стану розвитку правового забезпечення інноваційної діяльності в конкурентних умовах.

Правовому забезпеченню інноваційних процесів присвячені праці таких вчених, як: Л.В. Авраменко, Ю.Є. Атаманова, О.М. Давидюк, Д.В. Задихайло, Ю.М. Капиця, В.І. Нежиборець, О.П. Орлюк, О.В. Петришин, М.В. Цвік [1, 2].

Інноваційна діяльність розуміється як «усі наукові, технологічні, організаційні, фінансові і комерційні дії, що реально приводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою; дослідження і розробки, не пов'язані прямо з підготовкою конкретної інновації» [3, с. 482].

Під впровадженням інновацій розуміють введення у вживання будь-якого нового або значно вдосконаленого продукту (товару, послуги) або процесу, нового методу маркетингу чи нового організаційного методу в діяльності підприємства, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків. Інноваційну продукцію поділяють на нову для ринку та нову для підприємства.

З метою зарахування будь-якої зміни до категорії «інновація» враховують рівень наукової новизни. Інноваційна продукція – це продукція, яка є новою або значно удосконаленою в частині її властивостей або способів використання. Новими продуктами вважають товари та послуги, що суттєво відрізняються своїми характеристиками або призначенням від продуктів, що виготовлялися підприємством раніше. Значні покращення можуть бути здійснені за рахунок змін в матеріалах, компонентах та інших характеристиках виробів, що покращують їхні властивості (значні вдосконалення в технічних характеристиках, компонентах і матеріалах, у вбудованому програмному забезпеченні та інших функціональних характеристиках).

Кількість інноваційно активних промислових підприємств за видами економічної діяльності у 2015 р. становила 824 підприємства (17,3 % до загальної кількості підприємств). Кількість інноваційно-активних підприємств за видами економічної діяльності у 2015 р. становила: виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів – 178 од., виробництво машин і устаткування – 87, виробництво автотранспортних засобів – 61, виробництво меблів – 50, текстильне виробництво – 40, виробництво комп'ютерів – 39, виробництво фармацевтичних препаратів – 29 [с. 486]. Основні показники інноваційної діяльності в Україні за 2010-2015 рр. представлені в табл. 1.

Фінансування наукових та науково-технічних робіт за джерелами фінансування поділяється на кошти державного бюджету, місцевого бюджету, власні кошти, кошти замовників, інші джерела фінансування. Протягом 2014 р. спостерігалась активізація фінансування інноваційної діяльності за рахунок міжнародної фінансової допомоги (табл.1).

## Основні показники інноваційної діяльності в Україні за 2010-2015 рр.

	2010	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
Обсяг фінансування інноваційної діяльності в промисловості, млн грн.	8045,5	9562,6	7695,9	13813,7	0,80	1,79
у т.ч. за рахунок держбюджету, млн грн.	87,0	24,7	344,1	55,1	13,93	0,16
Впроваджено нових технологічних процесів	2043	1576	1743	1217	1,1	0,69
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млн грн.	33697,6	35891,6	25669,0	23050,1	0,71	0,89

Складено та розраховано автором на основі [3, с. 487, 488]

Обсяг фінансування інноваційної діяльності за рахунок держбюджету у 2015 р. становив 0,4% від загального обсягу фінансування, що свідчить про недостатній рівень зазначеного джерела надходження [3, с. 487]. Спостерігається уповільнення впровадження нових технологічних процесів. Також зменшився обсяг реалізованої інноваційної продукції: 23050,1 млн грн у 2015 р., проти 25669,0 млн грн у 2014 р.

При забезпеченні правової регламентації інноваційних процесів, обсяг нормативного матеріалу повинен відповідати предмету регулювання, повинен характеризуватися оптимальною структурою та наповненістю, що дозволяє уникати недостатнього або надмірного регулювання, суперечливості між правовими нормами актів різної юридичної сили.

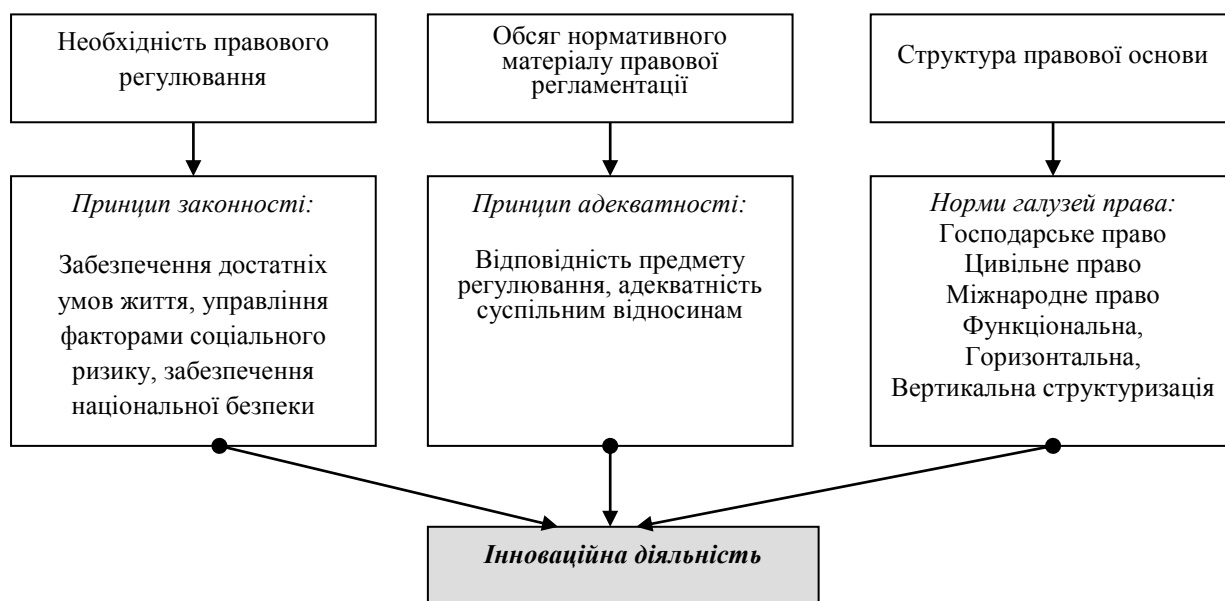


Рис. 1. Складові правового забезпечення інноваційної діяльності

Формування правового забезпечення інноваційної діяльності потребує використання багаторівневої структури, що містить норми різних галузей права: господарського, цивільного, міжнародного і характеризується вертикальною, горизонтальною та функціональною побудовою (рис. 1).

Ієрархічна структура законодавства України, залежно від юридичної сили нормативно-правових актів, що визначається місцем правотворчого органу в державному апараті містить такі складові:

1) Конституція України, разом із законами, що встановлюють відправні засади правового регулювання (конституційні закони);

2) Закони та кодекси, головне призначення яких – забезпечення на основі науково обґрунтованих принципів комплексного, всебічного та цілісного вирішення тих чи інших завдань економічного і соціального розвитку суспільства;

3) нормативні укази і розпорядження Президента України;

4) підзаконні нормативно-правові акти центральних органів виконавчої влади – постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, накази й інструкції міністерств, державних комітетів України;

5) акти місцевих органів виконавчої влади (місцеві державні адміністрації);

6) акти органів місцевого самоврядування щодо здійснення функцій, які їм делеговані державними органами [1, с. 266-267].

Нормативно-правові акти, що регулюють питання провадження інноваційної діяльності, то доцільно структурувати наступним чином:

- нормативно-правові акти, що закріплюють основи економічної політики України: Конституція України, Господарський кодекс України, Програма економічних реформ, Концепція забезпечення національної безпеки у фінансовій сфері, Державна стратегія регіонального розвитку;

- нормативно-правові акти, що визначають загальні засади державної інноваційної політики, регламентують цілі, завдання, основні напрямки реалізації інноваційної політики: Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку, Стратегія економічного та соціального розвитку України, Закони України «Про інноваційну діяльність», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності», «Про інвестиційну діяльність» [2];

- законодавчі акти, в яких закріплено елементи інноваційної інфраструктури, а також акти, що визначають систему органів, які здійснюють безпосереднє управління у сфері інноваційної діяльності: Закони України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій», «Про наукові парки», «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків», «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про наукову і науково-технічну експертизу», постанови КМУ «Про затвердження порядку державної реєстрації інноваційних проектів і ведення Державного реєстру інноваційних проектів», «Питання Державної інноваційної фінансово-кредитної установи» .

Отже, інноваційна діяльність складає основу економічної та національної безпеки держави і потребує дієвого та ефективного організаційно-економічного, фінансового та правового механізму її регулювання. Дієве правове забезпечення інноваційної діяльності сприяє розвитку економіки, забезпечує конкурентні переваги на ринку та складає основу якісного життя суспільства.

### Література:

1. Шувердіна О.В. Правове забезпечення інноваційних процесів як фактор реформування економіки // Право та інноваційне суспільство. – №1 (2). – 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://apir.org.ua/wp-content/uploads/2014/11/Sheverdina.pdf>

2. Загальна теорія держави і права: підручник / М.В. Цвік, О.В. Петришин, Л.В. Авраменко та ін.; за ред. М.В. Цвіка, О.В. Петришина. – Х.: Право, 2005. – 452 с.

3. Статистичний щорічник України за 2015 р. / За ред. І.М. Жук. – Державна служба статистики України. – 2016. – 575 с.

## РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ РОЗВИТКУ КОРПОРАЦІЙ

Важливою прикметною ознакою сучасного корпоративного управління вважається розробка стратегічних альтернатив розвитку корпорацій. Сучасні корпорації розвиваються за сценарієм динамічних змін економічного простору та чинників внутрішнього середовища, що істотно впливає на якість і стабільність розробки та реалізації стратегічних альтернатив їх розвитку. Стратегічними називають ті рішення, які мають кардинальне значення для функціонування бізнесу і спричиняють, за умови їх реалізації, довготривалі та невідворотні наслідки. Це означає, що реалізація стратегічних рішень змінює потенціал корпорації і повернення до попереднього стану об'єкта управління якщо і можливе, то потребує значних витрат часу, ресурсів або зусиль [1]. Уперше термін „стратегія” використав у економіці для визначення одного із видів управління підприємством А.Чендлер у 1962 році: стратегія – метод встановлення довгострокових цілей організації, програми її дій і пріоритетних напрямів по розміщенню ресурсів [2].

Розгляд наукових публікацій переконує, що переважно науковці у сфері стратегічного управління вважають об'єктом свого дослідження великі корпорації (І. Ансоф, Р. Кох та ін.). Такі корпорації зорієнтовані більше на розвиток, ніж на зростання та конкуренцію, який залежить від траєкторії визначеної стратегії. Це зумовлює відхід від класичної парадигми управління і спрямовує до розробки стратегічних альтернатив розвитку корпорацій, метою яких є фільтрація та реалізація генеральної корпоративної стратегії розвитку. Вагомим внеском у сучасне наукове бачення стратегічного управління та корпоративної стратегії стали роботи: М. Портера, І. Ансофа, Р. Коха, А. Томпсона та А.Дж. Стрікланда, М. Сінтія, В. Герасимчук, Л. Довгань, Я. Жаліла, Л. Федулової та ін.

Коли корпорація стикається з певними проблемами (не досягнуто стратегічну мету; знижується обсяг продажів або прибуток тощо) виникає необхідність певних стратегічних змін. Вироблення стратегічних альтернатив починається з формулювання стратегічних завдань для компанії. Стратегічні завдання визначають напрями, за якими має працювати корпорація. Мета розробки стратегічних альтернатив розвитку корпорацій залежить від оцінки привабливості ринків і рівня її конкурентних переваг.

Відома матриця стратегічних альтернатив Ансоффа (її первинна двовимірна версія, оскільки в пізніших редакціях матриця набула тривимірного вигляду шляхом введення осі „потреби”) може бути розширена за рахунок введення додаткового виміру, який показує напрям стратегічного зростання. Так, якщо корпорація працює на перспективному ринку і має значну перевагу перед конкурентами, вона швидше за все зможе реалізувати мету прискорення зростання. Якщо привабливість ринку відносно невисока або корпорація не має перспектив завоювати явні конкурентні переваги, її стратегія швидше за все буде націлена на диверсифікацію або „збирання врожаю”. Мета розробки стратегічних альтернатив розвитку корпорацій – створити умови, в яких корпорація здатна нарощувати та примножувати додану вартість, а також забезпечити спроможність корпорації своєчасно адаптуватися до мінливих деформацій економічного простору і розвиватися в майбутньому.

Завданням розробки стратегічних альтернатив розвитку корпорацій є окреслення унікальних траєкторій розвитку, що ґрунтується на усіх наявних ресурсах і навичках, що протидіють гальмуючим чинникам та обмеженням. Розробка стратегічних альтернатив розвитку корпорацій здійснюється вищим керівництвом корпорації і передбачає три основні завдання: окреслити траєкторію розвитку корпорації і її стратегічних бізнес-одиниць; визначити роль кожної бізнес-одиниці у реалізації корпоративної стратегії; охарактеризувати розміри і способи розподілу наявних ресурсів [3].

Необхідно визначити комбінацію і масштаби видів діяльності, скласти так званий портфель видів бізнесу, вибрати ринки, визначити головні пріоритети, сформулювати ключову ідеологію, підібрати і розставити менеджерів на ключові посади. У мультибізнесових корпораціях застосовують ієрархічну розробку стратегічних альтернатив розвитку: корпоративна стратегія, стратегії бізнес-одиниць, конкурентні стратегії, функціональні стратегії, операційні стратегії.

Класичний підхід до розробки стратегічних альтернатив залежно від характеру розвитку корпорації включає поділ стратегій на групи [4]: стратегії зростання, що включають стратегії концентрації, вертикальної інтеграції, дезінтеграції; стратегії стабілізації; стратегії захисту, що включають стратегії збору врожаю, повороту, реінвестицій, банкрутства, ліквідації.

Такий підхід дає можливість гнучко використовувати різні стратегічні альтернативи і відповідає реальним умовам їх застосування. Розробка та вибір стратегічних альтернатив розвитку корпорацій – складний, творчий процес, який не можна затиснути в контур готових шаблонів і наборів рекомендацій. Тільки зважені рішення та нестандартні підходи до розробки стратегічних альтернатив розвитку корпорацій, вибору способів її реалізації, можуть дозволити корпорації домогтися лідерства на ринку.

#### **Література:**

1. Македон В.В. Стратегії формування інтегрованих структур міжнародних корпорацій у результаті злиття і поглинання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vamsu\\_econ/2011\\_1/Makedon.htm](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vamsu_econ/2011_1/Makedon.htm)
2. Chandler A.D., Jr. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise, 1962. – 455 с.
3. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 390 с.
4. L.W.Rue, P.G.Holland. Strategic Management: Concepts and Experiences. 2d ed. – N.Y.: Mac Graw Hill, 1989.

**Дарчук В.Г.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри маркетингу,  
**Пілігрим К.І.**,  
аспірант кафедри маркетингу,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **КРИТЕРІЇ РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Розвиток мотивації персоналу підприємства не може відбуватися без ефективних дій управлінців і керівників різних рівнів, які повинні спонукати працівників до вирішення тактичних і стратегічних завдань, що стоять перед підприємством, ураховуючи функціональні обов'язки, рівень кваліфікації, професіоналізму, потенціалу підлеглих. У свою чергу, розвиток мотивації персоналу підприємств є управлінським процесом, який здійснюється в системі загального управління персоналом і підприємством. Здійснення цього управлінського процесу потребує визначення певних критеріїв, які враховують результативність праці персоналу та рівень умотивованості щодо досягнення цілей, які стоять перед підприємством. Відтак, більш глибокого дослідження потребують такі аспекти управління підприємством, як визначення основних (базових) критеріїв, на які повинен спиратися керівник задля розвитку мотивації персоналу.

Важливим критерієм розвитку мотивацією персоналу будь-якого підприємства є досягнення об'єктивності в оцінці результату праці, в якій підтверджується здатність

працівників вирішувати завдання, що ставить перед ними керівництво, і вмотивованість до вирішення цих завдань, а також – професійно-кваліфікаційний рівень. Як показує практика, таку оцінку можна отримати на основі впровадження нормування праці персоналу, де критерієм результативності виступає ступінь виконання норм праці (часу, та (або) виробітку, та (або) обслуговування).

Виходячи з теорії класичних шкіл управління персоналом, нормування праці можна визнати важливим критерієм розвитку мотивації персоналу підприємств, у якому відбиваються здатність персоналу підвищувати продуктивність – тобто його професійно-кваліфікаційний рівень, відповідно якому й повинні визначатися витрати на оплату праці, з урахуванням досягнення визначених керівництвом тактичних і стратегічних цілей розвитку підприємства у цілому. Розглядаючи норми часу в якості критерію оцінки трудових процесів і їх оптимізації, Б.М. Генкін визначає їх роль у досягненні результату господарської діяльності, оптимізації використання ресурсів, що є передумовою визначення оптимальної чисельності персоналу та планування витрат на оплату праці [1]; саме до такої думки схиляється й В.П. Пашуто [2] та І.В. Багрова [3]; на думку ж В.В. Адамчука, яким нормування праці являється важливішим видом економічної діяльності з управління підприємством, саме норма визначає необхідні витрати праці, його результат, чисельність персоналу та, відповідно – є критерієм для розрахунку витрат на оплату праці персоналу [4]. Отже, норми праці можна визнати важливішим інструментом управління мотивацією персоналу підприємств, оскільки за їх допомогою працівники стимулюються до підвищення продуктивності через взаємозв'язок із оцінкою праці та формуванням витрат на її оплату – з одного боку, а з іншого – критерієм оцінки професійно-кваліфікаційних рис працівника, оскільки відбивають його здібності та потенціал до вирішення завдань, які ставить керівництво задля досягнення тактичних і стратегічних цілей, які, виходячи зі змісту механізму розвитку мотивації, не можна досягти без підвищення сукупної продуктивності.

Використання нормування в якості інструменту управління мотивацією персоналу не може бути об'єктивним, якщо «жорсткість» норм не відповідатиме рівню кваліфікації та професійним характеристикам персоналу, його навичкам і вмінням, здібностям і потенціалу, здатності впроваджувати інновації – саме тих рис, які сприятимуть підвищенню сукупної продуктивності на підприємстві. Така точка зору є виваженою, оскільки спирається на наступні аргументи, що доводяться сучасними вченими-економістами, а саме: навчання, організаційний розвиток і професійне зростання персоналу направлено на вирішення поточних та стратегічних завдань шляхом досягнення більш високої індивідуальної та організаційної ефективності, що є основою для інноваційного розвитку підприємств [5]; професійне навчання з метою досягнення високої ефективності виробництва чи надання послуг, є основою забезпечення виконання працівниками нових складніших завдань на основі максимального можливого використання їхніх здібностей та потенційних можливостей, професійно-кваліфікаційного просування [6]; сукупність заходів, націлених на підвищення кваліфікації та вдосконалення психологічних характеристик працівників, є одним із найважливіших напрямів діяльності з управління персоналом і чинників успішної діяльності підприємства [7]. Отже, з наведених аргументів учених можна дійти висновку, що лише за умови розвитку персоналу можна досягти такого професійно-кваліфікаційного складу, що відповідатиме цілям розвитку підприємства і, відповідно, дозволить говорити про об'єктивність встановлення норм праці.

Таким чином, розвиток, та, відповідно – підвищення професійно-кваліфікаційного рівня персоналу, є важливим практичним завданням і критерієм стабільного розвитку його мотивації. Для вирішення цієї проблеми, реалізація керівником підприємства такого заходу, як формування у працівників стійких мотивів до свого розвитку (освітнього та кваліфікаційного рівня) на засадах збереження та реалізація кваліфікаційного та трудового потенціалу на підприємстві, забезпечення кар'єрного зростання та справедливої (обґрунтованої) винагороди за працю кожному працівнику є необхідною передумовою забезпечення самого управлінського процесу.

Найбільш відповідальним управлінським заходом, реалізація якого дозволить забезпечити об'єктивність в оплаті праці та досягти її збалансованості зі зміною продуктивності,

а також розвинути мотивацію на туристичних підприємствах, є запровадження норм праці та оптимізація чисельності персоналу.

### **Література:**

1. Гавкалова Н.Л. Інвестиції в персонал як основа ефективного управління / Н.Л. Гавкалова, Н.М. Зубчинська // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць Київського національного економічного університету. Спецвип. до 100-річчя КНЕУ та 40-річчя кафедри управління персоналом. Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. – Т.2. – Київ: КНЕУ. – 2005. – С. 39-42.
2. Пашуто В.П. Организация и нормирование труда на предприятии: учеб. пособие / В.П. Пашуто. – М.: ЕНОРУС, 2007. – 240 с
3. Багрова В.І. Нормування праці: навч. посіб. / В.І. Багрова. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 212 с.
4. Экономика и социология труда: учебник для вузов / В.В. Адамчук, О.В. Ромашов, М.Е. Сорокина. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 407 с.
5. Дьяченко Ю.Ю. Аналіз сучасних поглядів на розвиток персоналу підприємства / Ю.Ю. Дьяченко // Вісник Донецького національного університету. Спецвипуск. – Т. 2. – Серія В «Економіка і право». – Донецьк, 2009. – С. 32-36.
6. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. / В.А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.
7. Развитие и профессиональное обучение персонала [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-33/23.htm>

**Дергачова В.В.**, д.е.н., проф.,  
професор кафедри менеджменту ФММ,  
**Колешня Я.О.**,  
аспірант кафедри менеджменту,  
*НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського»,  
м. Київ, Україна*

## **ВПЛИВ ІНФОРМАТИЗЦІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ**

Сьогодні кінцевий споживач диктує правила гри для підприємств. Оскільки темп життя спонукає споживача максимально економити час, дуже багато сфер його життя переміщуються в інформаційний простір – від перегляду новин чи прогнозу погоди до пошуку найближчого магазину меблів чи вибору квартири.

Сьогодні електронна комерція чи навіть електронний уряд стають необхідною потребою, створюється кіберполіція, що свідчить про все більше зростання ролі інформації в суспільстві.

Саме тому, щоб привернути увагу до себе, підприємству потрібно бути присутнім не лише фізично, а й у інформаційному просторі.

Інформатизація має як позитивний вплив на підприємство, так і ставить перед ним нові загрози. З одного боку, конкуренти стають більш відкритими (відкритість для споживача викликає відкритість і для конкурента), інформація про ринок та його структуру завжди доступна тощо. Полегшується здійснення управлінських функцій, швидкість обміну інформацією між підрозділами чи філіалами або контрагентами, спрощуються процеси обліку та аналізу, чому сприяє використання відповідного програмного забезпечення, CRM-систем тощо. Використання нових інформаційних технологій дозволяє захищати підприємство від витоку чи втрати інформації або навіть від рейдерства, адже часто вся інформація зберігається на віддалених серверах обслуговуючих компаній, а тому фізичне

захоплення офісу чи навіть всієї техніки підприємства не дасть доступу до управлінської інформації.

Проте водночас підприємство потребує нових затрат на захист власної інформації, на постійне навчання персоналу, на придбання техніки та програмного забезпечення, затрати на оплату «хмарних» технологій та інші. Наприклад, для того, щоб при введенні в пошуковій системі фрази «заказ цветов» лише по м.Київ затрати на рекламу в день можуть досягати 400 грн, тобто більше 12 000 грн щомісячно [1] (а перед святами, коли потреба в букетах зростає – зростає і ця цифра. По специфічних запитах (наприклад, «арматура купити») сума може бути менша – близько 2 000 грн.

Персонал для підприємства, де інформатизація глибоко проникає у його діяльність, повинен вміти працювати з новими програмами, постійно навчатися, відвідуючи тренінги чи веб-семінари (оплата яких теж відноситься до затрат підприємства).

Сьогодні підприємцям варто здійснювати в тому числі і оцінку функціонування інформаційної системи. Так, Буряк В.В. пропонує ряд показників для цього [2]. Дерій В.А. пропонує виділяти в обліку аналітичні рахунки для обліку затрат на інтелектуалізація, за прикладом США [3, с. 53]. В той же час виникає потреба у виділенні затрат на Інтернет-маркетинг в окремий розділ, оскільки оцінка їх ефективності має свої особливості і потребує використання специфічних показників, наприклад, коефіцієнту конверсії. Це ще раз підтверджує посилення процесів інформатизації у бізнесі.

#### Література:

1. Планировщик ключевых слов Google [Електронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/>
2. Буряк В.В. Механізм управління інформаційними ресурсами промислових підприємств : автореф. дисс. канд. екон. наук: 08.06.01 / В. В. Буряк. – Хмельницький, 2006. – 22 с.
3. Дерій В.А. Облік і аналіз витрат підприємства на інтелектуалізацію, інформатизацію та інформацію / В.А. Дерій // Вісник ЖДТУ. – Серія: Економічні науки. – 2014. – № 3 (69). – С. 50-56.

Дергачова В.В., д.е.н., проф.,  
професор кафедри менеджменту ФММ,  
Омельченко А.І.,  
аспірант кафедри менеджменту ФММ,  
НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського»,  
м. Київ, Україна

### **НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВИЙ РОЗВИТОК ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Актуальність проблеми дослідження низько вуглецевого розвитку обумовлено високим рівнем енергозалежності країни, браком власних паливно-енергетичних ресурсів, а також значними показниками викидів парникових газів на одиницю ВВП.

Досліджуючи умови сталого розвитку можна виділити три основні складові: екологічна, економічна та соціальна. Досягнення сталості у розвитку цих складових можливе за умови економічної модернізації енергогенеруючих підприємств та впровадження технологічних інновацій.

Концепція сталого низьковуглецевого розвитку передбачає впровадження комплексу заходів, які, з одного боку, повинні забезпечити скорочення викидів парникових газів, а з другого — підвищення конкурентоспроможності економіки за рахунок обмеження її залежності від вуглецевої сировини [1, с.15].



Важливим елементом успішного переходу до низько вуглецевої економіки є модернізація енергогенеруючих підприємств.

Модернізація енергетичного сектору за рахунок впровадження низьковуглецевих технологій, використання відновлюваних джерел енергії (сонячна енергетика, вітро- та гідроенергетика, енергія біомаси тощо) є важливою передумовою переходу [2, с. 2] до сталого розвитку України. Вищезазначене свідчить, що стратегічними напрямками переходу до низьковуглецевої економіки України мають бути [2, с. 2]:

- адаптація економіки до можливих наслідків зміни клімату;
- скорочення викидів ПГ без загрози для соціально-економічного розвитку країни; екологізація десяти найважливіших секторів економіки (зокрема: 1) промисловість; 2) енергетика; 3) сільське господарство; 4) житлово-комунальне господарство; 5) транспорт; 6) утилізація та перероблення відходів; 7) лісництво; 8) рибальство; 9) управління водними ресурсами; 10) туризм);

- удосконалення механізму обґрунтування інвестиційно-інноваційних рішень в енергетиці із врахуванням фінансово-економічних ризиків та оціночних еколого-енергетичних критеріїв ефективності.

Отже, для ефективного забезпечення всіх аспектів сталого розвитку, в першу чергу необхідно орієнтуватись на низьковуглецевий розвиток та провести модернізацію енергогенеруючих підприємств за допомогою маловитратних технологій. Це дозволить підвищити загальний рівень економічного розвитку, рівень соціального розвитку та безпеки життя людей.

#### **Література:**

1. Гайдуцький І. П. Транснаціональна парадигма сталого низьковуглецевого розвитку / І. П. Гайдуцький // Економіка та держава. – 2014. – № 5. – С. 14-19.
2. Караєва, Н.В. Низьковуглецева економіка – передумова сталого розвитку України [Текст] / Н.В. Караєва // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2013. – Т. 3. – С. 27-29.

**Дрокіна Н.І.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри маркетингу,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **ІНСТРУМЕНТИ SOCIAL MEDIA MARKETING В СУЧАСНІЙ ПРАКТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА**

На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій усе більшою популярністю користуються соціальні медіа. За даними Worldometers, станом на лютий 2015 року кількість користувачів Інтернет у світі становить 2,5 мільярда чоловік. Більше половини людей, молодших за 30 років, тобто 96% тих, хто народився в період розвитку Інтернет-технологій, зареєстровані в соціальних медіа. До того ж кількість зареєстрованих споживачів соціальних медіа невпинно зростає [1]. Така популярність є цілком зрозумілою, адже за теорією мотивації А. Маслоу прагнення до самовираження є найвищою потребою людини [2]. Українські користувачі не є винятком. За даними Дайджесту 2015 року [3], 13 мільйонів українців щодня користуються Інтернетом, а це 33% населення у віці старше 16 років. Усе більшого значення для них набувають рекомендації та поради друзів, знайомих та рідних. Згідно з даними звіту «2015 Social Media Marketing Industry Report» [4] розподіл переваг соціального медіа маркетингу представлено на рис. 1. Тому соціальні медіа можуть бути

корисними не лише для користувачів, а й для підприємств як простір для просування бренда, товарів та послуг. Соціальні медіа як новий простір існування споживачів мають власні особливості, що відрізняють їх від решти медіа, відповідно методи роботи в них також відрізняються від традиційних. Тому питання щодо особливостей застосування інструментів соціальних медіа є актуальним як для користувачів, так і для підприємств.

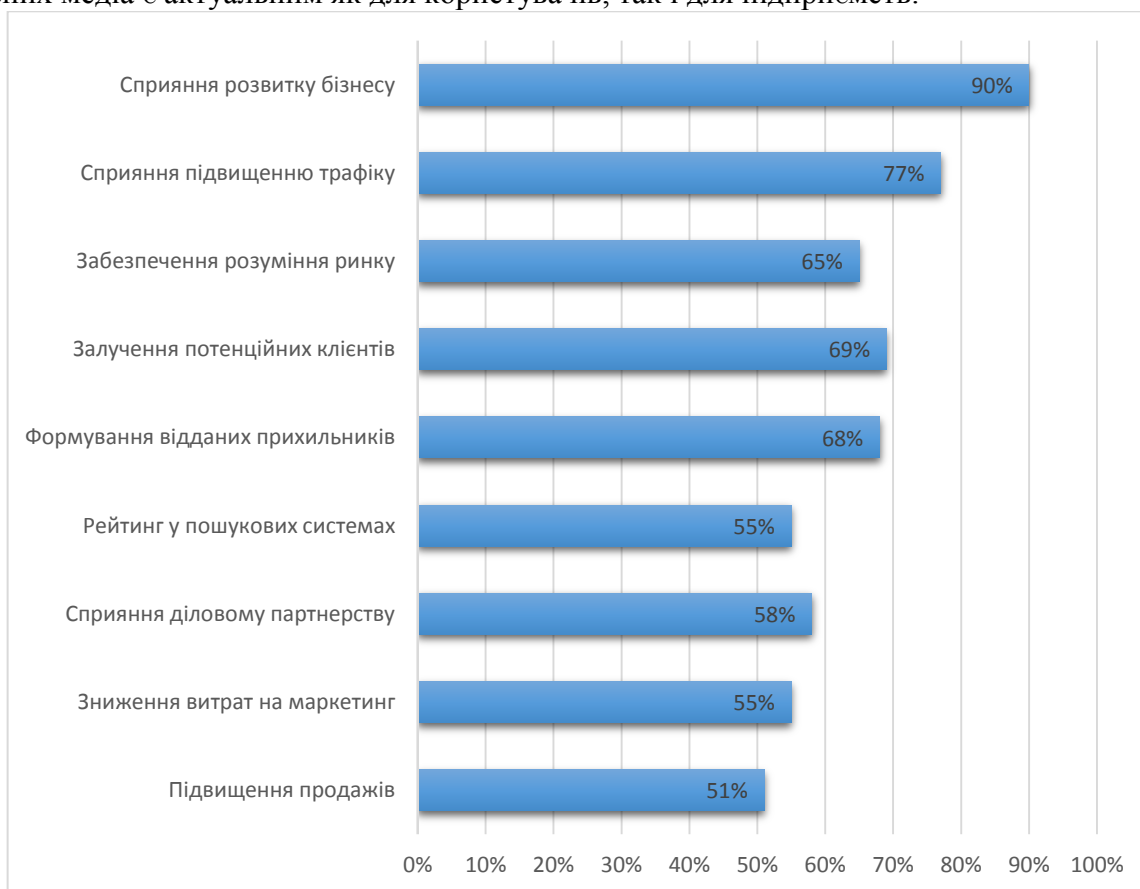


Рис.1. Переваги соціального медіа маркетингу [4]

SMM (Social Media Marketing, соціальний медіа маркетинг) – комплекс дій з просування бренду, товару або послуги в соціальних медіа (блоги, форуми, мережеві співтовариства). Завдяки використанню соціальних аспектів Інтернету, SMM дозволяє взаємодіяти з аудиторією на більш персоніфікованому і динамічному рівні, ніж це робить традиційний маркетинг. SMM проводить безпосередню роботу в співтовариствах з використанням інструментів прямого і прихованого впливу на цільову аудиторію. Тобто відбувається особисте спілкування компанії з потенційними клієнтами. Фірма використовує можливість негайно отримати зворотній зв'язок у вигляді думок і коментарів від найбільш активних користувачів соціальних медіа.

До основних видів соціальних медіа маркетингу відносяться соціальні мережі, блоги, мікроблоги, фото- та відеосервіси, соціальні вкладки та новини, підкасти, форуми та геосоціальні мережі (табл. 1).

Незважаючи на те, що соціальні медіа дуже різноманітні, маркетингологі-практики здебільшого надають перевагу саме соціальним мережам, адже на сучасному етапі вони є своєрідним поєднанням великої кількості сервісів, що існують у мережі Інтернет.

На сьогоднішній день найбільш актуальні для реклами три соціальні мережі: Facebook, «ВКонтакте» і «Однокласники», а також такі соціальні медіа, як YouTube, Twitter, Flickr або Instagram. Кожна з них має свої особливості, як в аудиторії, так і в механізмах підходу до самої реклами (табл. 2).

## Види соціальних медіа маркетингу

Вид	Характеристика	Приклад
Соціальні мережі	Соціальні мережі створені спеціально для того, щоб люди взаємодіяли один з одним. Під терміном «соціальна мережа», як правило, розуміють ресурс, що дозволяє користувачам організовувати спільноти відповідно до сфери та роду діяльності, а також відповідно до інтересів (ВКонтакте), місця проживання, навчання, роботи (Однокласники) або будь-якої іншої ознаки.	Facebook, LinkedIn, MySpace, ВКонтакте, Однокласники, MailRu Агент
Блоги	Це сайти, на яких записи можуть бути зроблені у вигляді журнальних статей, поміток або просто цікавих посилань.	Blogger, Typepad, Блоги@Mail.Ru
Мікроблоги	У цьому випадку ми маємо справу з короткими оновленнями свого статусу, що передбачають обмеження щодо обсягу тексту (компанія The New York Times має 7,6 мільйонів прихильників у Twitter завдяки тому, що надає їм можливість першими дізнатися новини з усього світу)	Google+, Twitter, Me2day, Futurbra
Фото- та відеосервіси	Подібні сайти дають можливість користувачам ділитися своїми фотографіями та відеофайлами зі всім світом. Крім того, на відміну від звичайних файлових сховищ такі сервіси функціонують спільно із соціальними мережами. Наприклад, компанія Blendtec – виробник кухонних блендерів активно використовує такі сервіси у своїй діяльності, і станом на вересень 2014 року на їх YouTube-каналі під назвою «Will it blend» було 219 мільйонів переглядів і більше півмільйона прихильників, а на сторінці в Facebook – 38 тисяч «лайків»	Instagram, YouTude, RuTude, Dailymotion
Соціальні вкладки	Сайти соціальних вкладок пропонують користувачам можливість зберігати посилання на цікаві сайти, ділитися ними з друзями та отримувати до них доступ зі сторонніх комп'ютерів	Mister Wong, Delicious, Habrahabr
Соціальні новини	Сайти соціальних новин збирають посилання на події, статті, зображення, опубліковані в мережі Інтернет. Усі новини оцінюються їх користувачами і найбільш популярні відображаються на головній сторінці ресурсу	Pikabu, Chuv.com.ua, Newsland, Digg, Reddit
Підкасти	Цей новий спосіб поширення аудіо- та відеоконтенту через мережу Інтернет існує лише кілька років і дозволяє створювати матеріали кожному охочому. Також існує можливість підписатися на певний підкаст (стрічку новин), що буде оновлюватися автоматично, за надходженням нових медіа-файлів	Ustream, Smotri, Rpod, PodFM
Веб-форуми	Одна з найстаріших форм соціальних медіа, що являє собою ресурс, на якому користувачі обговорюють певні тематичні питання	BbPress, FluxBB, FudForum, Ikonboard
Геосоціальні мережі	Це соціальні медіа, що пропонують користувачам можливість за допомогою своїх мобільних телефонів, смартфонів чи комунікаторів відмічати місця, які вони відвідують щодня, або відвідували колись	AlterGeo, Google Locator, Foursquare

## SMM-інструментарій підприємства для просування власного бренду

Соціальна мережа	Комунікація з аудиторією	Вплив бренду на аудиторію	Трафік на сайт	SEO	Основна увага при роботі з Інформацією
Twitter	Пошук за ключовими словами в Twitter або інших системах соціальних медіа надають можливість дізнатися, що говорять про підприємство	Надає унікальні можливості для інтеграції з веб-сайтом і різні способи взаємодії з споживачем, що дозволяє позиціонувати підприємство серед інших	Потенціал великий, але потрібно мати мистецтво просування. Якщо просувати бренд активно – можна втрачати послідовників, якщо вкладати мало сил – буде мало уваги	Обсяг SEO для сайта обмежений, але «твійти» мають високі значення в пошуковій видачі. Це позитивно впливає на ранжування назви профайлу і останніх новин. Однак, від коротких URL, що часто використовуються у «твітах», великої користі отримати не вдалось	Повідомлення потребують оперативної реакції. Коментари, які зроблені позавчора навряд чи є інтересними і понятими. Для оцінки впливу інформації важлива кількість ретвітів
Facebook	Добре підходить для залучення людей, яким подобається бренд підприємства, які готові приймати активну участь у віртуальному житті фірми	Facebook brand pages відмінно працюють при презентації бренду в мережі. Підвищення візнаваності потребує тривалої реклами	Велика кількість трафіку забезпечується за допомогою кнопок «Share» і «Like», але на масовий приплив унікальних користувачів розраховувати не має сенсу	Посилання з Facebook Google бере до уваги. Царалельно із цим система розраховує репутацію обраного повідомлення, де є посилання. Але це не найважливіший фактор в ранжуванні результатів пошуку	Важливо реагувати на всю інформацію, яка поступає на сторінку. Приділяти увагу на місце публікації: особистий профіль або співтовариство, а також число друзів
VK	Можна спілкуватися з цільовою аудиторією бренду створивши групу або сторінку. Оновлення новин, конкурси привертють в співтовариство прихильників	За умови вірної побудови сторінки або групи та організації зворотнього зв'язку з користувачами може стати інструментом впливу бренду на маси	Велику частину трафіку сайту можуть забезпечити кнопки «Мне нравиться». Скоріше за все всі прихильники групи були на сайті, але не факт, що вони є його постійними відвідувачами. Немає сенсу проводити пряму залекність між кількістю користувачів групи VK і кількістю відвідувачів сайту	Якщо «розкучуться» блог через групу VK та дублюються пости з блогу на стіну групи, це може дати позитивні результати SEO. Також Яндексу індексує статуси на стіні користувача, але їх видача в ранжуванні не суттєва	Важливо відстежувати всі повідомлення про підприємство на стінах та замітках інших користувачів або груп, стежити за динамікою відвідуваності групи, відповідати на всі повідомлення і реагувати на коментарі в оперативному режимі. Негативні коментарі не повинні зникати зі сторінки
Instagram	Фотографії з будь-якої корпоративної події з вірною розташованими тегами дають змогу скласти враження про команду, але не про бренд	За допомогою галузевих груп можна знайти користувачів зі своїм брендом. Однак, більша частина цільової аудиторії фотографій не побачить	Є ризик, адже може бути необмежена кількість переглядів з гіперпосиланням на сайт, але кількість переходів за нею буде дуже мала	Добре індексується пошуковими сервісами. Високі позиції з видачі Google	Необхідно стежити за коментарями до фотографій. Цільова група може вказувати відношення до фірми. Позитивні коментарі до фотографій вимагають обов'язкової відповіді «Дякую!»
YouTube	Відео – один із самих дієвих способів впливу на споживачів. За його допомогою можна реагувати на жалоби, демонструвати переваги послуги. Відео добре запам'ятовується та може швидко набирати прихильників	Один з найбільш впливових засобів брендингу в Інтернеті. Необхідно брендувати своє відео, поширювати його через сайти з великим трафіком, створювати свій відео канал – все це допоможе досягнути успіхів в просуванні відео-контента	Як правило, відбувається перехід трафіку з сайту в відео. Щоб його повернути, необхідно додати в описі до відео посилання на сайт. Але кількість переходів не залежить від кількості переглядів відео	Відео – надійний спосіб збільшити вплив бренду підприємства на аудиторію, який дозволяє наростити загальну масу посилань на сайт	Необхідно оцінювати відео за кількістю переглядів, а також за показниками «Like», «Tweet» та інші. За цими параметрами можна визначити проникнення відео в маси

З наведеної таблиці, а також виходячи із властивостей окремої соціальної мережі, можна зробити висновок, що найбільш доцільними для просування бренду підприємства є Facebook, VK, YouTube. Для просування бренду підприємства необхідно мати також профіль компанії в соціальній мережі професійних контактів LinkedIn.

Отже, SMM є надзвичайно ефективним інструментом для просування бізнесу, який не вимагає великих фінансових витрат, проте якісне обслуговування власної сторінки потребує контролю і затрат часу. Рекламу в соціальних мережах в більшості випадків широко охоплює аудиторію, цілеспрямована, і дає високий відгук відповідно має потужний потенціал.

Впровадження інструментів SMM є важливим фактором успішного просування бренду, товару чи компанії на ринку, що спрямоване на залучення все більшої кількості прихильників, розширення цільової аудиторії, розроблення, покращення та захист репутації компанії через формування лояльності споживачів до бренду.

#### **Література:**

1. Дайджест Уанета 2015 (Unet 2015 Digest) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prodigiagency.com/digest>.
2. Maslow A.H. Motivation and Personality / A.H. Maslow, R. Frager. – New York: Harper and Row, 1987. – 293 p.
3. Stelzner M. 2015 Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses / M. Stelzner. – Social media examiner, 2015. – 42 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.socialmediaexaminer.com/SocialMediaMarketingIndustryReport2015.pdf>
4. Worldometers: Real time world statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldometers.info/>

**Дятлова В.В.**, д.е.н., проф.,  
**Бережна А.С.**,  
магістрант кафедри менеджменту,  
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,  
*Донецький державний університет управління,  
м. Маріуполь, Україна*

### **НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА**

На сучасному етапі розвитку економіки досягнення конкурентних переваг підприємством на вітчизняному і зарубіжному ринках можливе за умови ефективного використання інтелектуальних ресурсів, сучасних наукомістких технологій, розробки якісно нової продукції, створення інновацій. Тому для підприємства постає питання запровадження системи управління інноваційним розвитком, включаючи й сферу інтелектуальної (промислової) власності.

Питання системи та стратегії управління інноваційним розвитком розглядалися багатьма вченими, в наукових працях яких висвітлено різні аспекти її формування та реалізації, проте питання включення такої складової як інтелектуальна (промислова) власність досліджено недостатньо.

Необхідність включення управління інтелектуальною власністю як складової в систему інноваційного менеджменту зумовлено впливом сфери інтелектуальної власності на матеріальне виробництво. Так, у промислово розвинутих країнах 80-95% приросту валового внутрішнього продукту припадає на частку нових знань, втілених у техніці й технологіях; щорічно обсяги експорту наукоємної продукції приносять, у середньому, США – близько 700 млрд дол., Німеччині – 500 млрд дол, Японії – 400 млрд дол. [1, с. 225].

Науковцями відзначено коло проблем в управлінні інтелектуальною власністю на підприємствах [2, с. 88]. До таких віднесено: недостатній рівень управління інтелектуальними ресурсами, у тому числі з використанням інформаційних технологій; відсутність моделей створення підрозділу з управління інтелектуальною власністю й патентно-правовими ризиками; не врахування в існуючих методиках оцінки патентно-правових ризиків і відсутність типових рішень із ліквідації їх негативних наслідків.

У рамках системи управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві здійснюються заходи в таких напрямках: розвиток інтелектуальної (промислової) власності; аналіз ринку об'єктів інтелектуальної власності; обмін інтелектуальною власністю; захисті прав на об'єкти інтелектуальної власності; використання інтелектуальної власності. Означені напрями є взаємозалежними: розвиток інтелектуальної (промислової) власності не може здійснюватися без аналізу ринку її об'єктів, на якому здійснюється обмін, що реально є можливим при належному захисті прав.

При аналізі ринку об'єктів інтелектуальної власності центральне місце займають, насамперед, системні дослідження відомостей світового фонду патентної, кон'юнктурно-економічної, науково-технічної та іншої інформації з подальшим використанням передового досвіду, від яких залежить розробка нових об'єктів і захист прав власності на них. В результаті аналізу ринку встановлюються можливості; конкуренти; порушники (патентних прав). Розвиток інтелектуальної (промислової) власності є пріоритетним напрямом управління і здійснюється в результаті таких функцій, як планування і реалізація; формування сприятливого середовища; мотивації працівників. Використання інтелектуальної власності на власному виробництві сприяє оптимізації технологічного ресурсу; підвищенню якості продукції. Захист прав інтелектуальної власності може здійснюватися на рівні правових або дисциплінарних стягнень. Обмін інтелектуальної (промислової) власності може здійснюватися в таких формах: купівля й продаж; трансфер технологій; спільні НДДКР.

Функціонування системи управління інтелектуальною власністю потребує забезпечення за такими складовими: патентно-ліцензійна й облікова політика щодо нематеріальних активів; нормативно-методичне щодо діяльності, пов'язаної зі створенням і використанням об'єктів інтелектуальної власності; організаційно-функціональна структура системи управління інтелектуальною (промисловою) власністю; засоби автоматизації процесу управління; кадрове забезпечення; фінансове забезпечення.

Необхідність саме таких складових обґрунтовано наступним. Система управління інтелектуальною (промисловою) власністю створюється на засадах визначеної та зафіксованої у нормативно-методичній документації патентно-ліцензійної політики підприємства, розробку якої розпочинають після створення підвалин системи. Щодо організаційно-функціональної структури управління інтелектуальною власністю, то вона має бути максимально адаптованою до наявної структури управління підприємством. Професійне кадрове забезпечення є також необхідним: для виконання значного обсягу робіт треба залучати висококваліфікованих фахівців або звертатися до посередників – патентних повірених. Оскільки послуги патентного повіреного України високо оцінюються (одна година роботи – 50-100 дол. США), то економічно доцільніше створювати власні служби для патентно-ліцензійної роботи.

Таким чином, отримали подальший розвиток напрями управління інтелектуальною власністю, складові забезпечення функціонування системи в рамках системи інноваційного менеджменту.

#### **Література:**

1. Вірченко В.В. Зміст та особливості управління об'єктами інтелектуальної власності на підприємстві / В. В. Вірченко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2012. – Вип. 27. – Т. 1. – С. 225-236.
2. Череп А. Недоліки системи управління інтелектуальною власністю підприємств / А. Череп, В. Ярмош // Вісник Запорізького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2010. – № 2. – С. 88-90.

## **РОЛЬ КОНСАЛТИНГУ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

На сучасному етапі розвитку світової економіки відбуваються процеси подальшого впровадження постіндустріального виробництва, інформатизації, інноватизації та інтелектуалізації виробничого середовища. Це дало підстави до формування нової системи світоустрою, яка зветься глобалізмом, в основі якого відбувається зрощування інтересів, стратегій і механізмів світового панування наймогутніших держав, глобальних транснаціональних корпорацій (ТНК) та міжнародних організацій.

Становлення постіндустріального суспільства характеризується посиленням ролі науки та інтелектуального капіталу в економіці розвинених країн. Доведено, що в глобальній міжнародній конкуренції успіху досягають країни, які спроможні розвинути внутрішній потенціал інноваційно-технологічної модернізації економіки. Тому, перед Україною стоїть вибір: стати на шлях широкого впровадження інновацій та побудови постіндустріального суспільства або стати сировинним придатком розвинутих держав.

Сьогодні економіка України знаходиться під впливом кризових явищ, що підсилюються воєнними діями на Сході країни. Підприємства України вимушені самостійно пристосовуватися до змін, характерних для постіндустріальної економіки, шляхом оптимізації своєї діяльності для отримання невеликого, але гарантованого прибутку. За цих умов підвищення конкурентоспроможності України можливе лише за рахунок формування нових механізмів інноваційного розвитку та технологічного удосконалення вітчизняних підприємств. У допомозі підприємствам адаптуватися до змін зовнішнього середовища дієва роль відводиться консалтингу.

Консалтинг, який був започаткований на початку ХХ ст. у зв'язку з постійним пошуком підприємцями нових засобів підвищення ефективності виробництва, спробами з боку фахівців управління знайти комерційне застосування своїм здібностям, логікою розвитку організаційної науки і практики, стає важливим посередником в інфраструктурі розвинених країн. На думку ряду авторів, консалтинг є специфічним видом нематеріальної послуги, результат якої часто сильно відстрочений, а контроль за її якістю досить складний [1, 2].

На відміну від країн з розвинутою ринковою економікою, де консультаційне співробітництво користується високим попитом, в Україні консалтинг застосовувався досі лише епізодично і, найчастіше, тоді, коли суб'єкт господарювання фактично знаходився у кризовому стані. Це означає, що розвиток консалтингу в Україні лише започатковується. Тож основне завдання консалтингу – це попередити такі ситуації [3].

Однак, у процесі реалізації консалтингових послуг, підприємству не тільки надаються пропозиції до оновлення його діяльності, а й пропонується розробка концепції управління розвитком, яка буде передбачати раціональне управління його ресурсами та ґрунтуватися на відповідних економічних та організаційно-управлінських механізмах. З метою приведення у відповідність умовам гнучкості, адаптованості до потенційних змін, запропонована концепція управління розвитком підприємства буде поєднуватися з різноманітними інноваційними технологіями (виробничими, маркетинговими, інформаційними, кадровими, управлінськими). З цього приводу доречно навести думку відомого українського вченого – С.М. Ілляшенка, який зазначає, що інновації лежать в основі як інноваційної діяльності підприємства, так і його розвитку. У цьому контексті інноваційний розвиток підприємства – це визначений безперервний рух, що базується на впровадженні і реалізації інновацій, які зумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для його прогресивного розвитку [4]. У той же час, інший науковець, Д. Крамська не тільки визначає інноваційний

розвиток як процес необоротної закономірної зміни підприємства і бізнес-процесів у ньому, викликаний розробкою і впровадженням інновацій, а й виділяє п'ять його основних складових: загальну, виробничо-технологічну, трудову, маркетингову і товарну [5].

Таким чином, роль консалтингу у процесі провадження інновацій у процесі функціонування підприємства, є суттєвою. Досвід, який отримують підприємства від професійних порад та рекомендацій консультантів, дозволяє їм своєчасно адаптуватися до мінливих умов та забезпечити високий рівень конкурентоспроможності. У той же час, консалтинг буде сприяти розвитку, з одного боку – інтелектуального капіталу – керівництву, здатному розпоряджатися наявними ресурсами та формувати власний ресурсний потенціал. З іншого – фінансовому капіталу, який забезпечить рівень задоволення ресурсних потреб, зокрема фінансових.

#### **Література:**

1. Кудинов А.О. рынке консалтинговых услуг. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [www.bcg.ru](http://www.bcg.ru)
2. Трофимова О.К. Анализ рынка консалтинговых услуг за рубежом [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [www.cfin.ru/consulting/mkintro-10.shtml](http://www.cfin.ru/consulting/mkintro-10.shtml)
3. Бринь Ю.М., Станго Г.В. Консалтингові послуги: проблеми та шляхи покращення / Ю.М. Бринь, Г.В. Станго [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/brin-yu-m-stanko-g-v-konsaltingovi-poslugi-problemi-tashlyahi-pokraschennya/>
4. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства у транзитивній економіці: монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 582 с.
5. Крамської Д.Ю. Аналіз та удосконалення економічного змісту понять інновації і інноваційний розвиток / Д.Ю. Крамської, В.А. Кучинський // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ», 2013. – № 22 (995). – С. 22-33.

**Згурська О.М.**, к.е.н.,  
доцент кафедри підприємництва,  
торгівлі та біржової діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Економічний потенціал підприємства та інформаційне суспільство сьогодні виступають надзвичайно важливими економічними категоріями, що відображають соціально-економічний розвиток країни та у величезній мірі детермінують її конкурентні позиції в сучасному світовому економічному просторі. Взаємовплив економічного потенціалу та інформаційного суспільства відображається в тих тенденціях, які ми сьогодні спостерігаємо і в Україні, і в глобальному вимірі. З одного боку, саме ефективна реалізація економічного потенціалу стала рушієм суспільного розвитку, що призвів до того його етапу, який ми називаємо інформаційним суспільством. З іншого боку, вже новітні умови та виклики інформаційного суспільства піднімають на якісно вищий рівень базові характеристики економічного потенціалу. За таких обставин важливо чітко розуміти особливості формування економічного потенціалу в умовах становлення інформаційного суспільства з метою його подальшого розвитку в контексті суспільного прогресу всього людства.

Економічний потенціал підприємства є досить складною економічною категорією, для повноти розуміння якої потрібно конкретизувати складові, що її формують, рис. 1.



В той же час в економічній науці присутня точка зору, що потенціал підприємства являє собою систему взаємопов'язаних елементів з визначеними функціями для забезпечення виробництва продукції і досягнення на цій основі стратегічних цілей підприємства (Г.С. Одінцева, Г.А. Селезньова) [5, с. 74]. Таке визначення потенціалу може розглядатися як виробничо-стратегічний підхід. Загалом же, однією з основоположних концепцій трактування економічного потенціалу підприємства є класична концепція, за якої потенціал ототожнюється з його виробничою потужністю та наявними для цього ресурсами. При цьому вона має бути підкріплена стратегічною концепцією.

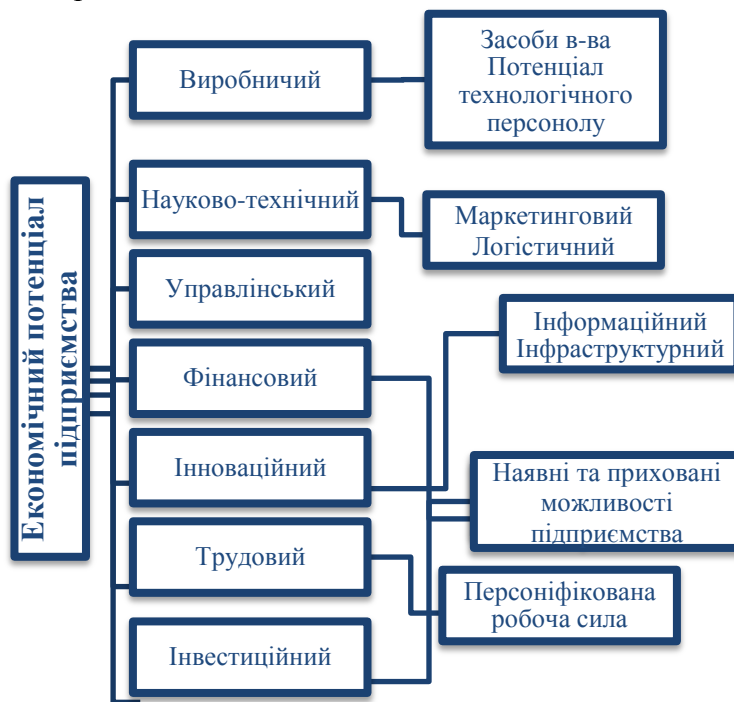


Рис. 1. Структура економічного потенціалу підприємства

Аналіз наукових праць з питань формування складових економічного потенціалу доводить, що найбільш розповсюдженими його елементами вважають: виробничо-технологічний, фінансово-економічний, трудовий та інноваційний [10, с.145]; управлінський, організаційний і ресурсний [6, с. 24]; організаційно-управлінський, виробничий, фінансовий, трудовий, конкурентний [7, с. 47]; кадровий, виробничий, інтелектуальний, фінансовий та підприємницький [2, с. 37]; ринковий, виробничий, фінансовий [9, с. 12].

Цікавою вбачається думка О.І. Маслак, Л.А. Квятковської та О.О. Безручко, які до складу економічного потенціалу включають виробничо-технологічну, трудову, фінансову, інфраструктурну, організаційно-управлінську, інвестиційну, інноваційну, маркетингову, інтелектуальну, еколого-економічну, санаційну й стратегічну складові [3, с. 38]. Крім того, вказані автори наголошують на важливості впливу зовнішнього середовища на рівень економічного потенціалу підприємства.

В умовах інформаційного суспільства, комп'ютеризації та інформатизації виробничого процесу, постає питання включення до економічного потенціалу так званого корпоративного потенціалу, який підвладний діючій в країні системі корпоративного управління та її принципам, що накладає відбиток на потенційні можливості розвитку корпоративного бізнесу у зовнішньому середовищі.

Особливу роль при дослідженні економічного потенціалу підприємства важливо звернути на інноваційну його складову. Вичерпність інтенсивних та екстенсивних факторів виробництва створює необхідність потужного розвитку науково-технічних, комунікативних процесів та зростання частки індивідуальних складових в них. Стає зрозумілим, що є

невичерпним один ресурс людства – інтелект, і лише неефективний стан суспільного і технічного розвитку може загальмувати його стрімкий зріст.

Особливості економічного потенціалу в умовах інформаційного суспільства здебільшого зводяться до визначення ролі інформації в його формуванні та використанні. Зростання ролі інформаційного чинника стає загальною світовою тенденцією, яка, з одного боку, сприяє поліпшенню якісних характеристик трудового потенціалу населення, посилює дію організаційно-технічних та інноваційно-технологічних чинників, з іншого, – обумовлює поглиблення диференціації в рівнях освіти і кваліфікації населення різних регіонів у залежності від охоплення їх процесами комп'ютеризації та інформатизації [2, с. 34].

Основною ознакою та якісним параметром інформаційного суспільства є особлива роль знань і побудованих на них технологій, домінування інформації, пришвидшення технічного прогресу, зменшення частки матеріального виробництва у валовому суспільному продукті, розвиток сфери послуг, підвищення якості життя [1]. Основним завданням розвитку інформаційного суспільства в Україні є сприяння кожній людині на засадах широкого використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологічних можливостей створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, повною мірою реалізуючи свій потенціал, підвищуючи якість свого життя і сприяючи сталому розвитку країни. Економічний потенціал та інформаційне суспільство є надзвичайно важливими економічними категоріями. Їх тісний причинно-наслідковий зв'язок проявляється за різними напрямками впливу. Так, вплив становлення інформаційного суспільства на формування економічного потенціалу також є досить багатограним і неоднозначним. Умовно його можна розподілити в розрізі основних ознак інформаційного суспільства (табл. 1).

Таблиця 1

**Основні напрямки впливу інформаційного суспільства на формування економічного потенціалу**

<b>Ознака інформаційного суспільства</b>	<b>Вплив на економічний потенціал</b>
Зростання ролі інформації та знань для суспільного розвитку	- зростання значення рівня економічного потенціалу для соціально- економічного розвитку країни; - підвищення вимог до особистісно-кваліфікаційних характеристик економічно активного населення
Поширення інформаційних технологій	-поширення нових форм конкурентної боротьби серед суб'єктів підприємницької діяльності; - зменшення потреби в робочій силі у кількісному аспекті через автоматизацію виробництва; - комп'ютеризація освіти, дистанційне навчання;
Формування глобального інформаційного простору	формування інформаційної мобільності населення
Зростання частки інформаційних продуктів та послуг у валовому внутрішньому продукті	- переважання в галузевій структурі нематеріальних форм виробництва; - виникнення нових видів економічної діяльності;
Комп'ютеризація, інформатизація суспільства через використання телефонного, Інтернет-зв'язку, телебачення тощо	-створення більш сприятливих умов для реалізації економічного потенціалу підприємства; -створення більш сприятливих умов для соціально-економічного зростання через більш вільний доступ до інформаційних ресурсів.

Вплив економічного потенціалу на розвиток інформаційного суспільства відображається такими тенденціями, як:

- зміна векторів розвитку людства;
- подальша еволюція суспільних, у тому числі соціально-економічних, відносин;
- визначення нових шляхів вирішення глобальних проблем людства;
- поширення нанотехнологій, у тому числі енергозберігаючих;
- створення нових продуктів через диференціацію інноваційних підходів;

Таким чином, необхідно визнати, що категорії економічного потенціалу та інформаційного суспільства сьогодні виступають базовими постулатами соціально-економічного прогресу людства. Більше того, між ними існує надзвичайно тісний зв'язок, який виражається у взаємовпливах інформаційного суспільства – на особливості формування (збереження, відтворення, накопичення чи навпаки втрату) економічного потенціалу країни, а економічного потенціалу на специфіку становлення та розвитку інформаційного суспільства.

### Література:

1. Костина А.В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций / А.В. Костина // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». – 2009. – № 4. – Режим доступа до журн.: [http://zpu-journal.ru/ezpu/2009/4/Kostina\\_Information\\_Society/](http://zpu-journal.ru/ezpu/2009/4/Kostina_Information_Society/).
2. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: монография / Е.В. Лапин. – Сумы: ИТД “Университетская книга”. – 2002. – 310 с.
3. Маслак О.І. Особливості формування економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних формувань / О.І. Маслак, Л.А. Квятковська, О.О. Безручко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 9. – С. 36-46.
4. Нусінов В.Я. Еволюція наукових поглядів на трактування економічного потенціалу підприємства / В.Я. Нусінов, Н.О. Шура // Молодий вчений. – 2016. – №1. – С.128-133.
5. Одинцова Г.С., Селезнева Г.А. Некоторые аспекты структуризации потенциала предприятия // Экономика розвитку. – 2005. – №2. – С. 74-75.
6. Отенко И.П., Малярец Л.М. Механизм управления потенциалом предприятия. – Х.: ХГЭУ, 2003. – 220 с.
7. Производственно экономический потенциал и деловая активность субъектов предпринимательской деятельности: монография / А.Н. Асаул, М.П. Войнаренко, С.Я. Князев [та ін.]; за ред. А.Н. Асаула. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2011. – 321 с.
8. Репіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І.М. Репіна // Вісник Української академії державного управління при президенті України. – 1998. – №2. – С. 262-271.
9. Стадник В.В. Менеджмент: навч. посібник / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К.: Академвидав, 2003. – 464 с.
10. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – Навч. посібник. – К.: КНЕУ. – 2004. – 316 с.

## **ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах сьогодення діяльність підприємств все більш ускладнюється під впливом динамічних змін різних чинників навколишнього середовища. Наявність значної кількості підприємств різноманітних форм власності, значний рівень конкуренції, комерційний шпіонаж та інші прояви криміналізації бізнесу викликають необхідність суб'єктам господарювання приділяти велику увагу забезпеченню економічної безпеки власної діяльності. Аналіз літературних джерел дозволив зробити такий висновок, що на сьогодні проблемами аналізу та оцінки економічної безпеки підприємств займається низка вітчизняних вчених, таких, як: Гічева Н.Ю., Гречко Д. В., Довбня С.Б., Ілляшенко С.М., Кавун С.В., Клопов І.О., Козаченко Г.В., Ляшенко О.М, Новікова О.Ф., Отенко І.П., Покропивний С.Ф., Пономарьова В.П., Сак Т.В., Судакова О.І., Шкурупій А.В. та ін. [1-8].

Поняття «економічна безпека» є відносно новим в українському лексиконі, хоча воно досить поширене та давно використовується у практичній діяльності за кордоном. Зазначимо, що стосовно визначення самого змісту поняття «економічна безпека підприємства» наразі існує велика кількість думок. Наприклад, О.Ф. Новікова вважає, що дане поняття означає умови перебування ресурсів бізнесу підприємства (капіталу, персоналу, інформації, технології, техніки й устаткування, прав), а також подальших перспектив, за яких вони максимально використовуються, в процесі функціонування та розвитку підприємства на основі уникнення перешкод [7].

На думку проф. С.М. Ілляшенка [4], категорія «економічна безпека підприємства» трактується як стан ефективності, отриманий за результатами використання ресурсів та ринкових можливостей підприємством задля здійснення захисту від негативних факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища та забезпечення сталого розвитку.

Проаналізувавши праці означених вчених, можна зробити висновок, що економічна безпека підприємства – це стан захищеності підприємства від економічних небезпек і загроз, коли стабільності його діяльності й усім видам ресурсів не загрожують негативні наслідки. Але наразі немає загальноприйнятої методики оцінки економічної безпеки підприємства.

Для визначення кількісного рівня економічної безпеки підприємства (ЕБП) використовується декілька підходів [6]: індикаторний (пороговий), ресурсно-функціональний, програмно-цільовий (комплексний), підхід на основі теорії економічних ризиків.

**Індикаторний підхід** полягає у встановленні рівня економічної безпеки в результаті порівняння фактичних показників діяльності підприємства з індикаторами, що виступають пороговими значеннями цих показників і відповідають певному рівню безпеки. Деякі автори такий підхід називають пороговим. Такий підхід дозволяє визначитись з категоріями: безпечно або небезпечно; кризовий, критичний, передкризовий нормальний стан економічної безпеки підприємства. Основним недоліком такого підходу є те, що при неточному визначенні значень індикаторів неправильно буде визначений рівень економічної безпеки. У рамках індикаторного або порогового підходу свої методики побудували колектив авторів на чолі з Козаченко Г.В. [5, с.142].

**Ресурсно-функціональний підхід** передбачає визначення рівня економічної безпеки за допомогою оцінювання ефективності використання ресурсів підприємства. Підприємство розробляє комплекс заходів щодо захисту від загроз і за кожним напрямом оцінюється економічний ефект. При застосуванні цього підходу оцінювання рівня економічної безпеки підприємства ототожнюється із аналізом стану його фінансово-господарської діяльності. Частіше за все розраховуються значення за функціональними складовими. Зважаючи на це

рівень економічної безпеки за таким підходом можна визначити лише порівнюючи з такими ж рівнями за декілька періодів, тобто в динаміці. У межах ресурсно-функціонального підходу є різні комбінації функціональних складових економічної безпеки підприємства [2-4]

**Програмно-цільовий** підхід базується на інтегруванні показників, які визначають рівень економічної безпеки підприємства. Інколи такий підхід називають комплексним. Увагу при використанні цього підходу необхідно приділити відбору показників та визначенню методів їх інтегрування [8, с. 35].

Сутність підходу на основі **теорії економічних ризиків** полягає у визначенні різних загроз підприємству та розраховується збиток. Збиток порівнюється з величиною прибутку, доходу та майна. Такий підхід є дещо вужчим, ніж інші підходи. В межах цього підходу використовуються моделі Альтмана, Ліса, Таффлера, Конана, Голдера та ін. [1, с. 91].

Розглянуті методичні підходи до оцінки економічної безпеки підприємства охоплюють всю сукупність внутрішніх та зовнішніх процесів функціонування підприємства. Практичне застосування наведених методичних підходів дозволить суб'єктам управління комплексно, об'єктивно, на підставі проведення розрахунків й отримання достовірних результатів, впливати на його складові задля забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

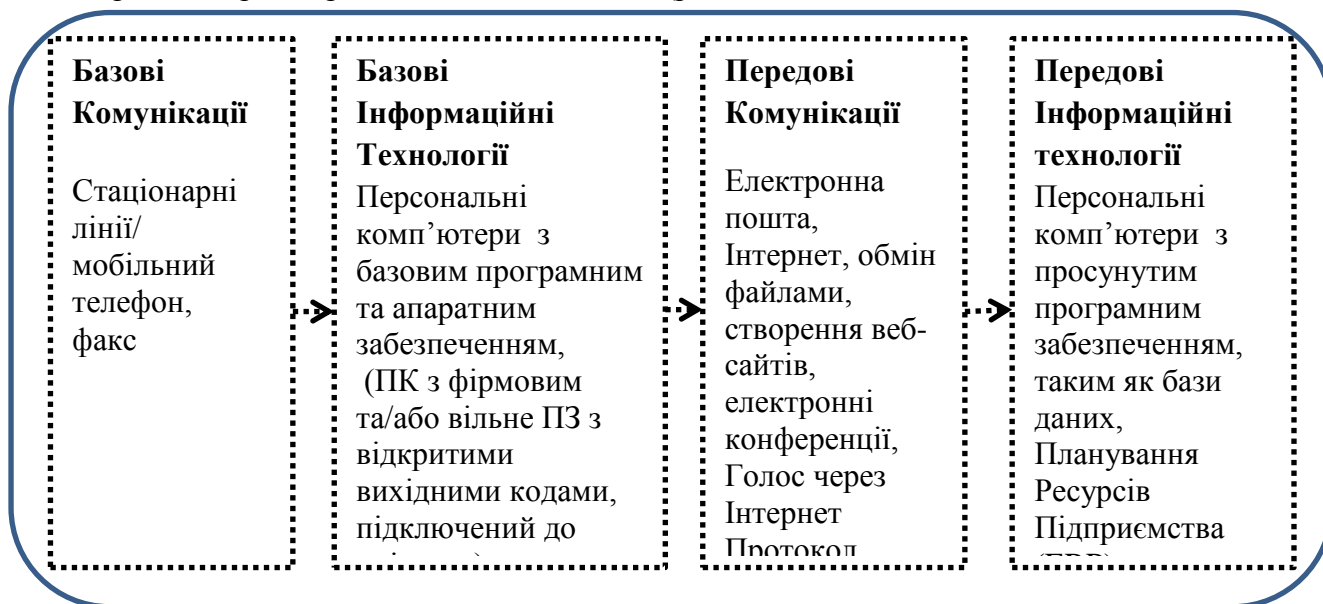
#### Література:

1. Варічева Р.В. Методичні підходи до оцінки якості економічної безпеки підприємства: облікове забезпечення / Р.В. Варічева // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 3. – Т. 1. – С. 88-93.
2. Гічева Н.Ю. Діагностика економічної безпеки підприємства // Економіка: проблеми теорії та практики. Зб. наукових праць. Випуск 247: В 4 т. Том IV. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – С. 634-636.
3. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – К: КНЕУ, 2011. – 526 с.
4. Ильяшенко С.И. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке / С.И. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 3 (21). – С. 12-19.
5. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: [монографія] / Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. – К.: Лібра, 2010. – 280 с.
6. Отенко І.П. Економічна безпека підприємства: навчальний посібник / укл. І.П. Отенко, Г.А. Іващенко, Д.К. Воронков. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2012.
7. Скриньковський Р.М. Економічна безпека підприємства: сутність, класифікація та система діагностики // Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського. – Вип. 3. – 2015. – С. 414-418.
8. Третяк В.В. Програмно-цільовий підхід до забезпечення економічної безпеки регіону / В.В. Третяк, Т.М. Гордієнко // Регіональна економіка. – 2012. – №3. – С. 34-42.

**Каїра З.С.**, д.е.н., проф.,  
професор кафедри менеджменту,  
**Ващенко О.П.**, д.т.н., проф.,  
заступник директора Навчально-наукового інституту  
менеджменту та підприємництва,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Економічний розвиток підприємств малого та середнього бізнесу залежить від успішного використання ІКТ, що включає основні технології, від радіо- та телефонних ліній, та більш передові технології, як Електронна пошта, Електронна комерція і системи обробки інформації. Використання передових ІКТ для вдосконалення бізнес-процесів належить до категорії електронного бізнесу, проте не всі МСП мають використовувати ІКТ однакового рівня складності. Перший засоб ІКТ, прийнятий більшістю МСП, включає базові комунікації зі стаціонарним або мобільним телефоном як більш економічний або найзручніший для бізнесу підприємства. Це дозволяє підприємствам спілкуватися з постачальниками і клієнтами, без необхідності робити візит особисто. Після придбання базових комунікаційних приладів, наступне підвищення включає ІКТ ПК з базовим програмним забезпеченням. Навіть без підключення до Інтернету, МСП можуть використовувати ПК для базової обробки тексту, бухгалтерської та іншої бізнес-діяльності. Маючи Інтернет, малі та середні підприємства можуть використовувати більш розширені можливості зв'язку, такі як Електронна пошта, обмін файлами, створення сайтів та електронної комерції. Цього може бути достатньо для більшості малих і середніх підприємств, особливо в сфері таких послуг, як туризм. МСП в обробній промисловості може прийняти більш складні інструменти, як ERP-системи та ПЗ Управління запасами. МСП можуть прийняти прогресивні інструменти або перейти до розширених можливостей ІКТ (рис. 1).



Джерело: авторська розробка на основі:

[https://en.wikibooks.org/wiki/Small\\_and\\_Medium\\_Enterprises\\_and\\_ICT/Concepts\\_and\\_Definitions](https://en.wikibooks.org/wiki/Small_and_Medium_Enterprises_and_ICT/Concepts_and_Definitions)

Використання мобільних телефонів дозволило багатьом підприємцям знизити витрати і підвищити ефективність бізнес-процесів. У багатьох країнах, що розвиваються, фермери в даний час використовують мобільні телефони, щоб знайти найкращі гарантовані ціни на свою продукцію [1].

В даний час багато продуктів на основі телекомунікаційних технологій створюються спеціально для МСП, які формулювати свої стратегії економічного зростання на основі придатних ІКТ [2]. У сучасному світі оснащення малих і середніх підприємств телекомунікаційною інфраструктурою представляє складну задачу, враховуючи швидкі темпи розвитку інформаційних технологій та безліч різноманітних видів і розмірів підприємств малого бізнесу у всіх галузях. Однак є певна ситуація, яка працює на користь невеликої компанії, а саме, конвергенція або зближення – тенденція для інформаційних і голосових мереж, що забезпечує їх спільну передачу в єдиній мережі, і ця тенденція стає актуальною також і для МСП [1].

Для МСП доступні такі технології як VoIP-телефонії, включають передачу голосового трафіку по Інтернет-мережах (IP-мереж), бездротовий доступ до інтернету (Wi-Fi) і технології стиснення. Такі особливості як гнучкість і масштабованість сучасних технологій, що забезпечують збільшення продуктивності у міру зростання навантаження на систему, роблять їх найвищою мірою придатними для МСП. Так, при створенні мережі IP-телефонії між філіями, компанія заощаджуватиме в різних формах, зокрема, через відсутність оплати дзвінка між сайтами та можливість переадресації дзвінків у випадку відсутності співробітника в офісі, що виключатиме втрату дзвінків від потенційних клієнтів. Одним з найбільш широко використовуваних програм IP-телефонії є Skype. Це дозволяє користувачам розмовляти безкоштовно по Інтернету після завантаження проста безкоштовна програма на їх комп'ютерах. Зростання Skype було успішним: менш, ніж за три роки, він залучив понад 54 млн. абонентів по всьому світу, з яких близько 30 відсотків – в першу чергу МСП – використовували Skype в бізнес-цілях [2]. МСП мають обирати лише те обладнання, яке забезпечуватиме задовільний рівень рентабельності інвестицій ROI. Для успішного досягнення своїх цілей малому підприємству необхідно розробити довгострокову стратегію телекомунікацій, уточнити свої бізнес-стратегії і знайти партнера, який зможе надати надійні рекомендації, як інформаційно-комунікативні стратегії дадуть можливість успішно реалізувати їх бізнес-стратегію.

#### **Література:**

1. Telecoms and network technologies for SMEs: Taking advantage of the big players' technology. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.computerweekly.com/feature/Telecoms-and-network-technologies-for-SMEs-Taking-advantage-of-the-big-players-technology>
2. HM Treasury, Department for Culture, Media&Sport. The digital communications infrastructure strategy: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/publications/the-digital-communications-infrastructure-strategy/the-digital-communications-infrastructure-strategy>

**Капелюшна Т.В.**, к.е.н.,  
старший викладач кафедри підприємництва,  
торгівлі та біржової діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ОЦІНЮВАННЯ ДИНАМІКИ РІВНЯ СТАЛОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Під впливом розширення контактів із навколишніми країнами та світом відбуваються постійні зміни, помітно зростає рівень загроз та стабільності у економічній складовій розвитку держави. Намагання адаптуватися до нових законопроектів, стратегій, програм може призвести до примноження дестабілізуючих факторів, що позначиться на результатах діяльності підприємств. Тому необхідно орієнтуватися в нових законопроектах, швидко адаптуватися до змін та тенденцій розвитку в економіці, визначати курс, спрямований на ефективний розвиток та безперебійне функціонування підприємства.

Кроком у напрямку ефективного функціонування підприємств є практичне опрацювання результатів діяльності, використання реальних статистичних даних підприємств та розробка методичних підходів до оцінки ефективності функціонування підприємства. Враховуючи факт постійних змін, доцільно проводити оцінку ефективності механізму управління сталим розвитком підприємств [2, 3, 4]. Відзначено важливість методичного підходу до оцінювання ефективності механізму управління сталим розвитком з використанням статико-динамічного підходу [1], який базується на розгляді ефективності в часі. Метод дозволяє оцінювати ефективність впродовж певного, аналізованого проміжку часу, що і потрібно в умовах постійних змін для вчасного усунення негативних впливів. Крім того, треба враховувати тенденції розвитку інших підприємств галузі, що стане можливим, якщо використовувати динамічний підхід, заснований на індексному методі з подальшим дослідженням статистичних даних низки підприємств галузі ( $x_1, x_2, \dots, x_n$ ) за певний період часу ( $t_1, t_2, \dots, t_n$ ). З метою побудови моделі ефективності механізму управління сталим розвитком підприємства, доцільно впорядкувати індекси динаміки показників фінансових та господарських бізнес процесів досліджуваних підприємств, таких як: індекс зміни коефіцієнта поточної ліквідності ( $Іпл_1^{t_2}, Іпл_1^{t_3}, \dots, Іпл_m^{t_n}$ ); індекс зміни коефіцієнта швидкої ліквідності ( $Ішл_1^{t_2}, Ішл_1^{t_3}, \dots, Ішл_m^{t_n}$ ); індекс зміни коефіцієнта абсолютної ліквідності ( $Іал_1^{t_2}, Іал_1^{t_3}, \dots, Іал_m^{t_n}$ ); індекс зміни коефіцієнта фінансової незалежності ( $Іфн_1^{t_2}, Іфн_1^{t_3}, \dots, Іал_m^{t_n}$ ); індекс зміни коефіцієнта Бівера ( $Іб_1^{t_2}, Іб_1^{t_3}, \dots, Іб_m^{t_n}$ ); індекс зміни коефіцієнта сталості економічного зростання ( $Ісез_1^{t_2}, Ісез_1^{t_3}, \dots, Ісез_1^{t_3}$ ); індекс зміни коефіцієнта оборотності активів ( $Іоа_1^{t_2}, Іоа_1^{t_3}, \dots, Іоа_m^{t_n}$ ).

Отже, оцінювання динаміки рівня сталості розвитку підприємств доцільно проводити за використання індексного методу, який надасть можливість оцінювати ефективність механізму управління сталим розвитком підприємства за рахунок визначення рівня сталості розвитку підприємства, крім того, встановити місце досліджуваних підприємств, виходячи з тенденцій розвитку інших підприємств галузі.

### **Література:**

1. Капелюшна Т.В. Оцінювання ефективності механізму управління сталим розвитком підприємства з використанням статико-динамічного підходу / Т.В. Капелюшна // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – № 3(17)/2016. – К.; ДУТ, 2016. – С. 69-75.
2. Колесніков А.П. Засади механізму забезпечення стійкого розвитку підприємств / А.П. Колесніков // Інноваційна економіка. – 2013. – № 3 (41). – С. 97-100.
3. Лапшин В.І. Стійкість розвитку підприємств у період трансформації економіки / В.І. Лапшин, В.М. Кузніченко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – № 2. – С. 181-186.



4. Hulse J.H. Sustainable Development at Risk: Ignoring the Past. / J.H. Hulse. – New Delhi: Cambridge University Press India Pvt. Ltd. Ottawa: International Development Research Centre, 2007. – 390 p.

**Ковшова І.О.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри маркетингу і управління бізнесом,  
*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*,  
*м. Київ, Україна*,  
**Бондар А.О.**,  
магістр,  
*Державний університет телекомунікацій*,  
*м. Київ, Україна*

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Серед науковців та практиків не існує єдиного підходу до оцінки ефективності маркетингового менеджменту на телекомунікаційному підприємстві. Вважається, що система показників оцінки ефективності повинна давати докладну оцінку використання всіх ресурсів підприємства й містити набір загальноекономічних показників [1].

Система показників оцінки ефективності маркетингового менеджменту повинна: відображати витрати всіх видів ресурсів телекомунікаційного підприємства; створювати передумови для виявлення резервів підвищення ефективності; стимулювати використання всіх резервів, наявних на підприємстві; забезпечувати інформацією щодо ефективності всі ланки управлінської ієрархії; регламентувати певні правила для набору показників та вимоги щодо інтеграції значень [3].

Важливими умовами ефективності маркетингового менеджменту є постійний моніторинг та неперервний процес оцінки ефективності на кожній стадії: на етапах проектування, затвердження плану, під час реалізації та після виконання.

Телекомунікаційне підприємство є відкритою системою, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем, тому оцінювання ефективності маркетингового менеджменту проводиться на основі оцінок зовнішньої та внутрішньої ефективності управління. Водночас, оцінка внутрішньої ефективності управління підприємством ґрунтується на узагальненій оцінці за окремими елементами, що складають цілісну систему маркетингового менеджменту.

Показники оцінки ефективності управління телекомунікаційним підприємством поділяються на кількісні та якісні [2]. Кількісні показники дозволяють оцінити такі складові системи, як ефективність керуючої підсистеми управління (оцінка ефективності управлінського персоналу, організаційної структури управління, технології управління) та ефективність керованої підсистеми. Якісні показники отримують за допомогою експертних оцінок і застосовують для визначення ефективності організаційної культури та зовнішньої ефективності управління підприємством.

Для телекомунікаційних підприємств кількісні та якісні показники мають встановлюватись не менш ніж за два звітних періоди, що дає можливість визначати їх статичне значення та динаміку. Статичні значення показників розраховують за певним алгоритмом, динамічні значення – за темпами росту та приросту показників.

До основних кількісних показників оцінки систем ефективності маркетингового менеджменту телекомунікаційних підприємств можна віднести: показники загальної ефективності (рівень загальної рентабельності; коефіцієнт загальної стійкості; коефіцієнт платоспроможності; темпи зростання загальних результатів діяльності; зниження витрат на одну грн. товарної продукції); показники ефективності використання матеріально-технічних ресурсів (фондовіддача; коефіцієнт обігу оборотних коштів; коефіцієнт співвідношення

приросту товарної продукції до приросту обігових коштів; матеріаломісткість товару); показники ефективності використання трудових ресурсів (темп зростання продуктивності праці; коефіцієнт співвідношення темпів зростання продуктивності праці; частка приросту обсягу виробництва в результаті зростання продуктивності праці) [1, 2, 3, 4, 5]

До основних якісних показників оцінки систем ефективності маркетингового менеджменту на телекомунікаційному підприємстві можна віднести: ефективність організаційної культури; підвищення рівня якості продукції і послуг; стабільність персоналу організації; поліпшення умов праці персоналу [2, 3].

Ефективність маркетингового менеджменту телекомунікаційних підприємств є складним процесом і для того, щоб зробити вірні висновки про його стан, необхідно розглядати всі показники в сукупності. Це пов'язано з тим, що всі зазначені показники безпосередньо чи опосередковано залежать від інших і їхні значення постійно змінюється під дією внутрішніх і зовнішніх факторів. Таким чином, набір показників необхідно досліджувати в динаміці для виявлення певних закономірностей, розробки стратегії розвитку та формування планів дій по усуненню існуючих відхилень.

### **Література:**

1. Дудукало Г.О. Аналіз методів оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства / Г.О. Дудукало // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1031>
2. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій / Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 560 с.
3. Стадник В.В. Менеджмент: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / Стадник В.В., Йохна М.В. – К.: Академвидав, 2007. – 472 с.
4. Старостенко Г.Г. Національна економіка / Старостенко Г.Г., Онишко С.В., Поснова Т.В. – К.: Ліра-К, 2012. – 429 с.
5. Стельмашук А.М. Державне регулювання економіки / А.М. Стельмашук. – Тернопіль: ТАНГ, 2000. – 315 с.

## ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

В современных условиях развития информационных систем телекоммуникационных предприятий в современных условиях изменчивого рынка на первое место выходит задача предсказуемости результата работы их коммерческой деятельности. И, как следствие этой задачи, важным является выработка методов оценки и выбора набора показателей или одного показателя оценки экономической устойчивости телекоммуникационных предприятий. На наш взгляд, применение показателей, основанных на экспертных оценках не дают однозначного ответа об уровне экономической устойчивости предприятия и имеет сильную субъективную составляющую. Поэтому поиск новых концептуальных подходов оценки экономической устойчивости, в частности, поиск интегрального показателя оценки экономической устойчивости для современных процессно-ориентированных телекоммуникационных предприятий является актуальной задачей.

Проведенный анализ известных концепций обеспечения экономической устойчивости показывает [1-8], что наиболее точной является комплексная трактовка понятия экономической устойчивости как зависимости эффективного управления предприятием в системе его бизнес – метрик управления с целью обеспечения и сохранения динамики экономической добавленной стоимости EVA согласно условию:

$$\frac{d EVA}{dt} \geq 0 \quad . \quad (1)$$

При этом суть эффективного управления предприятием предлагается определить следующей формулой успешного менеджмента (цепочка причинно-следственных действий механизма обеспечения экономической устойчивости процессно-ориентированного предприятия): только высококвалифицированный и замотивированный персонал, использующий современный информационно-технологический ресурс (IT-ресурс) в своей операционной деятельности, способен реализовать эффективную систему управленческих и технологических бизнес-процессов взаимодействия с субъектами рынка (поставщиками, клиентами, конкурентами) по цепочке создания потребительской ценности, что в свою очередь обусловит устойчивое конкурентоспособное соотношение цена / качество продаваемых товаров (услуг) и в конечном итоге обеспечит желаемую (планируемую) динамику и величину прибыли на вложенный капитал собственников (акционеров, инвесторов) предприятия. Модель цепочки причинно-следственных действий механизма обеспечения и контроллинга экономической устойчивости процессно-ориентированного предприятия представлена на рис. 1.

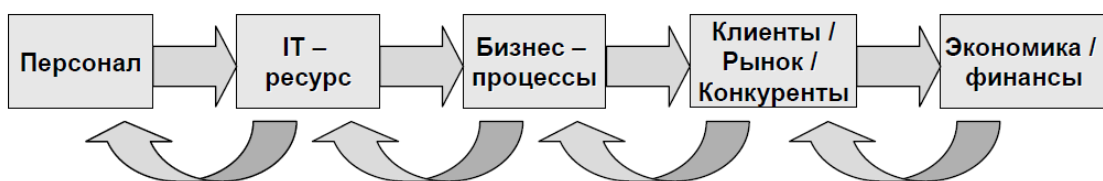


Рис. 1. Модель цепочки причинно-следственных действий механизма обеспечения и контроллинга экономической устойчивости предприятия

При этом суть контроллингового механизма (обратный поток причинно-следственных связей в системе бизнес-метрик управления предприятием) заключается в следующем: причины неудовлетворительных значений финансово-экономических показателей следует искать в блоке «Клиенты / Рынок / Конкуренты», неудовлетворенность клиентов означает наличие проблем в блоках «Бизнес-процессы» и «IT-ресурс», а корни проблем с бизнес-процессами и IT-ресурсами находятся в блоке «Персонал».

Таким образом, на уровне предприятия можно выделить различные составляющие его экономической устойчивости, такие как: финансовая, рыночная (коммерческая), процессно-технологическая, процессно-организационная, информационно-ресурсная, кадровая и другие по мере детализации элементов модели рис. 1.

#### **Литература:**

1. Сулейманова Ю.М. Экономическая устойчивость предприятия: понятие и особенности / Ю.М. Сулейманова // Общество: политика, экономика, право. – 2012. – № 3. – С. 53-56.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – М., 2003.
3. Рощин В.И. Экономическая устойчивость предприятий и реализация их экономических интересов: авто-реф. дис. ... канд. экон. наук. – Чебоксары, 2000. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/ekonomicheskaya-ustoichivost-predpriyatii-i-realizatsiya-ikh-ekonomicheskikh-interesov>
4. Брянцева И.В. Экономическая устойчивость предприятия: сущность, оценка, управление: учебное пособие / И.В. Брянцева. – Хабаровск: Хабаровский государственный технический университет, 2007. –150 с.
5. Олейник А.Б. Экономическая устойчивость предприятия в современных условиях. автореф. дис.канд. экон. наук. – Волгоград, 2012.
6. [Электронный ресурс]. URL: [www.dissercat.com/content/ekonomicheskaya-ustoichivost-predpriyatiya-v-sovremennykh-usloviyakh](http://www.dissercat.com/content/ekonomicheskaya-ustoichivost-predpriyatiya-v-sovremennykh-usloviyakh)

**Корнійчук Г.В.**, к.е.н.,  
докторант,  
*Національний науковий центр  
«Інститут аграрної економіки»,  
м. Київ, Україна*

### **НАУКОВІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Обсяги та результативність господарської діяльності кожного підприємства значною мірою залежить від фінансових можливостей, які формує його фінансовий потенціал. Спроможність підприємства максимально ефективно використати свій фінансовий потенціал визначається ефективністю системи управління процесами його формування і розвитку. За допомогою управління досягається узгодженість дій всіх учасників економічних процесів, об'єднання їх зусиль для досягнення мети і завдань спільної діяльності.

Процес управління завжди базується на відповідному економічному механізмі. Ми вважаємо, що економічний механізм управління фінансовим потенціалом підприємства це цілеспрямована та керована система організаційних, економічних, нормативних, управлінських та регулюючих дій, способів, технологій та інструментів, які активно впливають на процеси формування (залучення), акумулювання та розподілу фінансових ресурсів за окремими видами діяльності й напрямками їх використання, а також трансформації їх в інші види економічних ресурсів для забезпечення ними виробничих, інвестиційних, соціальних та інших потреб підприємства.

Побудова сучасної системи управління фінансовим потенціалом підприємства базується на врахуванні окремих теоретико-методологічних та організаційно-економічних передумов. Головні з них наступні:

- процеси формування, розвитку та реалізації фінансового потенціалу відбуваються в умовах динамічної та стохастичної зміни зовнішнього економічного оточення та внутрішнього фінансово-економічного становища, що обумовлює необхідність забезпечення достатнього рівня фінансової стійкості та фінансової адаптивності;

- управління фінансовим потенціалом відноситься до компетенції функціонального управління – фінансового менеджменту – і підпорядковане загальним стратегічним та тактичним завданням економічної діяльності підприємства;

- як об'єкт фінансового менеджменту, фінансовий потенціал потребує власного інструментарію та технології управління;

- якість управління фінансовим потенціалом визначається рівнем виконання його функціональних завдань: формування (залучення) необхідних і достатніх обсягів фінансових ресурсів, акумулювання та розподіл їх за окремими видами діяльності і напрямками використання, а також швидкість і ефективність трансформації в інші види економічних ресурсів для забезпечення виробничих, інвестиційних, соціальних та інших потреб підприємства;

- система управління фінансовим потенціалом повинна забезпечувати динамічний та пропорційний розвиток усіх його компонентів, а також економіки підприємства в цілому;

- управління фінансовим потенціалом характеризується внутрішніми протиріччями, які обумовлені високим рівнем перманентної конкуренції за отримання обмежених обсягів фінансових ресурсів між окремими видами діяльності та напрямками їх використання.

Логіка модернізації системи управління фінансовим потенціалом передбачає певну послідовність реалізації необхідних організаційно-економічних заходів.

На початку проводиться детальний аналіз результативності (ефективності) діючої системи управління фінансовим потенціалом та її окремих елементів. При цьому важливо встановити його «вузькі» місця та недоліки.

Наступним кроком є визначення показників, які у кількісному виразі характеризують результати формування та використання фінансового потенціалу відповідно до цільових параметрів його управлінням.

Далі здійснюється розробка методів та інструментів управління фінансовим потенціалом. Вона має на меті ліквідацію причин та чинників інерційного підходу до ухвалення управлінських фінансових рішень та здійснення оперативного переходу до сучасних методів, які ґрунтуються на науково-методичних рекомендаціях та використанні наявних потенційних можливостей трансформації економічного механізму.

У динамічних ринкових умовах важливе значення набуває фінансове планування та прогнозування. Їх розробка та практичне впровадження виступає важливим інструментом забезпечення фінансової стійкості й фінансової адаптивності, попередження зовнішніх загроз та локалізації фінансових ризиків.

Сучасні технології управління фінансовою діяльністю передбачають необхідність опрацювання системи моніторингу та контролю за процесами формування й використання фінансового потенціалу, які дозволяють оперативно виявити відхилення від запланованих параметрів економічного розвитку та своєчасно внести необхідні корективи.

Важливим етапом побудови системи управління фінансовим потенціалом є розробка системи внутрішніх часових і ресурсних нормативів, локальних процедур та регламентів з прийняття, реалізації та коригування управлінських рішень в сфері формування та використання фінансового потенціалу.

На завершальному етапі формується система забезпечення управління фінансовим потенціалом. Вона включає підсистеми організаційного, інформаційного та ресурсного забезпечення.

**Крижко О.В.,**  
старший викладач кафедри маркетингу,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ НА ОСНОВІ СТРУКТУРНОГО ПІДХОДУ**

Основою для прийняття ефективних управлінських рішень є інформація. Від того, наскільки ця інформація буде достовірною, своєчасною та адресною залежить майбутнє підприємства. Саме тому проблема розробки методів формування інформаційної системи на підприємствах придбала в даний час величезне значення.

Ведення бізнесу з точки зору керівника підприємства нерозривно пов'язано з постійним прийняттям рішень і здійсненням контролю за їх виконанням. Для вирішення цих завдань необхідно збирати і аналізувати як зовнішню так і внутрішню інформацію. Однак, сучасна економіка і сучасний ринок постійно знаходяться в динаміці, об'єм як корисної так і загальної інформації неухильно збільшується. Така велика кількість інформації знижує якість прийнятих рішень, керівники змушені приймати рішення в умовах «поганої інформаційної видимості».

Основними характеристиками інформації є обсяг, вірогідність, цінність, насиченість і відкритість. Володіння своєчасною, точною, повною, достовірною та оперативною інформацією уможливує отримання ринкових переваг, знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень та ін. Ефективне застосування інформаційних технологій звільняє співробітників від виконання рутинних технічних операцій із збирання та обробки даних і в той же час дає їм змогу своєчасно одержувати необхідну інформацію для вироблення і прийняття управлінських рішень.

Створення адекватної інформаційної системи стає необхідною умовою ефективної роботи співробітників і функціонування підприємства в цілому.

Для того щоб створити інформаційну систему на підприємстві необхідно виділити елементи майбутньої системи і взаємозв'язки між ними. Рішенням цього завдання є застосування структурного підходу.

Структуризація інформації дозволяє:

- уніфікувати і багаторазово використовувати інформацію;
- забезпечити сумісність технічного і програмного забезпечення інформаційного банку даних;
- використовувати багатоваріантність пропозицій в процесі підготовки і прийняття рішень (дозволяє їх оптимізувати).

Структурування інформації допоможе знаходити, аналізувати і використовувати важливу інформацію.

Також повинен виконуватися принцип ранньої структуризації інформаційних потоків, тобто інформація, що надходить повинна відразу знаходити своє місце в структурі, щоб можливості її використання були б максимальними.

Сучасні моделі структуризації інформаційних потоків дозволяють адекватно представити інформацію для прийняття рішень.

У кожній моделі є своя ефективна область застосування. При побудові системи, призначеної для формування опису ситуацій за результатами спостережень або даних, одержуваних від різних джерел, краще використовувати семантичні мережі або фреймову модель, що дозволяють відобразити структуру і взаємозв'язки об'єктів, що описують ситуацію.

Для створення діагностичних систем, призначених для формування висновків за результатами перевірки функціональної адекватності досліджуваних об'єктів, краще

використовувати фреймову модель, яка містить в собі всі взаємопов'язані критерії, необхідні для створення системи.

Прогностичні системи, призначені для логічного аналізу можливих наслідків дій, запропоновано будувати на основі нейронних мереж, тому що вони здатні відтворювати складні залежності між великим числом факторів.

Системи планування запропоновано будувати на основі продукційної моделі або моделі нейронних мереж в залежності від складності системи.

Навчальні системи, які проводять аналіз та оцінку рівня знань, а також забезпечують процес навчання необхідними навичками та процедурами, будується на основі тезаурусної моделі здатної систематизувати знання предметної області[1].

Таким чином, прийняття ефективних управлінських рішень вимагає активного впровадження сучасних інформаційних технологій, активного розвитку ділової інформаційно-комунікаційної інфраструктури, яка повинна забезпечити доступ підприємствам до накопичених інформаційних ресурсів, якісно полегшити і поліпшити умови ведення бізнесу, підвищити конкурентоспроможність виробленої продукції.

### **Література:**

1. Родионова С.В. Структурный подход к формированию информационной системы маркетинга / С.В. Родионова // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2009. – № 4. – С. 142-144.

2. Рожков И.В. Маркетинговые информационные системы: современные подходы к определению и использованию / И.В. Рожков // Управленческие науки. – 2013. – № 3(8). – С. 68-75.

**Кузнєцова К.О.**, к.е.н.,

старший викладач кафедри менеджменту,

**Ченуша О.С.**,

здобувач кафедри менеджменту,

*Національний технічний університет України,*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,*

*м. Київ, Україна*

## **СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ПЕК**

Теоретичні основи сучасних концепцій управління підприємствами все більше уваги приділяють персоналу (особистостям), який порівняно з іншими видами факторів виробництва є більш гнучким та складним до виміру його ефективності та впливу на результати господарської діяльності. В такому контексті персонал можна розглядати не лише як важливу рушійну силу для розвитку підприємства, а і як джерело виникнення загроз його «безпеці». Таким чином, компетентнісне управління (як відносно новий напрям менеджменту) починає відігравати все більше роль у забезпеченні економічної безпеки підприємства в стратегічному аспекті.

Виходячи з концепції стратегічного управління, підприємство має задіяти заходи для «виживання» в конкурентному середовищі, орієнтуючись на довгострокову перспективу, будучи готовим до можливих змін та гнучко реагуючи на них завдяки ефективному використанню людського потенціалу [1]. На важливість потенціалу особистості при формуванні стратегії розвитку підприємства наголошено розробниками «школи навчання», головною ідеєю якої є поєднання думаючих про майбутнє людей в цілісний колектив, кожен з яких володіють своїми ключовими компетенціями [2].

Виникнення загроз економічній безпеці підприємств паливно-енергетичного комплексу (ПЕК) зумовлені, як факторами макrorівня (які впливають через суб'єкти

господарювання на систему національної економічної безпеки країни), так і факторами мікрорівня, які пов'язані із прийняттям неефективних (на даний момент часу за визначених умов) управлінських рішень керівництвом підприємства.

Найбільш уразливими моментами для підприємств ПЕК щодо розкриття інформації можна назвати:

– фінансово-економічну інформацію, яка має на увазі бухгалтерську звітність (відомості про дебіторів та кредиторів, правовий статус майна підприємства, податкову звітність тощо);

– корпоративну інформацію, яка має на увазі статут, накази, протоколи зборів засновників, відомості про дочірні компанії та філіали, розподіл часток у статутному капіталі, особиста інформація тощо.

З одного боку, перерахована інформація в більшості своїй є загальнодоступною, проте з метою попередження виникнення загроз вона має бути знаходитись під певним контролем.

Варто зазначити, що враховуючи стратегічно важливий статус підприємств ПЕК, основним завданням керівництва є створення власної системи безпеки на підприємстві для нейтралізації будь-яких загроз. Зазвичай в такому контексті, під системою економічної безпеки мають на увазі сукупність організованих спеціальних служб, розроблення методів та заходів для забезпечення та підтримки захисту інтересів підприємства від можливих внутрішніх та зовнішніх загроз.

Система економічної безпеки не має шаблону та не може бути для всіх підприємств, оскільки вона визначається багатьма факторами (вид діяльності, розміри підприємства, ресурсний потенціал, ризики виробництва тощо). Система безпеки підприємства має базуватися на принципі комплексності, тобто вона має охопити всі сфери безпеки (фінансову, інформаційну, ресурсну, екологічну та інші).

До основних завдань системи економічної безпеки енергогенеруючого підприємства можна віднести: забезпечення захисту прав та інтересів підприємства; аналіз даних та прогнозування розвитку подій; дослідження контрагентів, з якими співпрацює підприємство; своєчасне виявлення можливих загроз цілісності підприємства. Ефективним інструментом для розроблення та впровадження такого види системи безпеки на підприємствах ПЕК може стати компетентнісний підхід в управлінні економічною безпекою.

#### **Література:**

1. Стратегическое управление. Основные понятия и определения. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strman.htm>
2. Дикань В.Л. Стратегічне управління: навч. посібник / В.Л. Дикань. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.

**Кудрицька Ж.В.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри економічної кібернетики,  
*Національний авіаційний університет,  
м. Київ, Україна*

### **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Більшість індустріально розвинених країн, у тому числі з перехідною економікою, пов'язують довгострокове економічне зростання з переходом на інноваційний шлях розвитку як на національному рівні, так і на рівні суб'єктів господарювання. Перспективний розвиток інновацій на підприємстві потребує розробки і впровадження відповідної інноваційної політики, що має формуватися на основі стратегічних цілей та вирішенні тактичних завдань щодо подальшого розвитку підприємства [5].



Існують проблеми формування чіткої інноваційної політики за рахунок відсутності певних інструментів. Так, від правильного розуміння сутності і принципів, за якими формується інноваційна політика, залежить в остаточному підсумку результативність інноваційної діяльності.

Вітчизняні та зарубіжні теоретичні джерела з питань інвестиційної політики говорять про те, що інноваційна політика підприємства – це процес пошуку та формування комплексу заходів, які б забезпечили конкурентоспроможність підприємства у довготривалому періоді і включали б в себе розробку інноваційної стратегії, тактичних завдань щодо реалізації попиту споживачів на інноваційну продукцію [1-5].

Успішне формування інноваційної політики підприємства залежить від наявності та реалізації основних її п'яти елементів та дотримання основних принципів формування інноваційної політики, до яких належать: переважання стратегічної спрямованості; орієнтація на потреби ринку; цілеспрямованість; комплексність; планомірність; інформаційна забезпеченість, збалансованості процесів реалізації інноваційної стратегії за термінами виконання.

Для того, щоб встановити дієвість впливу інноваційної політики на розвиток підприємства, необхідно здійснювати кількісну оцінку інноваційної політики підприємства за напрямками: маркетинг інновацій, політика в галузі НДДКР, політика структурних змін, технічна політика і інвестиційна політика [1, 3]. Такий аналіз дасть можливість застосувати метод інтегральної оцінки інноваційної політики підприємства [4]. Показники об'єднуються в один комплексний (інтегральний) показник, який має такі переваги:

- по-перше, він синтезує у собі весь вплив, включених у дослідження показників і коефіцієнтів;

- по-друге, зводить проблему оцінки інноваційної політики підприємства до одного кількісного значення, що значно полегшує економічну інтерпретацію отриманих результатів.

Процес формування інвестиційної політики підприємства включає етапи формування стратегії підприємства, визначення цілей, комплексну оцінку показників та позицій на ринку та вибір серед альтернативних варіантів оптимального варіанту з врахуванням життєвого циклу інновацій [2].

Щодо рекомендацій покращення інвестиційної політики підприємств, то вони мають бути зорієнтовані на підвищення інтенсивності інноваційних змін, зокрема формувати інноваційну політику на наступний трьохрічний період хоча б на щабель вище. Інноваційна політика, враховуючи галузеві особливості, не повинна бути нижче рівня еволюційного типу. В той же час необхідно накопичити фінансові ресурси достатні для вищого рівня типу інноваційної політики. Це необхідно для того щоб запровадити зміни в системі, закріпити їх і надалі вдосконалити.

Сповільнення інноваційних процесів може призвести до погіршення конкурентоспроможності підприємств, спаду виробництва та втрати сегменту ринку. Відсутність інноваційних змін, не сформованість системи, яка б забезпечувала формування інноваційної політики є стратегічною помилкою, що може призвести до стратегічної кризи, а надалі банкрутства підприємства.

#### **Література:**

1. Економіка й організація інноваційної діяльності: підруч. / [О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.]; під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 960 с.

2. Бойко О.М. Інноваційний розвиток промислового виробництва України в процесі посткризового відновлення / Бойко О.М. // Проблеми науки. – 2012. – № 9 – С. 2-8.

3. Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки; навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.

4. Лановська, Г.І. Матриця взаємодії складових інноваційної політики підприємств : зб. наук. праць / Г.І. Лановська // Київського економічного інституту менеджменту [Фінансова система України: проблеми та перспективи розвитку]. – Київ, 2010. – С. 241-244.

5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: стат. зб. / [відп. за випуск І.В. Калачова] – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 347 с.

**Лазоренко Л.В.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЗВ'ЯЗКУ**

Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність організацій за вплив її рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства.

Чи може нерентабельна організація бути соціально відповідальною? І чи всі високоприбуткові організації є соціально відповідальними? На жаль, і на перше, і на друге запитання швидше за все отримаємо негативну відповідь. У чому ж причина?

Не маючи достатньо коштів, підприємство не може реалізувати різні соціальні програми, турбуватися про добробут своїх співробітників, суспільства і екологію. Для їх впровадження потрібні кошти. Тому соціально відповідальною може бути лише потужна, успішна, прибуткова компанія.

Головне завдання бізнесу знайти золоту середину між своїми економічними і соціальними цілями та намагатися їх поєднати і створити таку корпоративну культуру, щоб через більші економічні здобутки сприяти розвитку соціальних програм.

Розглянемо приклади реалізації корпоративної соціальної відповідальності підприємствами зв'язку.

У 2002 роу компанія „Воля” прийняла Корпоративний кодекс, який визначає принципи функціонування і позиціонування компанії в українському бізнесі. Відповідно до цього фундаментальними засадами діяльності компанії є професіоналізм, якість та надійність.

Ключовими напрямками корпоративної соціальної відповідальності компанії „Воля” є [2]:

- розвиток персоналу;
- впровадження стандартів якості;
- сприяння прозорим і відкритим відносинам бізнесу з органами влади, створення рівних умов ведення бізнесу, протидія корупції;
- інвестиції в інформаційний розвиток суспільства.

Компанія Telenor тримає контрольний пакет акцій компаній „Київстар”, „Міратек”, „Інфопульс” та значний пакет акцій компанії „Білайн”. Telenor слідує двом основним цілям корпоративної соціальної відповідальності організації:

1. Збільшити позитивний внесок бізнесу у розвиток суспільства.
2. Створити відповідальний бізнес.

Підсумовуючи результати проведеного аналізу корпоративної соціальної відповідальності підприємств зв'язку можна зробити висновок, що їх дії подібні, а також спільним для діяльності досліджених компаній є наявність значної суми прибутку.

Отже, для того, щоб розробити соціальну стратегію необхідно [1, с. 22]:

- 1) мати сталу підтримку вищого керівництва, власників та провідних працівників компанії;
- 2) здійснювати аналіз відповідної діяльності аналогічних компаній;
- 3) підготувати програму дій;

- 4) розробити варіанти можливих заходів реалізації програми дій;
- 5) розробити, сформулювати та обґрунтувати ключові сфери у внутрішній та зовнішній корпоративній соціальній відповідальності, які б збігалися з бізнес-стратегією конкретної компанії.

### **Література:**

1. Лазоренко Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційний підхід в діяльності України / Л.В. Лазоренко // Інтелект XXI № 3/4, 2013. – С. 15-22.
2. Офіційний сайт Компанії «Воля» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.volia.com>

**Лапицкая О.В.**, к.п.н., доц.,  
*Учреждение образования «Гомельский государственный  
технический университет имени П.О. Сухого»,  
Республика Беларусь*

## **ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА БЕЛАРУСИ**

Достаточно сложно (либо невозможно) точно измерить следующие категории: совокупность конкурентных преимуществ, возможную способность, потенциальную способность предприятия и т.д. Попытка их измерения неизбежно базируется на вероятностном подходе, что, как известно, всегда несет в себе субъективизм. Такой подход может быть оправданным по отношению к экспортному потенциалу страны или организации в силу разнородности его состава, но при определении экспортного потенциала отдельной продукции или ресурса, по нашему мнению, необходимо исходить из иных соображений.

Отдельными авторами справедливо, по нашему мнению, утверждается, что экспортный потенциал – абсолютная величина и комплексный показатель, учитывающий свойства и характеристики предприятия и рынка. Однако, если говорить об экспортном потенциале не организации, а отдельной продукции или ресурса, чему посвящено наше исследование, необходимо провести ряд уточнений.

По нашему мнению, определение экспортного потенциала конкретного ресурса или продукции должно подразумевать ответы на следующие вопросы:

1. Какая часть имеющегося ресурса может быть экспортирована с учетом внутренних условий (важнейшее из них – обеспечение внутреннего рынка)?
2. Какая часть имеющегося ресурса может быть экспортирована с учетом внешних факторов (в частности, конкурентоспособность продукции на внешних рынках, открытость данных рынков, наличие организационных возможностей по их завоеванию и удержанию и т.п.)?
3. Какова количественная и стоимостная оценка той части рассматриваемого ресурса, которая с учетом внутренних условий и внешних факторов может быть отправлена на экспорт?

На основании имеющейся информации можно сделать вывод о том, что целесообразно разграничивать уровни экспортного потенциала. Экспортный потенциал конкретного ресурса или продукции представляет собой реальную измеримую величину, которая характеризуется возможным объемом экспорта, но при этом, по нашему мнению, имеет следующие отличия:

- показатель возможного объема экспорта ресурса чаще всего представляет прогноз, основанный на формальной экстраполяции, в то время как экспортный потенциал ресурса должен предполагать не только коррективы, обусловленные внутренними условиями и внешними факторами, но и использование некоторых управляемых параметров, что соответствует прогнозной экстраполяции, основанной на нормативном подходе;

- експортний потенціал ресурса в отличие от возможного объема экспорта ресурса является не разовым (единичным) показателем, а определяется на долгосрочную перспективу и носит стратегический характер. В ходе исследования отмечено, что важнейшее место среди методов оценки экспортного потенциала занимают экономико-математические методы. При использовании многих из них для получения качественного результата необходимо наличие достаточно большого объема разнородной информации.

Важна и сама процедура составления прогноза и плана. Как показал опыт, в том числе и зарубежный, жесткое директивное планирование утрачивает свое значение. Это связано с тем, что в условиях рыночной экономики различные экономические субъекты, такие как органы государственного управления, крупные субъекты хозяйствования, влияющие на условия хозяйственной деятельности в стране, субъекты малого бизнеса, оказывают существенное взаимное влияние. Поэтому между этими субъектами должны быть налажены тесные взаимоотношения, имеющие обратную связь. В этой связи французскими экономистами была предложена разработка так называемого согласованного плана. Его особенность в том, что он должен разрабатываться не в директивно порядке по направлению «сверху вниз», а согласованно, т.е. в порядке совместного обсуждения и разработки всеми заинтересованными субъектами: органами государственного управления, коммерческими организациями в целях принятия оптимального планового решения. Опыт европейских государств (Франции, Бельгии и некоторых других) подтвердил эффективность такого метода, показав, что рыночная экономика помимо ценового механизма нуждается в эффективном плане, в котором заинтересованы различные социальные и экономические группы и, следовательно, которые становятся результатом их согласованной разработки. В случае с экспортом недревесных лесных ресурсов, его план должен разрабатываться именно в согласованном порядке с участием не только государственных органов, но и негосударственных организаций, с целью максимального использования ресурса при максимальной эффективности этого использования.

#### **Література:**

1. Петров-Рудаковский, А.П. Развитие экспортного потенциала недревесных лесных ресурсов Республики Беларусь / А.П. Петров-Рудаковский // Экономика и управление. – 2013. – № 3. – С. 74-78.
2. L'essentiel de l'Économie d'entreprise / Samuel Josien, Sophie Landrieux - Kartochian. Gualino éditeur, Lextenso éditions. – Paris. – 2008. – 178 p.
3. Лапицкая, О.В. Инновационная система и ее составляющие / О.В. Лапицкая, Л.М. Лапицкая, А.П. Петров-Рудаковский. – Гомель: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2006. – 204 с.

**Лесюк А.С.,**  
аспірант кафедри фінансів і кредиту,  
*Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна*

### **СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В наш час існують розбіжності щодо трактування сутності “фінансовий стан підприємства”, що спричиняє неоднозначність у здійсненні його оцінки на підприємствах. Дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців переважно зосереджуються тільки на окремих елементах фінансового стану. Тому необхідним є уточнення визначення сутності поняття “фінансовий стан підприємства” як об’єкта фінансового аналізу.

Досліджуючи фінансовий стан підприємства, перш за все, необхідно провести оцінку теоретичних підходів до існуючої системи поглядів і різних концепцій на сутність поняття

“фінансовий стан підприємства”, представлених у наукових працях вітчизняних та зарубіжних авторів (табл. 1).

Таблиця 1

**Підходи до трактування сутності поняття “фінансовий стан підприємства”**

Автор	Зміст поняття
Базилінська О. Я	Фінансовий стан підприємства розглядається як сукупність показників, що характеризують наявність, розміщення та використання фінансових ресурсів підприємства.
Костирко Р. О.	Фінансовий стан визначає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у діловому співробітництві, є гарантом ефективної реалізації економічних інтересів усіх учасників фінансових відносин як самого підприємства, так і його партнерів.
Крамаренко Г.О., Чорна О.Є.	Фінансовий стан – найважливіша характеристика ділової активності, ефективності фінансово-господарської діяльності і надійності підприємства. Він визначає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал в ділових стосунках, є основою ефективної реалізації фінансових інтересів усіх учасників господарської діяльності.
Литвин Б. М., Стельмах М. В.	Фінансовий стан – це результат виробничо-фінансової діяльності. Він характеризується величиною засобів підприємства, їх розміщенням і джерелами утворення, залежить від виконання матеріально-технічного постачання, виробництва, реалізації та прибутку.
Павловська О.В	Фінансовий стан – найважливіша характеристика економічної діяльності підприємства, оскільки визначає конкурентоспроможність підприємства, його потенціал у діловому співробітництві, оцінює ступінь гарантованості економічних інтересів самого підприємства та його партнерів із фінансових і інших відносин.
Савицька Г. В.	Фінансовий стан підприємства – це складна економічна категорія, що відображає на певний момент стан капіталу в процесі його кругообігу і здатність суб’єкта господарювання до саморозвитку.
Цал-Цалко Ю.С.	Фінансовий стан підприємства відображає на певний момент рівень ефективності використання ресурсів у господарській діяльності, або, кажучи точніше, ефективність функціонування механізмів економічної системи.
Шеремет А. Д., Сайфулін Р. С., Негашев Е. В.	Фінансовий стан – найважливіша характеристика господарської діяльності підприємства. Він визначає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у діловому співробітництві, є гарантом ефективної реалізації економічних інтересів всіх учасників фінансових відносин: як самого підприємства, так і його партнерів.
Шеремет А. Д.	Фінансовий стан підприємства характеризується розміщенням і використанням засобів (активів) та характером джерел їх формування (власного капіталу і зобов’язань, тобто пасивів).
Шеремет О. О.	Фінансовий стан – рівень збалансованості окремих структурних елементів активів і капіталу підприємства, а також рівень ефективності їх використання.

Джерело: узагальнено автором за даними [1, с. 6; 2, с. 655; 3, с. 322; 4, с. 81 – 82; 6, с. 543; 7, с. 15; 8, с. 17; 9, с. 306; 10, с. 179; 11, с. 178]

Отже, у визначеннях фінансового стану підприємства науковці виділяють такі параметри, як: використання фінансових ресурсів, конкурентоспроможність, ділова активність, ефективність виробничо-фінансової діяльності, ефективність функціонування механізмів економічної системи, стан капіталу в процесі його кругообігу, використання засобів (активів), використання капіталу, взаємовідносини з іншими господарюючими суб'єктами у діловому співробітництві та ін.

Сутність поняття “фінансовий стан підприємства” та рекомендації щодо проведення його оцінки наведено у чинному законодавстві України, зокрема у наказі Міністерства фінансів України та Фонду державного майна України “Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації” та в затвердженому листі Державною податковою адміністрацією України “Щодо Методичних рекомендацій по аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій” (рис. 1).

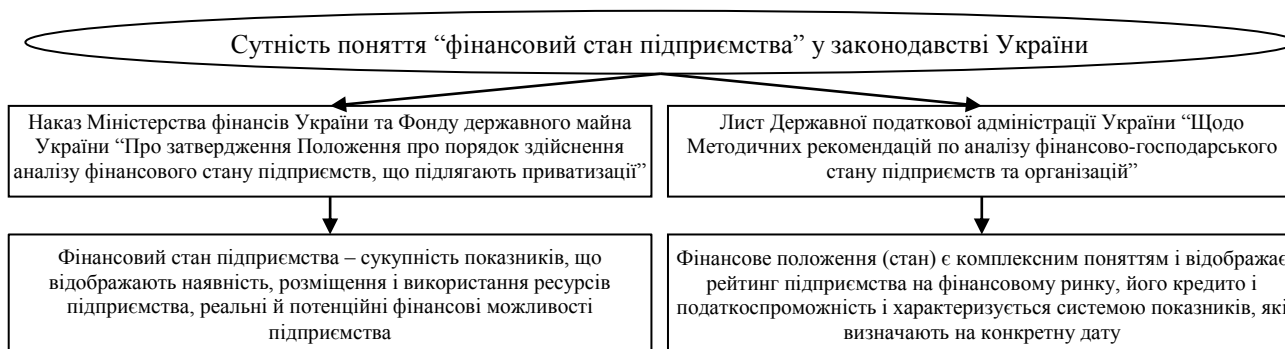


Рис. 1. Сутність поняття “фінансовий стан підприємства” у законодавстві України

*Джерело: узагальнено автором за даними [5; 12]*

Дослідження нормативних документів свідчить про відсутність єдиних підходів щодо трактування поняття “фінансовий стан підприємства” у чинному законодавстві України.

Узагальнюючи різні трактування науковців щодо поняття “фінансовий стан підприємства”, можна зазначити, що під фінансовим станом сільськогосподарського підприємства слід розуміти економічну категорію, яка відображає наявність, розміщення та ефективне використання активів, власного і позичкового капіталу на конкретну дату.

Таким чином, результати дослідження показують, що серед науковців відсутня єдина точка зору щодо визначення поняття “фінансовий стан підприємства”. Запропоновано поняття “фінансовий стан сільськогосподарського підприємства”, який відображає наявність, розміщення та ефективне використання активів, власного і позичкового капіталу на конкретну дату”.

### Література:

1. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Базилінська О.Я. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.
2. Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: навч. посібник / Костирко Р.О. – Х.: Фактор, 2007. – 784 с.
3. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз: підручник / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна. – Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.
4. Литвин Б.М. Фінансовий аналіз: навч. посіб / Б.М. Литвин, М.В. Стельмах. – К.: “Хай Тек Прес”, 2008. – 336 с.
5. Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації: наказ Міністерства фінансів України та Фонду державного майна України № 49/121 від 26.01.2001 р. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01>.

6. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учеб. / Савицкая Г.В. – [11-е изд., испр. и доп.]. – М.: Новое знание, 2005. – 651 с.
7. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / [Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю.]. – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2009. – 592 с.
8. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підруч. / Цал-Цалко Ю.С. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 566 с.
9. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / Шеремет А.Д. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 415 с.
10. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа / Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 208 с.
11. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз: навч. посібник / Шеремет О.О. – К.: Кондор, 2005. – 196 с.
12. Щодо Методичних рекомендацій по аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій: лист Державна податкова адміністрація України № 759/10/20-2117 від 27.01.98 р. [Електронний ресурс] // ЛІГА: ЗАКОН. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/1\\_doc2.nsf/link1/GDPI1722.html](http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/GDPI1722.html).

**Маковій В.В.,**  
аспірант кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

У сучасних умовах розвитку підприємницької діяльності особливої важливості набуває інформаційне забезпечення процесу управління необхідне для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Компетентність сучасного керівника залежить не стільки від досвіду, отриманого в минулому, скільки від володіння достатньою кількістю актуальної для даної ситуації інформації та вміння зробити своєчасні висновки. Саме тому, широкого застосування отримав інформаційний менеджмент, як один з видів менеджменту.

Сферою діяльності інформаційного менеджменту є сукупність всіх видів інформації, необхідної для управління на всіх етапах життєвого циклу підприємства. При цьому визначається не тільки цінність і ефективність використання власне інформації (даних і знань), але і інших ресурсів підприємства, які в тій чи іншій мірі входять в контакт з інформацією: технологічних, кадрових, фінансових і т.д.

Забезпечення ефективності організації інформаційного менеджменту на підприємстві є одним з основних завдань роботи менеджерів. Залежно від стратегічних намірів вищого керівництва її оцінюють за різними критеріями. Висока ефективність організації інформаційного менеджменту на підприємстві досягається завдяки ефективній системі менеджменту, націленій на раціональне використання усіх ресурсів і їх постійне вдосконалення. Ефективність задоволення професійної потреби в інформації проявляється по мірі актуалізації спожитої інформації в діяльності користувачів інформації [1, с. 26].

З позиції системного підходу інформаційний менеджмент має охоплювати планування, організацію, координацію та контроль інформаційної діяльності і процесів, а також комунікації всередині підприємства з метою поліпшення його роботи.

Посилення позицій інформаційного менеджменту на підприємстві дає змогу підвищити ефективність наявних інформаційних систем, уникнути невиправданих витрат і підвищити конкурентоспроможність підприємства. Основними критеріями ефективності організації інформаційного менеджменту на підприємстві є [2, с.119]:

1) насиченість комп'ютерами. Цей найчастіше застосовуваний критерій оцінки, відображає лише одну зі складових інформаційних систем. Але насиченість комп'ютерами сама по собі не приведе до якісної зміни в діяльності як підприємства, так і всього суспільства в цілому. До якісної зміни може привести лише впровадження нових інформаційних технологій, які реалізуються за допомогою комп'ютерів;

2) інтеграція інформаційних технологій. Інтеграція — це система узгоджень і сукупність функцій, що їх реалізують. Розрізняють функціональну та інформаційну інтеграцію. Інформаційна інтеграція та засновані на ній комунікації умовно розподіляють на: корпоративні, орієнтовані на інформаційних системах державного сектора і структур змішаних форм власності; загального користування, що формуються поступово й самостійно в надрах малого бізнесу, приватного ринку й ринку інформаційних технологій.

3) мережі загальнодоступних інформаційних банків. Цей критерій характеризує інтеграцію та комунікацію інформаційних систем у мережі загального користування, що передбачає гетерогенний розподіл системи баз даних (БД), дружній інтерфейс, загальнодоступні й дешеві мережі зв'язку. Основна складова таких мереж – це БД, що підтримуються своїми виробниками. Інтеграція інформаційних систем у такі БД залежить від вимог конфіденційності, захищеності власної інформації і таких параметрів, як вартість звернення до гетерогенних БД і час їх актуалізації.

Дотримання всіх критеріїв організації інформаційного менеджменту на підприємстві дасть змогу покращити роботу інформаційних систем, що вже впроваджені на підприємстві, а також підвищити конкурентоспроможність підприємства.

#### **Література:**

1. Матвієнко О.В. Основи інформаційного менеджменту: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 128 с.

2. Калініченко З.Д. Організація стратегічного маркетингу та планування на підприємстві / Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. – Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2013. – С. 117-121.

**Павлова Г.Є.**, д.е.н., проф.,  
професор кафедри обліку, аудиту та  
управління фінансово-економічної безпеки

**Костенко К.Є.**,  
магістр,

*Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет,  
м. Дніпро, Україна*

### **ЗАЛЕЖНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ВІД ЙОГО ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА**

Головною метою економіки АПК є формування конкурентоспроможного аграрно-промислового виробництва, спрямованого на вирішення політичних, соціальних, економічних завдань та забезпечення продовольчої безпеки країни. Зернове господарство в майбутньому має посісти пріоритетне місце а економіці держави. Виходячи з цього визначається і рівень виробництва зерна, який би задовольняв потреби внутрішнього попиту і забезпечував зростання експортного потенціалу.

За січень – липень 2016 року обсяг сільськогосподарського виробництва підвищився на 0,5 відсотка порівняно з відповідним періодом минулого року.

Крім того, за даними Мінагрополітики обсяги експорту зернових культур у 2015/2016 маркетинговому періоді були рекордними та склали 39,4 млн тонн, що перевищило



минулорічний показник на 13 відсотків або на 4,6 млн тонн. Зокрема експорт пшениці склав 17,35 млн тонн, кукурудзи – 17,4 млн тонн, ячменю – 4,4 млн тонн, інших зернових – 0,26 млн тонн.

В результаті, за оперативною оцінкою Державної служби статистики України реальний ВВП у II кварталі 2016 року зріс на 1,3 відсотка порівняно з відповідним кварталом 2015 року, у I кварталі – на 0,1 відсотка [2].

Економічна безпека товаровиробників зерна обґрунтовується необхідністю дотримання позицій продовольчої безпеки країни. Оцінка ефективності системи їх економічної безпеки в сучасних умовах світогосподарських зв'язків має передбачати детальний аналіз стану, тенденцій розвитку та ефективності виробництва зерна, аналіз стану економічної безпеки підприємств; виявлення та оцінку впливу факторів, зокрема глобалізації ринку зерна, на пріоритети та економічну безпеку підприємств; розробку концептуальних засад стратегії інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки товаровиробників зерна в сучасних умовах господарювання.

Основними напрямками удосконалення технології в зерновому господарстві є оптимізація харчового режиму рослин шляхом внесення необхідної кількості добрив суворо по нормам і строкам на заплановану урожайність. У галузі зерновиробництва не може бути сталого переліку індикаторів економічної безпеки, оскільки діяльність кожного товаровиробника є індивідуальною. Пріоритетом економічної безпеки для таких підприємств є зменшення ризику втрати урожаю, а оскільки зерновиробництво відноситься до реального сектору економіки, від якого залежать темпи економічного зростання, тому вони в кінцевому результаті є ключовими для економічної безпеки підприємництва і країни в цілому.

Для визначення економічної ефективності виробництва в цілому по сільськогосподарських підприємствах використовується система показників, які доцільно обчислювати в такій послідовності:

- вартість валової продукції (грн) на 1 га сільськогосподарських угідь, на середньорічного працівника, на 1 люд.-год., на 100 грн виробничих витрат, на 1000 грн основних виробничих фондів і оборотних засобів;

- розмір валового і чистого доходу та прибуток на 1 га сільсько-господарських угідь, на середньорічного працівника, на 1 люд.-год., на 100 грн витрат виробництва, на 1000 грн виробничих фондів;

- рівень рентабельності;

- норма прибутку сільськогосподарського виробництва.

Показники економічної ефективності сільськогосподарського виробництва визначають і порівнюють за окремі роки або в середньому за 3-5 років. Вони характеризують ефективність використання землі як основного засобу виробництва, рівень продуктивності праці, тобто ефективність використання трудових ресурсів, фондівіддачу і фондомісткість продукції, окупність виробничих витрат, рівень рентабельності виробництва [1, с. 146-148]

Стан зерновиробництва значно впливає на економічну безпеку держави. Кон'юнктура зернового ринку на глобальному рівні залежить від багатьох чинників, головними серед яких є демографічний, енергетичний, природно-кліматичний, політико-правовий. З огляду на глобалізацію зернового ринку пропонуємо розглядати методики аналізу економічної безпеки національного товаровиробника, враховуючи досвід провідних експортерів зерна та країн, що є ринками збуту для вітчизняного виробника.

Таким чином, питання щодо формування ефективної системи економічної безпеки країни значною мірою пов'язані з необхідністю формування та вдосконалення організаційно-економічних відносин усіх суб'єктів агропромислового комплексу. З цих позицій проблема, що розглядається, поєднує й питання взаємодії інтересів як усіх учасників АПК, так і національних інтересів держави. Відновлення та розвиток виробництва сільськогосподарської продукції та сировини, їх перетворення на готові до споживання продукти харчування покладається на підприємства АПК, від стану відносин між якими залежить вирішення самої проблеми продовольчої безпеки.

### Література:

1. Левченко О.П. Теоретичні аспекти економічної ефективності виробництва зерна / О.П. Левченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2006. – № 2. – С. 144–149.
2. Пояснювальна записка до проекту Закону України "Про Державний бюджет України на 2017 рік". [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до журналу: <http://rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id...60032>.

**Плахотнікова Л.О.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри маркетингу,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА**

В сучасних умовах вихід на європейський ринок для українських підприємств є досить важливим та пріоритетним завданням, що зумовлено перспективами міжнародних ринків та можливостями українських підприємств значна частина яких має виробничий потенціал який перевищує внутрішні потреби країни, а продукція є конкурентоздатною на світовому ринку (аграрний сектор, важка промисловість, сфера виробництва харчових продуктів, телекомунікаційний сектор).

Наміри виходити на ринки Європи, на теперішній час, мають переважно великі підприємства, адже для цього у них є достатньо внутрішніх резервів: дослідницькі підрозділи, центри оцінки діяльності іноземних підприємств-потенційних конкурентів, виробничі потужності тощо. Саме це, на відміну від підприємств малого та середнього бізнесу, дає їм можливість оцінювати діяльність європейських конкурентів та порівнювати власні сили.

Але сьогоднішній успіх підприємства незалежно від його розміру і сфери діяльності насамперед визначається застосуванням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Використання яких є неодмінною умовою обґрунтування управлінських рішень щодо оптимізації структури підприємства, підвищення ефективності виробництва, визначення перспектив інноваційного розвитку тощо. Миттєва швидкість передання інформації, відсутність географічних і часових обмежень для споживачів, низькі витрати, широкий набір унікальних маркетингових інструментів й інші переваги визначають інтерес до е-бізнесу з боку підприємств, виробників товарів і послуг.

Дослідженнями проблеми виходу українських підприємств на європейський ринок, а також особливостями співпраці українських та європейських підприємств приділяли увагу такі автори, як І.М. Грабинський, Т.О. Окландер, Т.В. Романчик, В.С. Філоніч, Н.З. Мерза, О.Ю. Молчанова, та багато інших. Результати їхніх досліджень стосуються головним чином окремих аспектів функціонування та потенційних можливостей і наслідків вибору партнерських відносин з Європейським Союзом.

Метою даного дослідження є ідентифікація передумов виходу українських підприємств на європейський ринок; визначення основних проблем захоплення ринку Європи вітчизняними підприємствами; постановка головних завдань та заходів, здійснення яких є необхідним для українських підприємств, що мають на меті вихід на європейський ринок.

На сьогодні європейський ринок є досить розвиненим, конкурентоспроможним та відкритим для підприємств багатьох країн. Рівень пропозиції на ньому є достатньо високим, а відповідно і кількість діючих та перспективних учасників, що функціонують чи мають на меті функціонування на даному ринку, є дуже великою. Тому, звичайно, українським

підприємствам необхідно подолати безліч перешкод та вирішити низку питань та проблем щодо цього. Адже сучасна геополітична обстановка поставила перед українським бізнесом складну дилему: або він пробивається на європейські ринки, або приречений на занепад. Російський ринок для українських підприємців за будь-якого розвитку подій в найближчому майбутньому буде вкрай нестабільним, а внутрішній національний ринок у зв'язку з різким зниженням доходів населення не зможе навіть частково адсорбувати продукцію зі східного напрямку.

Головними передумовами виходу українських підприємств на європейський ринок є: зниження мита для експорту товарів на європейський ринок; обмеження ринку збуту в Російській Федерації; обмеження ринку збуту в інших країнах Митного союзу,

Безумовно, існує велика кількість проблем на шляху до завоювання частки європейського ринку. Саме їхнє подолання дозволить вітчизняним підприємствам прискорити процес виходу на європейський ринок. Головними з них було визначено наступні:

- відсутність відповідних маркетингових стратегій;
- відсутність належного підтвердження того, що українська продукція відповідає всім вимогам, встановлених Європейським Союзом ;
- недостатність автоматизації й інформатизації бізнес-процесів; що викликає істотні зміни в принципах і методах організації праці;
- недостатність досліджень культури споживання європейців;
- брак оборотних коштів на підприємствах;
- незнання законодавства та регулювання в країнах Європи.

Беручи до уваги попередньо описані передумови та проблеми виходу українських підприємств на європейський ринок, можна виокремити головні завдання, які потрібно здійснити українським підприємствам на шляху до європейського ринку, а саме:

- активний пошук ділових партнерів та бізнес-асоціацій;
- вибір оптимальної юридичної структури виходу на ринок;
- стандартизація та оформлення упаковки та маркування продукції;
- детальне дослідження роботи підприємств-конкурентів на європейському ринку;
- переведення частини бізнес-процесів українських підприємств в електронне середовище що спричиняє розвиток нового виду підприємницької діяльності – електронного бізнесу (e-бізнесу).

Таким чином, для виходу на європейський ринок українським підприємствам необхідно здійснити такі кроки: провести оцінку експортного потенціалу підприємства; дослідити зовнішній ринок та розробити експортний план; за необхідності змінити бізнес-модель підприємства, враховуючи смаки та цінності споживачів на даному ринку; визначити продукцію для експорту в ЄС; зібрати необхідну інформацію по продукції: відповідність вимогам Директив, відповідність систем менеджменту міжнародним стандартам, упевнитися, що продукція спроектована і виготовлена відповідно до вимог гармонізованих стандартів і Директив Європейського Союзу; інтенсивніше використовувати інформаційно-комунікаційні технології в бізнес-процесах та поширення мережі Інтернет 5G;

#### Література:

1. Белейченко О.Г. Перспективи галузевої конкурентоспроможності національного господарства в умовах глобалізації / О.Г. Белейченко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 5 (95). – С. 62-68.
2. Молдаван О. Європейський шлях українського бізнесу: складно, але безальтернативно / О. Молдаван // Forbes Україна. – 2014.
3. Павлов В.І., Мишко О.В. Трансформація системи управління якістю товарів в Україні: монографія. – Рівне: НУВГП, 2009. – 202 с.

4. Романчик Т.В. Розвиток інтеграційних процесів: проблеми та перспективи українських товаровиробників / Т.В. Романчик // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – № 46. – С. 207-210.

**Правдюк О.Л.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Однією з передумов функціонування в Україні європейської моделі економічного розвитку є формування і реалізація ефективної стратегії ціно-утворення підприємств.

З метою забезпечення ефективності даної стратегії необхідно розробити та впровадити такі механізми управління, які нададуть можливість сприймати зміни середовища функціонування, розпізнавати їх і відповідно пристосувати діяльність підприємства до реальних умов, що, у свою чергу, має забезпечити її ефективність. Таким механізмом повинна стати цінова політика підприємства [1, с. 218-221].

Цінова політика підприємств являє собою комплекс заходів щодо максимізації прибутку та ефективного збуту продукції, що, у свою чергу, забезпечує розширене відтворення виробництва у цілому та досягнення соціального ефекту завдяки задоволенню потреб споживачів [2]. Однак, як свідчать статистичні дані, результат нині діючої цінової політики підприємств промислової галузі у порівнянні з результатами інших галузей України, бажає бути ліпшим. Так, за результатами 2015 року вітчизняні суб'єкти господарювання за видами промислової діяльності сукупно отримали фінансовий результат, який складає майже 186 млрд грн збитку (72,4% підприємств отримали прибуток, а 27,6% – збиток) [3]. У той же час, чистий прибуток сільськогосподарських підприємств за підсумками 2015 року складає 103,2 млрд грн. Згідно з даними Держстатистики, до аграрної галузі належить найбільша кількість підприємств, яким вдалося отримати прибуток – 88,4%. Саме на частку цих підприємств припадає 128,4 млрд грн прибутку. Відповідно до повідомлення відомства, збитки, сума яких становить 25,3 млрд грн, отримали лише 11,6% аграріїв [4].

Управління підприємством або іншими первинними суб'єктами господарювання – це постійна й систематична дія на діяльність його структур для забезпечення злагодженої роботи та досягнення кінцевого позитивного результату, у процесі якої ухвалюються рішення не тільки щодо того, що потрібно зробити, щоб ефективно управляти (тобто за функціями управління); але і як слід впливати на об'єкт управління, за допомогою яких інструментів та методів (тобто щодо механізму управління), щоб підприємство працювало з максимальною віддачею вкладеного капіталу й задіяних ресурсів, реалізуючи підприємницький інтерес [5, с. 4; 7, с.136].

Методи ціноутворення, які використовує підприємство, залежать, перш за все, від цілей, які це підприємство для себе визначає: – забезпечення виживання; – максимізація прибутку; – завоювання лідерства на своєму ринку; – завоювання лідерства за показниками якості послуг та рівня сервісу; – відшукання додаткових коштів для розвитку підприємства та матеріального стимулювання працівників [8].

Враховуючи, що управління – це не лише процес планування, організації, мотивації, необхідний для формулювання та досягнення цілей організації, а й процес контролю, управління ціновою політикою має відбуватися таким чином, щоб при реалізації розроблених заходів з ціноутворення був присутнім контроль ключових показників, відповідне значення яких дозволить здійснити аналітичну оцінку ефективності запропонованих заходів.

Аналіз опрацьованих наукових джерел [1-8] дозволяє зробити висновок, що сутність управління ціновою політикою підприємства полягає в здійсненні цілеспрямованої, впорядкованої, інформаційно обґрунтованої та інформаційно вираженої управлінської дії суб'єкта управління на цінову політику, шляхом визначення цілей, методів ціноутворення, розробку і реалізацію цінових стратегій та також при необхідності коригування цін.

Цикли процесу управління ціновою політикою на підприємстві обов'язково мають містити аналітичний аспект: інформаційно-аналітичний цикл (від формування системи інформаційного забезпечення до оцінки ступеня досягнення цілей цінової політики); планово-аналітичний цикл (від розробки цінової стратегії до оцінки прийнятності остаточної ціни); контрольно-аналітичний цикл (від контролю за реалізацією цінової політики до оцінки ступеня досягнення цілей, а також відповідного коригування цінової політики).

### **Література:**

1. Ковбас І.М. Управління аграрним підприємством на основі маркетингу/І.М.Ковбас // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – № 7 (33). – 2012. – С. 218-221.

2. Ключник А.В. Збутова політика та її значення у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства / А.В. Ключник // Глобальні та національні проблеми економіки – Миколаїв. – 2015. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua>

3. Чистий прибуток(збиток) підприємств за видами промислової діяльності у 2015 році // Статистична інформація Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/chpr/chpr\\_pr/chpr\\_pr\\_u/chpr\\_pr\\_0415\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/chpr/chpr_pr/chpr_pr_u/chpr_pr_0415_u.htm)

4. 88% аграрних підприємств отримали прибуток у 2015 році. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/88-agrarnih-pidpriemstv-otrimali-pributok-u-2015-roci>

5. Менеджмент: навч. посіб. / за ред. С.І. Михайлова. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2006. – 416 с.

6. Єсіпов І. Цінові стратегії. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://bizkiev.com/content/view/5936>.

7. Яркіна Н.М. Управління підприємством як економічна категорія (теоретичні аспекти) / Н.М. Яркіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – №1 (76). – 2014. – С.130-136.

8. Янченко В. Ціноутворення та методи ціноутворення. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://bizkiev.com/content/view/524/205>

**Приходько І.П.**, д. н. з держ. упр., проф.,  
професор кафедри обліку, аудиту та  
управління фінансово-економічної безпеки,

**Іонова Т.Е.**,  
магістр,

*Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет,  
м. Дніпро, Україна*

### **УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ВИРОБНИЧИМИ ФОНДАМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

На сучасному етапі розвитку економіки України посилюється дестабілізація в усіх її сферах. Однією з важливих передумов розвитку підприємства є його економічна безпека. Завдяки оцінці рівня економічної безпеки підприємства можна проаналізувати ефективність

діяльності організації, виявити її проблемні ділянки та попередити можливі загрози для бізнесу, що можуть виникнути у майбутньому.

Економічна безпека підприємства – це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації і технологій, техніки та устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективно їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) [1, с. 99-101].

Роль та потреба підвищення ефективності використання основних засобів в народному господарстві не зменшилася, а навіть зросла, перейшовши в розряд питань стратегічної важливості.

Для розробки ефективної політики управління основними фондами доцільним є врахування та оцінка здобутків всіх вчених-дослідників цієї проблеми, що дасть змогу на основі критичного аналізу прийняти правильне та найбільш оптимальне рішення.

Сьогодні одним з найбільш актуальних завдань, що стоять перед сучасним підприємством, яке має в своєму розпорядженні складне дороге в обслуговуванні обладнання, є необхідність забезпечення його безпеки та одночасно економічної ефективної роботи. Важливим моментом при вирішенні цього завдання стає впровадження систем управління виробничими фондами та активами підприємства, що складають невід'ємну частину виробничого процесу та дозволяють збільшувати виробничу потужність підприємства за рахунок використання сучасних інформаційних технологій, не вдаючись до закупівель нового обладнання. Управління основними фондами – це управлінська методологія, основною метою якої є підтримання робочої готовності виробничих активів за рахунок оптимізації технічного обслуговування, ремонтів, матеріально-технічного забезпечення та використання трудових ресурсів.

Для обліку, аналізу, планування й оцінки рівня використання основні виробничі фонди виражаються в натуральних і вартісних показниках.

Натуральна форма аналізу основних виробничих фондів використовується при визначенні технічного складу коштів праці, виробничої потужності підприємства й структурних підрозділів, рівня її засвоєння, продуктивності й ступеню використання окремих видів устаткування й споруджень зв'язку. На основі натуральних показників здійснюється планування уведення й вибуття основних фондів, складається баланс устаткування, розраховується необхідний штат на його обслуговування. Із цією метою на підприємствах ведеться інвентаризація й паспортизація встаткування, при яких ураховується число окремих видів основних фондів і кількісні характеристики кожного з них.

Основними показниками, за допомогою яких здійснюється аналіз ефективності використання основних виробничих фондів є наступні: фондоддача; фондоємкість; рентабельність основних виробничих фондів; співвідношення темпів росту продуктивності праці й фондоозброєності працівників [2, с.152-156].

Для аналізу ефективності використання фондів може також визначатися співвідношення темпів росту продуктивності праці й фондоозброєності працівників. Значення даного співвідношення, що перевищує рівень 1, свідчить про ефективність використання фондів.

Основними напрямками підвищення ефективності використання фондів, є наступні: широке впровадження досягнень НТП; прискорення освоєння нових, більше продуктивних виробничих потужностей; ліквідація структурних диспропорцій і вузьких місць; збільшення частки активної частини фондів у загальній їхній величині; поліпшення фізичного стану фондів за рахунок удосконалювання організації й проведення їхнього ремонтного обслуговування; поліпшення використання встаткування в часі; підвищення надійності, довговічності, ремонтпридатності фондів.

Отже, ефективним способом та резервом підвищення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств є оптимізація рівня їх функціональних складових за рахунок раціонального розподілу основних виробничих фондів.

#### **Література:**

1. Ареш'єва О.В, Кузенко Т.Б. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1 (91). – С. 98 – 104.
2. Ткачук В.І. Економічна безпека та стійкість сільськогосподарських підприємств: монографія / В.І. Ткачук, О.А. Прокопчук, М.І. Яремова. – Житомир: Вид-во «Волинь», 2013. – 276 с. ISBN 978-966-690-165-4

**Сазонова С.В.,**

старший викладач кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
м. Київ, Україна

### **ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМУ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

На даний час інформаційні технології як на макrorівні так і на макrorівні відіграють дуже важливу роль у системі менеджменту на підприємстві. За допомогою системи інформаційних технологій можливо досягти комфортне внутрішнє середовище на підприємстві.

Для того, щоб ефективно організувати діяльність на підприємстві, керівник має спланувати роботу об'єкта управління, організувати її, розподіливши завдання між безпосередніми виконавцями і забезпечивши їх необхідними ресурсами, мотивувати працівників у якісному виконанні дорученої роботи, проконтролювати результати, яких вони досягли і, за необхідності, внести ті чи інші корективи у їх дії. Саме цю роботу неможливо здійснити, якщо не скласти ясну і чітку картину щодо стану керованого об'єкта і середовища його функціонування, що можливо лише при наявності відповідної інформаційної бази. Отже, основою процесу менеджменту на підприємстві є інформація. Вона складає найважливіший ресурс, який дає змогу підприємству забезпечувати свій розвиток, зміцнювати свої конкурентні позиції. Все це можна охарактеризувати як формування системи управління інформаційною базою на підприємстві для створення ефективної системи комунікацій як зовнішнього, так й внутрішнього середовища. Саме це й можна визначити як комунікаційний менеджмент. Найбільш поширеним є таке визначення «комунікаційний менеджмент – це наукове управління потоками інформаційної взаємодії людей, їх груп, громадських і політичних формувань з метою вирішення стратегічних і тактичних завдань у розвитку суспільних відносин» [1]. Ми можемо надати авторське тлумачення комунікаційного менеджменту на підприємстві – це управління інформаційними потоками взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства з метою вирішення його стратегічних та тактичних завдань, підвищення рівня конкурентоспроможності.

Різне ускладнення системи виробництва і збуту, впровадження інформаційних технологій та підвищення рівня використання сучасних комунікаційних систем вимагають вирішення проблеми переходу до нових технологій управління, без яких неможливо забезпечити реалізацію інноваційних процесів, підвищення конкурентоспроможності [2].

В останні десятиліття в сучасній системі менеджменту по-справжньому осмислено значення використання інформаційних технологічних сторін управління – як головної зв'язкової ланки між цілями, принципами керівництва і економічним механізмом. Без технологічного забезпечення, котре внаслідок впровадження комп'ютеризації повинно бути

радикально змінено, не можуть суттєво впроваджуватись в життя ефективні рішення. Звідси рішуче відкидається погляд на процедури, регламенти, документи як на «дрібницю», що не заслуговує уваги науки і технології [2].

На базі розвитку інформаційних технологій та швидкості прийняття управлінських рішень, використання традиційних технічних засобів поєднанні з найновішими комп'ютерними комплексами все ширше розгортається робота по автоматизації управлінської діяльності. У діяльності українських підприємств спостерігається суттєвий розрив між рівнем автоматизації виробництва і рівнем управлінської діяльності. У результаті темпи росту продуктивності праці в системі менеджменту відстають від темпів росту продуктивності праці в сфері виробництва. У зв'язку з цим особливу актуальність отримує проблема прискореного розвитку нових засобів автоматизації менеджменту, а також відповідної сучасної технології обробки даних.

На підприємствах існують різні системи прийняття та полегшення управлінських рішень, які активно сприяють комунікативному процесу, а саме:

1. Управлінська інформаційна система – це комп'ютерна інформаційна система, що постачає повсякденну інформацію менеджерам середнього і нижчого рівнів. Вона збирає дані, систематизує їх у формі, зручній для роботи менеджерів відповідних функціональних відділів і забезпечує їх нею. Система орієнтована на поточні, операційні напрямки діяльності і особливо важлива в плануванні, прийнятті рішень, контролюванні.

2. Система підтримки рішень (СПР) – комп'ютерна інформаційна система, яка підтримує процес прийняття управлінських рішень в ситуаціях, які не досить добре структуровані. Такі системи загалом не вказують, які рішення є оптимальними. Проте вони роблять спробу спрямувати процес прийняття рішень у правильне русло з допомогою спеціальних прийомів, які допомагають менеджерам більш детально аналізувати ситуацію.

Таким чином, на сучасному етапі інформаційні технології відіграють дуже важливу роль в управлінні комунікативними процесами, за допомогою цих технологій прийняття управлінських рішень забезпечується на високому рівні, відбувається тісний взаємозв'язок керівництва та підлеглих.

### **Література:**

1. Рева В.Е. Комунікаційний менеджмент: навчально-методичний посібник. – Пенза. Изд. ПГУ. – 2003.
2. Жигалов В.Т., Шимановська Л.М. Основи менеджменту і управлінської діяльності. – К.: Вища шк., 1994. – 223 с.
3. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств: монографія / Н.О. Шпак // Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л.: Вид-во Львівської політехніки, 2011. – 327 с.

**Сорока А.М.**, к.е.н.,  
доцент кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **ІННОВАЦІЙНО-КЛАСТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

Нові економічні перетворення обумовлюють необхідність пошуку нових інструментів стимулювання економічного розвитку регіонів, зокрема пошуку шляхів об'єднання зусиль місцевого бізнесу, самоврядування та органів місцевого самоврядування з цією метою. Виразною альтернативою транснаціональному капіталу, дії якого можуть суттєво визначити перспективи економічного зростання, вважається створення місцевих мереж малого та середнього бізнесу, спроможних зберегти економічну локальну ідентичність регіону



і попередити його перетворення у місце – периферійного масового виробництва. Досягнення цієї мети є примарним без утворення самобутньої коаліції з місцевими та регіональними органами влади, об'єднаною громадськістю. Створення нових виробничих систем (кластерів), як показує світовий досвід є потужним інструментом для стимулювання регіонального розвитку, який може мати вплив через збільшення зайнятості відрахувань у бюджети різних рівнів, підвищення ступеня оплати праці, стійкості та конкурентоспроможності регіонального виробництва.

Вивчення питань кластеризації, наукового обґрунтування кластерних механізмів та ініціатив знайшло відображення в працях таких вчених, як М. Портер [4], А. Брувер [2]. Важливий вклад в теорію і практику формування кластерної моделі внесли українські вчені С. Соколенко [5], М. Войнаренко [3].

Кластерний розвиток як фактор збільшення національної і регіональної конкурентоспроможності є характерною ознакою сучасної інноваційної економіки. Світова практика показала, що кластеризація економіки обумовлює і справляє вирішальний вплив на процеси посилення конкурентоспроможності та прискорення інноваційної діяльності. В цьому полягає новий економічний феномен, який дозволяє протистояти натиску глобальної конкуренції й належним чином відповідати вимогам національного і регіонального розвитку.

В останні роки „кластерні стратегії” економічного розвитку набули широкої популярності у більшості країн світу незалежно від їх політичного устрою. Не виключенням є й Україна, де за останнє десятиріччя інтерес до цієї моделі соціально-економічного розвитку незмірно збільшився. Реалізуючи кластерні стратегії, національний уряд і регіональна адміністрація мають активно організовувати проведення комплексних досліджень в галузі формування кластерів з урахуванням місцевих умов. Як свідчить світовий та український досвід, багато хто із замовників цих досліджень – політики та їх консультанти – мали, як правило, досить туманне уявлення про суть кластерів і необхідних умов створення основи їх успішного функціонування. Дуже часто кластерні дослідження розглядаються ними як завершальна фаза нової стратегії в той час, коли насправді це є лише початковим етапом формування кластерної моделі соціально-економічного розвитку.

Приступаючи до впровадження кластерної моделі виробництва, дуже важливо усвідомити глибинний зміст та структуру такої моделі, а також умови її формування і подальшого розвитку. Необхідно засвоїти методикку ідентифікації історично утворених кластерів і рівня їх впливу на економічний розвиток регіону. Дуже важливо своєчасно підтримувати кластерні ініціативи й ефективно використовувати кластерний аналіз в регіональній політиці та практиці.

Кластери в сучасних умовах посилення конкуренції на глобальних ринках являють собою фундаментальну організаційну основу для реалізації ключових принципів становлення національної та регіональної економіки і відповідної розробки стратегій соціально-економічного розвитку регіонів.

Розуміння конкурентних переваг нових виробничих систем та активне формування регіональних інноваційних кластерів відкриває перед регіонами нові перспективи динамічного економічного розвитку та успішного подолання «викликів» з боку конкурентів. Щоб піднятися на такий рівень, лідерам регіонів варто виходити за рамки не лише проведення кластерних досліджень. Аналіз кількісних і якісних показників розвитку регіону повинен стати початковим етапом і основою для діалогу з діловими структурами, які здатні, об'єднавшись, сформувати свої регіональні кластери. Цей діалог буде сприяти лідерам регіону в освоєнні мистецтва розробки відповідних стратегій економічного розвитку.

Отже, кластер – це галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону.

### Література:

1. Перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки. Матеріали шостого Пленуму Спілки економістів України та Міжнародної конференції. – К., 2007.
2. Брувер А., Руденко Н., Грищенко С. Стратегічне планування місцевого розвитку: розробка та впровадження проектів: навч. посіб. – К.: Європ. комісія, 2006. – 168 с.
3. Войнаренко М.П. Кластери в інституційній економіці: монографія / М.П. Войнаренко. – Хмельницький: ХНУ, ТОВ «Тріада-М», 2011. – 502 с.
4. Портер М. Конкуренція / М. Портер; [пер. с англ.] – М: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
5. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці / С.І. Соколенко. – К.: Логос, 2004. – 848 с.

**Старинець О.Г.**, к.політ.н., доц.,  
доцент кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах функціонування, будь-яке телекомунікаційне підприємство може зазнати кризового стану. Виведення телекомунікаційного підприємства з такої ситуації має бути належним чином організованим і скоординованим процесом, а не відбуватись хаотично та безсистемно. Для ефективного подолання кризи на телекомунікаційному підприємстві мають розроблятися такі основні документи як антикризова програма та план антикризових заходів.

Серед відомих учених проблематики антикризового управління варто згадати таких як: О. Виноградова, С. Войтко, В. Геєць, О. Гудзь, О. Гусева, В. Дергачова, З. Каіра, С. Легамінова, І. Маркіна, В. Сотниченко, П. Стецюк, А. Тофлер та деякі інші.

Антикризова програма підприємства є центральною ланкою антикризового управління, яка пов'язує його мету і систему цілей, способи їх досягнення із завданням виходу з нестабільного положення і забезпечення подальшого динамічного розвитку підприємства [2]. Антикризова програма – це спеціальним чином підготовлений внутрішній документ, у якому систематизовано викладається перелік основних заходів, що планується здійснити в межах підприємства, його структурних підрозділів та функціональних служб для досягнення поставленої мети – виведення підприємства з кризового стану та забезпечення його нормального функціонування [3]. Тобто, антикризова програма телекомунікаційного підприємства встановлює цілі і завдання, доцільні для досягнення у запланованому періоді, а також методи їх реалізації.

Формування антикризової програми телекомунікаційного підприємства має підпорядковуватись низці вимог [1]: підпорядкованість стратегічним пріоритетам підприємства; своєчасність і гнучкість реакції на нові зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на результати діяльності підприємства; кількісна і якісна вимірюваність результатів і параметрів антикризових заходів; конкретність змісту для виконавців.

Водночас, щоб отримати позитивні результати при формуванні антикризової програми телекомунікаційного підприємства слід дотримуватись наступних принципів [4]:

принцип забезпечення досягнення завдань антикризового управління, який виявляє відповідність заходів, що включаються до антикризового портфеля підприємства, визначеним завданням антикризового управління;

принцип орієнтації на проблеми, які потребують свого розв'язання, а не на зовнішні ознаки їхнього прояву;  
принцип забезпечення відповідності антикризової програми наявними та можливими до залучення ресурсами;  
принцип відповідності часовим обмеженням антикризового процесу;  
принцип багатоваріантності, тобто наявності великої кількості альтернатив;  
принцип професіональності;  
принцип колегіальності.

Отже, створення антикризової програми телекомунікаційного підприємства із врахуванням всіх принципів, дозволить забезпечити ефективну умови для виведення підприємства з кризи [3].

Формування антикризової програми телекомунікаційного підприємства залежить від багатьох аспектів: масштабності як кризи, так і самого підприємства чи галузі, впливу зовнішнього середовища та його факторів, компетентності керівника та працівників підприємства тощо.

Формування антикризової програми телекомунікаційного підприємства має передбачати наступні етапи: формування робочої антикризової групи; обґрунтування мети і завдань антикризової програми; визначення об'єкта і суб'єкта антикризових заходів; розробка плану-графіка формування антикризової програми; проведення діагностики стану підприємства; діагностика антикризового потенціалу та можливостей підприємства; розробка антикризових альтернатив; розробка антикризових заходів; обговорення доцільності окремих заходів; підготовка проекту антикризової програми; підготовка експертного висновку; узгодження проекту антикризової програми; прийняття антикризової програми; формування пропозицій щодо запобігання кризовим явищам у майбутньому.

Формування такої програми дає змогу окреслити послідовність дій та заходів на телекомунікаційному підприємстві в умовах подолання кризових процесів, закласти організаційну основу для здійснення практичної роботи щодо його оздоровлення.

#### **Література:**

1. Коюда В.О. Антикризова програма – основа системи антикризового управління підприємством / В.О. Коюда, О.М. Костіна // Бизнес Информ. – 2009. – № 12. – С. 47-49.
2. Круш П.В. Умови та критерії застосування антикризової стратегії на промислових підприємствах / П.В. Круш, А.Ю. Погребняк // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2012. [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/evkpi/2012/5EP/32.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evkpi/2012/5EP/32.pdf).
3. Макаренко І.О. Алгоритм антикризового управління підприємством // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 3 (45). – С.104-109.
4. Шершньова З.Є. Антикризова програма підприємства: методичні основи розробки та організація виконання // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №2. – Т. 1. – С.140-144.

**Стецюк П.А.**, д.е.н., проф.,  
завідувач відділу кредитування,  
страхування та фінансів підприємств,  
*Національний науковий центр  
«Інститут аграрної економіки»*,  
м. Київ, Україна

## **МОДЕРНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Забезпечення конкурентоспроможності та високої динаміки процесів відтворення у підприємствах реального сектору економіки передбачає активізацію їх інвестиційної діяльності, в першу чергу за рахунок реалізації інноваційних проєктів. Вирішення цього завдання базується на можливості формування підприємствами достатніх обсягів фінансових ресурсів за рахунок власних джерел та прийнятних умов доступу до зовнішніх джерел. Нині ситуація у сфері фінансового забезпечення інноваційних процесів в силу відомих негативних політичних та економічних чинників істотно загострилася. Нові економічні реалії зовнішнього оточення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств визначають необхідність трансформації діючої системи її фінансово-кредитного забезпечення.

Якісний та фактологічний аналіз розвитку системи фінансового забезпечення малих та середніх вітчизняних підприємств з рахунок власних джерел дозволяє виділити найбільш гострі проблеми у цій сфері:

- нераціональне формування та використання фінансових ресурсів у процесі господарської діяльності, пов'язане з відсутністю у більшості з них сучасної системи фінансового менеджменту, а також з фінансовою політикою, яка носить реактивний характер;
- істотний дефіцит власних фінансових ресурсів для фінансування поточної діяльності та перспективного економічного розвитку;
- низький рівень розвитку фінансової інфраструктури ресурсного забезпечення виробництва;
- нестабільність політичної та фінансово-економічної ситуація в країні.

Наслідком негативної дії зазначених чинників впливу є те, що власні ресурсні можливості фінансового забезпечення інноваційної діяльності малих і середніх підприємств не достатні для забезпечення пріоритетних напрямів не лише перспективного економічного розвитку, але й поточної господарської діяльності характеру. Усе це свідчить про необхідність змін у системі управління їх фінансовими ресурсами. На наш погляд домінантними напрямками у цій сфері є:

- переорієнтація цільових стратегічних параметрів на інноваційний розвиток та технологічну модернізацію виробництва;
- розвиток та вдосконалення системи управління фінансами підприємств, формування сучасної системи фінансового менеджменту;
- широке та ефективне застосування інструментів, прийомів і методів, які дозволяють ефективно задіяти локальні фінансові механізми;
- використання нових інноваційних технологій та мультиканальних механізмів фінансування;
- формування і розвиток системи ризикозахищеності підприємств;
- створення ефективної системи моніторингу і контролю за економічними процесами на підприємстві.

Наступним за значимістю джерелом формування фінансових ресурсів для підприємств більшості галузей національної економіки є кредити банків. Основними проблемами кредитного забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності залишаються:

- низький рівень капіталізації банківської системи та незадовільна часова структура ресурсної бази кредитних установ;
- вузький спектр банківських продуктів та технологій кредитування інноваційних проектів підприємств;
- дефіцит інституційних інвесторів, які мають значні обсяги довгострокових фінансових активів;
- орієнтація діючих фінансово-кредитних інститутів на обслуговування учасників певних бізнес-груп;
- висока вартість кредитних ресурсів та дефіцит адаптованих до специфіки окремих галузей економіки антиризикових кредитних продуктів;
- нерозвиненість або повна відсутність інститутів мікрофінансування та мікрокредитування.

Вирішення проблем кредитного забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності реального сектора економіки знаходиться в площині підвищення рівня капіталізації банківської системи та її ліквідності, запровадження сучасних технологій кредитування та нових кредитних продуктів, державне стимулювання участі вітчизняних банків у ресурсному забезпеченні реалізації інноваційних проектів на всіх етапах їх життєвого циклу.

**Танащук Е.А.**, к.э.н., доц.,  
*Одесский национальный политехнический университет,*  
*Научно-исследовательский центр*  
*«Телекоммуникации без границ», г. Одесса,*  
**Джафаров Фаик Аюб оглы,**  
*ПО «Азтелеком», г. Баку*

## ИССЛЕДОВАНИЕ ТИПОВ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ

Представлены результаты исследования различных типов организационных структур управления с позиций современного институционализма. Обосновано, что мультидивизиональные структуры, которым присущи положительные свойства дивизиональной департаментизации, дополняют организацию деятельности компании эффективно действующими механизмами внутрифирменного контроля и распределения ресурсов, выработки и реализации адекватной корпоративной стратегии.

В условиях внедрения новых технологий и видов услуг операторы телекоммуникаций находятся в постоянном поиске построения оптимальных организационных структур управления [1]. Методологическая и теоретическая основа излагаемого материала – современный институционализм, обративший особое внимание на проблемы функционирования организаций, и прежде всего оцениваемая как наиболее перспективная для развития теории фирмы концепция трансакционных издержек О. Уильямсона [2]. Этим обуславливается правомерность рассмотрения в рамках трансформации ОСУ влияющих аспектов контрактных отношений, особенностей движения информации и целеполагания менеджмента. Подобный подход позволяет разделить все имеющиеся ОСУ на три группы: унитарные или неразделяемые (У-структуры), холдинговые (Х-структуры) и мультидивизиональные (М-структуры).

У-структуры воплощают в себе неоклассический вариант определения оптимальных размеров оператора, основой которого выступает производственная функция. У - структуры являются централизованными не только по критерию отсутствия достаточной самостоятельности общего (не линейного и не функционального) характера, унитарность и централизм их организационного построения опираются на специфичность движения и обработки управленческой информации. Известной противоположностью У-структурам, преодолевающей их недостатки и выступающей логически последовательным этапом

развития организации, стали децентрализованные структуры. В рамках традиционной департаментализации они характеризуются выделением достаточно самостоятельных в оперативном отношении подразделений. Институционализм и теория трансакционных издержек обращают главное внимание на:

- особенности решения в рамках данных организаций решения проблем собственности-контроля-управления;
- преодоление оппортунизма и реализацию стратегических интересов организации как субъекта.

При такой постановке вопроса не выглядит парадоксальной возможность функционирования дивизионально построенной корпорации в двух вариантах – как Х- и М-структур. Их принципиальное различие состоит не столько в степени самостоятельности структурных элементов, сколько в понимании и реальном функционировании экономической организации как информационной системы и трансформации рыночных отношений во внутрифирменные.

Организационный механизм холдинговой компании характеризуется следующим. Как правило, диверсификация ее деятельности предполагает разнородные активы, в том числе специализированные относительно конкретных потребностей участников сделки. В известном смысле можно утверждать, что именно это выступает условием и предпосылкой децентрализации управления и информационных потоков.

С одной стороны, холдинг подразумевает широкую передачу прав и ответственности в структурные подразделения, самостоятельное решение ими большинства оперативных хозяйственных проблем. С другой стороны, компания, построенная по типу холдинговой структуры, далеко не всегда в состоянии предложить и реализовать серьезную стратегию собственного развития. Причины такой двойственности следующие:

1. Информационные потоки холдинга носят достаточно выраженный децентрализованный характер. Это позволяет структурным подразделениям самостоятельно и оперативно реагировать на изменения внешней среды и рыночной конъюнктуры.

2. Менеджеры холдинга, осуществляя стратегическое руководство компанией, стремятся сохранить в своих руках контроль за подчиненными организациями. Эффективность такого контроля сохраняет организационную обусловленность и поэтому стратегически ограничена.

Совершенствование холдинговых структур возможно в двух направлениях: формирование руководящих стратегических органов не на основе пропорционального представительства различных групп капитала (это весьма трудно реализовать) или создание самостоятельной высшей управляющей структуры, в известной мере, оторванной от титулов собственности, и их комбинации. Внешнее сходство М-структуры с дивизиональной не может скрыть основного принципа ее построения – расчет и минимизация внешних и внутренних трансакционных издержек. Это позволяет достаточно точно ответить на вопрос о границах организации и уменьшении потерь компании от “общения” с непредсказуемой и неопределенной внешней средой, а также с институтом контрактной системы. М-структура появляется как ответ менеджмента на необходимость либо сократить размеры операторов, либо разработать набор внутренних контрактных соглашений. Определяющее организационное преимущество М-структур – выделение как самостоятельного стратегического уровня управления, раздельное принятие стратегических и оперативных решений. Реализация этого требует наличия особого высшего менеджмента.

В М-структуре стратегические ресурсы становятся объектом инвестиционной конкуренции подразделений. Тем самым М-структура организационно предстает в качестве микрорынка капитала, одновременно создавая экономически обоснованные условия для распределения ресурсов и осуществления мониторинга деятельности подразделений. Концентрация финансовых средств диверсифицированных подразделений высшим руководством дополняется рыночным характером их вложений в экономически эффективные стратегические проекты.

Таким образом, организации, построенные по типу М-структуры, сохраняют положительные качества дивизиональной департаментизации и дополняют их эффективно действующими механизмами внутрифирменного контроля и распределения ресурсов, выработки и реализации адекватной корпоративной стратегии.

#### **Литература:**

1. Довгий С.О., Танащук Е.А. и др. Современные телекоммуникации. Технологии и экономика. [Моногр.] / Под общ. ред. С.А. Довгого. – М.: Эко-Трендз, 2003. – 320 с.
2. Oliver E. Williamson. Behavioral Assumptions. In: O.E. Williamson. The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, Relational Contracting. N.Y.: The Free Press, 1985. – P. 44-52.

**Тупкало В.М.**, д.т.н., проф.,  
завідувач кафедри інформаційно-аналітичної  
і інноваційної діяльності,  
*Інститут інтелектуальної власності  
Національного університету «Одеська юридична академія»  
в м. Києві, Україна*

### **МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТ–АУДИТУ ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Проведений аналіз існуючих публікацій з аудиторської тематики підприємств показує, що переважно висвітлюються тільки аспекти аудіювання їх економічної діяльності на предмет достовірності фінансової звітності. Однак, враховуючи тенденцію переходу сучасних підприємств на процесно-орієнтовану систему організаційного управління, актуальним стає висвітлювання і питань управлінського (організаційного) аудіювання (організаційного менеджмент – аудиту). В даний час ця тенденція все більш є фактором, що визначає конкурентоздатність підприємств з точки зору взаємодії з їх зовнішнім бізнес-середовищем. У зв'язку з цим набуває актуальність пошук теоретично обґрунтованих методів структурно-композиційного менеджмент – аудиту ефективності системи бізнес-процесів підприємств на основі дотримання базових системоутворюючих принципів теорії організаційних систем.

Обґрунтуванню методів проведення менеджмент – аудиту присвячена значна кількість публікацій [1-5]. Їх аналіз показує, що домінуюче тлумачення поняття «менеджмент – аудит», як правило, зводиться до оцінки відповідності діяльності окремих структурних підрозділів підприємства та його в цілому встановленим критеріям – формальним вимогам, наприклад вимогам стандарту ISO 9001 до системи менеджменту якості (СМЯ) процесно-орієнтованого підприємства. При цьому, в контексті декларованої цим стандартом процесно-орієнтованої парадигми побудови системи менеджменту підприємства, результативність функціонування процесів і їх відповідність якимось встановленим контролінговим правилам виділення, композиції та наочного представлення не розглядається. Виходячи з проведених авторських досліджень щодо методу менеджмент – аудиту бізнес-процесів, пропонується в якості моделі об'єкту менеджмент – аудиту процесно-орієнтованого підприємства використовувати модель, представлена на рис. 1.

Виходячи з вищезазначеного, у практичному сенсі цільове призначення менеджмент – аудиту процесно-орієнтованого підприємства пропонується розглядати в контексті вирішення трьох типових управлінських задач:

1) оцінка ефективності системи бізнес-процесів управління підприємством для досягнення поставленої генеральної (стратегічної) бізнес-цілі, наприклад з метою максимізації економічної доданої вартості;

2) виявлення «вузьких місць», тобто різного роду ризиків або недоліків бізнес-процесів видів операційної діяльності, з метою визначення (розробки) запобігаючих або мінімізуючих їх наслідків механізмів внутрішнього контролю;

3) внесення рекомендацій, які стосуються вдосконалення системи процесного менеджменту в цілому, наприклад залежно від зміни стратегії взаємодії підприємства із зовнішнім бізнес-середовищем.

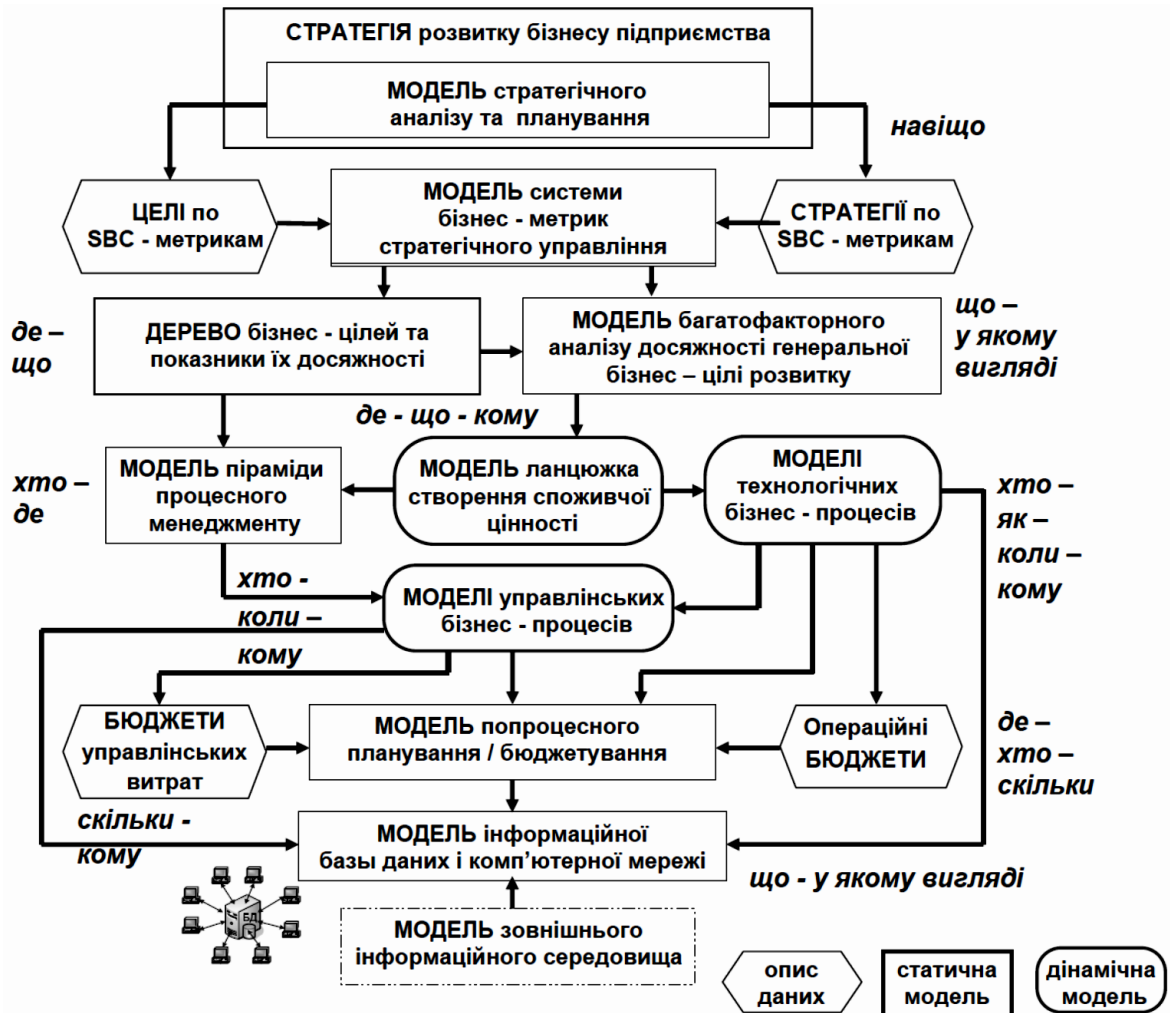


Рис.1. Концептуальна модель повної бази даних об'єкту менеджмент – аудиту процесно-орієнтованого підприємства (модель Тупкало)

### Література:

1. Трофимов, А.В. Проведение внутреннего аудита системы менеджмента качества машиностроительного предприятия с серийным типом производства. Текст / А.В. Трофимов, С.С. Пекина. – Тамбов: ТГТУ, 2007. – 53 с. – Деп. в ВИНТИ № 239. – В 2007 от 12.03.2007.
2. Горбунов, А.В. Аудит процессов или аудит подразделений? Текст / А.В. Горбунов // ММК, 2007. – № 1. – С. 15-18.
3. Емелин В.Н., Кузнецова А.Ю. Опыт стандартизации внутреннего аудита менеджмента качества и безопасности пищевой продукции [Текст] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (Москва, октябрь 2013 г.). – М.: Буки-Веди, 2013. – С. 86-91.
4. Кучеров А.В., Салина К.А. Проблемы организации внутреннего и внешнего контроля качества аудита // Молодой ученый. – 2013. – № 6. – С. 365-369.
5. Местецкая Е.В. Методики осуществления внутреннего контроля качества в аудиторской организации // Молодой ученый. – 2012. – № 6. – С. 191-195.



**Халімон Т.М.,** к.е.н.,  
докторант кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Забезпечення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств в умовах кризових трансформацій економічного простору вважається однією з найбільш актуальних проблем сьогодення. Примноження конкурентних переваг, удосконалення важелів, методів та засобів підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційного підприємства спонукає до пошуку принципово нових, стратегічних інструментів щодо забезпечення ефективної та успішної діяльності. Одним з таких інструментів є обґрунтована конкурентна політика телекомунікаційного підприємства.

Вагомий внесок щодо розв'язання проблем формування конкурентної політики зробили такі дослідники, як: О. Виноградова, С. Войтко, В. Геєць, О. Гудзь, О. Гусєва, З. Каїра, С. Легамінова, В. Сотниченко, П. Стецюк, А. Тофлер та деякі інші.

Конкурентне середовище визначає характер конкурентної політики підприємства – систему принципів, інструментів, методів та методик ведення конкурентної боротьби. Основними елементами конкурентного середовища є конкурентні сили підприємства: потенційні конкуренти, постачальники, прямі конкуренти, покупці, товари-субститути [2, с. 95]. Система принципів взаємодії телекомунікаційного підприємства з основними конкурентними силами і становить фундаментальну основу формування його конкурентної політики.

Конкурентна політика є важливою складовою економічної політики підприємства і виступає загальним керівництвом до дій та прийняття рішень, які полегшують досягнення завдань конкурентного розвитку [1, с. 296]. Конкурентною політикою телекомунікаційного підприємства є система принципів, фундаментальних правил та законів конкуренції, що формуються відповідно до характеру конкурентного середовища підприємства та його внутрішнього потенціалу. Конкурентна політика є своєрідним „Кодексом поведінки” підприємства у його конкурентному середовищі. Формування конкурентної політики телекомунікаційного підприємства – необхідна умова ефективної його діяльності в реаліях сьогодення, що вимагає:

врахування чинників зовнішнього і внутрішнього середовищ, що впливають на конкурентний розвиток підприємства;

визначення детермінант розвитку як сукупності чинників, що формують конкурентні переваги чи створюють для цього належні передумови;

використання сучасних підходів до формування конкурентної політики для врахування особливостей та складності функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання;

вибір сучасних інструментів та способів досягнення конкурентних переваг.

При формуванні конкурентної політики телекомунікаційного підприємства мають враховуватися фундаментальні правила конкуренції, обумовлені особливостями його функціонування та закони конкуренції.

Конкурентна політика телекомунікаційного підприємства має бути направлена на збалансування економічних зв'язків між підприємством та його постачальниками, замовниками послуг і конкурентами, формування ефективного внутрішньо- економічного механізму. Процес формування конкурентної політики має охоплювати всі сфери діяльності телекомунікаційного підприємства з метою формування сталих конкурентних позицій на ринку та забезпечення довгострокової конкурентоспроможності.

Формування конкурентної політики телекомунікаційного підприємства залежить від його організаційного дизайну, структури та стилю управління, технології виробництва, організації та мотивації праці тощо. У цілому, формування конкурентної політики телекомунікаційного підприємства – досить складний творчий процес, що потребує високої кваліфікації менеджерів, а також врахування усіх аспектів впливу на конкурентоспроможність. Передусім підґрунтям, формування конкурентної політики виступають прогнози окремих напрямів діяльності телекомунікаційного підприємства, зокрема кон'юнктури споживчого ринку в цілому та окремих його сегментів.

Конкурентна політика телекомунікаційного підприємства формується на рівні вищого керівництва, а також на рівні керівників функціональних підрозділів. Конкурентна політика телекомунікаційного підприємства формується відповідно до характеру конкурентного середовища та з урахуванням наявного конкурентного потенціалу. Процес формування конкурентної політики телекомунікаційного підприємства передбачає реалізацію наступних етапів:

- формування інформаційного масиву;
- аналіз конкурентного середовища;
- оцінка конкурентного потенціалу підприємства;
- формування політики взаємодії підприємства з прямими конкурентами, партнерами, постачальниками;
- вибір підходу до формування конкурентної політики;
- процес формування та затвердження конкурентної політики;
- оцінка ефективності конкурентної політики та внесення коректив.

Реалізація конкурентної політики дозволяє підприємству забезпечити високу конкурентоспроможність та стабільність діяльності.

#### **Література:**

1. Полянська А.С. Формування конкурентної політики вітчизняних підприємств в сучасних умовах господарювання // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – № 657. – Львів, 2009. – С. 293-298.

2. Самойлик Ю.В. Економічний механізм формування стратегії управління конкуренто-спроможністю підприємства // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3. – С. 94-98.

**Чудовець В.В.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри обліку і аудиту,  
*Луцький національний технічний університет,*  
*м. Луцьк, Україна*

### **ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКУ ЗМЕНШЕННЯ КОРИСНОСТІ АКТИВІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Умови сучасного економічного розвитку вимагають наявності якісної та достовірної інформації про стан активів підприємства, що відображаються у його фінансовій звітності. При цьому традиційних методів обліку активів, що були притаманні вітчизняній обліковій системі недостатньо. Балансова (залишкова) вартість, яка розрахована шляхом зменшення історичної собівартості необоротних активів на суму нарахованого зносу не завжди відповідає реальній стану та вартості таких активів.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2], Концептуальної основи фінансової звітності [3], Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку «Загальні вимоги до фінансової звітності», облік та фінансова звітність в Україні ґрунтується на принципі «обачності», що передбачає

застосування методів оцінки, які повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів. У відповідності до цього принципу П(С)БО 28 «Зменшення корисності» [4] передбачає необхідність проведення оцінки активів на зменшення корисності.

Облік знецінення являє собою концепцію, в рамках історичної вартості моделі. Метод амортизації представляє собою систему для розподілу інвестиційних витрат в результаті зносу. Амортизація не відображає поточні зміни вартості активу. Облік знецінення є доповненням до амортизації в історичній моделі витрат, яке може застосовуватися, якщо балансова вартість активу (за вирахуванням амортизації) перевищує його суму очікуваного відшкодування [1, с.11].

Відсутність механізму визначення зменшення корисності, низька обізнаність бухгалтерів щодо порядку її оцінки та відображення в обліку, проблеми її практичного застосування та документального оформлення зумовили необхідність дослідження проблем обліку зменшення корисності активів та ролі міжнародних стандартів при їх розв'язанні.

Відповідно до П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів» (далі – П(С)БО 28) [4], на дату річного балансу підприємство має оцінювати, чи існують ознаки можливого зменшення корисності активу:

- зменшення ринкової вартості активу протягом звітного періоду на суттєво більшу величину, ніж очікувалось;
- застаріння або фізичне пошкодження активу;
- суттєві негативні зміни в технологічному, ринковому, економічному або правовому середовищі, у якому діє підприємство, що відбулися протягом звітного періоду або очікувані найближчим часом;
- збільшення протягом звітного періоду ринкових ставок відсотка або інших ринкових ставок доходу від інвестицій, яке може вплинути на ставку дисконту і суттєво зменшити суму очікуваного відшкодування активу;
- перевищення балансової вартості чистих активів підприємства над їх ринковою вартістю;
- суттєві зміни способу використання активу протягом звітного періоду або такі очікувані зміни в наступному періоді, які негативно впливають на діяльність підприємства;
- інші свідчення того, що ефективність активу є або буде гіршою, ніж очікувалось.

Основною проблемою в Україні є ігнорування підприємствами оцінки зменшення корисності активів та, відповідно, фактично нульове значення втрат від зменшення корисності у фінансовій звітності вітчизняних підприємств. Інша ситуація спостерігається в європейській практиці обліку. Наприклад, приблизно одна п'ята частина всіх компаній Великобританії та Німеччини визнає збиток від знецінення матеріальних активів, і вони займають велику частку в їх загальній сумі [1, с. 9-10].

Часто незастосування оцінки зменшення корисності активів зумовлене відсутністю інформаційної бази оцінки та єдиних підходів до розрахунку корисності. Бухгалтерська та інші служби підприємства часто не можуть виконати завдання з оцінки зменшення корисності. Обов'язки з визначення зменшення корисності шляхом тестування і подальшого документування найбільш доцільно надати інвентаризаційні комісії, яка включає спеціалістів бухгалтерії, фінансового менеджменту та інвестиційного аналізу.

Проведене дослідження особливостей проведення, обліку та відображення у фінансовій звітності зменшення корисності активів показало необхідність узгодження та систематизації підходів. Подальші кроки мають бути направлені на розробку галузевих стандартів щодо ознак зменшення корисності, методів оцінки, її документального забезпечення тощо.

#### **Література:**

1. Erlend Kvaal. Topics in accounting for impairment of fixed assets: A dissertation submitted to BI Norwegian School of Management for the Degree of Dr. Oecon: Series of

Dissertations 3/2005. – Access mode: <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/94340/05-03-kvaal.pdf?sequence=1/> (last access: 21.11.16). – Title from the screen.

2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. №996-XIV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

3. Концептуальна основа фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929\\_009](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_009).

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 28 «Зменшення корисності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 24.12.2004 р. № 87. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0035-05>.

**Якубенко І.М.,**  
аспірант кафедри менеджменту,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Розвиток сучасних телекомунікацій, як важливої частини ринкової інфраструктури, частково відбиває загальний економічний рівень країни, але його подальша позитивна динаміка із зростанням національного господарства визначає прогрес суспільства в цілому. Вітчизняний телекомунікаційний ринок характеризується високим темпом росту, постійно збільшуючи кількість потенційних клієнтів і фактичних користувачів, що змінює його структуру. З іншого боку поступовий розвиток науки і техніки на телекомунікаційному підприємстві призвів до широкого поширення ринків мережевих продуктів, для яких одержувана комунікантом корисність блага зростає в залежності від інших комунікантів, що отримують та використовують цю інформацію на підприємстві.

З метою постійного, прогресивного та стрімкого поновлення інтелектуального потенціалу суспільства, розвитком науково-технічної культури та новаторства, держава забезпечує престиж наукової праці, організовує підготовку і підвищення кваліфікації науково-технічних кадрів, забезпечує відбір талановитої молоді та запроваджує систему атестації працівників на підприємствах задля розвитку науки в Україні.

Підвищення питомої ваги новітніх технологій у структурах телекомунікаційних підприємств досягається лише зростанням економічного потенціалу України та буде сприяти індустріалізації розвитку саме в цьому напрямку. Визначення шляхів удосконалення сучасних технічних засобів, таких як локальні комп'ютерні мережі, відеоінформаційні системи, засоби для автоматизації введення архівних документів і пошуку інформації та ін., передбачає враховувати їх особливості, визначати суттєві економічні зрушення, розкривати об'єктивні та суб'єктивні чинники і умови, які визначають сутність економічних процесів, що відбуваються в країні. Потрібно ще й пам'ятати про вихід з економічної кризи, що розпочалася в останні роки, економічне піднесення в сфері ІТ-технологій та зростання обсягів суспільних процесів. Сучасній економіці України потрібен спонукаючий поштовх для поглиблення цих позитивних зрушень.

М.П. Гарасим та Л.Я. Сайко зазначають, що завдання автоматизації полягає у підвищенні результатів фінансово-господарської діяльності підприємства на базі оперативного отримання якісної, своєчасної інформації, яка є основою для прийняття управлінських рішень. В умовах сучасних інформаційних технологій найперспективнішим напрямом застосування обчислювальної техніки є створення і впровадження інформаційних систем нового покоління, які зорієнтовані на розподільну обробку даних на основі

автоматизованих робочих місць планово-управлінського персоналу, обчислювальних мереж та експертних систем підтримки прийняття рішень [1, с. 332].

В свою чергу, А.М. Огнева та Д.Л. Кобець вказують, що вдало підібране та ефективно налагоджене програмне забезпечення використовує максимальну ефективність управління підприємством в цілому та систему бухгалтерського обліку. Використання інформаційних технологій на підприємствах забезпечує його оперативність, так як стан розрахунків, активів та зобов'язань можна проконтролювати в будь-який момент часу. Сучасний керівник не може дозволити собі прийняття управлінських рішень не маючи достовірної та повної інформації, яка надається автоматизованою системою для обробки даних [2, с. 111].

Будь-яке підприємство не може мати гарної перспективи на майбутнє, якщо не буде постійно впроваджувати результати НТП (науко-технічного прогресу), оскільки від цього залежать якість, витрати на виробництво і реалізацію, об'єм реалізації і величина одержуваного прибутку. Як наслідок у кожного з телекомунікаційних підприємств виникає проблема підвищення економічної ефективності впровадження нових технологій. Для цього на таких підприємствах повинно здійснюватися прогнозування і планування впровадження нових технологій (заходів НТП) на основі виробничої стратегії розвитку підприємства на далеку перспективу з урахуванням реальних фінансових можливостей.

Сьогодні внаслідок зношення основних виробничих фондів складається така ситуація, що потребує правильного прийняття управлінських рішень на підприємстві: або зберегти існуючі фонди, але з додатковими витрати, які пов'язані з їх відновленням та обслуговуванням, або замінити застарілі виробничі ресурси на більш нові. Варіанти поповнення основних виробничих ресурсів за рахунок власних коштів у моделі підприємства подані як додаткові потреби і відображені у відповідних одиницях вимірювання.

Отже, як показує практика досліджень в Україні, на сучасному телекомунікаційному підприємстві впровадження новітніх інформаційних технологій – недешева річ. Такі підприємства, час від часу, ставляють собі за мету підвищувати конкурентоспроможність підприємства при раціональному підході, який виправдовує витрати на підприємстві.

#### **Література:**

1. Гарасим М.П. Необхідність інформаційних систем і технологій в управлінні підприємством [Текст] / М.П. Гарасим, Л.Я. Сайко. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія „Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку”. – 2012. – № 722 – С. 327-332.

2. Огнева А.М. Особливості застосування інформаційних технологій в управлінні підприємством [Текст] / А.М. Огнева, Д.Л. Кобець. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5. – Т.3 – С. 107-111.

**Ящук Ю.О.,**

студентка гр. ОАМ-61,

*Луцький національний технічний університет,*

*м. Луцьк, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Економіка розвинених країн в значній мірі носить інноваційний характер, тобто базується на застосуванні нових знань і сучасних інформаційних технологій. Успішність діяльності підприємств залежить від використання сучасних технологій, а конкурентоспроможність продукції – від відповідності технічного рівня продукції останнім досягненням науково-технічного прогресу.

Законом України "Про інвестиційну діяльність" інноваційна діяльність розглядається як складова частина інвестиційної діяльності, спрямована на розробку, створення й

поширення нових виробів, технологій, організаційно-управлінських форм розвитку, які звісно є базовою підставою для формування або підтримки належної конкурентоздатності підприємств.

Основними напрямками витрат на інноваційну діяльність можуть бути: дослідження та розробки; придбання прав на патенти, ліцензії на об'єкти промислової власності; нові технології; придбання безпатентних ліцензій, ноу-хау, технологій; технологічна підготовка виробництва; придбання машин, обладнання та інших основних засобів; маркетингові дослідження; інші витрати.

Одним з недоліків обліку інноваційної діяльності є те, що не існує єдиної системи рахунків і реєстрів бухгалтерського обліку для відображення витрат, доходів і фінансових результатів науково-дослідної діяльності на підприємстві. У той же час, наявні облікові реєстри, бухгалтерські рахунки і статистична звітність не надають достовірних даних для проведення аналізу інноваційної продукції, її впливу на фінансово-економічні результати діяльності підприємства.

Згідно П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» дослідження – це заплановані підприємствами/установами дослідження, які проводяться ними уперше з метою отримання і розуміння нових наукових та технічних знань. А розробка – це застосування підприємством чи установою результатів досліджень та інших знань для планування і проектування нових або значно вдосконалених матеріалів, приладів, продуктів, процесів, систем або послуг до початку їхнього серійного виробництва чи використання. [2]

У п. 2 П(С)БО 16 «Витрати» вказується, що витрати на дослідження включаються до складу інших операційних витрат відповідно до положень П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», у п. 9 якого зазначено, що витрати на дослідження не визнаються активом, а підлягають відображенню в складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені. Як бачимо, у вітчизняних стандартах, як і в міжнародних, відмовилися від капіталізації витрат на дослідження (шляхом включення їх до складу нематеріальних активів). [11]

Слід зауважити, що вітчизняні стандарти суттєво не відрізняються від міжнародних у сфері відображення витрат, хоч і мають деякі відмінності. Вони зумовлені стислістю перших та відсутністю достатніх пояснень з окремих питань, що викликає помилкову інтерпретацію деяких положень. Нематеріальний актив, отриманий в результаті розробки слід відображати в балансі за умов, які передбачені П(С)БО 8 «Нематеріальні активи». Якщо нематеріальний актив не відповідає вказаним критеріям визнання, то витрати, пов'язані з його придбанням чи створенням, визнаються витратами того звітного періоду, протягом якого вони були здійснені без визнання таких витрат у майбутньому нематеріальним активом [2].

МСБО 38 «Нематеріальні активи» дає відповідь на більше запитань, пов'язаних із впровадженням інновацій, розробок та досліджень, ніж вітчизняні П(с)БО 8. Тут під розробкою розуміється «...застосування даних наукового дослідження чи іншого знання для планування чи проектування виробництва нових або суттєво вдосконалених матеріалів, механізмів, товарів, технологій, систем або послуг до початку їхнього серійного виробництва або використання», а дослідження, у свою чергу, «... оригінальні та заплановані дослідження, здійснювані для отримання і розуміння нових наукових або технічних знань». У разі, якщо підприємство не може відрізнити фазу досліджень від фази розробок, то всі витрати розглядаються, як понесені у ході досліджень.

Відповідно до МСБО 38 «Нематеріальні активи» створений нематеріальний актив зараховується за фактичною собівартістю мінус будь-яка наступна накопичена амортизація і збитки від знецінення активу. Підприємство може вибрати альтернативний метод обліку активу за справедливою вартістю з проведенням регулярних переоцінок, що допускається при активному ринку на даний нематеріальний актив. [1]

Якщо очікувана вартість активу стає нижчою його балансової вартості, застосовують МСБО 36 «Зменшення корисної вартості активів», а різницю визнають як збиток.

Для інноваційної діяльності ключову роль відіграє фінансування, а отже і залучення позик, випуск акцій та інше внутрішнє фінансування. В такому разі витрати, пов'язані із

відсотками за кредит чи іншими комісіями та виплатами, регулюються МСБО 23 «Витрати на позики».

Якщо ж у процесі розробки створюються основні засоби, то такі активи слід відображати згідно МСБО 16 «Основні засоби».

Формування витрат, пов'язаних з розробкою і освоєнням нової продукції, може бути відображене в обліку в складі нематеріальних активів (відносяться на їх первісну вартість); в складі витрат виробництва (списання зі складу витрат майбутніх періодів); в складі поточних витрат на дослідження і розробки.

Якщо витрати на дослідження і розробку спричинили створення активу, який приносить прибутки, такі витрати обліковуються згідно П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», в іншому ж випадку – відносяться на витрати періоду, в якому вони були понесені.

### Література:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку № 38 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929\\_050](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_050)
2. Положення стандарт бухгалтерського обліку № 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>
3. Положення стандарт бухгалтерського обліку № 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>
4. Гнилицкая Л. Совершенствование учета расходов на освоение и разработку новой продукции в приобретении / Л. Гнилицкая // Бухгалтерский учет и аудит. – 2000. – №10. – С. 45-48.
5. Дерій, В.А. Нормативно-правове забезпечення обліку і контролю витрат і доходів підприємства [Електронний ресурс] / В. Дерій // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2010. – Вип. 2. – С. 77-83.
6. Єжакова Н.В. Інноваційний продукт як об'єкт бухгалтерського обліку / Н.В. Єжакова // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2011. – Т. 24 (63). – № 1. – С. 268-274. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/UZTNU\\_econ/2011\\_1/Ezhakova.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/UZTNU_econ/2011_1/Ezhakova.pdf)
7. Кантаєва О.В. О направлениях отражения расходов на исследования и разработки на счетах бухгалтерского учета // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2005. – №4 (34). – С. 97-105.
8. Кірейцев Г.Г. Регулювання розвитку бухгалтерського обліку в сільському господарстві України: наукова доповідь на Міжнар. наук-практ. конф. Подільського держ. аграрно-технічн. ун-ту 24–25 вересня 2009 р. / Г.Г. Кірейцев. – Кам'янець-Подільський, 2009. – 32 с.
9. Кліменко А. Нематеріальні активи від придбання до ліквідації / А. Кліменко. – Х., 2005. – 320 с.
10. Коноваленко В. Об'єкти патентного права в обліку підприємства / В. Коноваленко // Бухгалтерия. – 2006. – №25. – С. 62-64.
11. Озеран В.О. Відображення інформації про витрати на інновації у П(С)БО та МСФЗ / В.О. Озеран, В. В. Гик // Зб. наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки. – 2011. – Вип. 28(1). – С. 14-18. – [Електронний ресурс]: – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu\\_2011\\_28\(1\)\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2011_28(1)_5)

## *Секція 2. Економіка та управління національним господарством*

**Бодячук К.В.**,  
магістр кафедри обліку і аудиту,  
**Ткачук І.М.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри обліку і аудиту,  
*Луцький національний технічний університет,  
м. Луцьк, Україна*

### **РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРИМЕНТУ З ФІНАНСУВАННЯ РЕМОНТУ ДОРІГ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ ЗА РАХУНОК МИТНИХ ПЛАТЕЖІВ**

В сучасних умовах господарювання, невід’ємною складовою забезпечення соціально-економічного розвитку суспільства є збереження і розвиток мережі автодоріг, а також приведення її до міжнародних нормативів. Виконання даної вимоги залежить в першу чергу від належного фінансового забезпечення, яке надає можливості вчасно проводити планові ремонти доріг та виконувати будівництво нових доріг.

Як зауважують Каїра З.С. і Татаринський В.Б., забезпеченість автомобільними дорогами та їх технічний стан не повною мірою відповідають сучасним вимогам та потребам народного господарства. В зв’язку зі щорічним зростанням кількості транспортних засобів на 5%, збільшенням інтенсивності дорожнього руху до 20% щороку і розвитком міжнародних транспортних перевезень виникає необхідність забезпечення належним транспортно-експлуатаційним (технічним) станом існуючих автомобільних доріг та інвестування нового будівництва [1].

Відповідно до п. 33 розділу VI «Прикінцеві та перехідні положення» Бюджетного кодексу України з 1 вересня 2015 року до 1 січня 2017 року запроваджено експеримент з фінансового забезпечення реалізації заходів з розвитку автомобільних доріг загального користування державного значення у Волинській, Львівській, Одеській і Чернівецькій областях та місті Києві. Експериментом передбачалося зараховування до спеціальних фондів обласних бюджетів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, 50% суми перевиконання щомісячних індикативних показників надходжень митних платежів (мита, акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції), податку на додану вартість з ввезених на митну територію України товарів (продукції), які стягують під час митного оформлення товарів на територіях даних областей.

За даними очікування, експеримент має сприяти покращенню транспортної інфраструктури Волинської області. Так, у Волинській області кошти були направлені для здійснення поточного ремонту автомобільної дороги загального користування державного значення: Львів – Радехів – Луцьк (Н-17).

Зокрема, за 2015 рік перевиконання загального обсягу щомісячних індикативних надходжень митних платежів, встановлених Державною фіскальною службою для Волинської митниці, склало 208,4 млн грн. Отже, перерахування до спеціального фонду обласного бюджету 50% суми перевиконання становило 104,2 млн грн. Частина коштів у грудні 2015 року у сумі 268,1 тис. грн. використано на виготовлення проектно-кошторисної документації для ремонту автомобільної дороги [2].

У 2016 році Волинська митниця Державної фіскальної служби спрямувала на ремонт доріг 159,9 млн грн. А загалом за період проведення експерименту з фінансування будівництва доріг до обласного бюджету надійшло 264,1 млн грн. [3].

Підсумовуючи вище зазначене відмічено, що розвиток та утримання на належному рівні мережі автомобільних доріг Волинської області, та й в цілому України, вимагає значних фінансових інвестицій. І саме інвестиційна діяльність держави у форматі експерименту з фінансового забезпечення реалізації заходів з розвитку автомобільних доріг



загального користування державного значення, у майбутньому може призвести до відновлення технічного стану автомобільних доріг.

### **Література:**

1. Каїра З.С. Аспекти управління проектами енергозбереження в дорожній галузі регіону / З.С. Каїра, В.Б. Татаринський // [Електроггій ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/soc\\_gum/znpdduu/Tn/2010\\_158/11.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/znpdduu/Tn/2010_158/11.pdf)
2. ГУ Державної казначейської служби України у Волинській області. [Електроггій ресурс]. – Режим доступу: [http://www.treasury.gov.ua/reg/control/vol/uk/publish/printable\\_article/636003;jsessionid=AF2086EE1F0C5E2DCA56A746EF8C0C76](http://www.treasury.gov.ua/reg/control/vol/uk/publish/printable_article/636003;jsessionid=AF2086EE1F0C5E2DCA56A746EF8C0C76)
3. «Митний» експеримент зібрав на дороги Волині 160 мільйонів гривень Електроггій ресурс]. – Режим доступу: <http://konkurent.in.ua/news/volin/10073/mitnij-eksperiment-zibrav-na-dorogi-volini-160-miljoniv-griven-.html>

**Будько І.Р.,**

здобувач кафедри обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою,  
*Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет,  
м. Дніпро, Україна*

### **ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ВНЗ**

Інноваційна стратегія ВНЗ визначається нами як частина економічної стратегії, яка являє собою системну концепцію, яка спрямовує, взаємопов'язуючий розвиток його інноваційної діяльності з системою довгострокових цілей, що визначає пріоритети напрямів і форм інноваційного розвитку, характер розподілу та перерозподілу ресурсів, послідовність етапів реалізації довгострокових інноваційних цілей, що забезпечують загальну стратегію й траєкторію інноваційного розвитку вищого навчального закладу.

Інноваційний потенціал є базовим елементом механізму реалізації інноваційної стратегії, її цілей і завдань, що дозволяє оцінити можливість здійснення інноваційної діяльності [2]. Процес формування інноваційної стратегії є найважливішою складовою частиною загальної системи стратегічного вибору ВНЗ, до основних елементів якого належать місія ВНЗ, її загальні стратегічні цілі розвитку, система функціональних стратегій за окремими видами діяльності ВНЗ (в т.ч. інноваційної діяльності) та методи формування, розподілу та перерозподілу ресурсів. Формування інноваційної стратегії ВНЗ дозволить забезпечити інтеграцію цілей і напрямів інноваційної діяльності ВНЗ з основними механізмами їх реалізації в прогнозованому періоді.

При виборі інструменту, який дозволяє реалізувати інноваційну стратегію з оптимальним використанням інноваційного потенціалу ВНЗ, були досліджені існуючі методи управління інноваційною діяльністю з метою підвищення її ефективності та їх класифікація: системні методи, методи, орієнтовані на показники фінансової діяльності; на внутрішні процеси та внутрішнє середовище ВНЗ; на зовнішнє середовище. З одного боку, зазначені групи методів є інструментарієм, а з іншого – методологією і в деяких випадках можуть виступати в якості концепції управління.

Вибір пріоритетних інноваційних стратегій ВНЗ є не тільки визначенням нових компонентів інноваційного потенціалу, а й архітектурою їх сполуки [1]. Напрями та вибір тієї чи іншої інноваційної стратегії ВНЗ визначаються його загальноекономічними цілями, завданнями та стратегіями розвитку ВНЗ і станом показників інноваційного потенціалу. При цьому інноваційний потенціал є базовим елементом механізму реалізації інноваційної стратегії, її цілей і завдань, що дозволяє оцінити можливість здійснення інноваційної

діяльності. В інноваційну стратегію ВНЗ нами включаються наступні складові: стратегія управління інноваційним потенціалом, розвитку інноваційних ресурсів, менеджменту інтелектуальних активів, ключових компетенцій ВНЗ, управління знаннями та створення нових знань, розвитку інноваційної інфраструктури, розвитку зв'язків з наукою, промисловістю, бізнесом та владою; комерціалізації результатів науково-технічної діяльності та трансферу технологій, виходу на ринки й створення нових ринків.

В якості методу управління, що дозволяє ВНЗ реалізувати інноваційну стратегію, слідуючи якій інноваційний потенціал перейде в якісно новий стан, тобто перевести сформульовані стратегічні цілі та завдання, що враховують всі аспекти його ефективного розвитку, в конкретні дії на рівні оперативного управління, узгодити між собою фінансові та нефінансові параметри, обраний один із системних методів – система збалансованих показників (СЗП – Balanced ScoreCard, BSC) [3]. Стосовно до ВНЗ СЗП слід розглядати не тільки як операційну оцінюючу систему, але в більшій мірі як інструмент стратегічного управління інноваційним потенціалом при формуванні та реалізації інноваційної стратегії ВНЗ.

Отже, сформована інноваційна стратегія ВНЗ забезпечує завчасне врахування можливих варіацій розвитку неконтрольованих ВНЗ факторів зовнішнього, і в першу чергу інноваційного, середовища, дозволяє мінімізувати їх негативні наслідки для інноваційної діяльності ВНЗ через зниження до прийняттого рівня ризиків впливу факторів зовнішнього середовища і є однією з базисних передумов стратегічних змін як загальної організаційної структури управління ВНЗ, так й інноваційної культури самого вищого навчального закладу.

#### **Література:**

1. Тарасенко І.О. Інноваційна складова в системі забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ [Текст] / І.О. Тарасенко, Т.М. Нефедова // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Тематичний випуск: Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. – 2012. – № 4 (66). – С. 206-212.
2. Воронкова Т.Є. Механізм інноваційного розвитку вищої освіти України [Текст] / Т.Є. Воронкова // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Тематичний випуск: Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. – 2012. – №4(66). – С. 259-264.
3. Сауха П.Ю. Інновації у вищій освіті: проблеми, досвід, перспективи: монографія [Текст] / Сауха П.Ю. – Житомир – Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2011. – 444 с.

**Виноградова О.В.**, д.е.н., проф.,  
завідувач кафедри маркетингу,  
**Гончаренко С.В.**,  
здобувач,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІКТ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Стрімкий технологічний прогрес інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у світі, сподівання нашої країни на інноваційний прорив на телекомунікаційному ринку, економічна та інформаційна залежність держави від розвитку галузі, – все це обумовлює актуальність та важливість дослідження проблем, які перешкоджають успішному розвитку телекомунікаційної галузі в Україні.

Проблеми розвитку телекомунікаційної галузі України слід розглядати на мікро-, мезо, макро- та мегарівнях. На мікрорівні діяльність підприємств відзначається високим ступенем взаємозалежності партнерів у процесі надання послуг у телекомунікаційній сфері; значною капіталомісткістю. Більшість підприємств телекомунікаційної галузі стикаються з проблемами зношеності обладнання, необхідності побудови розгалуженої сервісної мережі, наближеної до кінцевого споживача, формування сучасної системи маркетингу, логістики та сервісу телекомунікаційних послуг (особливо в сільській місцевості) [1, 2, 4].

На мезорівні уповільнилася позитивна динаміка галузі, яка, певною мірою, пояснювалася девальвацією гривні, що у випадку часткового експорту послуг в іноземній валюті збільшує загальну виручку в національній. Для галузі характерне збільшення частки споживачів у сегменті послуг широкосмугового доступу в Інтернет та, у той же час, спостерігається суттєве відставання у можливостях Інтернет-технологій і невідповідність низької якості послуг їх завищеній вартості. На уповільнення темпів розвитку галузі впливають такі чинники, як: недостатній рівень державної підтримки цієї сфери; дефіцит інвестицій у розвиток сучасних засобів зв'язку та інфраструктури; високі витрати на прокладання ліній телекомунікацій та встановлення нового обладнання; неоднорідність попиту, що зумовлює нерівномірність навантаження на підприємства зв'язку в різні часові періоди; зниження платоспроможності споживачів телекомунікаційних послуг; відсутність необхідного рівня сервісного обслуговування споживачів [1-6].

Макрорівень відзначається високим ступенем монополізації ринку телекомунікаційних послуг й державного регулювання ринку телекомунікацій, що потребує створення умов для конкурентних відносин; встановлення контролю за процесами злиття і поглинання компаній на ринку телекомунікаційних послуг. В Україні порівняно з іншими державами досить невисокі темпи залучення телекомунікаційних послуг у діяльність суб'єктів господарювання, недостатній рівень комп'ютерної грамотності значної частини населення, що знижує їх потребу в телекомунікаційних послугах [1, 2].

Проблеми інтеграції телекомунікаційної галузі України у світовий інформаційний та економічний простір пов'язані, перш за все, з невідповідністю основних показників розвитку галузі світовим вимогам. Проблемні аспекти стану ІКТ нашої країни за світовими стандартами (мегарівень) знайшли своє відображення у спеціалізованих рейтингах, що складаються провідними компаніями, світовими установами, журналами та суспільними організаціями. Тож аналіз динаміки і складових світових стандартів розвитку сфери телекомунікацій є актуальним для визначення основних проблемних аспектів конкурентоздатності телекомунікаційної галузі нашої держави. Дослідження Всесвітнього економічного форуму WEF підтверджують, що конкурентоспроможність національної економіки держави має високий рівень кореляції з індексом розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в країні [7, с. 57]. Розглянемо рейтинги науково-технічного розвитку країн, при розрахунку яких використовуються дані щодо ІКТ галузь або

безпосередньо пов'язані з телекомунікаційною сферою, а саме: Індекс глобальної конкурентоспроможності (GCI), Глобальний індекс інновацій (ГІІ), Індекс рівня глобалізації (ГІ), Індекс економіки знань (КЕІ), Індекс технологічної готовності (ТРІ) тощо. Визначимо місце України у цих світових рейтингах. Візьмемо загальну кількість країн за 100 % і складемо відповідну шкалу (рис. 1).

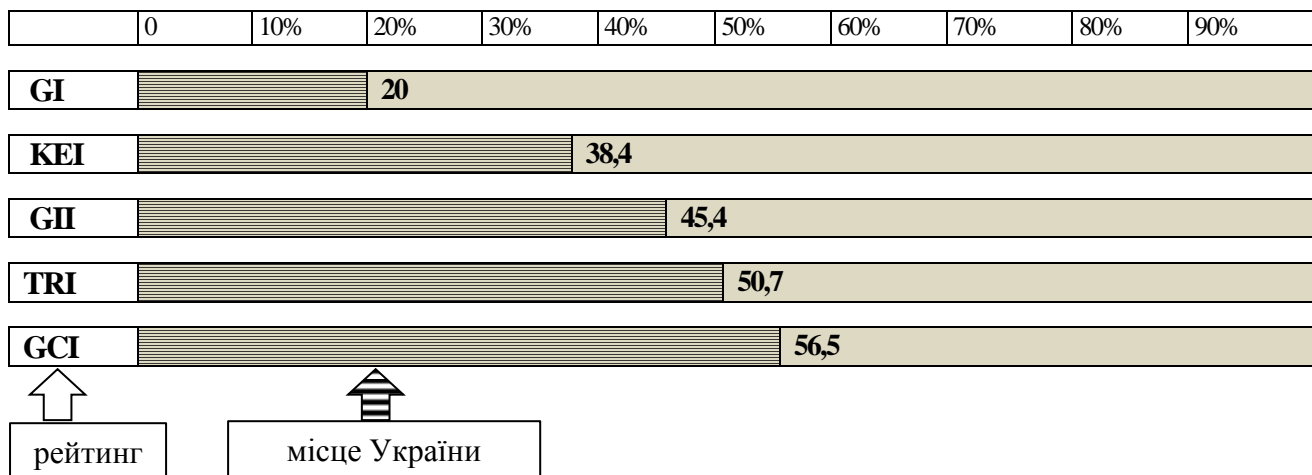


Рис. 1. Місце України у світових рейтингах, які характеризують можливості розвитку країни, у тому числі завдяки сфері телекомунікацій (у єдиному вимірі)

Як ми можемо побачити з рис. 1 майже положення України за рейтинговими оцінками суттєво різняться. Найкраща позиція (41 місце з 207 у 2015 р.) за Індексом рівня глобалізації, який базується на складному поєднанні таких факторів, як розмір ВВП, обсяг прямих іноземних інвестицій, зовнішньоторговельні операції, участь країни в миротворчих операціях, кількість користувачів мережі Інтернет, обсяг Інтернет-трафіку тощо. Позитивну роль зіграли трансформації у соціально-політичному та економічному житті країни відповідно до побажань Європейських інституцій та Світового банку. У той же час Індекс глобальної конкурентоспроможності (79 місце зі 140 у 2015 р.) підтверджує місце України як аутсайдера серед всіх країн – членів Євросоюзу і більшості країн СНД та зазначає суттєве відставання країни за напрямками: якість інститутів, інфраструктура, рівень технологічного розвитку, інноваційний потенціал.

Підбиваючи підсумки, варто зазначити, що проблеми розвитку телекомунікаційної галузі України слід розглядати комплексно на мікро-, мезо, макро- та мегарівнях. Подолання перешкод на шляху входження телекомунікаційної галузі держави пов'язане, передусім, з прийняттям відповідних урядових рішень згідно прогресивних світових стандартів, вдосконаленням нормативно-правової бази для покращення конкурентного середовища у галузі, активізацією інвестиційної політики, підтримкою міжнародних організацій (ITU, INTELSAT, EUTELSAT тощо).

#### Література:

1. Бойко Т.Л. Інтелектуальні ресурси телекомунікаційних підприємств / Т.Л. Бойко // Економіст. – 2014. – № 9. – С. 47-50.
2. Желдак І.Л. Сучасний стан телекомунікаційної галузі в Україні / І.Л. Желдак // Вісник ЧДТУ. – Чернігів: ЧДТУ, 2014. – №4. – С. 209-219.
3. Скибун О.Ж. Механізми державного управління в сфері телекомунікацій: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.наук : спец. 25.00.02 – механізми державного управління. / О.Ж. Скибун // Національна академія державного управління при Президенті України. – Київ, 2015. – 20 с.

4. Сучасні телекомунікації: мережі, технології, безпека, економіка, регулювання: [монографія] / [С. Довгий, П. Воробієнко, В. Коваль та ін.]; за ред. С. Довгого. – Видання 2-е (доп.). – К.: «Азимут-Україна». – 2013. – 608 с.

5. Тронько В.В. Регулювання ринку телекомунікаційних послуг: міжнародний досвід [Електронний ресурс] / В.В. Тронько // Ефективна економіка. – 2010. – №7. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=256>

6. Філон М.М. Концептуальні основи механізму державного регулювання конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг / М. М. Філон // Інвестиції практика та досвід. – 2014. – № 3. – С. 90-94.

7. Безугла К.О. Сучасний стан сектору інформаційних технологій в Україні // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. Зб. наукових праць. – Київ, 2014. – Вип. 19. – С. 50-70.

**Воронкова О.М.**, д.е.н., проф.,  
професор кафедри фінансових ринків,  
*Університет державної фіскальної служби України,*  
*м. Ірпінь, Україна*

## **ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

В сучасному світі податки є одним із основних інструментів державного регулювання економічного розвитку. Активність використання податкових інструментів залежить від базової економічної концепції держави. Тому з переходом до ринкових відносин в Україні постала необхідність оптимізації впливу на всі структурні елементи ринкового механізму через податкові важелі. Тут треба враховувати не тільки об'єкт, на який впливає держава, але й якісну і кількісну межу державного втручання. Формування дієвого механізму податкового регулювання економічного розвитку є важливою проблемою, але відбувається досить повільно через недостатність досліджень з даної проблематики, політичну заангажованість податкової сфери та низьку ефективність регуляторної діяльності держави.

Держава може використовувати податки, щоб досягти пропорційності в економічній структурі виробництва та обміну. За допомогою податкової системи можна регулювати розміщення продуктивних сил, надаючи податкові пільги суб'єктам господарювання, які освоюють віддалені або відсталі регіони.

Податки впливають на зміну структури попиту та споживання. Вони не лише коригують, а й вирівнюють виробничий та особистий попит і споживання. За рахунок податків держава утворює централізований фонд фінансових ресурсів, за допомогою якого може збільшувати державне замовлення.

Стимулююча складова податкового регулювання виражається в тому, що шляхом використання податкових інструментів (здебільшого податкових пільг) можна стимулювати виробництво найнеобхідніших видів продукції, а також впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, підтримувати режим енерго- і матеріалозбереження і т.п. Наданням податкових преференцій для інвестицій держава може заохочувати оновлення основного капіталу і створення нових робочих місць.

Податки є також важливими автоматичними регуляторами економічного розвитку; їх антициклічна дія полягає в тому, що в разі зменшення доходів сума зборів автоматично скорочується, якщо ціни при цьому не підвищуються. Якщо податок має прогресивний характер, тобто його ставки зростають швидше, ніж норми отриманого доходу, то скорочення податкових надходжень під час криз перевищує зменшення доходів.

Розвинені країни з високою ефективністю використовують регулюючі можливості оподаткування. Тому цікавим для української податкової практики є зарубіжний досвід податкового регулювання економічного розвитку, а зважаючи на європейський вибір

України – насамперед позитивний досвід європейських країн. Взагалі, останні зміни в механізмі оподаткування європейських країн відбувалися в руслі наступних тенденцій:

- розширення бази оподаткування;
- посилення регулюючої ролі непрямих податків;
- скорочення податкових пільг;
- встановлення більшої рівності в оподаткуванні доходів з різних джерел;
- скорочення експортно-імпортних мит.

Майже всі з вищевказаних тенденцій актуальні для України з точки зору її орієнтації на Євросоюз, і поступово втілюються у вітчизняну податкову практику. Але, щодо механізму оподаткування країн з перехідною економікою або тих, що розвиваються, то основним його недоліком є застосування вже існуючих в інших країнах податкових моделей без урахування своїх специфічних умов, до яких належать: політична нестабільність, яка зумовлює нестабільність фінансової і зокрема податкової політики; неналежний рівень економічного і соціального розвитку та незадовільна організація процесу оподаткування.

Тому, враховуючи здобутки зарубіжного досвіду та вітчизняної практики оподаткування, вдосконалення механізму податкового регулювання економічного розвитку в Україні можливе за наступних умов:

- приведення у відповідність вітчизняної нормативно-правової бази оподаткування до міжнародних стандартів, і насамперед стандартів ЄС;
- оптимізація структури податкової системи з точки зору зростання ролі прямого оподаткування як вагомого регулятора економічних процесів;
- упорядкування методики обчислення податкових платежів;
- адекватне застосування податкових пільг;
- посилення відповідальності платників за порушення податкового законодавства.

Впровадження у вітчизняну податкову практику вказаних заходів сприятиме підвищенню ефективності оподаткування в державі як з точки зору наповнення бюджету, так і з точки зору посилення регулюючої спрямованості податкового механізму.

**Гаєвський І.М.**, к.ю.н., доц.,  
докторант,  
*Національної академії внутрішніх справ,  
м. Київ, Україна*

## **ДОСТУП ДО РЕЄСТРІВ ТА БАЗ ДАНИХ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ: АНТИЛЕГАЛІЗАЦІЙНА ТА АНТИКОРУПЦІЙНА ПЛОЩИНА**

В сучасному інформаційному просторі на сторінках ЗМІ регулярно з'являються повідомлення про проблеми у доступі антикорупційних органів до інформації та баз даних інших державних органів.

Боротьба за інформаційні ресурси [1] набуває все більш напружених стадій, що на фоні соціально-економічних викликів сьогодення не може не викликати занепокоєння, хоча не можна і констатувати про певні позитивні зрушення у цьому питанні [2, 3].

Аналогічні проблеми в свій час відчував і національний підрозділ фінансової розвідки (зараз – Державна служба фінансового моніторингу України), при створенні єдиної державної інформаційної системи у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, та фінансуванню тероризму.

Однак, робота із інформаційного забезпечення Держфінмоніторингу була побудована послідовна і систематична.

У 2003-му Урядом було прийнято постанову, якою затверджено Програму створення Єдиної державної інформаційної системи у сфері запобігання та протидії легалізації

(відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, і фінансуванню тероризму, а також Положення про цю систему [4].

Пізніше зазначена постанова втратила чинність на підставі іншої постанови Кабінету Міністрів України [5] у зв'язку з прийняттям Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» (Закон) [6].

Відповідно до частини шостої статті 12 Закону державні органи (крім Національного банку України) та органи місцевого самоврядування, державні реєстратори зобов'язані надавати Державній службі фінансового моніторингу України інформацію (копії документів), відомості з баз даних, необхідні для виконання покладених на неї завдань, та/або доступ до своїх інформаційних ресурсів (баз персональних даних) для забезпечення функціонування єдиної державної інформаційної системи у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення.

Обсяг, порядок подання такої інформації та надання доступу до неї визначаються Кабінетом Міністрів України – саме постановою № 299 [5].

В свою чергу, питання доступу Національного антикорупційного бюро України до інформаційних ресурсів також регламентовано законом [7].

Відповідно до абзацу третього пункту 3 частини першої статті 17 Закону України “Про Національне антикорупційне бюро України” Національне бюро в порядку, визначеному законодавством, має прямий доступ до автоматизованих інформаційних і довідкових систем, реєстрів та банків даних, держателем (адміністратором) яких є державні органи або органи місцевого самоврядування, користується державними, у тому числі урядовими, засобами зв'язку і комунікацій, мережами спеціального зв'язку та іншими технічними засобами.

Однак, як показує практика – зазначена норма не має прямої дії, оскільки для отримання такого доступу НАБУ необхідно або укласти угоди, або підписати спільні нормативно-правові акти із відповідними державними органами.

Отже, для реалізації свого повноцінного права на прямий доступ до автоматизованих інформаційних і довідкових систем, реєстрів та банків даних НАБУ слід розробити стратегію доступу, в якій чітко визначити ресурси, в яких існує потреба, та план дій щодо її реалізації.

Однак, не треба забувати про ще один виклик – це елементарна відсутність деяких реєстрів або баз даних, які необхідно було б започаткувати.

Зокрема, мова йде про реєстр банківських рахунків фізичних осіб або ж про єдину базу даних майна осіб, зареєстрованого за кордоном.

Так, на сьогодні виявляти майно за межами України НАБУ допомагає Державна служба фінансового моніторингу, яка отримує інформацію з-за кордону у відповідь на міжнародно-правові запити [8]. Проте, зазначена робота могла б бути набагато оперативнішою за наявності відповідного реєстру.

Таким чином, другим пріоритетом має бути опрацювання та створення реєстру тих баз даних, які слід створити з метою підвищення ефективності антикорупційної та антилегалізаційної боротьби.

#### Література:

1. Ситник: Луценко закрив НАБУ доступ до ЄРДР: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2016/12/17/7130161/>
2. Фіскали дали НАБУ доступ до своїх баз даних: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://glavcom.ua/news/fiskali-dali-nabu-dostup-do-svojih-bazi-danih-388184.html>
3. НАБУ запропонувало НАЗК обмінятися доступом до баз даних: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://dt.ua/POLITICS/nabu-zaproponovalo-nazk-obminyatisya-dostupom-do-baz-danih-227108\\_.html](http://dt.ua/POLITICS/nabu-zaproponovalo-nazk-obminyatisya-dostupom-do-baz-danih-227108_.html)
4. Про Єдину державну інформаційну систему у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, і фінансуванню тероризму:

постанова Кабінету Міністрів України, 10 грудня 2003 р. № 1896 // Офіційний вісник України. – 2004. – № 51. – С. 146.

5. Деякі питання Єдиної державної інформаційної системи у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення: постанова Кабінету Міністрів України, 14 травня 2015 р. № 299 // Урядовий кур'єр. – 2015. – № 97.

6. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення: Закон України, 14 жовтня 2014 р. № 1702-VII // Голос України. – 2014. – № 216.

7. Про Національне антикорупційне бюро України: Закон України, 14 жовтня 2014 р. № 1698-VII // Голос України. – 2014. – № 206.

8. Доступ українських правоохоронців до міжнародних баз даних спростить повернення активів, набутих злочинним шляхом: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nabu.gov.ua/novyny/dostup-ukrayinskyh-pravoohoronciv-do-mizhnarodnyh-baz-danyh-sprosty-povernennya-aktyviv>

**Вертель В.В.,**

*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ХИСТ ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ НА ПРИКЛАДІ США**

Підприємницькі хист (талант) можна визначити як економічний ресурс, до складу якого слід включати підприємців, підприємницьку інфраструктуру, а також підприємницьку етику і культуру.

У свою чергу, до підприємців відносяться перш всього власники компаній, менеджери, які не є їх власниками, а також організатори бізнесу, які поєднують в одній особі власників і керуючих.

Використовують також термін «підприємницький потенціал». В загалі підприємницький потенціал можна охарактеризувати як потенційні можливості по реалізації підприємницького таланту людей.

Унікальність значення підприємництва полягає в тому, що саме завдяки йому приходять у взаємодію інші економічні ресурси – праця, капітал, земля, знання. Ініціатива, ризик і вміння підприємців, помножені на ринковий механізм, що дозволяють з максимальною ефективністю використовувати всі інші економічні ресурси, стимулювати економічне зростання. Як показує досвід багатьох країн з ринковою економікою, їх економічні досягнення, в тому числі темпи економічного зростання, інвестиції, нововведення, безпосередньо залежать від реалізації підприємницького потенціалу. Так, економічний курс, орієнтований на підтримку підприємництва, зменшення державних витрат і державного регламентування, дозволив США і ряду інших країн Заходу ефективно подолати багато труднощів 80-90-х рр.

Можна стверджувати, що підприємницькі здібності як ресурс більш ефективно реалізуються в умовах максимально ліберальної економічної системи, не обтяженої надмірною державною бюрократією, яка має також усталені підприємницькі традиції і відповідне законодавче оформлення. При цьому очевидно, що запорукою успішного використання підприємницьких здібностей є насамперед самі підприємці, їх кваліфікація і рівень освіти, здатність брати на себе відповідальність і ініціативу, вміння орієнтуватися у висококонкурентному середовищі, а також їх почуття соціальної відповідальності.



У країнах з високим підприємницьким потенціалом важливу роль зазвичай відіграє малий і середній бізнес, який є живильним середовищем підприємництва, свого роду «кузницею» підприємницьких кадрів. У США, наприклад, 40% ВВП створюється на підприємствах малого і середнього бізнесу. Держава надає підприємству широку підтримку. Керівництво країни підтримує підприємство федеральним органом - Адміністрацією малого бізнесу. При органах виконавчої влади на місцях діють 19 тис. регіональних комісій з економічного розвитку, покликаних сприяти розвитку бізнесу в конкретному регіоні, зростання виробництва перспективних товарів і послуг, які мають попит у даній місцевості. Крім того, у США в середині 90-х рр. діяло близько 600 так званих підприємницьких інкубаторів, тобто спеціалізованих державних і приватних установ, здійснюють багатопланову підтримку знову створюються компаніям. Такий бізнес-інкубатор територіально поєднує нові компанії під одним дахом і сприяє їх «вирощування» і становленню.

#### Література:

1. Глущенко Е.В. Основы предпринимательства: учеб. пособие / Е.В. Глущенко, А.И. Капчив. – М.: Вестник, 1996. – 336 с.
2. Іванюта С.М. Підприємництво і бізнес-культура: навч. посібник / С.М. Іванюта, В.Ф. Іванюта. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 288 с.
3. Менеджмент для магістрів: підручник: у 2 т. / за ред. О.Ф. Балацького, О.М. Теліженка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2011.
4. Мочерний С.В. Основы підприємницької діяльності: навч. посібник / С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І. Чоботар. – К.: ВЦ «Академія», 2005. – 280 с.
5. Шваб Л.І. Основы підприємництва: навч. посібник / Л.І. Шваб. – К.: Каравела, 2006. – 344 с.

**Гусєва О.Ю.**, д.е.н., проф.,  
завідувач кафедри  
економіки підприємств та соціальних технологій,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **МІКРО-ПЛАТФОРМА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ЛІДЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВ**

Динамічний розвиток концепту інтелектуального лідерства обумовлений зміною парадигми стійкої конкурентної переваги сучасних підприємств. Класичні концепції та моделі утримання підприємствами конкурентного лідерства (наприклад, концепція М. Портера) вже себе не виправдовують. Пошук незайнятої ринкової ніші і стикування з існуючими умовами бізнес-середовища стають неможливими, тому що більшість галузей давно є зрілими і висококонкурентними. Отже, підприємства можуть досягти конкурентної стійкості тільки за рахунок створення і розвитку унікальних, важких для копіювання конкурентами активів. Це можливо тільки на інтелектуальній основі, тобто на основі інтелектуального лідерства підприємства.

Визначення дефініції «інтелектуальне лідерство підприємства» доцільно сформулювати на основі виведення його макро- і мікро-платформ.

До ключових елементів макро-платформи пропонується віднести ключові глобальні виклики, які є імперативами сучасної бізнес-середовища. Дані виклики особливо потужно впливають на розвиток ІТ-сфери. До них відносяться поглиблення транснаціоналізації економіки, розширення конвергенції послуг і зростання вертикальної інтеграції підприємств.

Обґрунтована вище триелементна макро-платформа дає можливість визначити елементи мікро-платформи інтелектуального лідерства підприємств і дати авторське визначення цієї дефініції.

Впровадження високошвидкісних технологій (4G, до 2020 року – 5G) є ключовою, системоутворюючою ланкою управління інтелектуальним лідерством підприємств в умовах динамічного бізнес-середовища. В основі розбудови інтелектуального лідерства підприємства є створення дієвої системи управління знаннями. Розпочати формування цієї системи стає можливим за умов досягнення підприємством інституційної стабілізації та створення ефективної «бази знань» на основі провідних ІТ-технологій. В таку «базу знань» у чіткому та формалізованому вигляді буде внесено інформацію про наявні унікальні, ключові, стратегічні та функціональні компетенції підприємства. Відповідно, керівникові або лінійному працівнику буде створена можливість швидко та у зручній формі отримати професійну інформацію або нові знання, та поділитись власними знаннями щодо вирішення певних проблем (завдань). Після створення системи управління знаннями, яка почне забезпечувати швидкий та релевантний обмін знаннями та компетенціями всередині підприємства, а також надійне збереження знань, доцільним є створення системи розвитку унікальних компетенцій (другий елемент мікро-платформи інтелектуального лідерства). Наявність на підприємстві унікальних компетенцій, як правило, є результатом високого рівня його інтелектуального потенціалу. Третій елемент мікро-платформи інтелектуального лідерства передбачає створення системи розвитку динамічних здібностей підприємства. У новітньому трактуванні Д. Тіса [1] динамічні здібності включають чотири організаційних вміння: 1) рутинізовані процеси управління інноваціями та змінами; 2) бізнес-інтуїцію та бачення, необхідні для створення нових бізнес-моделей; 3) механізми прийняття вірних інвестиційних рішень, що дозволяють визначити нові ринки і технології; обмежити невизначеність; обмірковано робити ризиковані інвестиції в нові технології; забезпечувати ефективне поєднання спеціалізованих активів; 4) компетенції оркестрування та управління трансакціями (наприклад, прийняття рішення про аутсорсинг і з ким ці відносини вибудовуються тощо).

Отже, інтелектуальне лідерство підприємства – це здатність ефективного і результативного управління знаннями, що дозволяє формувати і захищати унікальні і стратегічні компетенції підприємства з використанням інструментарію високошвидкісних інформаційних технологій.

В основі розбудови інтелектуального лідерства підприємства є створення дієвої системи управління знаннями. Розпочати формування цієї системи стає можливим за умов досягнення підприємством інституційної стабілізації та створення ефективної «бази знань» на основі провідних ІТ-технологій.

#### **Література:**

1. Teece D. J. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance / D. J. Teece // *Strategic Management Journal*. – 2007. – № 28. – P. 1319-1350.

**Дименко Р.А.,** к.е.н.,  
доцент кафедри  
підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В даний час ситуація в українській економіці характеризується перенесенням центру ваги з вирішення завдань макроекономічної стабілізації на прискорення реформ на мікроекономічному рівні. Вочевидь, що в центр такого роду роботи сьогодні висувуються такі питання як вирішення проблеми неплатежів, скорочення масштабів бартерних операцій, активізація реструктуризації заборгованості підприємств. Але всі ці «ремонтні» заходи не дадуть суттєвого поліпшення ситуації, якщо нічого не буде зроблено для вирішення самої кардинальної проблеми української економіки – відновлення конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Звичайно, головну роль у вирішенні цього завдання покликані зіграти власники і менеджери підприємств. Однак специфіка нинішньої України полягає в тому, що практично жодна велика проблема формування нової ринкової економічної системи не може бути вирішена без тієї чи іншої допомоги з боку держави. А державі належить зіграти чималу роль у сприянні підприємствам.

У більшості відомих випадків успішного прориву українських підприємств на світові ринки основою успіху була дешевизна продукції при задовільному, але ніяк не найвищому за світовими мірками рівні якості та технічної новизни продукції. Саме дешевизна українських товарів допомагає долати бар'єри на шляху на світові ринки. І саме цього козиря конкурентоспроможності намагаються зараз позбавити наші підприємства зарубіжні країни.

Вже сьогодні ми маємо підстави вважати, що конкурентні стратегії українських підприємств, засновані на знижених витратах, можуть приносити успіх навіть на світових ринках. Однак подальше вдосконалення підприємств не може відбуватися без певної підтримки з боку держави. Ступінь зносу фондів української промисловості значно перевищує 50%, і без підтримки вона не зможе розвиватися, навіть більше, починає деградувати. Такий прогноз добре підтверджується досвідом, наприклад, реформування підприємств Східної Німеччини.

Це не потрібно розуміти як заклик до державної підтримки всіх без винятку підприємств. Така політика не просто неможлива, вона навіть небезпечна для країни.

Для успішної конкуренції з транснаціональними корпораціями українським компаніям необхідно використовувати передовий досвід управління, заснований на синтезі теоретичних розробок в області стратегічного менеджменту. Бізнес не повинен чекати, коли йому запропонують готові варіанти ефективної стратегії – необхідно самостійно інтегрувати багатий світовий досвід і адаптувати його під конкретну проблему. Важливо розуміти, що від успіху вітчизняних компаній на світовій арені залежить не тільки добробут конкретних власників і менеджерів, а й процвітання України.

Рівень економічного розвитку будь-якої країни і спроможність її ринкових відносин визначаються не тільки даними про зміну агрегованих показників економіки і рейтингами фінансових агентств, але і діяльністю компаній, які представлені на глобальному ринку. Саме від їх успіхів, надійності в роботі з партнерами та клієнтами залежить ставлення міжнародної ділової спільноти до держави. Можна сказати, що конкурентоспроможність країни складається з конкурентоспроможності її компаній на світовому ринку.

Інтервенція глобальної конкуренції поки торкнулася тільки найбільш перспективних і розвинених сегментів ринку, однак, з часом «дихання» світового бізнесу буде відчувати за своєю спиною практично кожна вітчизняна компанія.

Прихід глобальної конкуренції оголює значний зріз проблем українського бізнесу, якому просто нема чого протиставити іноземним компаніям, безперешкодно завойовує найбільш перспективні сектори економіки. На відміну від українського бізнесу транснаціональні компанії мають в своєму арсеналі значні стратегічні ресурси, які дозволяють їм ефективно конкурувати на новому ринку – сучасні методи управління, міжнародний досвід, технології, продукти, ноу-хау та продумана інвестиційна політика.

Однак причинами втрати українськими компаніями власного ринку не можна вважати тільки недостатній обсяг інвестицій, відсутність передових технологій або багатого міжнародного досвіду роботи – проблеми мають системний характер і зачіпають практично всі сфери діяльності. У даній ситуації необхідно говорити про стратегічні розриви між вітчизняним та міжнародним бізнесом в таких основоположних питаннях, як формування довгострокової конкурентної стратегії, ефективне використання внутрішніх ресурсів і компетенцій компанії, взаємодія з зовнішнім оточенням.

Для успішної конкуренції з міжнародними корпораціями вітчизняному бізнесу необхідно використовувати найбільш ефективні методи стратегічного управління, які застосовуються у всьому світі вже багато років. Складність у визначенні конкретних інструментів полягає в їх численності і суперечливості. Більшість підходів до стратегічного управління вибудовується навколо двох альтернативних способів придбання конкурентної переваги – через заняття найбільш вигідного положення по відношенню до зовнішнього оточення або через формування унікального поєднання внутрішніх ресурсів компанії. Суперечка між теоретиками не відповідає на найголовніше питання – а що ж в результаті робити бізнесу? Як діяти в ситуації, коли плюралізм думок не можна досягти не тільки в найближчому майбутньому, але і ніколи за визначенням? Очевидним виходом з такого становища є синтез різних концепцій в єдиний несуперечливий і практичний алгоритм, який здійснюється кожною компанією самостійно. Саме здатність «іноземців» узагальнювати і інтегрувати теорії дає їм конкурентні переваги в боротьбі за лідерство.

Українським компаніям необхідно комплексне розуміння конкурентної стратегії як двостороннього руху до єдиної мети – побудова унікальних взаємин із зовнішнім оточенням і розвиток внутрішнього потенціалу компанії.

Але це лише початкова задача. Вітчизняний бізнес повинен перейти в «контрнаступ», тому що великий успіх можливий тільки при конкуренції на глобальному ринку. Українські компанії мають виходити на міжнародний ринок, і конкурувати з транснаціональними корпораціями за споживача і інвестиції в усіх країнах.

І коли весь український бізнес – тисячі середніх і великих компаній, усвідомлюють необхідність конкурувати глобально, скорегують свою стратегію і на весь зріст постануть перед світовим бізнес-співтовариством, тільки тоді Україна придбає стабільне економічне становище і високий рівень добробуту громадян.

*Дмитренко Г.А., д.е.н., проф.,  
ДВНЗ «Університет менеджменту освіти»  
НАПН України,  
м. Київ, Україна*

## **СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ**

Слабкість національної економіки (сьогодні ВВП на душу населення складає 20% від середньоевропейського рівня і втричі нижче, ніж у Польщі та Румунії) спостерігається ще з перших років її незалежності. Але головне полягає у тому, що немає бачення перспектив покращення ситуації навіть в умовах Європейського вибору (при цьому певний дефіцит

паливно-енергетичних ресурсів не є вирішальним фактором неефективності економіки – згадаємо Японію та інші країни без нафто-газових родовищ).

Глибинну причину слабкості національної економіки ще не знайдено, а тому шукаємо шляхи підвищення її ефективності зовсім не там, де вони є реально. Спробуємо обґрунтувати це твердження з позицій класичної політекономії і сучасної теорії менеджменту.

Саме класики політичної економії першими звернули увагу на те, що в основі багатства країн знаходяться труд/праця і природні ресурси [1, 2]. Усі економічно розвинуті країни, які не можна віднести до тих, хто удосталь має власних ресурсів, довели, що організований, ефективний труд усіх учасників управлінських і економічних процесів є ключовим фактором їхньої успішності. Це ж саме доводить досвід соціалістичної економіки у багатій природними ресурсами країні, але вже у негативному сенсі.

Треба раз і назавжди усвідомити, що економіку «роблять» люди. Щоб в цьому переконатися, достатньо поглянути на себе, навкруги, виглянути у вікно, вийти в ліс чи на берег річки та спитати себе: «Що я бачу?». А побачите ви тільки продукти природи та продукти діяльності людини, які виготовлені часто з природнього матеріалу за допомогою певної технології (яку інші люди задумали, розробили, виготовили).

Тієї ж думки дотримувався класик світового сучасного етапу менеджменту Пітер Друкер, який стверджував, що «економічні результати не є продуктом якихось економічних сил. Вони досягаються людиною»[3].

Треба мати на увазі, що безпосередньо у виготовленні і розповсюдженні благ задіяні фінанси, матеріально-технічні ресурси і люди. У той же час фінанси концентруються та ними розпоряджаються люди, так як і матеріально-технічними ресурсами. Але як вони це роблять, залежить від їхніх здібностей, компетентності, порядності і патріотичності.

При цьому професійній компетентності, а саме управлінській, треба приділяти особливу увагу, бо від неї залежать практичні результати діяльності людей. Не має сенсу доводити, що в першу чергу це стосується управлінської еліти, на яку лягає основний «тягар» ефективної організації взаємодії людських, фінансових і матеріально-технічних ресурсів при виготовленні благ в інтересах всього суспільства та кожного окремого громадянина.

На жаль, з цим «тягарем» вітчизняна управлінська еліта не впоралася впродовж усіх років незалежності. Підтверджується це не тільки чисто економічними показниками, а також великим відчуженням інтересів управлінської еліти від інтересів абсолютної більшості громадян країни (електронні декларації в 2016 році це лише підтвердили).

Виникає питання: чому так сталося? Невже ця управлінська еліта складається тільки з непорядних і непатріотичних осіб, для яких особисті інтереси вище за державні?

Справа у тому, що головна причина такого стану знаходиться в тій культурі управління, яка господарювала при «радянському соціалізмі» і досі господарює в незалежній Україні.

Сутність такої культури управління полягає в тому, що вона базується на безальтернативному адмініструванні в умовах розмитих цілей і невизначеності кінцевих суспільно-корисних результатів діяльності. При цьому практично повністю ігнорується системний підхід до управління, коли дії окремих учасників будь-якого процесу повинні підкорятися певним напрямкам досягнення цілей при органічній взаємодії між собою.

Відсутність чітко визначених кінцевих результатів діяльності державних органів обумовлює соціальну безвідповідальність управлінської еліти, що має великі негативні наслідки. До таких наслідків відноситься, зокрема, відчуження влади від інтересів більшості громадян. Але якщо б державні органи на місцевому, обласному і центральному рівнях відповідали за якість життя населення сіл, селищ, міст (відповідно районів, областей, країни в цілому), такого відчуження не могло бути априорі.

Відсутність відповідальності за суспільно-корисні кінцеві результати діяльності (КРД) державних органів та інших організацій стає підґрунтям професійної некомпетентності представників управлінської еліти. В умовах такої безвідповідальності управлінські рішення

відносно фінансових чи матеріально-технічних ресурсів не завжди можуть бути орієнтовані на інтереси держави, включаючи підвищення якості життя громадян.

Саме невизначеність КРД державних органів має інші негативні наслідки щодо суттєвого недовикористання трудового потенціалу персоналу не тільки цих органів, а також всіх інших організацій. Господарювання культури адміністративного тиску (КАТ) на працівників з приводу виконання різних доручень, часто не пов'язаних з КРД, спричиняє марні витрати робочого часу і енергії. Це ніяким чином не сприяє ефективному використанню їх потенціалу в інтересах як держави, так і особистої самореалізації в трудовій сфері життєдіяльності. Більш того, це стає фактом ігнорування загальносуспільного фундаментального закону економії часу і енергії, що обумовлює низьку продуктивність праці і постійне відставання за цим показником від економічно розвинутих країн.

В умовах діючої культури адміністративного тиску працівник не бачить корисність результатів своєї праці, а тому не може бути їх «господарем» з відповідною винагородою. Вперше всю глибину безперспективності такої культури і загибель «радянського соціалізму» побачив надзвичайний капіталіст світу, який попередив пролетарську революцію у США і потужно вплинув на вихід Америки з Великої депресії. Мова йде про Генрі Форда. Він стверджував: «Природа наклала вето на всю Советскую республику. Она отказывала людям в праве наслаждаться плодами своего труда... Русские и так достаточно работают, но их работа ничего не стоит. Это не свободный труд» [4, с. 7] (мовою джерела).

**Отже, висновок напрошується тільки один. Вся система державного управління повинна здійснити перехід від господарюючої сьогодні культури ручного управління (за аббревіатурою КАТ) до культури цільового управління (КЦУ) за кінцевими результатами діяльності державних органів.**

Підґрунття такої культури заклав ще Арістотель: «Благо при всех обстоятельствах зависит от соблюдения двух условий: одно из них – правильное установление задачи и конечной цели всякого рода деятельности, второе – отыскание всякого рода средств, ведущих к конечной цели» [5, с. 612] (мовою джерела).

Система державного управління повинна стати лідером дійсної модернізації України. Тому формування культури цільового управління в діяльності органів влади за КРД треба починати насамперед з модернізації цієї системи шляхом виміру якості життя громадян сіл, селищ, міст. Цей показник буде характеризувати, з одного боку, кінцеві результати діяльності влади на місцевому, регіональному, обласному і центральному рівнях. З другого боку, такий КРД вперше почне оцінюватися громадянами цих територіальних утворень. Тобто нарешті буде реалізована соціальна відповідальність влади перед своїми громадянами, якщо проводити таке оцінювання щорічно. Немає сумніву, що в такому випадку національна економіка одержить потужний імпульс для зростання.

#### **Література:**

1. Петти У. Экономические и статистические работы / Пер. и ред. М.Н. Смит. – М.: СоцекГИЗ, 1940. – С. 70-71.
2. Смит Адам. Исследования о природе и причинах богатства народов. – М.: СоцекГИЗ, 1935. – Т. II.
3. Друкер Питер Ф. Управление, нацеленное на результаты / Пер. с англ. – М.: Техн. шк. бизнеса, 1994. – 200 с.
4. Форд Генри. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд: пер. с англ. Е.А. Бакушева. – 5-е изд. – Минск: «Попурри», 2014. – 352 с.
5. Аристотель. Политика. Сочинения. – Т.4. – М.: Мысль, 1983. – 623 с.

**Легомінова С.В.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри  
економіки підприємств та соціальних технологій,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **АДВОКАТУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ ЯК ПРЕЗУМПЦІЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Розвитку концептуальних положень регулювання конкурентного середовища присвячені роботи Дж. Бейн, Т. Ди Лоренцо, Р. Демтофт, Дж. Стиглер, Дж. Стиглиц, Ж. Тироль, розробці сучасних проблем конкуренції, адвокатування конкуренції знайшли своє відображення в роботах С. Авдашевої, В. Базилевича, А. Вознюка, А. Ігнатюка, В. Мау, Н. Розанової, А. Шаститко, А. Юданова.

Адвокатування конкуренції (АК) – набір видів діяльності антимонопольних органів, спрямованих на зміцнення конкурентного середовища для економічної діяльності за допомогою використання механізмів, які не є елементами системи примусу до дотримання встановлених правил і орієнтовані, головним чином, у впливі на інші державні організації та підвищення ступеня розуміння широкими колами громадськості вигод конкуренції [1].

Це визначення збігається з визначенням International Competition Network (Міжнародна конкурентна мережа, МКС).

Моріс Стак, ґрунтується на розумінні адвокатування конкуренції як інституту конкурентної політики, що допомагає поліпшити конкурентне середовище в умовах недосконалості інформації, обмеженої раціональності. Стак відносить до адвокатування конкуренції як політики, що має на меті поліпшення конкуренції, такі аспекти:

- верховенство закону;
- конкурентний ринок ідей;
- етичні, соціальні і моральні норми;
- адаптивна політична система;
- надання зрозумілих і докладних даних щодо конкурентного інфорсменту [2].

Адвокатування конкуренції означає організацію комунікації між конкурентним відомством і суспільством з метою дотримання принципів конкуренції і є доповненням до правозастосування.

Сучасний час вимагає встановлення продуктивних зв'язків з громадськістю, включаючи політичне лобювання вільної конкуренції, підштовхує антимонопольні органи інтегруватися в політичні та адміністративні процеси прийняття рішень. Виявлення основних груп інтересів – це базовий етап адвокатування конкуренції, від успішності реалізації якого залежить вибір стратегії і методів АК. Не варто забувати про тісний взаємозв'язок всіх складових конкурентної політики і особливої ролі споживача як одержувача кінцевої вигоди від розвиненого конкурентного середовища.

Адвокатування конкуренції може існувати в різних формах і бути реалізовано різними організаціями, проте орієнтація на добробут споживача є ключовим елементом даного процесу.

Антимонопольний орган повинен чітко обирати спосіб реалізації адвокатування конкуренції для досягнення головної мети – ефективної діяльності підприємств, як основних акторів економічного середовища, а для цього є важливим:

1. Регулюючі державні органи (Антимонопольний комітет, органи суду, міжнародні організацій, політичні партії, громадські організації повинні бути інформовані про те, що ефективна конкуренція сприяє зростанню добробуту споживачів, зниженню інфляції і підвищує конкурентоспроможність виробників, тим самим сприяючи економічному зростанню країни. Дані дії в підсумку призведуть до запобігання розробки та

прийняття законодавчих актів і політик, які могли б надмірно обмежувати ініціативу в економічній діяльності і протидіяти принципу конкуренції.

2. Виробники повинні знати про переваги ведення чесного бізнесу, ролі конкуренції в інноваційному розвитку, підвищенні ефективності виробничих процесів і зростання конкурентоспроможності, що в істотній мірі буде сприяти скороченню випадків змови і інших форм антиконкурентної поведінки.

3. У споживачів має бути спільне розуміння того, що конкуренція приносить користь, а дотримання правил конкуренції веде до розширення асортименту товарів і послуг більш високої якості за нижчими цінами. Саме ця обставина призводить до можливості «зворотного зв'язку» – якщо у споживачів виникає почуття поліпшення ситуації, то заходи, які привели до таких результатів, охочіше отримують високу оцінку з боку відомств і бізнес-спільноти.

Розвиток феномену конкуренції повинен відбуватися за умови змін характеру взаємодії основних акторів конкуренції, а саме регулюючих органів, виробників та споживачів, між собою в напрямленні від автономії та локалізації конкурентних ринків до більшої кооперації та глобалізації, що укріплює тренд формування соконкуренції, яка має формувати єдину організаційну структуру.

В свою чергу, глобалізація передбачає та відкриває можливості до нових, інноваційних форм взаємодії між підприємствами та споживачами. Держава лояльно відноситься до формування та розвитку нових організаційних форм (кластерів промислових та інноваційних, транснаціональних корпорацій, сіткових структур).

Таким чином, адвокатування конкуренції виконує функцію дотримання принципу презумпції ефективності підприємств в розрізі забезпечення розвитку конкурентного середовища:

- відкриті ринки, які мають на увазі відсутність адміністративних бар'єрів, в тому числі бар'єрів входу на ринок;
- конкуренція на світових ринках;
- приватна власність;
- збалансована грошово-кредитна політика;
- свобода укладення договорів;
- наявність працюючих інститутів захисту прав споживачів, бізнесу, інвесторів;
- відповідальність бізнесу за реалізовані товари і послуги і держави за проведену економічну політику і багато інших [1; с.14-15].

Треба відзначити, що презумпції ефективної діяльності підприємств будуть слугувати такі детермінанти та фактори, які будуть формуватись адвокатуванням конкуренції, які, в свою чергу, можна розподілити на прискорюючі: інвестиції, розвиток інфраструктури, інститути, які працюють на захист конкуренції та дають змогу відновити механізми ринкової економіки та виправити економічні деформації, інновації в різних галузях, які позитивно впливають на удосконалення функціонування акторів ринку, мотивує їх діяти відповідно до потреб ринку та сприяє ефективному розподілу ресурсів, формує механізм зниження цін, що формує платформу для інтенсивного розвитку конкуренції в різних галузях економіки та забезпечує лібералізацію економічних процесів. Але існують фактори затримуючі: корупція; кризові явища в економіці; перешкоди і торгові обмеження з зарубіжними країнами та інше. Успіх у створенні конкурентної культури має очевидні переваги для інфорсменту: організації будуть більш охоче добровільно дотримуватися конкурентне законодавство; бізнес і громадськість будуть охоче співробітничати з правоохоронними органами шляхом надання фактичних даних і інформації; політики будуть з великим ентузіазмом підтримувати діяльність конкурентного відомства з питань конкуренції, зокрема, шляхом надання додаткових ресурсів для цього.



### Література:

1. Шаститко А., Авдашева С. Адвокатирование конкуренции как часть конкурентной политики / Авдашева С, Шаститко А. // Вопросы экономики. – 2005. – № 12. – С. 109-121.
2. Stucke, Maurice E., Better Competition Advocacy (July 25, 2008). // St. John's Law Review, Vol. 82, No. 3, 2008. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1175963>
3. Заикин Н.Н. Особенности развития конкурентной среды России в условиях глобальной нестабильности: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.01 – „Экономическая теория” / Н.Н. Заикин. – Томск, 2015. – 22с.
4. Клименко В., Лозова Г. Світовий досвід адвокатування конкуренції: уроки для України / В. Клименко, Г. Лозова // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2013. – Вип. 49. – С. 209-217

**Лобань О.О.,**

здобувач,  
старший викладач кафедри підприємництва,  
торгівлі та біржової діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

На сучасному етапі розвитку економіки України характерним є зміна пріоритетів національного прогресу. Так, в умовах глобалізації суспільних та соціально-економічних процесів світове співтовариство визначає основним фактором суспільного прогресу саме людину, її розвиток та якісні внески в людський потенціал, відносно яких культура виробництва, продуктивність праці та інші пріоритети вважаються вторинними. Досягнення розвитку економіки шляхом широкомасштабного введення у господарський обіг продуктів інтелектуальної праці таких, як знання, технології, науково-технічні розробки, тощо для їх комерціалізації та досягнення соціально-економічного ефекту, на сьогоднішній день є загальноприйнятою моделлю інноваційного розвитку економіки Євросоюзу.

Обраний Україною шлях інтеграції до Євросоюзу вимагає зближення та інтеграцію національної економічної системи до систем країн ЄС. Це вимагає від України переорієнтування власної моделі розвитку, на ту яка прийнята ЄС, а саме, моделі інноваційного розвитку.

Чинна нормативно-правова база налічує близько 200 документів у сфері науково-технічної та інноваційної діяльності.

Зокрема, сучасне національне інноваційне законодавство включає норми Конституції України, Цивільного кодексу, Господарського кодексу, Закону України "Про інноваційну діяльність", Закону України "Про пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні", Закону України "Про інвестиційну діяльність", Закону України "Про наукову і науково-технічну діяльність", Закону України "Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків" та інших нормативно-правових актів, які визначають правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлюють форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямовані на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом.

Держава, як один із основних суб'єктів інноваційної діяльності, забезпечує впровадження інноваційних процесів у національну економіку та встановлення досконалого правового регулювання відносин у цій сфері.

Стаття 6 Закону України "Про інвестиційну діяльність" передбачає, що державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом:

визначення і підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального і місцевого рівнів;

формування і реалізації державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм;

створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності;

захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності;

фінансової підтримки виконання інноваційних проектів;

стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;

встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;

підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури.

Ключовим питанням державної інноваційної політики є формування пріоритетів та забезпечення їх реалізації як головних та найважливіших напрямів організації своєї діяльності.

Державні пріоритети інноваційної діяльності викладені в Законі України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні", як правові, економічні й організаційні засади формування та реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності в країні.

Пріоритетними напрямками інноваційної діяльності в Україні – є науково, економічно і соціально обґрунтовані та законодавчо визначені напрями інноваційної діяльності, спрямовані на забезпечення потреб суспільства у високотехнологічній конкурентоспроможній, екологічно чистій продукції, високоякісних послугах та збільшення експортного потенціалу держави.

Норми права що регулюють сферу інноваційної діяльності, містяться в багатьох актах різних галузей законодавства України, і це свідчить про те, що інновації є складовими інвестиційного процесу. Вони утворюють законодавчу базу для здійснення і розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності в Україні, яка має ознаки постійного вдосконалення. Але для переорієнтування економічної моделі України на якісно новий інноваційний напрямок розвитку необхідне якісне опрацювання нормативно-правове забезпечення з точки зору наближення та інтеграції норм ЄС до національної правової системи.

#### **Література:**

1. Бойчук Р.П. Окремі проблеми становлення інвестиційного права України // Право та інноваційне суспільство. – 2016. – № 1 (6). – С. 9-13.
2. Мисько Н.С. Правове регулювання інвестиційної діяльності в Україні / Н.С. Мисько // Управління розвитком. – 2014. – № 6. – С. 62-65. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2014\\_6\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_6_27).
3. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 №1560-ХІІ // Відом. Верхов. Ради України. – 1991. – № 47. – Ст. 646.

**Малкова Т.М.**, д. психол. н., проф.,  
професор кафедри  
економіки підприємств та соціальних технологій,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ВИХОВАННЯ ТВОРЧОЇ ОСОБИСТОСТІ У ВИЩІЙ ШКОЛІ**

На думку відомого футуролога Е. Тофлера, героєм нашого часу стає новатор – людина, здатна до творчості у різних сферах життєдіяльності. Новатор – це людина, яка перетворює навколишній світ у пошуках нових сенсів, правил, норм і яка таким чином виступає рушієм науково-технічного прогресу. Іншими словами, творча особистість виявляє надситуативну активність, тобто виходить за межі традиційно необхідного, звичного, унормованого. Звичайно, це не виключає оволодіння певними видами та засобами діяльності, усіма надбаннями культури та пізнання. Але творча людина забезпечує «приріст» набутих в процесі навчання знань, вмій та навичок так, що «на виході» ці знання більші, ніж «на вході». Творча особистість зазвичай досягає більш значних результатів, ніж були заплановані її вчителями. Цей особистісний «додаток» – суттєва ознака творчої особистості.

Складність виховання креативної особистості полягає в тому, що в жодній науці немає ніяких алгоритмів її формування: мова може йти лише про створення умов, що сприяють її становленню. Є певне протиріччя між усталеними вимогами, що їх висуває суспільство до кожної людини і креативністю як глибоко особистісною здатністю індивіда. У кожний конкретно-історичний період розвитку суспільства саме держава через державні стандарти освіти і виховання визначає, якими мають бути випускники тих чи інших навчальних закладів. У існуючих моделях випускника представлені переважно інструментальні характеристики людини і вкрай мало – особистісні. Оскільки будь-яка освіта передбачає вибіркове «розпакування» ресурсів людини і їх трансформацію у необхідний вихователю або вчителю бік, можна стверджувати, що не деформувати учня в процесі соціалізації неможливо. Зворотній бік соціалізації – накладання певних обмежень на розвиток та особистісне зростання людини. Вихователю неминуче стикається з проблемою знаходження балансу між вимогами замовника і інтенціями учня. Педагогічні технології завжди містять у собі певні елементи насильства, примусу, маніпулювання. Кожний, хоч трохи знайомий із психолого-педагогічною літературою, пригадає штампи на кшталт «формування пізнавального інтересу», виховання «свідомого ставлення до навчання», «вдосконалення морально-вольових якостей» та інші, що містять претензію на вирішення, якою має бути людини, яку збираються «формувати», «виховувати» або «вдосконалювати». Формуючий вплив, як стверджує Є.Л. Доценко, має шанс бути мінімально маніпулятивним, якщо він відповідає особистості в цілому, а не окремій її частині. Хто ж може з упевненістю вирішувати, що його вплив є екологічним відносно даної цілісної індивідуальності? Звісно, сам вихованець. Насильницьке нормування можливо послабити шляхом виховання у людини здатності ставати у рефлексивну позицію відносно норм, які її пропонують засвоїти. В такому разі виховуваний може свідомо поставитись до цих норм і самостійно вирішити, прийняти їх чи ні. Виховання у такому його розумінні означає, що людині пропонують стати у рефлексивну та діалогічну позицію по відношенню до самої себе. Вихованцю надається можливість критично поставитися до запропонованих йому норм і якщо він їх обирає, то вони стають його цінностями. Стандартизація таким чином може бути суттєво пом'якшена [1 с. 259-263]. Але не кожний навчальний заклад надає своїм вихованцям можливість такого вибору. Так, С.Г. Кара-Мурза розрізняє «школи» двох типів: школу «університетської культури», сутність якої полягає в наданні людині цілісної системи знань і вихованні незалежності і самостійності думки, і школу «мозаїчної культури», мета якої – надати своїм учням таку інформацію та сформувати такі навички, які є необхідними для рішення

часткових практичних задач. Сутність школи першого типу полягає у виробленні в учня на основі цілісної системи знань вміння, яке є одним із найбільш могутніх знарядь західноєвропейського мислення, – вміння ставити та формулювати проблеми. Знання подаються у відповідності з принципами та категоріями, прийнятими у тій або іншій науці. Такі фундаментальні «абстрактні» знання дозволяють людині орієнтуватися у будь-яких конкретних ситуаціях – життєвих та професійних. Школа університетського типу орієнтована на фундаментальні дисципліни, гуманітарне знання та мови – це освіта для еліти суспільства. Школа «мозаїчної культури» ніяких системних та фундаментальних знань не надає, що ставить, до речі, під сумнів можливість реалізації ідеї «неперервності освіти». Випускник цієї школи – людина, що володіє відомостями, потрібними для виконання конкретних контрольованих операцій, так званий «спеціаліст». Таку людину не можна назвати освіченою, оскільки вона – повний невіглас в усьому, що не стосується її спеціальності; водночас вона і не неук, оскільки знається на тому, що стосується крихітної частини Всесвіту. Цю людину можна назвати «вченим невігласом», адже у всіх питаннях, з якими вона не знайома, вона поведе себе не як неук, а неначе знавець або фахівець [2, с. 317-328].

Отже, серед основних умов виховання креативної особистості у вищій школі можна зазначити насамперед необхідність надання студенту можливості оволодіння цілісною системою фундаментальних знань, можливості свідомого вибору цінностей та смислів завдяки ознайомленню з різноманітним підходами, поглядами та методами, стимулювання самостійності мислення.

#### **Література:**

1. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – СПб.: Речь, 2004. – 304 с.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Учебное пособие / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2004. – 528 с.
3. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI века: пер. с англ. / Элвин Тоффлер. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2009. – 669 с.

**Павлов Д.М.**, к. юрид. н., доц.,  
доцент кафедри  
соціально-гуманітарних і правових дисциплін,  
*Інституту інтелектуальної власності НУ*  
*«Одеська юридична академія»,*  
*м. Київ, Україна*

#### **ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ВАРТОСТІ ЖИТТЯ: ФІНАНСОВО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ**

Уперше вартісні оцінки людського життя були розроблені у Великобританії і США у 50/60-ті роки ХХ століття. Свідомість людей, право, економічна, соціальна та культурна складові життя досягли такого рівня розвитку, що роботодавці і перевізники зобов'язувалися судами здійснювати компенсаційні виплати за загибель людини, що сталася з їх вини внаслідок нещасного випадку або транспортної катастрофи, компенсаційну суму, що значно перевищувала дисконтовану зарплату, яку людина могла заробити за все своє життя [1].

Наразі в Україні законодавчо закріплено низку дещо суперечливих норм, які надають лише часткове уявлення про оцінку економічної вартості життя громадян. Такі норми визначаються законами України «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів», «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві чи професійного

захворювання, що призвели до втрати працездатності», Повітряним кодексом України, постановами Кабінету Міністрів України, які регулюють порядок та умови проведення обов'язкових видів страхування тощо.

Встановлення економічного еквіваленту життя сприяє визначенню розміру компенсаційних виплат при травматизмі й загибелі працівників на виробництві, при виникненні різного виду аварій і катастроф, терористичних актах, враховується при розробленні законодавства, пов'язаного з питаннями життя і здоров'я громадян, охорони праці, соціального захисту працівників різних видів небезпечних професій (лікарів, суддів, військових, співробітників правоохоронних організацій, рятувальників) та ін. Крім того, оцінка вартості життя є в багатьох випадках визначальною при обґрунтуванні та проведенні заходів щодо захисту населення від аварій і катастроф техногенного та природного характеру, від можливих терористичних актів; при плануванні роботи правоохоронної системи, судів, охорони здоров'я, страхових компаній та ін.; при плануванні роботи різних аварійних служб (швидкої медичної допомоги, пожежної охорони, формувань рятувальників та ін.); визначенні сум страхових внесків і виплат при страхуванні життя та здоров'я; оцінці обсягів фінансування та проведення заходів з охорони праці в будь-якій галузі господарства і на будь-якому підприємстві; при аналізі питань безпеки, що включає в себе розрахунок ризику, для об'єктів енергетики, промислових і хімічних підприємств, транспорту та ін.; при обґрунтуванні норм аварійного запасу устаткування і його складу для будь-якої галузі господарства. Економічна вартість життя є важливим показником, який враховується у процесі формування державного та місцевих бюджетів [2].

Визначення вартості життя – це складне міждисциплінарне завдання, вирішення якого необхідно як для окремої людини, так і для суспільства й держави загалом. Раніше ця проблема вирішувалася стосовно окремої особистості, галузі або підприємства. Загальносвітові тенденції збільшення кількості фактів виявів тероризму, що намітилася в останні роки, тенденція акценту на соціальному чиннику, особливості розвитку техніки і виробництва – усі ці фактори вимагають більш обґрунтованої оцінки вартості життя людини. Такі оцінки, наведені в різних роботах, є дуже суперечливими. Тому виникла необхідність здійснення аналізу законодавчої бази, узагальнення і систематизації наявних даних про вартість життя [2].

Водночас слід враховувати міжнародний досвід, який свідчить про існування закономірності: якщо збільшується сума відшкодування, пов'язаного із загибеллю людини, ринок відповідає на це вкладенням додаткових коштів у системи безпеки та модернізацію.

Тому застосування значних компенсацій за таку шкоду з часом здатне повністю змінити ставлення до захисту життя і здоров'я громадян. Внаслідок виплати відшкодувань винні компанії та організації будуть нести суттєві фінансові збитки, що в деяких випадках може спричинити банкрутство, а тому превентивні витрати на підвищення безпеки стануть виправданими і необхідними, що створить серйозні стимули для модернізації української економіки.

Компенсаційні виплати сім'ї та родичам загиблих здійснюють страхові компанії, держава і/або роботодавець. При цьому важливою є наявність еталону, до якого звертатимуться для обчислення суми компенсації.

Ураховуючи множинність чинників, що впливають на оцінку вартості життя, держава повинна встановити критерії оцінки і визначити мінімальний розмір гарантій відшкодування збитків життю і здоров'ю громадян. На наш погляд, справедливою є оцінка, яка не залежить від того, за яких обставин людина втратила життя (у транспорті, побуті, на виробництві, унаслідок НС тощо) [3]. Розмір оцінки втрат від загибелі людини має бути встановлений на рівні еквіваленту 1 млн. євро та поступово переглядатися у бік збільшення. Таким чином стимулюватиметься залучення коштів до сектору безпеки, зокрема на здійснення широкого комплексу превентивних заходів.

### Література:

1. Melinek S.I. A method of evaluating human life for economic purposes // Fire Research Note. – 1974. – № 1009. – P. 29-30.
2. Трунов И.Л. Экономический эквивалент жизни человека / И.Л. Трунов, Л.К. Трунова, А.А. Востросаблин // Вестник РАЕН. – 2004. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trunov.com/content.php?act=showcont&id=43>.
3. Шевчук О.О. Економічний еквівалент вартості життя як стимул розвитку страхового ринку та модернізації економіки України / О.О. Шевчук // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2014. – № 2. – С. 13-18. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VUbsNbU\\_2014\\_2\\_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VUbsNbU_2014_2_5.pdf)

**Першко Л.О.**, к.е.н, доц.,  
доцент кафедри фінансів,

*Університет державної фіскальної служби України,  
м. Ірпінь, Україна*

**Першко О.О.**,  
магістрант,

*Київський національний університет ім. Тараса Шевченка,  
м. Київ, Україна*

### АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Нині особливо гостро виявилися недоліки податкової політики, стримуючи економічний і соціальний розвиток України. До них відносяться: догматичний характер податкової політики, її нездатність швидко реагувати на умови розвитку нашої економіки, малообґрунтованих тактичних заходів, орієнтованих на короточасну вигоду; відрив фіскальної політики від фактичного стану справ в економіці; порушення збалансованості державного бюджету України; залишковий підхід при визначенні фінансової бази задоволення соціальних потреб громадян. Все це прямо позначається на переважаючих напрямках податкової політики країни [2]. Тому на найближчу перспективу податкова політика в Україні має носити стабілізаційний характер, а будь-які радикальні зміни доцільно вносити після стабілізації економічної ситуації.

В питанні стимулювання економічної активності, стимулюючий потенціал податкової системи залишається практично не реалізованим. В цьому контексті необхідно ініціювати дискусію і практичні дії щодо впровадження додаткових податкових стимулів поживлення інвестиційної діяльності. Такими можуть бути:

1. Стимулююча модель податку на прибуток. Для прикладу, в розвинених європейських країнах ставки податку досить високі (25-35 %), проте вони застосовуються лише для тієї частини прибутку, яку акціонери бажають вилучити (тобто отримати в якості дивідендів).

2. Спеціальні правові режими економічної діяльності (далі – СПРЕД), передусім технопарки та індустріальні парки..

3. Комплекс податкових стимулів для активізації інноваційної діяльності, серед яких поширеними в світі є: податкові канікули, знижені (пільгові) ставки податку на прибуток, землю та нерухоме майно як менш затратна для держави альтернатива податковим канікулам; інвестиційний податковий кредит; податкова знижка, розширення можливості застосування прискореного методу амортизації [4] тощо.

Як свідчить практика, неможливо побудувати ефективну податкову систему, не сформувавши платника податку як елемент податкової системи, як суспільний інститут. Для цього потрібно проводити всебічну організаційну і просвітницьку роботу з платниками

податків, урегулювати і вдосконалювати інформаційні потоки між платниками податків та органами контролю за їх сплатою, а також враховувати соціально-культурні й психологічні особливості громадян країни, усталені традиції при прийнятті рішень у галузі оподаткування.

За відсутності гарантій довгострокового перебування при владі будь-якого уряду, існує ризик, що персональні ротації в Кабінеті Міністрів можуть знову докорінно змінити ідеологію реформування податкової системи. В умовах обмеженості фінансових ресурсів, збереження технологічної відсталості економіки реалізувати одночасно всі названі пріоритети досить складно.

Таким чином, модернізація чинної податкової системи повинна відбуватися в напрямку створення сприятливих податкових умов для вітчизняних товаровиробників, стимулювання вкладення коштів у інвестиційні програми, з метою формування раціональної податкової системи необхідно використовувати регулюючу функцію податкової системи у вигляді надання пільгового оподаткування, зробити пільги більш прозорими та підвищити їх стимулюючі і регулюючі властивості. Виконання цих та інших завдань приведе до успішного досягнення поставленої мети реформування фіскальної системи держави – формування максимально досконалої системи оподаткування в Україні і, як наслідок, економічного зростання загалом.

#### **Література:**

1. Проект Постанови про Основні напрями бюджетної політики на 2017 рік // [Електронний ресурс] – Режим доступу: – [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=54761](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54761)

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

3. Мних М.В. Про окремі аспекти трансформації інструментів податкового регулювання економіки України / М.В. Мних // Економіка. Фінанси. Право. – № 1/2. – 2012. – С. 29-34.

4. Молдован О.О. Податкова реформа в Україні: перші підсумки та результати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uspp.org.ua/kodeks/15.podatкова-reforma-v-ukraini-pershi-pidsumki-ta-rezultati.htm>.

5. Фіскальна консолідація: макроекономічні проблеми та інституціональні засади: монографія [за заг. Редакцією Тарангул Л.Л.] / НДІ фінансового права. – К.: Алерта, 2013. – 496 с.

**Процюк Т.Б.**, к.е.н., доц.,  
член-кореспондент Української академії наук,  
доцент кафедри економіко-правових дисциплін,  
*Національна академія внутрішніх справ,  
м. Київ, Україна*

### **НОВІТНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛЕЙ ПРОТИДІЇ ВІДМИВАННЯ КОШТІВ У СВІТІ**

Виклики сьогодення, зокрема глобалізація економіки, лібералізація ринків, інтеграційні процеси, впровадження найсучасніших електронних технологій у банківську систему, сприяють збільшенню масштабів відмиванню коштів у світі. Враховуючи новітні підходи до поняття і процесу відмивання коштів, можна відмітити ряд проблем в існуючій традиційній моделі відмивання коштів. По-перше, у більше 60% справ кримінальна власність

вже на банківських рахунках, коли злочин вже скоєно. По-друге, модель не відноситься до корпорацій або високопосадових осіб, які мають дуже мало спільного з готівкою. По-третє, деякі її елементи застосовуються до більшої частини того, що спостерігається в системах з відмиванням грошей, де грошові кошти отримують у вигляді допомоги, які не залежать від повторного руху грошових коштів.

Вирішуючи дані проблеми, запропоновано нову модель відмивання коштів, так звану «Модель Платта», що включає в себе головні складові: Сприяння, Відстань, Маскування. Представив її Стефен Платт (2015), що компенсує багато проблем в традиційній моделі (кримінальний капітал – як фінансова галузь сприяє злочинності) та більш застосовується до злочинів, з якими правоохоронні органи мають справу в 21-м столітті. «Модель Платта» більше орієнтована на корупцію, шахрайство та корпоративну злочинність, ніж на «вуличну торгівлю» та враховує роль, яку відіграє законодавчо регульований бізнес в сприянні скоєння фінансових злочинів. Крім того, запропонована модель дає нам кращу «лінзу», через яку можна розглядати системи відмивання грошей, які ми, ймовірно, бачимо в глобалізованому світі.

С. Платт встановив 4 цілі здійснення злочину:

1. Досягти успіху в скоєнні злочину.
2. Уникнути виявлення.
3. Отримати користь від злочину.
4. Зберегти вигоду від злочину.

С. Платт вказує на те, що фінансовий сектор може бути використано для досягнення всіх цих цілей при від'єднанні злочинця від вчиненого злочину, злочину від власності, а також злочинця від власності.

**Що ж включають в себе основні складові моделі – Сприяння, Відстань, Маскування.**

**Сприяння:**

- Більшість фінансових злочинів, які розслідуються, здійснюються за допомогою учасників фінансового сектору;
- Високий відсоток серйозних злочинів вчиняються через представників компаній або корпоративних структур;
- Компанії сприяють злочинцям захистити їхню конфіденційність;
- Вони також створюють уявну законність, яка може допомогти злочинцеві вчинити злочин;
- Якщо я запитаю як фізична особа (індивідум) може здійснити повернення податкових платежів £1,000,000, я навряд чи отримаю відповідь;
- Якщо компанія намагатиметься отримати ті ж виплати, вона матиме більше шансів на успіх.

**Відстань:**

- Щоб отримувати платежі шахрай може відкрити банківські чи брокерські рахунки на ім'я компанії;
- Кошти можуть бути «відмиті» з використанням різних видів цінних паперів чи валютних транзакцій;
- Гроші на рахунку компанії, таким чином, отримуються від повернення ПДВ;
- Через яхту, пришвартовану біля берегів Антиба.

**Маскування:**

- Звичайно, злочинець не буде привласнювати кінцеву вигоду від свого злочину на своє ім'я;
- Право власності на яхту належить Трасту на Британських Віргінських островах;
- Злочинець може користуватися власністю тоді коли він захоче;
- Але на папері вона належить довірній особі на іншій стороні світу від імені окремої компанії, яка могла бути залучена до шахрайства;
- Злочинець, звичайно, каже, що не має нічого спільного з яхтою;



### **Роз'єднання:**

- Злочинець, злочин і власність пов'язані трьома осями;
- Фінансові послуги в «Регульованому секторі» можуть допомогти злочинцеві досягти його цілей шляхом роз'єднання кожної з цих осей;
- Скоєнні злочини роз'єднують злочинця від власних брудних дій через корпоративні структури або корумпованих правоохоронців, відомих як співучасників;
- Злочинець є відділеним від майна, отриманого через фінансовий сектор;
- Зв'язок між злочинцем і власністю, отриманою злочинним шляхом замасковується.

«Модель Платта» демонструє, що регульовані бізнес-структури в фінансовому секторі сприяють злочинам, разом вони допомагають здійснити злочин для себе від початку до кінця. Вони можуть також триматися на відстані від самого злочину, шляхом його обробки для різних корпоративних цілей, це аж ніяк не означає перехід від компанії до компанії, або від країни до країни. Крім цього бізнес-структури також можуть замаскувати власність, придбану за активи, здобуті злочинним шляхом, або самі злочинні кошти.

В свою чергу в процесі доказування відмивання коштів необхідно врахувати наступні аспекти: 1. обвинувачений має знати чи підозрювати що це злочинний капітал; 2. два шляхи доведення відмивання коштів:

- Довести, що власність була отримана від скоєння злочину, тобто довести предикатний злочин і що дохід, отриманий від скоєння злочину;
- Довести, що майно від злочинних коштів, отримане через «непереборний логічний висновок» (схему), та походить від злочинних дій (тобто самостійний злочин відмивання грошей).

### **Література:**

1. Директива 2005/60/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 26 жовтня 2005 року про запобігання використанню фінансової системи з метою відмивання коштів та фінансування тероризму (ОВ L 309, 25.11.2005, с. 15).
2. Директива Комісії 2006/70/ЄС від 1 серпня 2006 року про визначення імплементаційних заходів для Директиви 2005/60/ЄС Європейського парламенту та ради в частині визначення терміну «політичні діячі» та технічних критеріїв для спрощення процедур належної обачливості щодо клієнтів та для виключення засад фінансової діяльності, що здійснюється час від часу або обмежено (ОВ L 214, 4.8.2006, с. 29).
3. Директива Європейського парламенту та Ради 2015/849/ЄС від 20 травня 2015 року про запобігання використанню фінансової системи для відмивання грошей та фінансування тероризму, що вносить зміни до Регламенту (ЄС) № 648/2012 Європейського Парламенту та Ради і припиняє дію Директиви 2005/60/ЄС Європейського Парламенту та Ради і Директиви Комісії 2006/70/ЄС.
4. Stephen Platt. Criminal Capital: How the Finance Industry Facilitates Crime. – 2015. – 268 p.

**Самойлик Ю.В.**, к.е.н., доц.,  
докторант,  
доцент кафедри економіки підприємства,  
Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна

## **КОНЦЕПТУАЛЬНА СУТНІСТЬ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ В НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

Агропродовольчий ринок – це провідна ланка національної економіки, розвиток якого є складним і суперечливим, що насамперед пов'язано із самою структурою агропродовольчої сфери та її взаємозв'язками із суміжними ринками. Суттєвий вплив на дану систему здійснює глобалізація економіки, яка здійснює позитивну дію щодо розширення меж агропродовольчого ринку, збільшення обсягів виробництва, підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та формування конкурентних переваг, але водночас може витіснити національного виробника з його традиційних зон господарювання. За таких умов виникає потреба в переосмисленні концептуальних підходів щодо формування та структуризації агропродовольчого ринку.

Питання розвитку агропродовольчого ринку широко досліджені і привертають увагу низки науковців: І.В. Бачуріної, О.В. Березіна, Н.О. Дзюбенко, Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар, Н.М. Даценко, Н.А. Камінської, Н.В. Карпенко, Ю.С. Коваленко, О.Ф. Кирилюка, О.В. Кривончака, Ю.П. Макаренко, П.М. Макаренко, А.О. Павленчика, П.Т. Саблука та ін. З одного боку, науковці ототожнюють агропродовольчий ринок із сільськогосподарською галуззю, з іншого – включають до його структури ринок ресурсів та інші суміжні ринки. З огляду на відсутність єдиного підходу до виявлення сутності даної категорії та виникнення нових сучасних тенденцій виникає необхідність проведення подальших досліджень у даному напрямі.

Ринок аграрної продукції та продуктів його переробки можна розглядати з різних сторін. Для узагальнення сучасних наукових підходів, у яких розглядається категорія “агропродовольчий ринок”, доцільно розглянути низку наукових концепцій (табл. 1).

*Таблиця 1*

### **Концептуальні підходи до визначення сутності категорії “агропродовольчий ринок”**

Автори	Сутність концептуального підходу
Камінська Н.А.	серед усіх ринків найважливіший – продовольчий ринок, оскільки лише його продукція забезпечує існування людства [5, с. 21].
Карпенко Н.В.	сукупність відносин між суб'єктами підприємницької діяльності, що складаються з приводу купівлі-продажу продовольства; місце, де формується попит, пропозиції та ціна на той чи інший продовольчий товар [6, с. 9].
Ільїна З.М.	продовольчий ринок – це економічна система, що об'єднує вільно взаємодіючих виробників і споживачів продовольчих товарів, які обмінюються між собою на основі повної і достовірної інформації, що призводить до вирівнювання і зниження витрат [4, с. 83].
Дзюбенко Н.О.	продовольчий ринок – система економічних відносин між продавцями та покупцями з приводу купівлі-продажу, обміну сільськогосподарської сировини та продовольчої продукції, що забезпечує врівноваження попиту і пропозиції, а також збалансування інтересів суб'єктів ринку під впливом інструментів державного регулювання [2, с. 20].
Коваленко Ю.С.	аграрний (сільськогосподарський ринок) – це відносини, які складаються між сільським господарством і промисловими підприємствами та іншими споживачами його продукції, а також із сукупності обмінних операцій між самими сільськогосподарськими товаровиробниками. Визначення сільськогосподарського ринку містять лише одну ознаку – вид продукції, що виступає предметом купівлі-продажу [9, с. 10].

Даценко Н.М.	продовольчий ринок є частиною національного ринку, на якій предметом купівлі-продажу виступають сільськогосподарська продукція та продовольство. Кінцевою метою і завданням функціонування продовольчого ринку є забезпечення продовольчої безпеки держави [1, с. 319].
Павленчик А.О.	ринок сільськогосподарської продукції – система економічних відносин, яка формується за участю різних інституцій, забезпечує та регулює виробництво продукції аграрного сектора економіки та рух товару до споживача у сфері обміну [10, с. 5]
Дудар Т.Г., Дудар В.Т.	ринок агропродовольчої продукції – ефективний механізм задоволення потреб товаровиробників і запитів споживачів, найважливішою властивістю якого є те, що він виступає чутливим регулятором і координатором системи комерційних зусиль суб'єктів ринку, спрямованих на виробництво і реалізацію конкурентоспроможних агропродовольчих товарів для забезпечення продовольчої безпеки і формування експортного потенціалу держави [3, с. 22].
Кирилюк Є.М.	Формування аграрного ринку відбувається відповідно до загальних закономірностей функціонування і розвитку ринкового механізму. Аграрний ринок як певна система економічних відносин поряд з особливостями, що визначаються специфікою самого товару (аграрної продукції), має риси, властиві йому саме як частини цілісної ринкової системи (ринку). Тому сутність самого аграрного ринку викристалізовується із загального розуміння економічної категорії “ринок” [7, с. 2].

*Джерело: узагальнено автором*

Ми вважаємо, що поняття “аграрний” та “агропромисловий ринок” не є тотожними. В основу відмінностей між ними покладено об'єкт купівлі-продажу. При цьому, погоджуємось з таким науковим підходом, який полягає в доцільності паралельного вживання категорій “ринок сільськогосподарської продукції” і “аграрний ринок”, основними об'єктами на даному ринку виступає продукція галузей рослинництва і тваринництва. Агропродовольчий ринок охоплює має взаємозв'язки з всіма трьома класичними сферами агропромислового виробництва: ринок засобів праці, сільськогосподарської сировини, продуктів переробки. Втім, на нашу думку, ринок засобів виробництва, праці і аграрної науково-технічної продукції належать до інших сфер, які знаходяться за межами аграрного ринку. Агропродовольчий ринок є сегментом загального ринку, тому йому властиві загальні риси, що притаманні всім типам ринків.

Таким чином, ми можемо визначити агропродовольчий ринок як сукупність відносин, визначених у часі та просторі з приводу купівлі-продажу сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки та побічної продукції, що об'єднані в складну ієрархічно упорядковану структуровану систему, яка охоплює підсистеми та сегменти, що можуть бути пов'язаними та непов'язаними між собою.

### **Література:**

1. Даценко Н.М. Продовольчий ринок: маркетинговий аспект / Н.М. Даценко // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2012. – Вип. 9(1). – С. 318-323.
2. Дзюбенко Н.О. Соціально-економічне прогнозування розвитку продовольчого ринку України: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 / Н.О. Дзюбенко // Львівський національний університет ім. І. Франка. – Л. – 2016. – 259 с.
3. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: [монографія] / Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.
4. Ильина З.М. Рынки сельскохозяйственного сырья и продовольствия: [учебн. пособие] / З.М. Ильина, И.В. Мирочичкая. – Минск: БГЭСУ, 2001. – 226 с.
5. Камінська А.І. Формування та розвиток ринку круп'яних культур: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 / А.І. Камінська; Нац. акад. аграр. наук України, Нац. наук. центр “Ін-т аграр. економіки”. – К. – 2016. – 227 с.

6. Карпенко Н.В. Господарські зв'язки в інфраструктурному комплексі продовольчого ринку України: [монографія] / Н.В. Карпенко. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2004. – 122 с.
7. Кирилюк Є.М. Аграрний ринок як економічна категорія: сутнісні ознаки й особливості / Є.М. Кирилюк // Агросвіт. – 2011. – № 12. – С. 2-10.
8. Клімова І.О. Ринок сільськогосподарської продукції: особливості розвитку та проблемні питання формування інфраструктури / І.О. Клімова // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 8. – С. 138-147.
9. Коваленко Ю.С. Аграрний ринок України: організація та управління: [монографія] / Ю.С. Коваленко – К.: ІАЕ УААН, 1998. – 108 с.
10. Павленчик А.О. Формування та функціонування ринку сільськогосподарської продукції: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / А.О. Павленчик; Львів. нац. аграр. ун-т. – Л., 2008. – 20 с.

**Сотниченко В.Н.**, к.пед.н., доц.,  
завідувач кафедри  
підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,  
*Государственный университет телекоммуникаций,*  
*г. Киев, Украина*

## **МЕСТО И РОЛЬ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА, ОБЩЕСТВА И ЧЕЛОВЕКА**

От реалий сегодняшнего дня зависит каким будет будущее. Это установлено всем предыдущим опытом исторического развития человечества и не требует каких-особенных доказательств. Фундамент будущего закладывается сегодня. И если еще сегодня представление о вероятном будущем имеет общий характер, концептуальный, то на момент реализации общество будет иметь дело с уже конкретными результатами. Речь идет о безопасности вообще, экономической безопасности конкретной и экономической безопасности телекоммуникационного предприятия, в частности.

Как известно, термин «безопасность» появился еще в XII столетии (словарь Робера) и рассматривался как категория на уровне психофизиологического состояния человека, предполагая такое его состояние, которое основывалось на спокойствии, душевном равновесии, ощущении безопасности, защищенности [1, 2, 6]

Постепенно развиваясь и трансформируясь, категория «безопасность» наполняется более широким смыслом, но уже на уровне ценностей общества, объединенного государством. Это простой пример того, как, появившись однажды, в силу определенных обстоятельств, как ответ на природный вызов, осознание проблемы (в данном случае, проблемы безопасности) постепенно охватывает всё больше и больше сфер жизнедеятельности.

А затем, наблюдается обратный процесс, но уже на более высоком уровне, т.е от понятия «безопасность» в общем смысле до понятия общественной безопасности, до государственной и, далее, до понятия экономической безопасности, но уже на уровне отраслей, отдельных предприятий, трудовых коллективов и, как итог логического завершения этой цепочки – безопасность человека, как состояние защищенности, надежности, спокойного состояния души.

Безопасность не приходит сама по себе. Человек, через осознание собственной незащищенности приходит к пониманию необходимости укрепить свою безопасность надежным жилищем, освоением внешней среды, созданием индивидуальных средств защиты, приобретением определенных навыков, объединением в группы, организации и, в итоге, в государство и группы государств. Каждое государство проходит примерно такой же путь, но уже на более высоком уровне. И если отдельно взятый человек, осознав

необходимость построить собственную защиту, начинает конкретные действия, то государство начинает с провозглашения независимости и суверенитета. Движение от частного к общему. При этом каждый участник этого процесса стремится обезопасить свои интересы путем добровольного волеизъявления, провозглашением своих намерений, декларациями и актами о независимости и суверенитете. Но поскольку, как показывает исторический опыт развития общества и государства, абсолютного доверия между участниками процесса нет, возникает необходимость в создании собственной системы защиты, в обеспечении безопасности [4].

Таким образом, безопасность, во всех аспектах и на всех уровнях её проявления – это продукт эволюции. Если выстраивать градацию видов безопасности с точки зрения их важности и последовательности построения соответствующих систем защиты, то экономическая безопасность находится на втором месте после физической безопасности.

Физическая безопасность направлена на обеспечение самого существования субъекта, его нахождение на физическом плане. При этом условием становится актуальным вопрос экономической безопасности, поскольку основой жизнедеятельности является экономическая деятельность [6]. Этим можно объяснить причины появления недобросовестной конкуренции, когда используется метод устранения конкурента (единицы экономической деятельности) с физического плана.

Интересна в этом плане экономическая безопасность телекоммуникационного предприятия. По нескольким причинам. Самая главная заключается в том, что предприятия работают непосредственно с информацией. Они создают информационный продукт и представляют информационные услуги. Распоряжаются сетями, каналами и магистралями их доставки. Создают и управляют системами информационной защиты. Создают собственные информационные технологии и по праву собственника, и на своё усмотрение распоряжаются ими [3]. Мало того, в мире практически нет предприятия, которое в той или иной мере не пользовалось бы продукцией телекоммуникационной отрасли. Учитывая всё это, можно сделать определённый вывод о том, что экономическая безопасность всех других предприятий, которые пользуются услугами телекоммуникаций, напрямую зависит от надежности и гарантий услуг, предоставляемых им этой отраслью.

Что же касается экономической безопасности телекоммуникационных предприятий непосредственно, то они, в этом плане, мало зависят от других отраслей экономики [3, 5]. Скорее, всего угрозы безопасности, могут появляться внутри отрасли, и причины их появления нужно искать именно в этой профессиональной среде. Даже хакерство, чисто профессиональное явление.

Следующее, на что следует обращать внимание, это то, что сфера деятельности телекоммуникационной отрасли практически не имеет границ кроме технологических. Для сравнения, например, обувная фабрика, с одной стороны, и оператор мобильной связи - с другой. У каждого субъекта хозяйственной деятельности свои пространства и свои границы, свои транспортные системы, свои клиенты и свои временные параметры на решение хозяйственных задач. А это значит, что и характер зависимости безопасности от внешних и внутренних угроз у них будет разным. Причем, предприятие телекоммуникации находится в более выгодном положении.

Отсюда можно сделать вывод, что общество постепенно, с каждым днем всё больше и больше, приходит к пониманию доминирующей роли телекоммуникаций в жизнедеятельности человека, общества и государства, соответственно, вынужденно корректирует модель продуктивной деятельности.

#### **Литература:**

1. FERGUSON P., FERGUSON G. *Industrial Economics: Issues and Perspectives* // Houndmills, 2<sup>nd</sup> Ed. 1994. – P. 16-19, 264.
2. Кормишкина Л.А. *Общая экономическая безопасность: учебное пособие* / Л.А. Кормишкина, О.С. Саушева. – Саранск, 2012. – 115 с.

3. Кузовкова Т.А., Тимошенко Л.С. Аналіз і прогнозування нфокомунікацій. – М.: Гаряча лінія – Телекому, 2009. – 224 с.
4. Батова В.Н. Глобалізація економіки и економіческая безпека підприємництва // Російське підприємництво. – 2013. – № 3 (225). – С. 20-24.
5. Пилипенко О. Кудя рухється ринок ERP-систем в Україні // [Електронний ресурс]: <http://chanel4it.com/publications.html>. – 2015
- Кейнс Д.М. Общя теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос. – 2007. – 960 с.

**Сьомкіна Т.В.**, д.е.н., проф.,  
професор кафедри  
підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **ВЗАЄМОІНТЕГРАЦІЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ПРИ ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

Взаємоінтеграція макроекономічних систем пов'язує між собою перспективи національно спрямованого суспільного розвитку і економічні інтереси представників транснаціонального бізнесу. Як відомо, трансгранична підприємницька діяльність впливає на детермінацію державної структурної політики за допомогою поглиблення міжнародного розподілу праці, посилює внутрішню конкуренцію та підтримує конкурентоспроможність національних підприємств й стимулює потребу в інноваціях підвищуючи, таким чином, продуктивність праці не тільки в інтегрованих галузях, а й в економіці країни в цілому. Але еволюційні процеси в економіці країни, які розвиваються під впливом інтеграції макроекономічного середовища в глобальну економічну систему викликають також негативні прояви розв'язання протиріччя між корпоративними інтересами ТНК і національними пріоритетами соціально-економічного розвитку країни. Аналіз змісту і форм прояву основних проблем взаємодії національних економік та ТНК дозволяє визначити основні напрями трансформації інструментів та механізмів державного регулювання з метою їх пристосування до функціонування в інтегрованій макроекономічній системі.

Перший шар проблем розвивається як реакція транснаціонального бізнесу в межах інтегрованої макроекономічної системи на процес ухвалення органами державної влади рішень щодо структурної, фінансової, податкової та ін. національної економічної політики. Ефективність функціонування глобального виробництва, що здійснюється надвеликими ТНК, може не узгоджуватись з ефективністю урядової економічної політики. Найбільш виразно це проявляється у змінах співвідношення витрати і вигоди від тих або інших альтернатив національної економічної політики і інструментів її проведення. Ще К. Каулінг і Р. Сагден у 90-ті роки ХХ ст. довели, що взаємозв'язки між управлінням попитом, використанням виробничих потужностей і безробіттям під впливом транснаціоналізації умов функціонування макроекономічних національних систем в розвинених країнах значно змінилися [1].

Другий шар проблем стосується вторгнення глобального транснаціонального виробництва в конкуренцію на внутрішніх ринках більшості інтегрованих макроекономічних систем. Саме глобальна конкуренція, що ініціюється інтеграцією і діяльністю транснаціональних компаній, впливає на основні проблеми корпорацій і проковує вибір більш довгострокових стратегій за рахунок яких формується конкурентоздатність та економічна ефективність функціонування внутрішніх фірм. Можливості протистояти тиску транснаціональних корпорацій не має ні внутрішній ринок, ні уряди окремих країн, що й викликає необхідність трансформації методів і напрямів державного регулювання саме в межах інтегрованих макроекономічних систем.

Третій шар проблем виникає у сфері трудових відносин. Вважається, що здатність ТНК організувати виробництво на транснаціональному рівні посилює корпоративну взаємозалежність робітників в порівнянні з технологічно обумовленою продуктивністю праці, що надає можливість представникам транснаціонального бізнесу знижувати заробітну плату і погіршувати умови праці. А якщо враховувати такі глобальні інтеграційні процеси як поступове скорочення вартості перенесення виробництва (що детерміновано підвищенням цінності інформації як виробничого ресурсу), зниженням вхідних бар'єрів в країнах, що інтегруються до транскордонних макроекономічних систем, скорочення часового лагу між моментом організації нового виробництва і моментом отримання перших дивідендів, можна зробити висновок, що намітилася тенденція зростання залежності вартості робочої сили від чинників глобальної конкуренції. І ця тенденція також потребує уваги представників національної влади з точки зору трансформації методів і напрямів державного регулювання соціально-економічних відносин, що стосуються підготовки робочої сили, підтримки рівня її якості, впливу професійних спілок на умови праці та відпочинку робітників та ін., з урахуванням тих відносин між працею та капіталом, які склалися в межах інтегрованої макроекономічної системи.

Дискусійним залишається і питання відносно залежності рівня соціально-економічної розвиненості інтегрованої макроекономічної системи і ефективності функціонування ТНК з точки зору впливу на світову економіку. Взаємоінтегрованість макроекономічних систем веде до все більшого розриву між ефективністю економік країн світу і ефективністю розташованих в цих рідних для себе країнах ТНК. Цей процес особливо різко проявляється у високотехнологічних галузях промисловості, де прибуток від інновацій найбільш високий. І якщо уряди країн прагнули підтримувати розташовані на своїх територіях транснаціональні корпорації і створювати сприятливий для ТНК інвестиційний клімат, це зовсім не обов'язково збільшувало їх економічну ефективність [2]. І це також викликає необхідність трансформації методів і напрямів державного регулювання саме в межах інтегрованих макроекономічних систем.

**Висновки.** Інтеграція макроекономічних систем і зростання впливу інформаційної інфраструктури на особливості підприємницької діяльності викликають еволюційні перетворення всіх без винятку соціально-економічних відносин. Найбільш суттєві з них виникають за рахунок синергетичних ефектів взаємного впливу економічних відносин і процесів формування інформаційної інфраструктури і характеризують сучасний етап глобалізаційних перетворень економічних відносин в країні, що забезпечують поглиблення взаємоінтегрованості макроекономічної системи. Залежність національної економічної політики від цих перетворень може мати серйозні наслідки для структури національної економіки і її ефективності. Тому, дослідження концептуальних основ трансформації методів і напрямів державного регулювання в умовах взаємоінтеграції макроекономічних систем під впливом змін інформаційного середовища, повинно здійснюватись з урахуванням теоретичних можливостей аналізу еволюційної економіки.

#### **Література:**

1. Cowling K, Sudgen R. Capacity, transnational and industrial strategy. Oxford. Oxford University Press, 1996.
2. Хелд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э., Перратон Дж. Глобальные трансформации. – М.: Праксис, 2004. – С. 282.

**Танащук К.О.**, к.е.н., доц.,  
*Одеський національний політехнічний університет,  
Науково-дослідний центр «Телекомунікації без меж»,  
м. Одеса, Україна,*  
**Мартиненко А.Г.**,  
*Науково-дослідний центр «Телекомунікації без меж»,  
здобувач в Одеському національному  
політехнічному університеті,  
м. Одеса, Україна*

## **АЛГОРИТМ МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ ТАРИФІВ НА ПОСЛУГИ УКРАЇНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ЦЕНТРА РАДІОЧАСТОТ**

Запропоновано алгоритм методики розрахунку тарифів на роботи (послуги) Державного Підприємства «Український державний центр радіочастот», пов'язані з користуванням радіочастотним ресурсом України та вимірюванням параметрів телекомунікаційних мереж.

Принципи тарифоутворення та методологічне забезпечення розрахунку тарифів на роботи (послуги) служби радіоконтролю в Україні – Державного підприємства "Український державний центр радіочастот" (УДЦР) визначені низкою нормативно-правових актів та рішень. Проте технологічні та організаційні зміни в діяльності УДЦР, які відбулися за останні 5 років потребують удосконалення існуючих підходів.

Серед основних факторів впливу на зміну підходів до тарифоутворення при виконанні робіт (надання послуг) в сфері користування радіочастотним ресурсом України, моніторингом телекомунікаційних мереж та виділенням номерного ресурсу слід визначити:

- зміни у законодавстві;
- технологічні та організаційні зміни;
- зміни у видах та структурі послуг;
- впровадження нових вимог до формування тарифів.

Так, відповідно до [1], формування тарифів на роботи (послуги) УДЦР складається з таких етапів:

- визначення собівартості робіт (послуг);
- визначення складових тарифу (планова собівартість робіт (послуг) та прибуток) для виконання робіт (послуг).

Планова собівартість робіт (послуг) УДЦР визначається із застосуванням нормативного методу на підставі нормативів, норм оплати праці, нормативів витрат з обслуговування та управління виробництвом, нормативів витрат з управління підприємством.

Витрати, які неможливо встановити із застосуванням нормативів, визначаються шляхом експертної оцінки та аналітичними дослідженнями.

Визначення планової собівартості робіт (послуг) передбачає застосування П(С)БО 16 та розподіл операційних витрат на такі групи як:

- прямі витрати;
- загальновиробничі витрати;
- інші (адміністративні) витрати.

Широкомасштабне впровадження в УДЦР автоматизації процесів радіоконтролю, обліку радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв, створення єдиної бази даних їх обліку, оновлення та модернізація засобів вимірювання, програмного забезпечення, автопарку та пересувних лабораторій призвели до значного зростання витрат на виконання робіт (послуг), підвищенню вимог до фахівців служб та підрозділів.

Таким чином, в основі методики визначення тарифів на роботи (послуги) Державного підприємства «Український державний центр радіочастот», пов'язані з користуванням



радіочастотним ресурсом України, моніторингом телекомунікаційних мереж та виділенням номерного ресурсу» має бути покладений новий алгоритм, заснований на урахуванні вищезазначених факторів.

В узагальненому вигляді Алгоритм розробки методики має вигляд:

1. Визначення моделі взаємодії структурних підрозділів УДЦР в процесі виконання робіт (надання послуг), пов'язані з користуванням радіочастотним ресурсом України, моніторингом телекомунікаційних мереж та виділенням номерного ресурсу".

2. Класифікування робіт (послуг) УДЦР відповідно до організаційних, технологічних та нормативно-правових змін, що відбулися протягом останніх 5-ти років та удосконалення Класифікатора робіт (послуг).

3. Визначення переліків статей операційних витрат УДЦР для формування структури витрат відповідно до Порядку НКРЗІ.

4. Розподіл витрат шляхом відокремлення прямих експлуатаційних витрат, загальновиробничих витрат та адміністративних витрат.

5. Розробка Класифікатора експлуатаційних витрат.

6. Визначення розмірів експлуатаційних, загальновиробничих та адміністративних витрат на основі даних первинної бухгалтерської звітності відповідно до оновленого Класифікатора робіт (послуг).

7. Удосконалення підходів та Методики визначення норми прибутку УДЦР

8. Розрахунок планової собівартості робіт (послуг).

9. Розрахунок норми прибутку.

10. Розрахунок розмірів тарифів на роботи (послуги) УДЦР.

На підставі розробленої методики було розраховано тарифи на роботи (послуги) Державного Підприємства «Український державний центр радіочастот», пов'язані з користуванням радіочастотним ресурсом України та вимірюванням параметрів телекомунікаційних мереж, затверджені Рішенням Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації від 07.04.2015 р. № 195.

#### **Література:**

1. Рішення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації «Про затвердження Порядку регулювання тарифів на роботи (послуги) Державного підприємства «Український державний центр радіочастот» від 29.03.2012 № 169. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0588-12>.

2. Про радіочастотний ресурс / Закон України від 01.06.2000 № 1770-III. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1770-14/print1452797761313143>

3. Radio Regulation. Geneva: International Telecommunication Union, 2012.

4. Tasks of a monitoring service / Recommendation ITU-R SM.1050-2. 1994-2003-2004. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.itu.int/dms\\_pubrec/itu-r/rec/sm/R-REC-SM.1050-2-200401-I!!PDF-E.pdf](http://www.itu.int/dms_pubrec/itu-r/rec/sm/R-REC-SM.1050-2-200401-I!!PDF-E.pdf)

**Танащук Е.А.**, к.э.н., доц.,  
доцент кафедры,  
*Одесский национальный политехнический университет,  
Научно-исследовательский центр «Телекоммуникации без границ»,  
г. Одесса, Украина,*

**Нечипорук О.Л.**, к.т.н., доц.,  
*Научно-исследовательский центр «Телекоммуникации без границ»,  
г. Одесса, Украина,*

**Ковтуненко К.В.**, д.е.н., доц.,  
заведующая кафедры,  
*Одесский национальный политехнический университет  
г. Одесса, Украина*

## **ВЛИЯНИЕ ОТТ-УСЛУГ НА МОДЕЛИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКОВ ЭЛЕКТРОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Рассмотрены основные модели функционирования ОТТ сервис-провайдеров. Выделены новые виды ОТТ-сервисов, влияющих на развитие рынка электронных коммуникаций. Предложена новая модель регулирования рынка электронных коммуникаций. Определены перспективы влияния технологий пост-NGN, 3-5G на рынок электронных коммуникаций.

Общее определение ОТТ-концепция ОТТ (Over The Top) означает доставку видеосигнала на терминальное устройство подписчика интернет-услуг (компьютер, мобильный телефон, смартфон) по неуправляемой сети Интернет в отличие от услуг IPTV, которые предоставляются через управляемую оператором сеть с гарантированным качеством обслуживания (QoS) [1]. ОТТ-концепция получила широкое распространение в сфере предоставления видео-услуг в сети Интернет. ОТТ-концепция позволяет более эффективно использовать контент, привлекать новых пользователей и увеличивать доходность бизнеса за счет дифференциации услуг и введения онлайн продаж. Особенностью внедрения услуг ОТТ является возможность предоставить сервиса любому пользователю Интернет.

Обычно выделяют такие способы реализации ОТТ-услуг ОТТ сервис-провайдерами:

- предоставление зашифрованных каналов с возможностью легальной записи отдельных передач на пользовательские терминалы, в том числе по подписке;
- транскодирование контента (каналов и фильмов) в различные форматы для просмотра на компьютере, телевизоре и мобильном телефоне/смартфоне;
- предоставление контента по запросу с возможностью просмотра онлайн и загрузки на абонентское устройство для дальнейшего просмотра.

По классификации Informa Telecoms & Media [2] выделяются следующие модели предоставления услуг ОТТ сервис-провайдеров:

– Прямая трансляция программ (linear programming) – трансляция каналов ТВ в сети Интернет (иногда такой тип трансляции контента называют – Web TV). В этом случае ОТТ сервис-провайдеры чаще всего предоставляют пользователям прямой доступ к каналам (модель аналогичная той, что используют операторы спутникового, кабельного и IPTV)

– Модель TVoD (Transactional VoD) – предоставление услуг разового просмотра включает плату каждого отдельного контента, так называемая плата за просмотр (PPV – pay-per-view). Контент может предоставляться в, так называемое, временное пользование (например, Apple TV предлагает подписчикам следующие ограничения при покупке – начать просмотр можно в течение 30 дней после покупки, если просмотр начат, то пользователь должен закончить его в течении 24 часов в США или в течении 48 часов для других стран).

– Модель SVoD (subscription VoD) – включает возможность доступа в течение определенного периода (дня или месяца) ко всему контенту из каталога OTT сервис-провайдера.

Кроме выше перечисленных моделей в настоящее время на рынке получает широкое распространение модель, при которой OTT сервис-провайдеры предоставляют бесплатный доступ к имеющемуся у них контенту. Доход от таких OTT-сервисов осуществляется за счет трансляции во время воспроизведения контента видео-рекламы.

По прогнозам отрасли и отраслевых экспертов, спрос на полосу пропускания для предоставления OTT-сервисов будет только увеличиваться, что обусловлено широкими технологическими возможностями сетей NGN, 3-5G. Качество и количество услуг OTT сервис-провайдеров будет увеличиваться за счет таких видов как:

- фильмы и игры, развивающиеся от HD к 3D;
- разработки в области электронной медицины, позволяющие пациентам контролировать собственное здоровье не выходя из дома;
- трансляции мировых спортивных, политических и культурных событий;
- развитие электронного обучения, позволяющего студентам обучаться и сдавать экзамены в зарубежных университетах и т.д.

В будущем, основные доходы и прибыли будут формироваться за счет предоставления высокоскоростных услуг, требующих, более высококачественного управления сетями. Это, в свою очередь, сформирует новые формы сетевого развития и дополнительные технические спецификации для телекоммуникационной инфраструктуры. В такой ситуации возникнет проблема улучшения и совершенствования сетевой совместимости и новой стандартизации высокоскоростных сетевых спецификаций и инфраструктуры NGN.

Без таких стандартов внедрение OTT не получит должного эффекта от масштаба, что ограничит возможный экономический рост.

Нынешние тенденции указывают на растущую важность OTT сервис-провайдеров. Некоторые из них даже в развивающихся NGN, становятся новой естественной отправной точкой для контент-провайдеров с целью привлечения конечных пользователей – подписчиков услуг.

OTT сервис-провайдерам все больше нужно будет взаимодействовать с операторами, потому что качество их услуг зависит от качества широкополосного доступа для подключения. Это превращает рынок из рынка, который характеризовался только взаимоотношениями между операторами и конечными пользователями, в рынок с промежуточным звеном в виде OTT сервис-провайдеров и контент-провайдеров.

Эти изменения предполагают значительные изменения в бизнес-модели операторов. В будущем бизнес-модели, управляемые только IP-операторами и операторами, будут испытывать значительное давление и конкуренцию со стороны OTT сервис-провайдеров, что заставляет сегодняшних игроков рынка – операторов инфраструктуры (IP-операторов и операторов телекоммуникаций в нашем понимании) кардинально пересмотреть свои бизнес-модели.

В связи с появлением OTT сервис-провайдеров изменяется и модель регулирования в NGN. Во-первых, нынешняя нормативная база, как правило, предназначена для управления договорными отношениями операторами инфраструктуры, контент-провайдерами и конечными пользователями, как показано на рисунке 1:

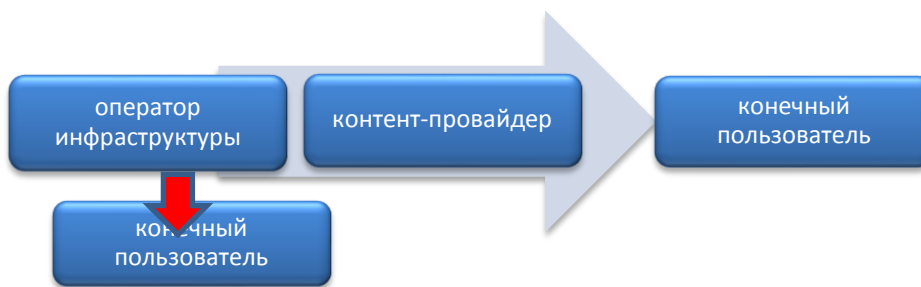


Рис. 1. Существующая модель взаимосвязи игроков на рынках услуг электронных коммуникаций

Эта нормативная база не учитывает модель рынка, приведенную на рис. 2.



Рис. 2. Новая модель взаимосвязи игроков на рынках услуг электронных коммуникаций

Иными словами, регуляторная модель будет снова изменяться с учетом появления новых видов услуг и их новых поставщиков (OTT сервис-провайдеров) и проблем внедрения принципов их взаимодействия с операторами инфраструктуры.

В этой проблеме с новой силой возникнут вопросы, связанные с сетевым нейтралитетом и нейтральностью технологий. На сегодня однозначного решения проблемы не существует. В любом случае, регуляторы понимают, что игнорировать OTT сервис-провайдеров нельзя, их развитие стимулирует большой прирост инвестиций на рынки услуг электронных коммуникации, к чему стремились и чего добились регуляторы стран с развитой NGN.

В целом можно выделить следующие возможные направления влияния новых технологий на регулирование рынков электронных коммуникаций (см. табл. 1.)

Таблица 1

**Перспективы влияния технологий на рынок электронных коммуникаций**

<b>РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ</b>	<b>ВЛИЯНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РЫНКИ ЭЛЕКТРОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b>
Очень высокая пропускная способность	–приложения могут требовать более высоких скоростей, чем могут обеспечить xDSL-технологии или технологии 2-2,5G. Это требует значительных изменений в инфраструктуре фиксированных и мобильных сетей, в т.ч. внедрение 3–5G. –пользователи не только требуют большей пропускной способности, но и более высокое качество обслуживания (QoS)

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ	ВЛИЯНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РЫНКИ ЭЛЕКТРОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Специальные функции сети	<p>–под воздействием растущей конкуренции со стороны программного обеспечения OTT-услуг, операторы инфраструктуры будут вынуждены изменять свои тарифные модели на такие традиционные услуги как голос, широкополосная передача данных и сообщения, в результате чего физические сети будут основываться на интеллектуальном ПО</p> <p>–новые услуги потребуют новых форм функционирования физических трансконтинентальных сетей</p> <p>–различия в технологиях доступа будут еще сохраняться, поскольку существующие операторы будут поддерживать разнообразные функциональные способности своих сетей. Эта разнородность будет какое-то время тормозить внедрение новых видов услуг, предоставляемых пользователям. Таким образом, различия в управлении IP-интерфейсами сетей будут мешать внедрению OTT-услуг</p> <p>–в отсутствие стандартизации технических спецификаций, операторы инфраструктуры будут продолжать контролировать плату за OTT-услуги, зависящие от высокой сетевой эффективности (больше чем QoS)</p>
Приложения и платформы приложений	<p>– рынок все больше будет зависеть от платформ приложений, которые будут предоставлять естественные точки доступа потребителей</p> <p>– вертикальное силовое влияние на отношения между операторами инфраструктуры и провайдерами платформ приложений (рынок сетевых услуг будет становиться двусторонним рынком) потенциально будут влиять на стимулы к инвестированию в пост NGN</p> <p>– стандартизация управляемых IP-интерфейсов будет увеличивать конкуренцию на уровне OTT, что приведет к большей специализации (например, концентрация операторов мобильной и фиксированной сети на своей основной деятельности – управление своими сетями)</p>
Конвергенция технологий фиксированной и беспроводной связи	<p>– новая беспроводная широкополосная инфраструктура сможет рассматриваться в качестве замены или дополнения к существующим фиксированной инфраструктуре</p> <p>– высокоскоростная беспроводная инфраструктура по-прежнему будет требовать существования обширной инфраструктуры для поддержания работы базовых станций. В долгосрочной перспективе, фиксированная и мобильная связь будут все больше дополнять друг друга, что может повысить барьеры входа на рынки</p>
Технические изменения как результат новых регуляторных требований	<p>– в связи с формированием двустороннего рынка потребуются изменения нормативно-правовой базы регулирования</p> <p>– обсуждение сетевой нейтральности, поскольку несогласованность политики сетевого нейтралитета будет снижать темпы развития OTT-услуг</p>
Различные инфраструктуры сетей	<p>– существование сетевой неоднородности будет приводить к дублированию расходов тех провайдеров и операторов инфраструктуры, которые будут эксплуатировать сразу несколько сетей</p> <p>– выбор специфической сетевой инфраструктуры будет носить скорее стратегический характер, нежели основываться на экономической эффективности</p>

#### Литература:

1. Alexey Kondrashov, Direct INFO Рынок OTT в Мире. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.slideshare.net/kondrashov/2013-17793129>

2. Informa Telecoms & Media. 2013 Research Agenda. Strategies for competing in a post-Web world. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.informatandm.com/wp-content/uploads/2012/11/Informa-Telecoms-Media-2013-Research-Agenda.pdf>

**Ткаченко О.Г.**, к.е.н., доц.,  
**Дятлов Є.В.**,  
аспірант кафедри менеджменту  
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,  
*Донецький державний університету управління,  
м. Маріуполь, Україна*

## **ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОСТОРУ**

Пріоритетом сучасної зовнішньої політики України виступає європейська інтеграція. Ефективна її реалізація значною мірою залежить від рівня інтегрованості України до міжнародного та європейського інформаційного простору (ЄІП).

Безумовно, невід'ємною складовою частиною до ЄІП входить і інформаційний простір України, незважаючи на його відсталість у порівнянні із розвинутими європейськими країнами. Національний інформаційний простір (НІП) України – середовище, в якому здійснюється продукування, зберігання та поширення інформації і на яку розповсюджується юрисдикція України. Згідно із Законом України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» [1], інтеграція України у глобальний інформаційний простір включена в організаційно-правові основи розвитку інформаційного суспільства в Україні.

Актуалізація нових важелів розвитку економіки та посилення ролі її інформаційного забезпечення обумовлює нагальну потребу формування в складі НІП національного інформаційно-аналітичного простору (НІАП). Держава, концентруючи увагу тільки на НІП, не надає належної допомоги та забезпечення розвитку державного сектора економіки та підприємництва.

В Європейському Союзі в рамках ЄІП функціонують реальні інформаційно-аналітичні системи, наприклад, Європейська інформаційна мережа з питань міжнародних відносин та регіональних досліджень (EINIRAS), Міжнародна мережа з проблем безпеки (INS) та інші. Так, EINIRAS є об'єднанням науково-дослідних установ, що займаються питаннями інформації та документації з міжнародних відносин в сфері досліджень і політичної практики. Метою EINIRAS є створення єдиної європейської бази даних з міжнародних відносин і країнознавства, що буде корисним для фахівців, які працюють в цій сфері. Діяльність в рамках INS є корисною саме для розвитку інформаційно-аналітичного простору та забезпечення безпеки національної інформаційної системи. Очевидним є факт, що Україні слід не тільки приєднатися, але й брати активну участь у формуванні цих мереж.

Слід зазначити, що в країнах Європейського Союзу приділено значну увагу формуванню інформаційно-аналітичного простору для забезпечення підприємницької діяльності (правове інформування, торгове консультування, проведення тренінгів, пошук партнерів, налагодження зв'язків, вихід на нові ринки тощо). Так, у Великій Британії до системи інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності залучені ряд державних структур, провідну роль серед яких відіграє Міністерство торгівлі та промисловості, міжвідомча Британська служба торгівлі та інвестицій, спеціально створені структури, такі як Міжурядові комітети з торгівлі та інвестицій, саміти, форуми, асоціації та ін. [2], які сумісно сприяють просуванню британського бізнесу на ринки країн світу. Уряд Великої Британії, спираючись на ці структури, надає підтримку підприємствам у регіонах через регіональні відділи, а за рубежем – через комерційні відділи британських посольств.

Важливу роль в інформаційному забезпеченні підприємництва у Великобританії відіграють неурядові організації, такі як Конфедерація британської промисловості (найбільше об'єднання британських ділових кіл), Британська торгова палата, членами якої є 135 тис. бізнес-структур країни, Асоціація британських експортерів, морські торговельні порти.

Безумовно, формування інформаційно-аналітичного простору потребує значних капітальних вкладень, які перевищують можливості інвестування з боку окремих держав. Тому буде зростати роль міжнародних державних інформаційних проектів та спільних підприємств. У європейських країнах інформатизації піддаються пріоритетні галузі економіки. Такий інноваційний розвиток забезпечить інтенсивне зростання валового національного продукту не тільки в країнах Західної, але й Східної Європи.

В Україні розвиваються окремі складові НІП, при цьому роботи здійснюються в рамках як національних, так і регіональних програм. НІАП як сектор інформаційного простору представлений такими потужними агенціями, як Український центр економічних і політичних досліджень імені О. Разумкова, Українсько-європейський консультативний центр (UEPLAC), Міжнародний центр перспективних досліджень та інші. Ці агенції займаються дослідженнями в різних сферах суспільного життя: економіці, політиці, культурі. Сформувалася своя мережа інформаційно-консалтингових компаній в різних сферах підприємницької діяльності: зовнішній торгівлі, аграрному секторі, харчовій промисловості, паливно-енергетичному комплексі та ін.

Отже, безумовно, що весь позитивний досвід інформаційно розвинутих країн варто аналізувати та адаптувати до умов України для формування національного інформаційно-аналітичного простору як складової НІП, що забезпечить.

#### **Література:**

1. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки: Законом України від 09.01.2007 р. № 537-V // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2007. – № 12. – Ст.102 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.

2. Белінська Я.В. Державна підтримка експорту: зарубіжний досвід та уроки для України / Белінська Я.В. // Стратегічні пріоритети. – 2008. – №3 (8).– С. 120-131.

**Удовик М.С.**, к.ю.н., доц.,  
доцент кафедри  
господарського права факультету підприємництва та права,  
*Київського національного університету  
технологій та дизайну,  
м. Київ, Україна*

### **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДЕТИНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

В нинішніх умовах, більшість населення України опинилося у складній ситуації: значне зниження доходів та зубожіння; дорожчання вартості життя, в т.ч. енергоресурсів; зростання безробіття; зневіра до влади та її інституцій; військовий конфлікт на сході тощо. Зазначене супроводжується відвертим цинізмом владно-політичного істеблішменту у маніпулюванні законодавством; відсутністю і непродуманістю, а відтак провальністю реформ; подальшим зухвалим обкраданням держави та населення посадовцями різних рівнів з використанням «кишенькових» структур або без таких; зростання рівня корупції; посилення фіскального тиску тощо.

Україні потрібен «План Маршалла», інакше за домінуючого впливу глобального висококонкурентного економічного середовища, незалежно від нашої волі і неумисно

спрацює так званий «План Моргентау», який означатиме примітивізацію нашої економічної діяльності [1]. Україна повинна продовжувати програму макроекономічної стабілізації. Для виходу із «бідності» необхідне поєднання державного втручання, протекціонізму і стратегічних інвестицій. Саме така політика була запорукою успішного економічного розвитку, починаючи з Італії епохи Відродження і промислової революції в Нідерландах, та, закінчуючи, сьгоднішніми країнами Південно-Східної Азії [2]. У минулому сторіччі американці фінансували свій економічний розвиток і стали багатими, оскільки наприкінці 1900-х років 70 % надходжень у бюджет федерального уряду складало мито на закордонні промислові товари. Останнє (мито) відіграло дуже важливу подвійну роль: по-перше, захищало внутрішню промисловість, щоб вона могла розвиватися і вступити у вільну торгівлю через 30 років, а по-друге, мито фінансувало уряд [2].

Водночас, не всі види зростання ведуть до господарського розвитку та добробуту. Піднесення в різні епохи і на різних етапах пов'язане з різними галузями і типами діяльності. Ось чому капіталізму потрібні стратегічна координація і управління» [2].

Нашій державі необхідно запровадити ефективну політику підтримки свого реального сектору економіки, а не концентрувати увагу на збалансуванні фінансового сектору і перемозі у боротьбі з корупцією. Явище корупції притаманне і високорозвиненим країнам, наприклад Німеччині, де є немало корумпованих бізнесменів, проте вона розвивається. Єдине, що лікує корупцію – це індустріалізація. Деіндустріалізація породжує різні види злочинів. До певної міри корупція – це замітник реального сектору.

Відтак, одним з важливих завдань бюджету є підтримка реального сектору економіки всіма можливими способами. Натомість діалоги про кредити і вимоги Міжнародного валютного фонду (далі – МВФ) – це дуже деструктивна річ, яка відволікає увагу звідти, де вона має бути в першу чергу. Державі слід припинити фокусуватися лише на фінансовому секторі і приділити увагу виробництву. Кредитні ресурси від МВФ – це, в основному, кошти, які йдуть на покриття наших боргів. Необхідно детально розібратися з реальністю сплати останніх.

Наразі Україна в такій ситуації, коли фінансовий сектор стає паразитом і, насправді, вбиває нашу реальну економіку. Нам конче потрібно сконцентруватися на виробництві, і мати політичну волю припинити надто вже прислухатися до МВФ, Світового банку та інших фінансових радників ззовні. Щоб стати багатою країною, варто зосередитись на реальній економіці: надати доступні (дешеві) позики підприємцям, створити фіскальні стимули (податкові преференції тощо) [2]. В Україні великий ринок – більше ніж 40 мільйонів осіб. Цього достатньо, щоб створити здоровий виробничий та сектор.

Надзвичайно необхідно в нашій державі створити Банк розвитку, який підтримував би виробництво і торгівлю – на кшталт бразильського, як не дивно, найбільш успішного в світі банку розвитку. Варто вивчити саме цей успішний досвід та спробувати реалізувати його в Україні [2]. Насьогодні, Україна повинна зосередитися на внутрішньому виробництві, при цьому, не зменшуючи експорту, щоб мати змогу платити за імпорту. Вкрай важливо, підтримати свою внутрішню промисловість, створювати нове виробництво.

Порочне коло: політична нестабільність, відсутність промисловості, витік грошей. Можна спробувати його контролювати, але зупинити його можна тільки шляхом створення вигідного економічного розвитку з використанням нових технологій. Ключовий момент тут в тому, щоб нові технології підтримували зв'язок з реальною економікою. Слід використовувати нові знання навіть у примітивному виробництві. Це не дуже складно, але важливо. Технології легко просувати. Але не слід зосереджуватися лише на високих технологіях, які не надто добре пов'язані з реальною економікою [2]. В будь-якому випадку не слід нехтувати розвитком технологій, але визначальним повинно бути створення робочих місць.

Суттєвим є те, що поки існує «симетрична вільна торгівля» – вільна торгівля між країнами з приблизно однаковим рівнем розвитку – це дуже добре. Але асиметрична торгівля – якщо продавати сировину, а імпортувати готові товари, як це робить Україна, – дуже



невигідна для країни-виробника сировини. І ще важливо розуміти – людське сприйняття реальності змінюється. На розуміння потрібен час. Адже ментальність повинна змінитися. Зараз саме час запитати: «Що ми робили всі ці 25 років? Якщо нав'язувана нам модель не працює навіть у високорозвинених країнах, зокрема у США, як можна очікувати, що вона працюватиме в Україні?».

#### Література:

1. Економіка України 2016 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.business.ua/politics/ekonom\\_ka\\_ukra\\_ni\\_2016\\_roku-282704](http://www.business.ua/politics/ekonom_ka_ukra_ni_2016_roku-282704)
2. «Україна сьогодні – це Перу 1979-го». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://antikor.com.ua/articles/129791-ukrajina\\_sjogodni\\_\\_tse\\_peru\\_1979-go](http://antikor.com.ua/articles/129791-ukrajina_sjogodni__tse_peru_1979-go)

**Фисун І.В.**, к.е.н., доц.,  
доцент кафедри фінансів та банківської справи,  
*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,  
м. Полтава, Україна,*  
**Яремченко Л.М.**,  
старший викладач кафедри фінансів та банківської справи,  
*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,  
м. Полтава, Україна*

### СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК СКЛАДОВОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Важливою складовою соціальної політики держави є система пенсійного забезпечення її громадян. Проте, проблеми політичного, економічного та соціального характеру, що негативно впливають на формування коштів Пенсійного фонду України свідчать про те, що держава в найближчому майбутньому не зможе забезпечити гідний рівень пенсії більшості громадян. А тому в сучасних умовах в Україні виникає необхідність формування ефективної системи недержавного пенсійного забезпечення, що базується на засадах добровільної участі громадян та роботодавців у здійсненні пенсійних накопичень, та ефективність якої доведена досвідом економічно розвинених країн світу.

Система недержавного пенсійного забезпечення, що становить третій рівень пенсійної системи, відповідно до Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення» [1] здійснюється банківськими установами, котрі відкривають індивідуальні пенсійні депозитні рахунки, недержавними пенсійними фондами та компаніями зі страхування життя. Всі ці фінансові установи займають певну частку сегменту недержавного пенсійного забезпечення та характеризуються низкою переваг і недоліків.

Громадяни України можуть укладати з банками угоди про відкриття депозитних пенсійних рахунків з метою здійснення пенсійних заощаджень у межах суми, визначеної для відшкодування вкладів Фондом гарантування вкладів фізичних осіб. Така діяльність банків регулюється Постановою Правління Національного банку України «Про затвердження Інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземній валютах» [2], відповідно до статті 9 якої банк зобов'язаний видати пенсійний вклад на першу вимогу вкладника. Проте надзвичайно важко визначити обсяги пенсійних банківських рахунків, оскільки банківські установи не відокремлюють їх від інших депозитних накопичень.

Діяльність банків тісно пов'язана з діяльністю недержавних пенсійних фондів та компаній зі страхування життя, що здійснюють пенсійне страхування. Зокрема, банки можуть здійснювати їх обслуговування та надавати консультаційні, агентські або брокерські послуги. Окремі банки в Україні є засновниками недержавних пенсійних фондів (табл. 1).

**Банки-засновники недержавних пенсійних фондів України  
станом на кінець I-го півріччя 2016 року [3]**

<b>Засновник</b>	<b>Назва недержавного пенсійного фонду</b>
Національний банк України	Корпоративний недержавний пенсійний фонд Національного банку України (50% ринку)
ПАТ «Державний експортно-імпортний банк України»	Непідприємницьке товариство «Недержавний корпоративний пенсійний фонд ВАТ «Укрексімбанк»
ПАТ КБ «ПриватБанк»	Відкритий пенсійний фонд «ПриватФонд»
АТ «ОТП Банк»	Відкритий пенсійний фонд «ОТП Пенсія»
АБ «Брокбізнесбанк»	Непідприємницьке товариство корпоративний недержавний пенсійний фонд «Брокбізнескапітал»
АТ «ВАБанк»	Непідприємницьке товариство Корпоративний недержавний пенсійний фонд АТ ВАБанк
ПАТ «Місто Банк»	Відкритий недержавний пенсійний фонд «Промисловий союз»

Що стосується діяльності недержавних пенсійних фондів, то станом на 30.06.2016 р. в Державному реєстрі фінансових установ містилася інформація про 66 недержавних пенсійних фондів. При цьому недержавним пенсійним забезпеченням на цей період користувалися понад 831,2 тис. осіб, що становило, що становило близько 5,4% від загальної кількості зайнятого населення. При цьому загальні активи недержавних пенсійних фондів на кінець I-го півріччя 2016 року становили 2000,3 млн грн, а пенсійні внески – 2,2 млн грн. Страховиків, що здійснювали пенсійне страхування на кінець першого півріччя 2016 року було 7 з 45-ти компаній зі страхування життя, пенсійні внески становили 10,7 млн грн, а загальні активи страховиків становили 6055,8 млн грн [4].

Вищенаведені дані свідчать про досить значний фінансовий потенціал учасників системи недержавного пенсійного забезпечення та про незначну частку населення України, котра здійснює пенсійні накопичення в цій системі. Це пояснюється дією низки чинників, основними з яких є повільні темпи пенсійної реформи, відсутність ефективного інформування населення, проблеми в банківській сфері та політична й економічна нестабільність в країні. Проте, зважаючи на неефективність загальнодержавної пенсійної системи, в сучасних умовах економічного розвитку України необхідним є становлення системи недержавного пенсійного забезпечення як важливої складової соціальної політики держави.

#### **Література:**

1. Про недержавне пенсійне забезпечення: Закону України від 09.07.2003 р. №1057-IV // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1057-15>
2. Про затвердження Інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземній валютах: Постанова Правління НБУ від 12.11.2003 р. № 492 // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1172-03>
3. Кулина Г.М. Сучасні тенденції розвитку страхування життя у світі // Економічний аналіз. – 2014. – Т. 5. – №2. – С.64-70.
4. Підсумки діяльності страхового ринку України за I півріччя 2016 року: Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг // [http://nfp.gov.ua/files/DepFinMon/sk\\_II\\_%202016.pdf](http://nfp.gov.ua/files/DepFinMon/sk_II_%202016.pdf)

**Чубенко А.Г.**, д.ю.н., проф.,  
директор Навчально-методичного центру,  
Держфінмоніторингу України,  
м. Київ, Україна

## **ЛЕГАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТ: МІЖНАРОДНИЙ, ІНОЗЕМНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД**

В сучасних умовах активно використовуються різноманітні системи, за допомогою яких можна переказувати кошти у будь який куточок світу. Альтернативні системи грошових переказів сприяють транснаціональним передачам цінностей за межами обмежень, що накладаються на банківську систему. Більшість залежить, в деякій мірі, від елементів регулювання фінансової системи. В більшості випадків, гроші, які переміщуються через ці системи, складніше регулювати і контролювати. Як і вся фінансова система, всі альтернативні системи грошових переказів використовуються в звичайних законних цілях. В рівній мірі, як і банківська система, всі вони відкриті для зловживань і користування з боку злочинців і терористів. Крім того, вони працюють в таких галузях, де банківська система не працює, через бідність, війни або корупцію, забезпечуючи доступ до фінансових коштів для не охоплених банківськими послугами регіонів. Вони швидше, легше і менш контрольовані, ніж звичайні грошові перекази.

Найпоширеніші альтернативні платіжні системи в світі є:

- **Hawala** (користується популярністю в Африканських країнах). «Hawala» означає «передача». Ймовірно, найстаріша в світі і найпоширеніша система грошових переказів. Її основне застосування – це передача коштів між громадами діаспори і рідними країнами.

- **MPESA** – Телефонний банкінг (започатковано в 2007 році в Кенії, але користується попитом в ряді інших країн Африки і широко поширюється в інших країнах). Дозволяє людям переводити гроші на свої мобільні телефони. Спочатку був призначений, щоб дозволити банкам здійснювати мікрокредитування через телефони.

- **SVC's** – картки з закладеним лімітом коштів (швидко поширюються замінивши традиційні чеки, поштові перекази, дорожні чеки тощо. Використовуються тільки у певних торгових точках або для конкретних цілей).

- **Bitcoin** – це зашифрована пірінгова платіжна система. Заснована не в окремій державі і не підкріплена у жодній банківській установі або корпорації. Система призначена для не регульованої і поза контролем регульованої банківської системи (топ 10 країн, в яких популярні біткойни – 1. Естонія, 2. США, 3. Данія, 4. Швеція, 5. Північна Корея, 6. Нідерланди, 7. Фінляндія, 8. Канада, 9. Великобританія, 10. Канада).

Щодо України, то у нас по суті та сама проблема, що й у більш цивілізованих країн, технології випереджають законодавство. Проблема одна, підходи до вирішення різні.

Згідно із Законом «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» електронні гроші – це одиниці вартості, що зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, аніж тим хто їх випускає, і є грошовим зобов'язанням у готівковій або безготівковій формі. Випуск електронних грошей може здійснювати виключно банк, на якого покладаються обов'язки з їх погашення. Через свої технології Bitcoin не потрапляє під українське визначення поняття «електронні гроші», оскільки не містить зобов'язання емітента з його погашення, не має єдиного емісійного центру, і не прив'язаний до жодних готівкових або безготівкових коштів. У свою чергу «безготівкові кошти» за українським законодавством можуть існувати виключно у формі записів на банківських рахунках. Банки не беруть участі у процесі емісії та обігу криптовалют, тому Bitcoin не може вважатись «коштами». Не потрапляє Bitcoin і під визначення «платіжної системи», оскільки основною та обов'язковою функцією, платіжної системи є проведення переказу грошових коштів. Тоді як через гаманець Bitcoin здійснюється переказ виключно Bitcoin, який, як ми вказали вище, грошовими коштами не є.

Згідно з представленим документом від Bitcoin Foundation Україна, ключовою перевагою Bitcoin-інтеграції для населення України є спрощення транскордонних платежів і доступ малого та середнього бізнесу до міжнародних ринків збуту. Міжнародні платежі стануть практично миттєвими і безпечними, продавцям і покупцям не доведеться домовлятися про валюту розрахунку, оскільки Bitcoin може бути з легкістю конвертований в гривню.

Інтеграція Bitcoin в правовий та економічний простір України дасть серйозний імпульс до розвитку мобільних платежів в країні, а також відходу від готівки. Подібний досвід є в африканських, азійських, а також країнах Латинської Америки, де значна частина населення залишається неохопленою банківськими послугами, але завдяки низькій вартості і багатофункціональності смартфонів, ці люди активно використовують Bitcoin для взаєморозрахунків.

### **Секція 3. Інформаційні інновації у документно-аналітичній сфері**

**Аташкаде Р.В.**, к.філос.н.,  
доцент кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

#### **ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ**

В Україні проблема ефективного економічного розвитку на основі інноваційних розробок є надзвичайно актуальною, адже саме за рахунок спрямування інноваційної діяльності на раціоналізацію існуючого виробничого процесу, підвищення ефективності та якості усіх аспектів виробничо-господарської діяльності уможливується забезпечення не лише постійного вдосконалення виробничого процесу, а й дія на випередження, виявлення нових перспективних напрямів чи форм бізнесу з метою задоволення нових форм бізнесу.

Теорії інноваційного розвитку змістили акценти у поведінці людей, сформували у них прагнення до копичення та реалізації знань. Очевидним є те, що економічне зростання держави значною мірою лежить від інноваційної активності підприємництва, від його прагнення, зусиль та здатності використовувати у своїй діяльності новітні технології, творчо підходити до визначення способів задоволення потреб споживачів, на основі чого вдосконалювати та оновлювати продукцію, отримуючи подальші доходи та зміцнюючи свої ринкові позиції.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» наведене наступне визначення терміну «інновація» – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможності технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

Реалізація інновацій може здійснюватися лише в бізнесі, оскільки покупцем виступає підприємець, якого конкуренція примушує вносити зміни, або підприємець, який створює новий бізнес. Відтак, перший реалізовує інновацію лише в тому випадку, коли його не задовольняє позиція компанії на ринку й заради досягнення конкурентної переваги він готовий іти на ризик. Ті компанії, які мають стабільні позиції на ринку й не відчують суттєвого тиску з боку конкурентів, не потребують «проривних» інновацій, для менеджменту таких підприємств достатньо вдосконалень еволюційного характеру.

Інновації є основним об'єктом інноваційної діяльності, що представляє собою діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

Особливість інноваційної діяльності як одного з різновидів підприємницької діяльності полягає в тому, що вона є діяльністю підвищеного ризику порівняно зі звичайним підприємництвом. Такий ризик обумовлений новизною, творчим характером науково-технічної роботи, можливістю отримання як позитивного, так і негативного результату.

Реалізації інноваційної діяльності підприємств в значній мірі сприяє інноваційна політика держави, що насамперед базується на створенні сприятливого інвестиційного клімату, а також формуванні дієвих структур для її реалізації і налагодження ефективного механізму взаємодії між ними, тобто формування сприятливих умов для функціонування суб'єктів інноваційної діяльності та розвитку підприємництва у інноваційній сфері.

Недостатнє фінансування наукової сфери унеможливує одержання важливих наукових результатів та перешкоджає розвитку України, її ствердженню як передової розвиненої держави. Методологічні та практичні засади інноваційної діяльності бізнесу в умовах перехідного періоду потребують детального опрацювання, оскільки зарубіжний

досвід у цій сфері не може бути запроваджений, не урахувавши особливостей розвитку української економіки.

Отже, підприємці повинні усвідомлювати, що управління нововведеннями є необхідною умовою успішного бізнесу, тому що саме нововведення сприяють підвищенню якості і зниженню собівартості продукції, забезпечують її конкурентоспроможність, а відтак й ефективну присутність підприємств та організацій на ринку товарів і послуг. Фахівці мають оволодіти теоретичними основами, методологією та практичними навичками інноваційного менеджменту, усвідомлювати принципи формування та реалізації державної інноваційної політики, особливості організації інноваційної діяльності в регіонах, основні напрями вдосконалення інноваційної діяльності в окремих галузях економіки, навчитися самостійно вирішувати інноваційні завдання від прогнозування нововведень до їх комерційного використання у підприємницьких структурах.

#### **Література:**

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>.

**Бойко Н.І.**, к.пед.н., доц.,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **МЕТОДОЛОГІЯ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ОСВІТИ. ЗАСТОСУВАННЯ ЗАСОБІВ МУЛЬТИМЕДІА В ОСВІТІ**

Інформатизація освіти розглядається як цілеспрямовано організований процес забезпечення сфери освіти методологією, технологією і практикою створення та оптимального використання науково-педагогічних, навчально-методичних, програмно-технологічних розробок, орієнтованих на реалізацію дидактичних можливостей інформаційних і комунікаційних технологій (ІКТ), які застосовуються в комфортних і зберігаючих здоров'я умовах, як нова галузь педагогічної науки, що включає в себе підсистеми навчання, виховання, освіти та інтегрує психолого-педагогічні, соціальні, фізіолого-гігієнічні, техніко-технологічні науково-практичні дослідження, що знаходяться в певних взаємозв'язках, відносинах між собою і утворюють певну цілісність.

Методологія інформатизації освіти – взаємопов'язана сукупність, система домінуючих ідей, принципів, методів, що визначають наукові підходи до здійснення дослідницької діяльності за основними напрямками інформатизації освіти як галузі наукового знання; створення теоретичних положень, в тому числі напрямків, моделей і передумов розвитку інформатизації освіти як галузі наукового знання; розробці вимог до створення та функціонування на базі ІКТ досліджуваних об'єктів, сюжетів, процесів, явищ, на які спирається дослідник в ході отримання (розробки) нового знання про напрямки теоретичних і прикладних досліджень, перспективи, прогноз і вибір інноваційного шляху розвитку інформатизації освіти як галузі педагогічної науки.

Методологія розвитку вітчизняної системи інформатизації освіти – фундаментальні основи узагальненого осмислення розвитку інформатизації освіти, що розглядаються, по-перше, як цілеспрямовано організований процес забезпечення сфери освіти методологією, технологією і практикою створення та оптимального використання науково-педагогічних, навчально-методичних, програмно-технологічних розробок орієнтованих на реалізацію можливостей ІКТ, що застосовуються в комфортних і зберігаючи здоров'я умовах, і, по-друге, як нової області педагогічного знання, що інтегрує наукові напрямки психолого-педагогічних, соціальних, фізіолого-гігієнічних, техніко-технологічних досліджень, що знаходяться в певних взаємозв'язках, відносинах між собою і утворюють певну цілісність.

Досвід впровадження освітніх інновацій показує, що при вдосконаленні навчального процесу на перший план висувуються технічні і організаційні питання, а підготовка викладача, що володіє сучасними педагогічними технологіями, готового постійно підвищувати свою педагогічну компетентність, йде на периферію уваги керівників. А тим часом неприйняття педагогом змін і психолого-педагогічна непідготовленість до них є головним гальмом широкого впровадження інновацій, зокрема засобів інформаційно-комунікаційних технологій, в навчально-виховний процес.

Сьогодні у сфері освіти в будь-якому типі навчального закладу потрібний викладач, здібний до саморозвитку і самовизначення в ситуації рухомого, постійно змінного і відкритого соціальному замовленню освіти; викладач, що розуміє своє професійне призначення, здатний і готовий до постійного оновлення.

Одним із сучасних видів засобів інформаційно-комунікаційних технологій є мультимедійні програми для навчання і самостійного опанування предметом за допомогою комп'ютера.

Для управління процесом навчання за допомогою ПК викладачеві необхідно вирішувати і ряд більш конкретних завдань: контроль за діяльністю кожного користувача; аналіз помилок, отриманих у ході контролю; корекція помилок тощо.

В умовах масового навчання всі ці функції комп'ютером здійснюються набагато швидше, ніж при традиційному навчанні. При цьому комп'ютер дає змогу здійснювати оперативну обробку всієї інформації, що поступає від кожного студента, одночасно.

Найбільш доцільною сферою комп'ютера як технічного засобу, що інтенсифікує традиційну систему навчання і самостійну роботу, є практично всі види мовної діяльності, тобто читання, мова, аудіювання і письмо, оскільки комп'ютер забезпечує як письмове, так і звукове представлення інформації.

За умови адаптації програмних засобів мультимедіа до потреб навчального процесу відповідно викладеному алгоритму, викладач отримує могутню систему комп'ютерного забезпечення навчального процесу, що володіє всіма необхідними компонентами.

Ефективність використання мультимедійних програм в освітньому процесі обумовлює цілий ряд чинників, основними серед яких є: візуальне представлення матеріалу; наявність еталону, що дозволяє оцінити засвоєння навчального матеріалу; активізація навчально-пізнавальної діяльності студентів; формування стійких умінь і навичок; забезпечення постійної мотивації за рахунок інтерактивності навчання; формування інформаційної культури студентів.

Таким чином, методика використання програмних засобів мультимедіа в навчанні фахівців, обов'язково повинна мати яскраво виражену позитивну спрямованість психологічного компоненту, що зважає на специфіку професійної освіти з технічною спрямованістю і психологічні особливості її застосування.

**Ващенко О.О.**, к.політ.н.,

доцент кафедри

підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,

*Державний університет телекомунікацій,*

*м. Київ, Україна*

## **ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І ПОЛІТИЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ У ТРАНСФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Політична соціалізація особистості як складний процес набуття певного комплексу політичних знань, цінностей, символічно-сміслових орієнтацій та діяльнісних умінь, якими оволодіває людина, перебуваючи в сучасному соціально-політичному середовищі,

нерозривно пов'язана зі сферою інформаційно-телекомунікаційних технологій. Недаремно іноді ЗМІ називають «четвертою гілкою влади», адже саме вони напряму впливають на формування суспільної думки з певного питання, а у більш широкому розумінні – і суспільної свідомості взагалі.

Слід зазначити, що однією з ключових особливостей українського трансформаційного суспільства, яке перебуває в стані переходу від тоталітаризму та номенклатурно-авторитарної управлінської системи до суспільного і державного врядування демократичного характеру, є наявність суперечливих тенденцій у процесі становлення політичної культури нового типу. З одного боку, національне суспільство дійсно прагне до становлення і відродження національно-демократичних цінностей та політичних форм, а з другого – надзвичайно сильними залишаються реакційні сили, що спрямовані на збереження стагнаційного номенклатурно-бюрократичного та глибоко корупційного ладу, що залишився нам у спадок від колишнього імперського утворення. «В Україні у процесі становлення демократії відбувається формування демократичної політичної культури – значного оновлення зазнають цінності, орієнтації, навички, моделі політичної поведінки, методи і прийоми політичної діяльності. Доведено, що політична культура пострадянської України залишається перехідною політичною культурою, яка характеризується соціальною пасивністю, амбівалентністю ціннісних орієнтацій, відчуженням широких мас від політики, високим ступенем недовіри населення до державних інститутів. Відсутній консенсус відносно фундаментальних цінностей, цілей та ідеалів суспільства породжує високу конфліктність і соціальну напруженість, які зумовлюють політичну нестабільність в суспільстві. Відносно повільне становлення демократичної політичної культури на інституціональному рівні пов'язане з незмінністю політичної еліти. Небажання і неспроможність представників цієї еліти включитися у механізм взаємодії, налаштованість на конфліктні форми обстоювання власних політичних інтересів, а не досягнення політичного компромісу, роблять процес переходу до демократичного політичного режиму й, відповідно, демократичної політичної культури суперечливим і непослідовним» [3, с. 572]. Така суперечливість у процесуальності становлення та ціннісно-смісловій структурі політичної культури, що народжується в рамках посттоталітарної трансформації, зумовлює необхідність активного використання державою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій з метою постійного вивчення і моніторингу ключових особливостей та настроїв українського суспільства у конкретний проміжок часу та можливостей спрямування їх в демократично-правове русло.

Сьогодні у будь-якому суспільстві та в рамках будь-якої політичної системи інформація соціально-політичного змісту, що поширюється завдяки, в першу чергу, мережі інтернет та телебаченню, своєю основною метою має формування конкретного типу політичної культури, який би дозволяв соціальному суб'єкту активно реалізовуватися в цьому середовищі. Інформаційне середовище трансформаційного суспільства, яким є сучасна Україна, характеризується надзвичайною «різнобарвністю». Одну і ту саму новину різні ЗМІ подають «під різним соусом» в залежності від того, на яку реакцію очікує той, хто має безпосередній вплив на даний телеканал, інтернет-видання чи друкований засіб масової інформації. Людина ж, отримуючи з різних джерел різноманітну, іноді суперечливу та непоєднану між собою інформацію, досить часто стає «жертвою» більш вдалої маніпуляційної технології. За таких складних умов необхідність підвищення рівня політичної культури українських громадян, її ціннісної орієнтованості на європейський вектор розвитку постає як одне з ключових завдань нашої держави.

Адекватною відповіддю на даний виклик часу стало створення Міністерства інформаційної політики України (постанова Верховної Ради України від 2 грудня 2014 року «Про формування складу Кабінету Міністрів України»). Головні завдання Міністерства відповідно до Положення – забезпечення інформаційного суверенітету України, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами, а також забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів; забезпечення здійснення



реформ засобів масової інформації щодо поширення суспільно важливої інформації. Слід відмітити, що здійснення зазначених реформ передбачає, зокрема, впровадження і використання інноваційних технологій в цій галузі.

Враховуючи, що на даний час перед українським суспільством постає складне завдання вибудовування такої політичної системи, за якої уможлиблювалося б створення передумов для цілісно-структурної політичної соціалізації особистості, котра мала б на меті формування демократично-правової політичної культури серед населення нашої країни, роль та значення інформаційно-телекомунікаційних технологій у цьому процесі важко переоцінити. Завдання держави у зв'язку із зазначеним полягає у активному використанні таких потужних засобів, як мережа інтернет та телебачення, з метою формування у суспільстві насамперед цілей демократизаційного, модернізаційного і реформаційного характеру, а також національної та політичної свідомості та культури населення України, особливо національної молоді.

#### **Література:**

1. Постанова Верховної Ради України від 2 грудня 2014 року «Про формування складу Кабінету Міністрів України».
2. Положення про Міністерство інформаційної політики України, затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 14 січня 2015 р. № 2.
3. Курняк О.А. Політична культура як соціокультурний феномен: поняття та структура / О. Курняк // Гілея: наук. вісн.: зб. наук. пр. – К.: ВІР УАН, 2011. – Вип. 44. – С. 569-576.

**Гончаренко А.П.**, к.е.н.,  
доцент кафедри  
інформаційно-аналітичної інноваційної діяльності,  
*Інститут інтелектуальної власності  
Національного університету  
«Одеська юридична академія» в м. Києві,  
м. Київ, Україна*

### **КРАУДСОРСИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА МОЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Головним ресурсом забезпечення розвитку інноваційної економіки в країні стає навіть не інформація, а знання та шляхи передачі і можливості використання цих знань. За цих умов значно збільшується значення сфери інформаційного підприємництва в економіці України.

Інформаційний розвиток стає однією з головних передумов успіху у вирішенні актуальних поточних і перспективних завдань соціально-економічного розвитку країни в цілому, а інформаційне підприємництво здатне сприяти вирішенню проблеми реструктуризації економіки. Мале підприємництво вигідно відрізняється від великих підприємств тим, що не потребує великих стартових інвестицій та гарантує високу швидкість обороту ресурсів. Але правова, фінансова і інформаційна підтримка необхідна в будь-якому випадку [2, с. 2].

Для пошуку фінансових і інформаційних ресурсів, що потрібно спрямувати на розвиток інформаційного підприємництва, доцільно звернутися до інновацій інформаційної сфери. Однією з таких сучасних технологій є краудсорсинг. Краудсорсинг – (англ. crowdsourcing, crowd – «натовп» і sourcing – «використання ресурсів») – передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти, без укладання трудового договору) [3, с. 82].

Загальновідомими прикладами використання цієї технології є Вікіпедія, найбільша енциклопедія в історії людства, доступна кожному. В проекті взяли участь сотні тисяч редакторів, які збагачують Вікіпедію новими матеріалами та удосконалюють вже існуючі статті. В українському розділі Вікіпедії – понад півмільйона статей, які створені звичайними людьми, які є експертами у своїх галузях.

Прикладом краудсорсингового медіапроекта в Україні можна зазначити інформаційний ресурс «ЕкоМапа» – проект, розроблений під егідою Всесвітнього фонду природи в Україні. На цій платформі учасники проекту з різних регіонів об'єднуються з односторонцями по всій країні для спільного пошуку шляхів вирішення забруднення природи. За допомогою «ЕкоМапи» можна надавати пропозиції щодо найбільших екологічних проблем, до вирішення яких за результатами голосування долучатиметься компанія WWF в Україні.

Краудсорсинг-проекти за кордоном реалізуються також і в документно-інформаційній сфері – бібліотеках, музеях, архівах. Цей досвід свідчить, що застосування краудсорсингу вирішує завдання консолідації й активізації користувачів мережевого сегмента соціокомунікаційних структур; відкриває нові можливості для встановлення комунікації із суспільством [1, с. 6].

Можемо зазначити, що краудсорсинг у бібліотечно-інформаційній сфері виявляє й дозволяє продукувати інноваційні ідеї, які сприяють модернізації бібліотеки. Мотивація до участі може виражати особисту зацікавленість користувача в певній проблемі, тому ці ідеї сприяють і розвитку підприємництва в документно-інформаційному середовищі. Тим більше, що аналіз розвитку краудсорсингу дозволяє запропонувати орієнтовну технологію започаткування і ведення такого бізнесу.

Процес використання краудсорсингу складається з декількох етапів з урахуванням того, чи використовується він самостійно, чи з допомогою компанії, яка цим займається. Першим етапом після отримання краудсорсинг-проекту є поділ його на мікрозадачі менеджером проекту. Після поділу проекту над кожною мікрозадачею починають працювати всі, хто бажає взяти участь та має відповідний інформаційний, інтелектуальний та фінансовий ресурс. Це може бути більш ста осіб одночасно [4, с. 232].

На кожному з етапів роботи над проектом фірма або головний менеджер перевіряє якість виконання тієї чи іншої мікрозадачі. Вже після того, як робота над проектом закінчена і перевірена, менеджер проекту надає готовий для використання продукт. На цьому етапі планується отримання відповідної винагороди за інформаційний продукт, що надається.

**Висновок.** Онлайн-технології краудсорсингу в Україні є відносно новими, проте вони мають всі підстави активно розвиватися в різних сферах як ефективний громадський (недержавний) ресурс інформування, самоорганізації, взаємодопомоги та координації дій. Ця технологія може бути застосована і для розвитку інформаційного підприємництва, що є досить актуальним для соціально-економічного розвитку України.

### Література:

1. Мар'їна О.Ю. Використання краудсорсингових технологій у діяльності зарубіжних бібліотек. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://science-community.org/en/system/files/32.pdf>
2. Тищук Т. А., Павлова А. М. Щодо потенціалу і перспектив розвитку ІТ-аутсорсингу в Україні. Аналітична записка / Т.А. Тищук, А.М. Павлова // Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1301/>
3. Теоретико-методологічні аспекти застосування краудсорсингу і краудфандингу в практиці публічного адміністрування / С. Ганущин // Ефективність державного управління: зб. наук. пр. – К., 2015. – Вип. 43. – С. 81-88.

4. Краудсорсинг як інноваційний управлінський інструмент і змістовна компонента навчального посібника для керівників / Г.М. Калініна // Проблеми сучасних підручників, 31(15). – 2015. – С. 230-239.

**Горпинич О.В.**, к.філос.н., доц.,  
доцент кафедри  
економіки підприємств та соціальних технологій,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Соціальна технологія – це упорядкована в часі і просторі послідовність процесів соціальної діяльності, сукупність взаємопов'язаних навичок, методів, способів і прийомів, спрямованих на досягнення поставлених цілей, реалізацію соціального проекту. Головне призначення соціальних технологій – регулювання соціальних процесів у різних спільнотах за допомогою специфічних засобів. Різноманіття соціальних процесів, а отже і технологій їх регулювання, обумовлене широким спектром соціальної діяльності в цілому і соціального обслуговування, розрізняючи за програмними цілями, функціями, характером і результатами.

Вчені вважають, що в інформаційному суспільстві процес комп'ютеризації дасть людям доступ до надійних джерел інформації, позбавить їх від рутинної роботи, забезпечить високий рівень автоматизації обробки інформації у виробничій та соціальній сферах. Рушійною силою розвитку суспільства має стати виробництво інформаційного, а не матеріального продукту. В інформаційному суспільстві зміняться не тільки виробництво, але і весь уклад життя, система цінностей, зросте значимість культурного дозвілля по відношенню до матеріальних цінностей. Матеріальною і технологічною базою інформаційного суспільства стануть різного роду системи на базі комп'ютерної техніки і комп'ютерних мереж, інформаційної технології, телекомунікаційного зв'язку.

Фахівці, що працюють в організаційно-технологічній діяльності, називаються соціальними технологами. Функції соціального конструктора – створення соціальних проектів технології, підготовка методичних засобів, їх реалізація. Функції соціального технолога – організація процесу впровадження, вироблення практичних рекомендацій щодо впровадження.

Соціальна технологія, як правило, є відповіддю на деяку назрілу соціальну потребу, тому створення нових соціальних технологій виступає як об'єктивний і закономірний процес.

У процесі здійснення соціальних технологій може змінюватися об'єкт впливу, що, в свою чергу, зумовлює необхідність постійного пошуку нових технологій. Соціальне вплив на один і той же об'єкт в різних умовах в залежності від його стану і поставленої мети об'єктивно вимагає розробки і застосування нових технологій.

Ускладнення суспільних відносин зумовлює не тільки різноманітність соціальних технологій, а й діалектичну єдність стереотипних повторюваних і творчих дій. Це співвідношення залежить від видів соціальних технологій. Якщо стереотипність процедур краща в виробничих технологіях, то в соціальних технологіях вона застосовна в основному лише на організаційному рівні, тоді як в приватних технологіях, в конкретних умовах, вона неможлива і навіть шкідлива.

У сучасному інформаційному суспільстві інформація – це не тільки і не стільки відомості, скільки інструмент управління. Соціальні технології постійно змінюються в залежності від отриманого практичного досвіду, мінливих соціального замовлення та соціальної інформації.

Соціальні інформаційні технології в інформаційному суспільстві стають головними важелями управління людьми. Вони поступово заміняють фізичний вплив, який довгий час вважався єдиним і неодмінним знаряддям управління.

**Дубовик Н.А.**, к.політ.н, доц.,  
доцент кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **ІННОВАЦІЙНІ СКЛАДОВІ СУЧАСНОЇ ОСВІТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ**

«Інноваціями є будь-які технічні, організаційні, економічні та управлінські зміни, відмінні від існуючої практики в конкретній організації. Організації мають різний рівень сприйняття інновацій, їх інноваційний потенціал дуже залежить від організаційної структури менеджменту, професійно-кваліфікаційного складу персоналу, зовнішніх умов господарської діяльності тощо» [1, с. 117]. Ті освітні установи, які відповідають цьому визначенню «інновації» мають майбутнє та безумовно розвиваються за всіма вимогами сучасного ринку освіти.

Говорячи про інновації в освіті, хотілося б зазначити низку факторів від яких залежить ефективність впровадження інновацій: технологічно-організаційного, психологічно-мотиваційного, матеріально-технічного та аналітико-інформаційного.

Перший фактор передбачає об'єктивну можливість впровадження освітніх інновацій на організаційному рівні. Другий фактор надзвичайно суттєвий. Без усвідомлення необхідності інноваційних змін серед керівництва й педагогічного складу, зміни неможливі. Третій фактор, найбільш складний, бо передбачає наявність матеріально-технічних ресурсів (обладнання, спец кабінети, лабораторії, технічні засоби). Також потрібно враховувати необхідність гідної оплати праці педагогічного складу та можливість грантової підтримки у сфері розробки й створення інновацій. На цьому інноваційний процес може гальмувати, що обумовлено загальноекономічною кризою у державі. Останній фактор передбачає комплексну діяльність у створенні, засвоєнні та розповсюдженні інновацій. Але це можливо лише за умови створення інформаційної інфраструктури освітньої установи. Можливість генерування й обміну інформацією і є інформаційним фактором.

Управління інноваційними процесами включає усі задіяні засоби установи й упорядкування управлінською діяльністю. Безумовно, інформаційно-аналітична складова являє собою основу процесу управління освітніми інноваціями. Технологія ж застосування включає наступні етапи: формування банку освітніх інновацій; формування компетенції спеціаліста; формування висновків та рекомендацій про цілепокладання подальшого використання інновацій; розповсюдження інноваційного досвіду.

У сучасних закладах освіти актуальним на сьогодні є застосування одного з інноваційних методів менеджменту, а саме бенчмаркінгу. Бенчмаркінг – це процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективного підприємства-конкурента з метою порівняння із власним та переймання його найкращих методів роботи. Це безупинний систематичний пошук та впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до досконалішої форми. Для того, щоб це стало дієвим необхідно створювати інфраструктуру, яка б сприяла пошуку, впровадженню, розповсюдженню та управлінню освітніми інноваціями в цілому.

Підсумовуючи зазначимо, що найважливішим у напрямку інноваційної освітньої діяльності є інформаційно-аналітична діяльність. Вона передбачає безпосередню участь в інноваційних процесах, пошук створення банку інновацій, інформаційно-аналітичну

підтримку прийняття рішень при оцінці ефективності інновацій, що потребує обробки великого плацу матеріалу. Також, важливим постає взаємодія з різними структурами, ЗМІ, спільнотою тощо.

### **Література:**

1. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент : підручник / Т.О. Скрипко. – К.: Знання, 2011. – С. 117.
2. Торкунова Ю.В. Квалитативное информационно-аналитическое сопровождение как средство развития образовательной системы вуза // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 3.

**Зозуля Н.Ю.**, к.філол.н., доц.,  
доцент кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **НОВІТНІ КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ**

Оскільки технологія прогресує, нові комунікації народжуються, а старі – багато з яких здавалися новими не так давно – зникають. Коли ви намагаєтеся зв'язатися з співробітниками, колегами, начальством, клієнтами, замовниками, постачальниками або здійснити будь-який інший бізнес-контакт, ви можете мати більш широкий вибір, ніж ви припускаєте. Чи йде мова про міжособистісні чи маркетингові комунікації, електронні засоби масової інформації мають вирішальне значення для отримання ефективних бізнес-результатів і з мінімальними витратами.

Різноманітні форми використання Інтернету як засобу масової комунікації відкрили шлях для новаторських інновацій. Одним з найцікавіших і захоплюючих аспектів цієї еволюції є поява електронного бізнесу, що на сьогодні постав у якості основної і життєздатної альтернативи більш традиційним методам бізнесу. Е-бізнес визначається як процес використання електронних технологій для ведення бізнесу. Структура Web швидко розвивається з величезної колекції веб-сайтів на організованих ринках. Явище агрегації, порталів, сайтів великих підприємств, а також бізнес-додатків в результаті призвели до виникнення централізованих віртуальних місць, через які щодня проходять мільйони відвідувачів.

Інтернет у цілому і електронний бізнес зокрема мають величезний потенціал для прискорення економічного зростання і створення робочих місць. У деяких країнах G7 (з огляду на події останніх років) використання технологій Інтернет склало 20% від загального економічного зростання у світі і призвело до 25% зростання числа робочих місць в останні роки. Для кожної роботи, яка втрачається шляхом впровадження інформаційних технологій, інтернет-сектор створює нові робочі місця. В Європі цей потенціал залишається значною мірою невикористаним. Інтернет становить лише менше 3% від економіки ЄС (валовий внутрішній продукт), і тільки 3,4% всіх товарів і послуг продаються через Інтернет.

Проблема полягає насамперед у тому, що єдиний ринок ЄС для електронної комерції досі не функціонує, як і повинно бути, оскільки є суттєві відмінності в правилах, стандартах і практиці, що застосовуються до електронної торгівлі в рамках окремих держав-членів. В результаті, компанії важко надавати послуги онлайн або продавати товари через кордони ЄС, а також громадяни упустити можливість купувати товари та послуги з веб-сайтів, що базуються в інших країнах ЄС.

Проте, незважаючи на зазначені проблеми, е-бізнес стає стандартною процедурою для переважної більшості компаній. Налагодження та запуск електронного бізнесу, особливо

того, який здійснює велику кількість операцій, вимагає технічного досвіду, ефективного маркетингу і реклами. Споживачі люблять отримати доступ до продуктів і послуг цілодобово, і найпростіший спосіб задоволення їхніх запитів є здійснення операцій в Інтернеті. Успішними стають лише ті фірми, які надають найбільш надійні, найфункціональніші, найзручніші і найшвидші послуги.

На практиці електронний бізнес – ширше поняття, ніж просто електронна комерція. У той час як електронний бізнес належить до більш стратегічної спрямованості з акцентом на функціях, які відбуваються з використанням електронних можливостей, електронна комерція є частиною загальної стратегії електронного бізнесу. Електронна комерція прагне додати потоки доходу, використовуючи всесвітню павутину або Інтернет, щоб побудувати і зміцнити відносини з клієнтами і партнерами, а також підвищити ефективність використання стратегії порожній ємності. Часто, електронної комерції передбачає застосування систем управління знаннями.

Е-бізнес включає в себе комплексні бізнес-процеси: електронні закупівлі та управління ланцюгами поставок, обробки замовлень в електронному вигляді, обробку обслуговування клієнтів, і співпраця з діловими партнерами. Спеціальні технічні стандарти для електронного бізнесу сприяють обміну даними між компаніями. програмні рішення для електронного бізнесу дозволяють інтегрувати внутрішньорегіональні і міжрегіональні бізнес-процеси. Е-бізнес може бути проведений з використанням Інтернет, інтранет, екстранет, або застосовувати ці технології в комбінації.

Види діяльності з використанням інструментів електронного бізнесу включають у себе:

- електронні державні закупівлі, в першу чергу через веб-сайти;
  - електронний роздрібний продаж;
  - використання інтернет, інтранет або екстранет для проведення досліджень та управління підприємницькою діяльністю;
  - веб-сайт маркетинг;
  - онлайн комунікації, такі як електронна пошта;
  - онлайн-тренінг для персоналу (електронне навчання).
- Інструменти електронного бізнесу включають в себе:
- мобільні телефони;
  - персональні цифрові помічники (PDA);
  - електронний обмін даними;
  - передача файлів;
  - телефакс;
  - відео конференц-зв'язок, Інтернет, інтранет і екстранет.

Переваги від впровадження інструментів електронного бізнесу не лише у використанні технології, але і в раціоналізації бізнес-процесів, і легкості в пошуку нових ринків збуту.

- Деякі з переваг включають в себе:
- швидша і простіша комунікація;
  - покращені маркетингові можливості і досягнення;
  - збільшення годин роботи (веб-сайт надає 24-годинний інформацію сім днів на тиждень для існуючих і потенційних клієнтів);
  - доступ до більш широкої інформації за допомогою проведення досліджень;
  - зниження витрат на ведення бізнесу за рахунок зниження операційних витрат і підвищення ефективних способів оплати, наприклад, використання онлайн-банкінгу і скорочення канцелярських і поштових витрат;
  - можливості прийняти нові бізнес-моделі і розвивати спеціалізовану службу підтримки клієнтів.

Таким чином, електронний бізнес може застосовувати будь-які форми від кроків продажу через веб-сайт до електронного обміну даними. Багато компаній сприйняли

електронний бізнес як спосіб для підвищення ефективності діяльності, можливість запропонувати нові та інноваційні послуги, а також підвищити якість свого бізнесу. Важливий момент, який треба брати до уваги, полягає в тому, що електронний бізнес несе принципово інший спосіб ведення бізнесу, його не варто сприймати як просто новий інструмент, щоб вписатися в старі методи. Компанії, заглиблюючись в сферу електронного бізнесу, повинні здійснити переоцінку свого бізнесу в першу чергу. Повинна бути намічена правильна і успішна насамперед комунікативна стратегія, яка допоможе ефективно реалізувати завдання створення і функціонування електронного бізнесу.

**Качмала В.І.**, к.іст.н., доц.,  
доцент кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МОЛОДІЖНУ ПОЛІТИКУ В УКРАЇНІ**

Висвітлено загальні процеси розвитку глобального інформаційного простору, зокрема тенденція до справжньої демократизації та створення громадянського суспільства, вплив ІТ-технологій на процес політичної соціалізації молодого покоління з огляду на входження України до європейської та світової спільнот.

Духовне відродження України є можливим за умови концентрації уваги та зусиль держави на вирішенні проблем молоді. Подальший розвиток суспільства найбільшою мірою залежить від забезпечення гідних умов для їх життєдіяльності. Попри усвідомлення цієї істини, наша держава в умовах сучасної економічної та демографічної кризи має ряд невирішених молодіжних проблем: безробіття, поширення асоціальних проявів, проблеми зі станом здоров'я та шлюбно-сімейні, саме ці питання потребують поглибленого аналізу й регулювання, розробки збалансованої, виваженої молодіжної політики, розбудову громадянського суспільства за активної участі молоді, підвищення рівня її залучення до активного громадського життя.

Залишається низькою участь молоді у суспільно-політичному житті держави, формуванні політики, що стосується її проблем. Кожні загальнонаціональні вибори фіксують рекорд падіння явки молоді – останній на рівні 40%. Крім того, дослідження відзначають несистемний характер формування у молодих людей громадянської позиції, їхню недостатню інтегрованість у європейську та світову молодіжну спільноту. Залишають бажати кращого рівень практичних умінь і навичок молодих фахівців, рівень зайнятості молоді за обраною професією, темпи розвитку підприємництва серед молоді. Тільки 2% української молоді є членами молодіжних організацій та 6% відвідують організовані ними заходи. Тільки 5% молодих людей брали участь в обговоренні законопроектів на державному або місцевому рівні. Дієвим інструментом процесу політичної соціалізації молодого покоління виступають інформаційні технології, адже найбільший масив політичної й соціальної інформації молоді люди одержують через Інтернет, діяльність якого зорієнтована на управління політичною поведінкою громадян [1].

Скажімо, за результатами соціологічних досліджень, серед чинників, що, на думку опитаних, впливають на формування їхніх політичних уподобань, на першому місці – засоби масової інформації (56,6%), на другому – соціально-економічні умови (45,1%), на третьому – діяльність політичних партій (32,2%). Майже третина опитаних (28,6%) серед чинників зазначили сім'ю, 19,5% респондентів назвали політичних лідерів, а 14,7% – друзів [2]. Як бачимо, в сукупності ключові фігури політичного процесу (політичні лідери й партії) поступаються за ступенем впливу на формування політичних переваг засобам масової інформації. Тож інформаційний сектор стає потужним засобом забезпечення реальної

демократії та запобігання загрозам чи небезпеці типу диктаторських, монополістичних чи олігархічних аномалій. Цей чинник передбачає певний ступінь виключення загроз і небезпеки для громадян у процесі їх інформування.

Можна констатувати значний вплив засобів масової інформації і на електоральну поведінку студентської молоді. У процесі дослідження виявилось, що 69% респондентів – сформували свою думку завдяки Інтернет-повідомленням та новинам, 43% – одержували інформацію про кандидатів під час їхніх виступів на телебаченні, 28% – читали про кандидатів у пресі [3]. Саме сприйняття повідомлень в Інтернеті дало змогу більшій частині респондентів сформуванню своєї думки про кандидатів на виборах і вплинуло на їхній електоральний вибір.

Отже, інформаційні технології формують і визначають публічну сферу, через яку відбувається взаємодія між владою і громадянами, які її обирають. Вони є засобом залучення населення до політичного життя через сприйняття політичної інформації, залучення до політичних процесів, що відбуваються в суспільстві, і водночас справляють вплив на процеси політичної соціалізації молодого покоління. Тому можемо стверджувати, що наразі найефективнішим засобом процесу політичної соціалізації є інформаційні технології.

У демократичному суспільстві найважливіше політико-соціалізаційне завдання інформаційних технологій полягає в масовому впровадженні заснованих на пошані закону і прав людини цінностей, навчанні громадян мирно розв'язувати конфлікти, не ставлячи під сумнів суспільний консенсус із засадничих питань державного устрою. Віртуальні спільноти являють собою нову форму соціальної організації в інформаційному суспільстві, їхній появі передують руйнування попередньої форми соціальної організації, тому можна зробити припущення, що в певний період часу спостерігатиметься зростання участі індивідів у масових рухах, що відзначатимуться більш життєздатною формою колективної єдності й характеризуватимуться сплеском інтересу до них індивідів та бажанням брати в них участь. Причому доктрини та програми масових рухів не відіграють провідної ролі під час прийняття рішення про приєднання індивідів до певного руху [4].

Розвиток сучасних інформаційних технологій, що дає змогу майже миттєво передавати інформацію, створює стан або відчуття одночасності чи присутності. У зв'язку зі швидким проникненням інформаційних технологій у всі сфери суспільного життя Інтернет починає посідати дедалі більше місце серед засобів оперативного отримання необхідної інформації і відігравати дедалі значущу роль у формуванні політичних симпатій студентства. Інформаційні технології сприяють відкритості суспільства, розповсюдженню різнобічної інформації, яку важко адміністративно регламентувати, неминуче сприятимуть зростанню ролі інформаційної мережі у формуванні і прийнятті електоральних рішень українського студентства.

Тож можна дійти висновку, що за мінімального вміння використовувати сучасні інформаційні технології, зокрема інтернет-користувачі, а також користувачі мобільного зв'язку, фактично весь час стикаються з досить потужним проективним інструментом, яким згідно з наведеними ознаками є Інтернет, а загальні процеси розвитку глобального інформаційного простору й медіакультури, зокрема тенденція до справжньої демократизації та створення громадянського суспільства з властивою йому альтернативною формою політичної комунікації, дедалі більше впливатимуть на процес політичної соціалізації молодого покоління, особливо з огляду на входження України до європейської та світової спільнот.

#### Література:

1. [rpr.org.ua/groups-rpr/16molodizhna-polityka](http://rpr.org.ua/groups-rpr/16molodizhna-polityka)
2. Лібанова Е.М. Молодь та молодіжна політика в Україні: соціально-демографічні аспекти / За ред. Е.М.Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2010. – 248 с.



3. Сурвілайте Д.В. Молодіжні субкультури: сутність та особливості функціонування / Д.В. Сурвілайте // Актуальні проблеми політики : збірн. наук, праць. – Одеса, 2013. – Вип. 50. – С. 287-292.

4. Орленко М.В. Теоретичний аналіз визначення політичної участі молодіжних організацій України / М. Орленко // Наукові праці: науково-методичний журнал. Серія «Політологія». – Вип. 248. – Т. 260. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. П. Могили, 2015. – С. 26-31.

**Кирилюк Н. А.**, к.пол.н., доц.,  
доцент кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

## **РЕКЛАМА ЯК ІСТОРИЧНЕ ДЖЕРЕЛО СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Інформація завжди була невід'ємною частиною життя людського суспільства. Однак до середини ХХ ст. не аналізувалося питання взаємного впливу інформації, з одного боку, та особистості і держави – з іншого. Вивчення візуальної інформації, залишеної людьми, дає можливість відтворити систему їх цінностей і уявлень. У наші дні, з розвитком інформаційного суспільства візуальні образи роблять все більший вплив на людину.

Існує багато визначень історичного джерела. Але, незважаючи на всю різноманітність варіантів, у принципі, всі вони зводяться до знаменитого вислову, зробленого ще в 1833 р. австрійським істориком З. Бехером: «Джерело – це те, з чого черпається матеріал для історії». Ним може бути будь-який носій інформації про минуле [1, с.24].

Сучасне українське джерелознавство, спираючись на здобутки світової науки і національні джерелознавчі традиції, подає таке визначення історичного джерела. Історичне джерело – це носій історичної інформації, що виник як продукт розвитку природи і людини й відбиває той чи інший бік людської діяльності. З огляду на специфіку історичної науки, яка не має змоги досліджувати свій об'єкт безпосередньо, оскільки минуле неможливо повторити або відтворити лабораторним шляхом, джерело виступає по суті єдиним носієм відомостей про минуле людства, про різні аспекти людської діяльності в усіх сферах суспільного та приватного життя.

Будь-яке джерело містить у собі певний обсяг соціальної інформації, оскільки на першому етапі існування воно було елементом інформаційних процесів, що відбувалися у суспільстві. На другому етапі, будучи об'єктом історичного дослідження, джерело виступає носієм історичної інформації, що дає відомості про зміст і характер соціально-інформаційних процесів минулого.

Джерельна інформація складається з різних видів – економічної, наукової, технічної, політичної, культурної, релігійної тощо. Істориків цікавлять усі види інформації. Проте, в залежності від мети конкретного історичного дослідження, кожен історик вирішує, який вид інформації є для нього основним і відповідно до цього відбирає саме ті джерела, або ту їх частину, які містять потрібні йому відомості.

Реклама посідає значне місце в житті сучасного суспільства. Її проникнення в різні сфери людської діяльності стає все більш очевидним. На сучасному етапі реклама має великий вплив на соціально-культурні аспекти життя суспільства. Але для того, щоб краще розуміти феномен сучасної реклами, розуміти в якому вигляді ми будемо споживати рекламу в майбутньому і до чого це може привести наше суспільство (а те, що реклами в нашому житті не стане менше, сумнівів не викликає), необхідно дослідити історичну еволюцію інституту реклами, основною функцією якої завжди була – інформаційна. Автор однієї з перших книг з історії реклами Даті в якості першого зразка реклами приводить напис на горі

Енг Шан, яка відноситься до 2278 до н.е. Опис життя середземноморських цивілізацій, зокрема Єгипту, свідчить, що так звана зовнішня реклама існувала ще в найдавніші часи [1, с. 69].

Питання про історичні витоки реклами як повсякденної соціальної практики досить добре досліджене в сучасній науковій літературі. У першу чергу слід зазначити про таких науковців як О. Феофанов, Ж. Бодрійяр, К. Бове, В. Уцьонова, Дж. Гелбрейт, Г. Маркузе, С. Кара-Мурза. Серед українських дослідників історичного аспекту реклами варто виділити таких учених, як Є. Суїменко та Н. Лисиця.

Походження реклами пов'язується з тим фактом, що на певному етапі соціогенезу, у зв'язку з розширенням поля соціальних комунікацій людини за межі малої групи, залученням до її життя все більшої кількості персонально не знайомих людей, виникла необхідність публічної презентації соціально значущих властивостей суб'єктів соціальних відносин. Досягалося це через механізм символізації, тобто наділення людини, дії або речі культурно-значущими ознаками, що розумілись у своїй основі однаково всіма людьми цієї культури. Теорію про роль символів у культурогенезі розробляв відомий німецький дослідник Е. Кассіерер. Згідно з Кассіерером, людина від природи «погано оснащена інстинктами» [2, с. 469], у неї існують лише задатки несвідомої природної орієнтації, тобто порівняно з тваринами в людини слабо розвинені інстинкти. У результаті людина встановлює зв'язок із навколишнім середовищем, орієнтуючись не тільки й не стільки на інстинкт, скільки на культуру, а конкретно – на знаки і символи, які існують у культурному полі. Знаки та символи стали використовуватися для презентації як соціуму в цілому, так і окремої людини.

Реклама – спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку [4].

Реклама завжди звертається до людини, реклама впливає на її свідомість, на прийняття того або іншого рішення, тому без знання психології людини реклама не може бути ефективною.

Відповідно до законодавства України реклама – це інформація про особу чи товар і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [3].

Реклама як соціальне та політичне явище сьогодні функціонує в межах складного комплексу відносин споживач – виробник. Через канали комунікації відбувається набуття знань про не відомі раніше товари, або про зміну якостей уже відомих, і це доповнює ринкову економічну модель такими складовими, як структура та середовище вільного обігу інформації. Саме середовище реклами забезпечує населенню вибір та сприяє обізнаності щодо різних форм діяльності.

У сучасному суспільстві значення реклами набуває нової актуальності через зростання та ускладнення потреб населення. Медіа-політичні комплекси завдяки рекламі нерідко виступають чинниками формування потреб споживачів на користь корпоративних суб'єктів. Разом з тим, сучасне суспільство не можна уявити без реклами, оскільки остання є засобом орієнтації у багатовимірному та надзвичайно складному світі товарів та послуг.

На початку XXI століття на провідні позиції рекламного ринку поступово виходить інтернет-реклама. Зважаючи на бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, у цьому немає нічого дивного. Якщо говорити більш детально, то в другому десятилітті XXI століття провідне місце буде посідати мобільна реклама (інтернет-реклама, яка розрахована на користувачів мобільних пристроїв). Так, за даними аналітиків, до 2016 року обсяг світового ринку мобільної реклами складає близько 24,6 млрд доларів [5]. Ці цифри говорять про досить однозначні тенденції на ринку реклами, але яке це матиме соціальні та соціально-культурні наслідки нам належить дослідити в майбутньому.

Отже, реклама як соціально-культурне явище пройшла досить великий шлях становлення і розвитку, однак ознак соціального інституту вона почала набувати наприкінці

XIX – на початку XX століття. Це було зумовлено в першу чергу соціально-економічними причинами, але дуже швидко реклама перетворилась на соціально-культурний феномен, вплив якого на сучасне суспільство важко переоцінити. А широке поширення сучасних засобів обміну інформацією ставить перед істориками ряд нових джерелознавчих проблем.

#### **Література:**

1. Макарчук С.А. Джерелознавство історії України. Навчальний посібник. – Львів: Світ, 2008. – 512 с.
2. Касирер Э. Избранное. Опыт о человеке. – Пер с нем. – М.: Гардарики, 1998. – С. 440-723.
3. Закон України «Про рекламу», Відомості Верховної Ради України, 1996, № 39, ст. 181 (редакція від 28.12.2015).
4. Реклама // Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст]: довідк. вид. / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – Ірпінь: Перун, 2005. – 1728 с.
5. Объем мирового рынка мобильной рекламы вырастет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mmr.ua/news/id/obem-mirovogo-rynka-mobilnoj-reklamy-vyrastet-do-114-mlrd-v-2013-g-33272/>.
6. Примак Т.О. Трансформаційні перетворення рекламного креативу в Україні: Науково-практичне видання. – К.: КНЕУ, 2011. – 190 с.

**Курас Д.І.**, к.іст.н., доц.,  
доцент кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ: СТРАТЕГІЧНІ ВИКЛИКИ ТА ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ**

Період системних змін, які переживає наше суспільство висуває цілий ряд нових викликів, які відбивають внутрішні потреби трансформацій фактично у всіх галузях як економічного так і політичного життя. В цьому контексті особливої ваги набуває проблема необхідності різкого підвищення ефективності і якості державного управління на всіх рівнях. Спираючись на великий обсяг як суто емпіричних, так і теоретичних напрацювань можна стверджувати, що процес вищезгаданих трансформацій в системі державного управління ґрунтується великою мірою на адаптації до сучасних умов інформаційно-аналітичного блоку владних структур і впровадженні якісно нових інформаційних технологій.

Говорячи про об'єктивну необхідність постановки даної проблеми в цілому, варто виокремити сукупність тих системних викликів, які, власно кажучи, формують сутність самої проблеми і одночасно надають нам напрями для її вирішення.

Отже, першою позицією тут є констатація того факту, що інформаційно-аналітична діяльність є по суті фактологічною основою системи державного управління. Постійне ж ускладнення управлінських завдань, що проявляється у збільшенні як кількості об'єктів управління, так і їхній диференціації, має прямим наслідком наростання всього комплексу проблем, які вирішуються. Відповіддю тут має бути перегляд змісту управлінської діяльності, засобів її проектування та практичної реалізації. Враховуючи місце в цьому процесі інформаційно-аналітичної складової, можна говорити про об'єктивну необхідність її структурних видозмін.

Однак варто розуміти, що якісне ускладнення управлінських завдань невідворотно тягне за собою підвищення вимог до управлінського ресурсу, що дає нам ще один виклик стратегічного характеру. Тут ми стикаємося з явним дефіцитом аналітичного та

стратегічного мислення. Цю ваду управлінська структура намагається компенсувати розробкою різноманітних «комплексних» або ж «цільових» програм. Внаслідок розвитку цієї ситуації на всіх рівнях влади ми маємо явний надлишок «програм» і таку ж явну нестачу адекватного аналізу поточного моменту і стратегічного планування. Програмні цілі, як правило, залишаються недосягнутими, самі програми згортаються, причини поразок ніким не аналізуються, інформація не обробляється, а, натомість, ініціюються нові «програми» і виділяються нові кошти для їхньої реалізації.

Доцільно звернути увагу ще на один важливий аспект в проблемі стратегічних викликів. Явна нестача аналітичного матеріалу при підготовці управлінських рішень призводить до постійної підміни управління адмініструванням, що невідворотно призводить до посилення негативного впливу суб'єктивного фактору на процес управління а разом з цим часто нагромаджує одну некомпетентність на іншу, що врешті-решт дає нам помилкову оцінку ситуації і прийняття невірної рішення.

Враховуючи всі викладені позиції, стає можливим визначення найбільш суттєвого з усіх викликів в контексті розгляду інформаційно-аналітичної діяльності як базисної складової процесу державного управління на всіх рівнях. Мова йде про явну нестачу «технологізації» інформаційно-аналітичної діяльності у владних структурах. При чому, говорячи про «технологізацію» у даному випадку, маються на увазі такі структурні складові: розробка і постійне оновлення теорії та методик інформаційно-аналітичної роботи як основної умови успішної реалізації сучасної стратегії державного управління; наявність максимально оновленої апаратної частини забезпечення інформаційно-аналітичної діяльності; наявність підготовленого і здатного до професійного росту персоналу.

В цілому на сьогоднішній день рівень інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів державної влади в Україні можна визначити скоріше як незадовільний. Цей факт зумовлений низкою факторів, зокрема: неупорядкованістю інформаційних відносин, що простежуються у взаєминах між органами державної влади при організації інформаційної взаємодії; відсутністю локальної мережі між місцевими органами державної виконавчої влади України, єдиного інформаційно-телекомунікаційного вузла обміну і обробки інформації; недостатнім оснащенням місцевих органів виконавчої влади програмно-технічними засобами та нераціональним їх використанням, низьким рівнем фахівців з інформаційно-комп'ютерного забезпечення у районних структурах місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування; відсутністю аналітичної бази, систематизованого і вичерпного інформаційного фонду з потужним довідковим апаратом, мереж телекомунікацій, що дають змогу використовувати фонди зовнішніх організацій.

В сучасних дослідженнях, спрямованих на вирішення проблем інформаційно-аналітичного забезпечення систем державного управління в числі інших позицій окремий акцент робиться на визначенні основних принципів і напрямів організації та здійснення даного виду діяльності. так серед принципів можуть визначатися:

- принцип науковості;
- принцип системності;
- принцип каузальності;
- принцип валідності результатів.

В процесі розробки, на основі наведених принципів, стратегії інформаційно-аналітичної діяльності в системі органів державної влади, пропонується виділити ряд домінуючих напрямів:

- Діагностування соціально-економічних та суспільно-політичних відносин у суспільстві (емпірична складова інформаційно-аналітичного блоку).
- Оцінка стану суб'єкта управління (суб'єктивна складова).
- Аналіз процесу управління (технологічна складова).

Формування стратегії інформаційно-аналітичної діяльності є технологічно складним процесом, який вимагає комплексного і наукового підходу. В цих межах варто звернути

увагу на те, які рішення пропонуються для максимально повного охоплення проблеми. Окремо виділяються процедури формування стратегії:

- визначення тезауруса об'єкта;
- визначення системних (структурних) а також супутніх проблем;
- прогнозування діяльності;
- розробка проекту інформаційно-аналітичної стратегії;
- підготовка та реалізація програми.

Разом з цим необхідно виокремити такий важливий елемент як критерії результативності інформаційно-аналітичної діяльності:

- адекватність цілей інформаційно-аналітичної діяльності стратегічним напрямкам розвитку суб'єкта управління;
- повнота та об'єктивність виділення проблемних сфер в діяльності суб'єкта управління;
- точність прогнозування;
- обґрунтованість проектів і програм інформаційно-аналітичної діяльності;
- оцінка стану розвитку інформаційно-аналітичної діяльності суб'єктами управління.

Одним з інноваційних підходів до вирішення проблеми організації інформаційно-аналітичної роботи в системі органів державної влади є концепція «інформаційного простору». В узагальнену структуру системи «інформаційного простору» входять: моніторингові бази даних, фактографічні бази даних, бази документів, предметно-орієнтовані бази (бази прецедентів і знань).

У моніторингових базах даних зберігається структурована моніторингова, метеорологічна та інша поточна інформація з об'єктів. У фактографічних базах даних зберігається структурована оперативна інформація про хід виконання типових операцій (різного роду планових й інших заходів і подій), а також архівна структурована інформація, що характеризує ретроспективу попередніх подій, дій. У базах документів зберігається неструктурована інформація (текстові і графічні документи, карти, відео- й аудіозаписи і т.д.), зв'язана з поточними і попередніми подіями і діями. Інформація, збережена в моніторингових базах даних, фактографічних базах даних і базах документів, може відрізнятися ступенем своєї актуальності. Найбільш важлива інформація знаходиться в оперативних базах даних і базах документів. З часом визначена частина інформації оперативних баз даних і баз документів переходить у розряд архівної інформації і розташовується в архівних базах даних.

Для швидкого доступу до предметно-орієнтованих, у виді логічних груп, даних різного типу, використовується інформаційне сховище. Структура даних сховища орієнтована на конкретні предмети, до яких вони відносяться. Саме інформаційне сховище здатне забезпечити оперативну аналітичну обробку та експертні висновки або рекомендації з поводження в різних ситуаціях.

Однозначної універсальної методології побудови «інформаційного простору» на сьогодні не відомо. Тому вибір методів проектування «інформаційного простору» у кожному конкретному випадку є самостійною задачею, так само, як і методика побудови інформаційного сховища.

Відповідно до концепції «інформаційного простору», з урахуванням інтеграції даних для їхнього застосування в різних структурних елементах системи, структура інформаційного забезпечення складається з декількох рівнів. На першому рівні знаходяться локальні фактографічні бази даних і бази документів структурних підрозділів адміністративного або відомчого підпорядкування. На другому рівні – інтегровані фактографічні бази даних і бази документів функціональних підсистем. Третій рівень містить інформацію інтелектуального плану, необхідну для процесу ухвалення рішення, а також документальні бази даних. На четвертому рівні – інформаційне сховище.

### Література:

1. Бочарова Т.А. Технологии информационно-аналитической работы в органах исполнительной власти региона. Автореф. дис. на соискание уч. степ. канд. социол. наук / Т.А. Бочарова. – Белгород, 2009. – 27 с.
2. Додонов О.Г., Путьтін В.Г., Валетчик В.О. Інформаційно-аналітична підтримка прийняття управлінських рішень / О.Г. Додонов та ін. // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2005. – Т. 7. – № 2. – С. 77-93.
3. Пугач А. Шляхи удосконалення інформаційно-аналітичної діяльності в системі державного управління України / А. Пугач // Вісник Національної академії державного управління при Президенті України: Науковий журнал. – 10/2010. – № 4. – С. 94-101.
4. Телешун С.О., Рейтерович І.В. Інформаційно-аналітична діяльність в державному управлінні / С.О. Телешун, І.В. Рейтерович. – К.: НАДУ, 2013. – 36 с.
5. Філіпова Л.Я., Захарова І.В. Аналітична складова інформаційної діяльності: уточнення сутності, ознак і процесів / Л.Я. Філіпова, І.В. Захарова // Вісник ХДАК. – 2009. – Вип. 28. – С. 32-40.

**Петров О.О.**, к.іст.н., доц.,  
доцент кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Одним з маловивчених питань розвитку суспільства є дослідження впливу інформаційних технологій на суспільно-політичні та соціально-економічні аспекти суспільного життя. Нині ми живимо на зламі епох. Цей феномен охопив усі сфери існування людства. Проте не усі ці розломи є очевидними навіть для тих людей, котрі вони зачепили. Зміни геополітичної ситуації, інший вектор політичних ідеологій країн світу, відозміни економічних парадигм, навіть цивілізаційний розлом, передбачений С. Хантінгтоном, нині більш очевидні ніж зміни в суспільстві, котрі викликані збільшенням практичної ефективності новітніх технологій в енергетичній та кібернетичній сферах. Сучасний розвиток технологій (і зокрема інтернету) та впровадження економіки, заснованої на інформаційній індустрії, призвели до появи суспільства нового типу – інформаційного суспільства. Суттєвою відмінністю інформаційного суспільства від індустріального є переважання інформації у якості основного товару та продукту. Знання та інформаційні технології стають економічною цінністю. В інформаційному суспільстві збільшуються, посилюються та ускладнюються інформаційні потреби населення, що викликає появу та бурхливий розвиток сегментів суспільного виробництва з задоволення цих потреб – інформаційного сервісу та виробництва комунікативних і обчислювальних пристроїв. За версією Forbes в 2015 р. трійку лідерів найприбутковіших компаній (котрі водночас мають найдорожчі бренди) посіли компанії, котрі орієнтовані на ІТ-сектор – Apple, Microsoft, Google. А до топ-10 увійшли також IBM, Samsung та Facebook.

Розвиток електронної комерції, індустрії комп'ютерних ігор та кібер-спорту, вдосконалення різноманітного інформаційного сервісу, телекомунікаційних та інформаційних мереж показує наскільки суспільство активно поринуло у інформаційне життя. Інформаційний простір швидко змінюється, набуваючи непритаманних йому відпочатку рис. Наприклад, соціальні мережі, котрі створювалися для спілкування, нині використовуються не лише для дозвілля, а й для бізнесу та політичної боротьби. Взагалі

соціальні мережі на кшталт Twitter або Facebook стають невідомою частиною майбутнього інформаційного суспільства. Наприклад, на 2015 р. кількість користувачів Facebook обраховувалася у 1,55 млрд осіб, тобто користувачем цієї мережі був майже кожний четвертий мешканець світу. Значна частка користувачів соціальних мереж використовує їх для задоволення комунікаційних потреб, самоактуалізації (поширення інформації про свої досягнення чи прості дії), пізнавальної діяльності (споживання актуальних новин), тобто для досягнення вищих щаблів піраміди А.Маслоу. Багато хто з користувачів цих мереж відчуває залежність від спілкування у соціальній мережі, що вказує на певні недоліки реального суспільного комунікативного процесу і на проблеми суспільного діалогу взагалі. В цьому сенсі варто звернути увагу на появу таких інформаційних продуктів, як, наприклад, японська «віртуальна дружина» Хікарі на базі комп'ютерно-голографічної системи Gatebox, які дозволять підмінити справжнє спілкування штучно-інформаційним. З іншого боку виникає група людей, які «живуть» в інформаційному просторі, підміняючи реальний світ віртуальним. Навіть існує спеціальний термін – «інтернет-вдови» або «інтернет-вдівці», котрий означає категорію людей, які «загубили» своїх чоловіків або дружин в інтернет-тенетах.

Розширення інформаційних сервісів соціальних мереж відбиває загальну тенденцію до синергетичного розвитку інформаційного простору. Так, поява в Twitter сервісу голосування за певними питаннями робить з цього інформаційного продукту платформу для первинних соціологічних досліджень, тим більше об'єктивних, оскільки зберігається анонімність респондентів та репрезентативність вибірки. У 2015 році Twitter запустив сервіс «Moments», який дає можливість користувачам відстежувати різні сюжети і їх розвиток, дізнаватися про різноманітні популярні події без передплати на акаунти інших людей. А у лютому 2016 р. Twitter запустив два нових бізнес-сервіси.

Використання електронних ресурсів для бізнес-аналітики та електронної комерції стає все більше популярним. Так, непоодинокими є приклади «гри на Форексі». Поява та розповсюдження електронних криптовалют на кшталт біткойнів (наприклад, у день президентських виборів у США 1 біткойн коштував 730 доларів США) стали характерною рисою сучасного світу. Збільшення об'ємів електронних розрахунків та інтернет-торгівлі (у 2016 р. лише загальний обсяг продажів інтернет-магазинів досягне 2 трильони доларів США) з одночасною тенденцією до розрахунків за товари і послуги електронними картками у звичайних магазинах та комерційних закладах або взагалі з комунікаційних пристроїв як, наприклад, в мережі Amazon, все більше прискорює прогнозовану Римським клубом майбутню відмову від готівкових розрахунків та створення єдиної системи контролю за електронними розрахунками, прообрази яких вже існують зараз. Тобто прискорюється поява єдиної електронно-грошової системи планетарного масштабу. Один з ідеологів інформаційного суспільства Ж. Атталі вважав, що влада вимірюється кількістю контрольованих грошей. А як відомо економічні відносини є базисом для функціонування суспільства. Плюс цієї системи буде полягати в цілковитому контролі за фінансовими надходженнями осіб, що унеможливить корупцію. Мінусом стає можливе фінансове придушення дрібних виробників.

Впровадження інформаційних технологій в державному управлінні (електронне врядування), в системі волевиявлення громадян (електронне голосування, електронні петиції тощо) значно спрощують взаємодію громадськості і влади. Деякі футуристи пророкують створення в добу інформаційного суспільства політичних систем, в яких кожний громадянин зможе керувати державою за допомогою комп'ютерів та систем безпосереднього електронного врядування. На думку Е. Тоффлера розвиток інформаційного суспільства призведе до зменшення ролі національних держав і бюрократії, що в перспективі, може привести до створення планетарного уряду. Однак постає проблема готовності суспільства в цілому та конкретних індивідумів зокрема брати активну участь в управлінні державою щоденно та цілком свідомо. Побудова технотронного (за висловом З. Бжезинського) суспільства, яке ґрунтується на принципах рівності, деідеологізації та цілковитій

безпосередній демократії змінить усю систему суспільної взаємодії. Кожна особистість стає «державою в собі», а сукупність таких особистостей творить державу істинно вільних людей. Інформаційне суспільство творить новий тип держави. Він заснований на домінуванні у ній технічної чи радше інформаційної інтелігенції, яку називають або «нетократією», або «технократією». За такого суспільства соціальна ієрархія та соціальна мобільність буде залежати не лише від інтелектуального рівня особистості, але й від спроможності досягнути технічні знання. Це робить людей інформаційного суспільства заручниками власної генетики, адже нині вже відомо, що не усі люди від народження можуть засвоювати певний рівень або вид знань. Зародження такої соціальної верстви можемо спостерігати на прикладі фахівців в ІТ-технологіях та хакерському суспільстві. Чи зможуть ці люди очолити політичний лад? Цілком можливо. Колись буржуазія зароджувалася в рамках аристократичного суспільства. Отже, можливе повторення ситуації. І технократична каста буде досить монолітна і доволі ефективною. Так, вже Д. Белл стверджував, що інформаційне суспільство, яке формуватимуть переважно технічні робітники буде більш соціально впорядкованим. Згідно з Д. Беллом у сфері праці інформаційного суспільства домінує група тих, хто працює у сфері інформації. Згодом акцент змінюється з власне інформаційних та комунікаційних технологій на появу людей, що здатні вести новий спосіб життя – інформаційний. Саме вони – дизайнери, дилери, ніш-файндери, «символічні аналітики», «експерти», «інформаційні робітники» створюють діючу силу сучасного суспільства.

Одним з важливих шляхів до формування технотронної держави є формування на нинішньому етапі «електронної держави» або «Е-врядування», тобто – системи представництв різних органів і гілок влади і єдиного середовища взаємодії між ними і з зовнішніми суб'єктами (громадянами, представниками бізнес-структур та ін.) за допомогою технічних та електронних засобів. Одним з елементів електронного врядування є запровадження новітніх систем електронного документообігу.

Не зважаючи на цілком позитивні погляди на інформаційне суспільство, які висловлюють теоретики цього суспільства, закономірно постають певні проблеми в гіпотетичному майбутньому інформаційного суспільства. Так, наприклад, в цілком позитивно-утопічному баченні інформаційного суспільства Й. Масудою проглядають певні соціальні проблеми, однією з яких постає психологічний шок від швидкої соціальної трансформації на платформі технократичної перебудови суспільства (в Японії процес побудови інформаційного суспільства йде найшвидшими темпами, тому японському досліднику ця ситуація вже в більш-меншому вигляді відома), що спричинить або відторгнення частиною суспільства технічних досягнень людства (приклади самоізоляції суспільства або соціальної групи від технічного прогресу в історії людства вже були – Японія до революції Мейдзі або пуритани США), або боротьбу з цими досягненнями (можливі різні прояви «антитехнізму» від «неолудизма» до кібертероризму). Нині можемо помітити подібні прояви «антитехнізму» у людей старшого віку. Їх неможливість (а часом просте небажання) пристосуватись до використання інформаційних сервісів (наприклад – скайпу, інтернету, терміналів самообслуговування та т.ін.) призводить до відрази по відношенню до складної техніки. В масмедійному просторі в різних країнах лунають агресивні заклики до призупинки технічного прогресу або до технічного регресу в купі із нищенням техніки і поверненням до того стану, в якому жили пращури. За гіпотетичної умови, що технотронне інформаційне суспільство буде побудоване в Україні або іншій пострадянській країні за 15-20 років, в суспільстві може спалахнути соціальна криза та навіть суспільно-політичний конфлікт між прибічниками технологій та їх противниками.

Інформаційне суспільство змінить і іншу сферу суспільної взаємодії – охорону здоров'я. Так, вже зараз існують технології, котрі допомагають лікарям лікувати людей – від інформаційних засобів діагностики до хірургічних робіт. Проте створення і застосування комплексних діагностично-лікувальних комплексів керованих штучним інтелектом дозволить ефективно та безпомилково лікувати людей. Так, нещодавно штучний інтелект Watson діагностував рідкісний вид лейкемії у жінки, коли люди-лікарі це не змогли, чим



і врятував життя жінці. За умови розповсюдження таких комплексів, керованих подібними кібер-системами, проблемою стане питання куди подіти наявних лікарів та чи варто вчити багато років людину на лікаря, коли можна швидко запрограмувати одного робота. Такі ж проблеми зараз постають вже в індустрії. Наприклад, в Китаї замість тисячів робітників закупають роботів, а людей звільняють. Окрім появи роботів-лікарів, розвиток інформаційних технологій дозволяє проводити консультації та діагностику хвороб на відстані через, наприклад, скайп або інші інтернет-сервіси.

Отже, можна казати, що інформаційне суспільство попри очевидні переваги створює для людей нові соціально-економічні проблеми та суспільні виклики, котрі вимагатимуть від особи нових ідей та дій. Деякі професії будуть знищені новим типом суспільства. Попри це професії, що пов'язані з інформаційно-комунікативними технологіями в інформаційному суспільстві будуть найбільш перспективними і популярними.

**Петькун С.М.**, к.філос.н., доц.,  
завідувач кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Розглянуто поняття комунікації та її вплив на процес управління підприємством. Наголошено на необхідності вивчати «комунікацію» не лише в її теоретичних аспектах, але й у практичних. Розглянуто формальний та неформальний типи комунікацій. Закцентовано увагу на «зворотньому зв'язку» як засобу розуміння отриманої інформації. Розглянуто основні проблеми комунікації. Наголошено на ролі керівника в процесі управлінської діяльності та його вмінні та ефективності правильної передачі інформації.

Розгляд теоретичних засад інформаційно-комунікаційного процесу насамперед потребує визначення сутності поняття "комунікація". Трактують терміна "комунікація" досить багато, і залежать вони від підходів, що використовуються авторами різних галузей: лінгвістичної – Комунікація – процес і результат обміну інформацією; філософської – Комунікація – універсальна реальність соціального існування, вираження здатності суспільної людини до співіснування, яке є незаперечною умовою життя; психологічної – Комунікація – це також вербальні та невербальні стосунки, обмін інформацією, поводження, порозуміння і його спроба, зв'язки, взаємозалежність тощо; соціальної – Комунікація – це зумовлений ситуацією й соціально-психологічними особливостями комунікаторів процес встановлення і підтримання контактів між членами певної соціальної групи чи суспільства загалом на основі духовного, професійного або іншого єднання учасників комунікації; економічної – Комунікація – засіб співробітництва, взаємодії, забезпечення досягнення цілей працівників, організації та суспільства через те, що сучасний бізнес становить складне виробництво, колективний характер праці, використання значних ресурсів; маркетингової – Комунікація – це комплекс заходів, спрямований на встановлення двостороннього зв'язку між підприємствами споживчої кооперації та іншими суб'єктами ринку за допомогою відповідних інструментів, для посилення ефективності та впливової діяльності на ринку. Про важливість і необхідність ефективного функціонування комунікацій в організації свідчить ряд положень, а саме:

1. Комунікація – основна умова існування і розвитку підприємства.
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 людей, структури, цілей, технології та завдань організації.

4. Комунікація створює неформальну структуру в процесі функціонування організації і сприяє зближенню з нею формальної структури.

Дж. Лафта виділив ряд моментів, на які повинні бути насамперед спрямовані комунікації в організації:

1. Забезпечення ефективного обміну інформацією між об'єктами і суб'єктами управління, а також між організацією та її оточенням.

2. Удосконалення міжособистісних відносин у процесі обміну інформацією.

3. Створення інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими співробітниками і групами та координація їх завдань і дій.

4. Регулювання та раціоналізація інформаційних потоків.

Комунікації у менеджменті належать до сполучних процесів управління, оскільки пов'язують функції планування, організації, мотивації та контролю. Комунікаційний процес – це процес обміну інформацією між двома і декількома людьми (працівниками) з метою розв'язання певної проблеми. Розглядаючи обмін інформацією на підприємстві, часто мають на увазі людей, які спілкуються особисто або в групі на зборах, розмови по телефону або складання записок, звітів. І хоча на ці випадки припадає основна частина комунікацій на підприємстві, разом з тим не можна обмежуватись лише ними при аналізі досить складного комунікаційного процесу.

Дослідження свідчать, що менеджери 50-90% робочого часу витрачають на комунікаційні процеси. Керівники різних рівнів займаються цим постійно, щоб реалізувати свою роль у міжособистісних відносинах, інформаційному обміні, в процесах прийняття рішень, в плануванні, організації, мотивації й контролі. Саме тому, що обмін інформацією входить до всіх видів управлінської діяльності, комунікацію називають процесом, який поєднує частини підприємства в одне ціле. Якщо ліквідувати комунікацію, то підприємство перестане бути керованим і його діяльність набуде хаотичного, некоординованого характеру. Тож учені досліджують види інформації й способи її передання з точки зору впливу на поведінку окремих осіб і колективів. Згідно з теорією комунікації їх бажана поведінка досягається лише через розуміння й узгодженість із прийнятою інформацією. Щоб здійснювати комунікацію ефективно, тобто передавати певні повідомлення у формі методичних вказівок, інструкцій, наказів, доповідей, звітів тощо, потрібно враховувати ряд факторів: підбір слів при формулюванні повідомлень, настроїв, самопочуття, потреби адресатів та ін. Тому проблема підвищення ефективності комунікації має певні аспекти: формально-логічний, семантичний, соціально-психологічний, текстово-логічний, організаційний, технічний. Встановлення належної комунікації пов'язане з розв'язанням багатьох питань: готовність партнерів встановлювати комунікацію, обрання способів комунікації, виявлення та усунення перешкод, вірне поєднання усної, візуальної та письмової форм комунікації тощо. Комунікацію необхідно вивчати не лише в її теоретичних аспектах, але й у практичних. Саме так визначається здатність до комунікації, зокрема, ораторське мистецтво, схильність до журналістики, викладацької роботи, рекламної справи, радіо- і телемовлення тощо. На практиці ефективність комунікацій знижується, якщо неточно формулюється повідомлення, має місце помилковий переклад або нечітке тлумачення, припускається втрата інформації в процесі передання, її зберігання через неухважність працівників, обмежений час для адаптації й засвоєння інформації тощо. Серйозною перешкодою в налагодженні ефективних комунікацій на підприємствах є авторитарне ставлення адміністрації до підлеглих, нечіткість виконання або небажання керівників виконувати свої обов'язки, відсутність позитивної ділової атмосфери й мотивації для спілкування працівників між собою, неправильне визначення прав і відповідальності, страх керівників і підлеглих за наслідки при переданні надто відвертої інформації тощо. До суб'єктивних факторів, які знижують ефективність контактів між окремими працівниками,

відносять різне тлумачення одних і тих же понять, при обміні інформацією. Тому в процесі спілкування й передання інформації виникають перешкоди через її перекручення, непорозуміння, уповільнення інформаційного процесу тощо. До того ж, отримувачі сприймають насамперед ту інформацію, яку вони сподіваються одержати, й іноді ігнорують дані, які не співпадають з їхньою попередньою уявою.

У інформаційно-комунікаційному процесі розрізняють три проблеми в комунікації:

- технічна проблема пов'язана з точністю передачі комунікаційних символів;
- семантична проблема пов'язана з вибором таких символів, які б найбільш точно виражали бажаний зміст;
- проблема ефективності – ступінь впливу одержаного повідомлення на поведінку об'єкта.

У процесі комунікацій основні елементи проходять ряд взаємопов'язаних етапів:

Зародження ідеї. Обмін інформацією починається з формулювання ідеї або відбору інформації. Відправник вирішує, яку значущу ідею або повідомлення слід зробити предметом обміну.

Враховуючи неможливість ефективного функціонування комунікаційної системи без належного управління нею, керівникам та менеджерам підприємства з метою формування якісних комунікаційних систем потрібно вдосконалювати механізм управління на засадах визначення цілей і формування управління системи комунікацій. Для удосконалення комунікації у процесі управління на підприємстві потрібно чітко визначати потребу в інформації кожного структурного підрозділу й кожного робочого місця, регулювати інформаційні потоки відповідно до вирішуваних завдань, повинна відбуватися взаємодія керівників і підлеглих; організація ефективної системи зворотного зв'язку; впровадження системи збирання пропозицій; інформаційні повідомлення адміністрації підприємства; використання сучасних інформаційних технологій. Керівники вищого рівня повинні постійно надавати управлінській діяльності більш організованого характеру: удосконалювати планування масових організаційних заходів, зборів, нарад, зустрічей з підлеглими, керівниками інших підприємств.

### **Література:**

1. Плотников М.В. Эффективные коммуникации в организации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii\\_organizacija.html](http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_organizacija.html)
2. Коммуникации в менеджменте. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.Grandars.ru](http://www.Grandars.ru).
3. Петрук Н.К. Организация как социальный феномен: засади соціально-філософського аналізу / Н.К. Петрук. – К.: Центр духовної культури, 2004. – № 43.
4. Беляков О.О. Роль засобів масової комунікації у формуванні екологічної політики О.О. Беляков. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=28>.

**Романенко Ю.В.**, д.соціол. н., проф.,  
професор кафедри економіки підприємств і соціальних технологій,  
*Государственный университет телекоммуникаций,*  
*г. Киев, Украина*

### **СИМВОЛЫ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ: ИНДИКАТИВНЫЙ И ПРОГРАММИРУЮЩИЙ АСПЕКТ**

Символы и символические аккорданы дают возможность получить своеобразные ключи к архиву коллективного бессознательного и предполагают прочтение с использованием структуралистской методологии мифопоэтических произведений, демонстрирующих поле воспроизводства осевых символов в культуре.

Сразу заметим, что под символом в данном исследовании мы будем понимать трансgressирующий конструкт, который предоставляет возможность соединения сверхсознательных, осознанных и бессознательных содержаний в форме образа той или иной модальности (визуальной, аудиальной и пр.).

Архетипы визуализируются в форме символов и символьных аккордансов, в том числе – на уровне соответствующих морфологических, этологических, пространственно-топологических и других признаков. Промежуточным звеном между архетипами и символами являются аффективные комплексы, каждый из которых может быть визуализирован в виде различных символьных аккордансов. Аффективные комплексы социетальной психики визуализируются как через осевые символы которые привязаны к архетипам, так и через индивидуализированные символы (хотя последние, по большей части, являются взятыми из разных архетипических фондов).

В "Холотропическом сознании" Гроф замечает, что К.Г. Юнг был убежден, что архетипы коллективного бессознательного не только влияют на поведение людей, но также управляют большими историческими движениями. С этой точки зрения, целые нации и культурные группы способны разыгрывать мифологические сюжеты. Например, в десятилетие, предшествовавшее началу Второй мировой войны, Юнг находил в снах своих немецких пациентов множество элементов из нордического мифа о Рангароке – гибели богов. Из этого он заключал, что в коллективной психике немецкой нации всплывает данный архетип. Он предсказал, что этот архетип приведет к огромной мировой катастрофе, которая, в конечном итоге, окажется саморазрушительной для немецкого народа. Во многих случаях, умелые лидеры специально используют архетипические образы, чтобы достичь своих политических целей. Так, Гитлер использовал мифологические мотивы превосходства нордической расы и тысячелетней империи, а также древние арийские символы свастики и орла. Аятолла Хомейни и Саддам Хуссейн разожгли воображение своих мусульманских последователей ссылками на *джихад*, то есть, священную войну против неверных [1].

Продуцированию символьного ряда предшествует та или иная девиация или социопатия, которая облегчает перевод тех или иных вербальных текстов в символьную форму, является обходным путем озвучивания коллективного бессознательного (прямым путем такого озвучивания можно считать рефлексивный текст).

Важной задачей нашего исследования будет систематизация архетипов украинской социетальной психики в их корреляции с ментально-культурными особенностями и типичными аффективными комплексами [2], с одной стороны, и институциональными практиками и социальными институтами – с другой стороны. И важность этой задачи решается не только и не столько в связи с научным любопытством, но и насущной социально-практической потребностью преодоления хаотизированной многовекторности и социально-невротического дерганья украинской социальности в попытках осуществлять навязываемые какими-либо геополитическими акторами "реформаторские" инициативы.

"Дерганная" украинская социальность достала, наверное, не только автора этих строк. Вечная социальная "беременность" Украины при судорожных предродовых конвульсиях, не завершающаяся появлением на свет чего-либо продуктивного и жизнеспособного, а чаще всего выступающая прелюдией для рождения очередного монстра или дегенерата в макроинституциональном пространстве определенно связана с архетипическими структурами, как общечеловеческими, так и этноспецифическими.

#### Литература:

1. Гроф, С. Холотропическое сознание / С. Гроф. – М.: Альта, 2006. – 347 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://royallib.com/book/grof\\_stanislav/holotropnoe\\_soznanie.html](http://royallib.com/book/grof_stanislav/holotropnoe_soznanie.html).
2. Мак-Вильямс, Нэнси. Психоаналитическая диагностика: Понимание структуры личности в клиническом процессе = Psychoanalytic diagnosis: Understanding personality structure in the clinical process. – Москва: Класс, 1998. – 480 с.

**Сидоренко Т.М.**, к. філол. н., доц.,  
доцент кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ ДОКУМЕНТНО-АНАЛІТИЧНОЇ СФЕРИ**

Сьогодні інформаційні технології стали невід'ємною частиною людської діяльності, тому прогнозовано виникла необхідність у висококваліфікованих спеціалістах, здатних орієнтуватися в інформаційних потоках і вміти працювати з ними.

Освітньо-кваліфікаційна характеристика підготовки спеціалістів документно-аналітичної сфери передбачає, що майбутній фахівець має оволодіти навичками роботи з документами на основі використання традиційних, автоматизованих та гнучких інтелектуальних алгоритмів, тобто інноваційних технологій, спроможний буде розробляти, упроваджувати та забезпечувати функціонування єдиного в установі технологічного процесу документування, тобто в процесі навчання за спеціальністю в нього мають бути сформовані фахові компетенції, мовна грамотність, висока професійна мобільність, що виступає запорукою конкурентоспроможності на ринку праці.

Нові стратегії мовної освіти мають забезпечити формування й розвиток професійно орієнтованої компетенції майбутніх фахівців діловодства та аналітиків, дати їм можливість активно реалізувати свій творчий потенціал на потреби країни [3, с. 18]. В інформаційному діловому світі фахівці цих галузей мають швидко сприймати будь-яку форму професійного мовлення, створювати монологи, вести діалоги, керувати системою комунікацій у межах своєї компетенції, грамотно укладати документи тощо. Від багатства словникового запасу цієї категорії працівників, рівня мовної культури й техніки мовлення, професійної майстерності значною мірою залежать імідж та успіх організації в цілому.

Відсутність упродовж багатьох років розвиненої інфраструктури інновацій у документно-інформаційній діяльності, необхідної мотивації фахівців цієї сфери до застосування нововведень як засобу конкурентної боротьби зумовило відставання України в інформаційній сфері ще на початку ринкових перетворень. Тож актуальними будуть розроблення теоретичних і практичних аспектів удосконалення механізму, який забезпечуватиме мотивацію активної інноваційної поведінки всіх учасників діловодства та інформаційно-аналітичної галузі (бібліотекарів, бібліографів, документознавців, архівознавців, журналістів, аналітиків, фахівців з інформаційних технологій), формуватиме в суспільній свідомості чітке спрямування на інновації та досягнення ефективності вітчизняної документно-комунікаційної системи [1, с. 341].

Питання підвищення успішності фахової освіти в означеній галузі є сферою інтересу українських науковців, зокрема В.В. Бездрабко, О.В. Матвієнко, М.С. Слободяника, В.Г. Спрінсян та інших.

Завдання сучасного викладача полягає в тому, щоб сформувати в майбутнього спеціаліста документно-аналітичної галузі професійну мовнокомунікативну компетенцію, а саме [2, с. 34-35]:

- знання етикетних мовних формул і вміння ними послуговуватися під час професійного спілкування;
- уміння добирати, сприймати, аналізувати та використовувати інформацію профільного спрямування;
- володіння інтерактивним спілкуванням, характерною ознакою якого є необхідність миттєвої відповідної реакції на інформацію, що знаходиться в контексті попередніх повідомлень;

- глибокі професійні знання й оволодіння понятійно-категоріальним апаратом певної професійної сфери та відповідною системою термінів;
- уміння швидко оцінювати комунікативну ситуацію й оперативно приймати рішення та планувати комунікативні дії.

Слушно зауважує В.В. Бездрабко, що предметом і метою навчальних дисциплін лінгвістичного спрямування повинні бути не лише теоретичні знання різних рівнів української мови, а й мовленнєва діяльність [1, с. 167].

Найефективнішими на заняттях є методи проблемного навчання, завдяки яким студенти здобувають знання не в готовому вигляді, а в процесі систематичного вирішення навчальних завдань, у результаті самостійних розумових зусиль, мобілізації раніше здобутих знань, узагальнивши опрацьоване.

Напр., завдання. Запишіть словосполучення, виправивши мовні огріхи: *благополуччя держави, виступаючий з трибуни, задавати питання, виходячи з вище зазначеного, займати посаду, відбір фактичного матеріалу, підняти питання.*

Завдання. Запишіть речення згідно з нормами милозвучності української мови; за необхідності виправте лексичні огріхи. Прокоментуйте Ваші виправлення: *1. Завідуючій кафедри документознавства та інформаційної діяльності доценту Петькун С.М. студентки II курсу групи ДЗД-21 Григоренко Н.Є. 2. Заяву ректору університету професору Толубку Володимиру Борисовичу треба було подати на початку місяця грудня. 3. В школі й університеті він не проявляв талановитих організаторських здібностей, тому розповідь Іванового колеги по роботі приємно здивувала Марію.*

Подібні вправи сприяють активізації мисленнєвих операцій студентів-документознавців, аналітиків, допомагають зняти психологічний бар'єр і зумовлюють загальний розвиток інтелектуальних здібностей майбутніх фахівців. У сучасних умовах суспільства потреба в грамотному написанні тих чи інших видів документів безперечна, оскільки впливає на управлінські рішення.

Вагомою складовою фахівців спеціальності «документознавство та інформаційна діяльність» є культура професійного мовлення, що виражається в знаннях мовця про нормативне мовлення, психологічні особливості професійного спілкування, доцільності залучення невербальних засобів, аналізі якості та ефективності продукту мовленнєвої діяльності. У цьому аспекті важливо в процесі навчальних занять пропонувати завдання, спрямовані на формування в студентів здатності самостійно добирати необхідний мовний матеріал і використовувати в нових умовах набуті знання та навички.

Напр., завдання. Якби б зауваження зробили своєму співрозмовнику, якби він звернувся до Вас із подібними запитаннями: *Ви получили наші прейскуранти цін? Чи є у Вас питання по проекту контракту? Як будуть платитися комісійні? Ви познайомилися з судовим рішенням?*

Завдання. Проаналізуйте проблемні мікроситуації.

Мікроситуація 1. Підлеглий удруге не виконав вашого завдання вчасно, хоча обіцяв і давав слово, що подібне більше не повториться. Як би Ви вчинили?

Мікроситуація 2. Ви – керівник відділу. Ваш підлеглий дуже просить надати йому відпустку. Відмовте в проханні.

Мікроситуація 3. Визначте своє ставлення до різних цінностей, які можуть стати основою професійного спілкування менеджера:

*Свої зусилля менеджер, перш за все, повинен спрямовувати на ефективне виконання професійної діяльності, підвищення продуктивності праці;*

*Головне в професійному спілкуванні менеджера – домогтися від підлеглих дисципліни та виконання своїх обов'язків;*

*Основне в спілкуванні менеджера – дружні, товариські стосунки з підлеглими.*

Отже, першочергове завдання під час навчання фахівців із документознавства та інформаційно-аналітичної діяльності – формування комунікативних компетенцій та виховання духовно багатой особистості, яка вміє використовувати набуті знання в

професійній сфері. Застосування інноваційних видів і форм роботи сприятимуть досягненню мети, стимулюватимуть студентів до участі в навчальному процесі.

#### **Література:**

1. Бездрабко В.В. Документознавство в Україні: інституціоналізація та сучасний розвиток: монографія / В.В. Бездрабко. – К.: Четверта хвиля, 2009. – 720 с.
2. Карпенко О.О. Концепція професійного спрямування: навч. посіб. для студ. спец. «Документознав. та інформ. діяльність» / О. О. Карпенко. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2008. – 48 с.
3. Матвієнко О.В. Документознавча освіта: проблеми та перспективи розвитку практики та наукових досліджень / О.В. Матвієнко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2009. – № 4. – С. 17-21.
4. Про порядок здійснення інноваційної освітньої діяльності в Україні: Положення, затверджене наказом МОН за №522 від 07. 11. 2000 р. // Освіта України. – Грудень – 2000.

**Стежко С.О.,**

старший викладач кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності,  
*Державний університет телекомунікацій,  
м. Київ, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ НОВИХ ПРАВИЛ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЛОВОДСТВА ТА АРХІВНОГО ЗБЕРІГАННЯ ДОКУМЕНТІВ**

На кожному підприємстві будь-якої форми власності відбувається постійний обіг документів незалежно від їх кількості. Чим більший обсяг документної інформації, тим складнішою є організація документообігу. Правильна організація документообігу, у свою чергу, сприяє оперативному проходженню документів в апараті управління, пропорційному завантаженню підрозділів та посадових осіб, що позитивно впливає на процес управління в цілому.

Сьогодні документообіг існує на всіх підприємствах і представляє собою рух документів з моменту їх створення або отримання до надсилання або передачі їх на зберігання до архіву.

Об'єм документообігу будь-якої організації складається зі вхідних, вихідних та внутрішніх документів, оброблених за період одного календарного року.

З метою встановлення на підприємстві єдиного порядку документування управлінської інформації і роботи з документами із застосуванням сучасних автоматизованих систем, методичного керівництва і контролю за дотриманням визначеного порядку роботи з документами, в структурних підрозділах установи створюється служба діловодства. Вона може бути представлена цілим структурним підрозділом або окремим працівником, який забезпечує документообіг службових документів.

Наказом Міністерства юстиції України від 18 червня 2015 р. № 1000/5, зареєстрованим у Мін'юсті 22 червня 2015 р. за № 736/27181, затверджено надзвичайно важливий нормативно-правовий акт – загальнодержавні Правила організації діловодства та архівного зберігання документів (далі – Правила), що встановлюють єдині вимоги щодо створення управлінських документів і роботи зі службовими документами, а також порядок їх архівного зберігання в державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях незалежно від форм власності (далі – установа).

Правила регламентують процеси роботи з традиційними управлінськими документами з паперовими носіями інформації і є обов'язковими для виконання всіма установами.

Уперше в нормативно-правовому акті комплексно висвітлено питання як архівної справи, так і кожного з етапів документообігу – від створення документів до передавання їх в архів. Дотепер діловодні процеси були унормовані лише для органів виконавчої влади, зокрема чинною на сьогодні Типовою інструкцією з діловодства у центральних органах виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органах виконавчої влади, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 30 листопада 2011 р. № 1242, та чинною до 2011 року Примірною інструкцією з діловодства у міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органах виконавчої влади, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 1997 р. № 1153.

Правила зобов'язують установи оформлювати реквізити службових документів відповідно до ДСТУ 4163-2003 “Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів” (далі – ДСТУ 4163-2003).

Відповідно до архівного законодавства Національний архівний фонд (далі – НАФ) формується з архівних документів установ усіх форм власності. Таким чином, документування управлінської діяльності й робота з документами (реєстрація, облік, зберігання, використання) в установах мають здійснюватися за єдиними нормами.

Відбір документів до складу НАФ здійснюється за результатами експертизи цінності документів, яку проводять на стадії діловодства. Високий рівень експертизи – важлива умова формування НАФ документами, що відбивають сучасну історію України. Крім того, тільки на підставі експертизи цінності здійснюється відбір для тривалого зберігання документів, що використовуються для підтвердження законних прав та інтересів громадян. Саме експертизі цінності документів та порядку оформлення її результатів приділено щонайпильнішу увагу у Правилах.

Окрім цього, багато новацій у питаннях організації архівного зберігання документів, обліку документів в архіві, довідкового апарату до документів, користування ними.

Ці загальні для всіх установ правила сприятимуть належному формуванню НАФ, а також збереженості документів, пов'язаних із забезпеченням соціального захисту громадян.

Правила умовно поділяються на дві частини, перша з яких стосується питань організації діловодства, друга – організації зберігання документів в архіві установи, і містять 15 розділів, що поділяються на глави і пункти, а також 50 додатків.

У розділі I подано визначення термінів, що вживаються в Правилах, а також означено коло питань, котрі ними регулюються, і питань, регламентованих іншими нормативно-правовими актами. Наприклад, вимоги Правил не стосуються питань електронного документообігу, а також діловодства зі службовими документами, що містять інформацію з обмеженим доступом, за зверненнями громадян, щодо запитів на публічну інформацію.

Визначено правовий статус служб діловодства та архівних підрозділів в установах, зокрема:

організація діловодства покладається на самостійні структурні підрозділи з діловодства (документаційного забезпечення), загальні відділи, канцелярії тощо або особу, відповідальну за діловодство, - секретаря, діловода;

архів є самостійним структурним підрозділом або входить до складу служби діловодства (у невеликих установах призначають особу, відповідальну за ведення архіву).

Важливою є норма, що встановлює відповідальність керівника установи за збереженість документів та інформації, яку вони містять, функціонування системи захисту документаційного фонду від незаконного доступу, втрату і несанкціоноване знищення документів, порушення правил користування документами. За зміст, якість підготовки та оформлення на належному рівні документів, а також організацію діловодства та зберігання документів у структурних підрозділах відповідають їх керівники.

Унормовано порядок вилучення документів: вилучення (виймка) оригіналів службових документів із документаційного та архівного фонду установи має бути тимчасовим(ою) і здійснюється лише у передбачених законом випадках. У разі вилучення



(виїмки) оригіналів документів за письмовою вказівкою керівника в установі обов'язково мають залишитися належним чином засвідчені копії цих документів та протокол вилучення (виїмки). Документи НАФ, вилучені відповідно до закону за вмотивованим рішенням слідчого, судді, суду, підлягають обов'язковому поверненню установі не пізніше ніж через один рік після провадження у справі.

У розділі II викладено загальні вимоги до створення управлінських документів. Зокрема, встановлено, що створювані управлінські документи мають відповідати правовому статусу установи, а право на створення, підписання, погодження, затвердження документів визначається актами законодавства, положеннями (статутами) установи, положеннями про структурні підрозділи і посадовими інструкціями. Право на видання розпорядчих документів певного виду (постанов, рішень, наказів, розпоряджень) закріплюється у положенні (статуті) установи та зумовлюється її правовим статусом і порядком прийняття управлінських рішень (на підставі єдиноначальності або колегіальності).

Значну практичну цінність становлять положення щодо доведення до відома установ і структурних підрозділів розпорядчих та інших документів, вимоги до здійснення службового листування.

В окремих главах розділу II унормовано ключові етапи роботи з документами, зокрема: створення і використання бланків; датування; погодження; затвердження; підписання; засвідчення копій та витягів; застосування печаток і штампів.

Оформлення реквізитів службових документів у Правилах не розглядається. Натомість Правила містять норму, згідно з якою оформлення та порядок розміщення реквізитів організаційно-розпорядчих документів мають відповідати ДСТУ 4163-2003.

У заключній частині розділу II викладено загальні вимоги до тексту управлінських документів та висвітлено особливості підготовки й оформлення розпорядчих документів, що сприятиме інформативності та уніфікації текстів документів, підвищенню їх якості.

У розділі V визначено нормативно-методичні засади та порядок проведення експертизи цінності документів, зокрема, окреслено завдання експертних комісій (ЕК) установ, що належать і не належать до джерел формування НАФ. Визначено й розмежовано порядок і завдання експертизи цінності на різних етапах, а саме:

у поточному діловодстві – під час складення номенклатур справ, формування документів у справі і перевіряння правильності віднесення документів до відповідних справ, підготовки справ до передавання на архівне зберігання;

в архіві установи – у процесі приймання справ до архіву та підготовки справ на постійне зберігання.

Установлено, що експертиза цінності документів в архіві установи здійснюється під методичним керівництвом державних архівних установ, архівних відділів міських рад, у зоні комплектування яких перебуває установа.

Важливою новацією у Правилах є регламентація процедури вилучення документів з НАФ та виявлення унікальних документів НАФ. Наприклад, дублетні документи, документи тимчасового строку зберігання, котрі внесено до НАФ помилково, документи з незадовільним фізичним станом, через який втрачено документну інформацію, вилучають із НАФ на підставі відповідного акта, погодженого у встановленому порядку.

Виявивши документи НАФ, що можуть бути віднесені до унікальних, в архіві установи складають проекти анованих переліків унікальних документів НАФ. Виявлення унікальних документів НАФ в архіві установи та їх описування в анованому переліку здійснюють на підставі Методики віднесення документів Національного архівного фонду до унікальних, затвердженої наказом Державного комітету архівів України від 19.02.2008 №34.

У главі 3 розділу V наведено детальний порядок складання актів про вилучення для знищення документів, не внесених до НАФ, їх подання на розгляд експертних комісій і безпосередньо знищення документів.

Відтепер, у разі включення до акта про вилучення для знищення документів, не внесених до НАФ, первинної фінансової та бухгалтерської документації, до зазначеного акта

слід додавати довідку про проведення перевірки або ревізії, підписану керівником установи та бухгалтером. Акт разом із довідкою подають на розгляд експертно-перевірної комісії (ЕПК) державної архівної установи, ЕК архівного відділу міської ради, у зоні комплектування яких перебуває установа.

Значну практичну цінність становить регламентований порядок знищення документів, у т. ч. із грифом “Для службового користування” та іншими грифами обмеженого доступу.

У розділі VII регламентовано порядок складання зведених і закінчених архівних описів в архіві установи та довідкового апарату до них. Наведено приклади підсумкового запису та засвідчувального напису.

Уточнено порядок складання описів з кадрових питань (особового складу), зокрема, деталізовано принципи систематизації документів в описі за їх номінальною ознакою. Встановлено, що особові справи, залежно від обсягу, дозволяється вносити до опису як окремі одиниці зберігання або групувати за алфавітом в окремі справи-наряди, кожен з яких включають до опису під самостійним номером.

Відтепер передмова є обов’язковим елементом довідкового апарату всіх зведених описів і складається з двох частин: перша – історія установи-фондоутворювача; друга – історія фонду.

Інші елементи довідкового апарату до річного розділу зведеного опису справ (титульний аркуш, зміст, список скорочень, покажчик) складають за потреби. Необхідність складання довідкового апарату до зведених описів справ постійного зберігання визначають за погодженням із державною архівною установою (архівним відділом міської ради), у зоні комплектування якої перебуває установа.

Описи справ тривалого (понад 10 років) зберігання можуть подаватися на розгляд ЕПК (ЕК) державної архівної установи, ЕК архівного відділу міської ради, у зоні комплектування якої перебуває установа, за рішенням цих комісій.

В окремих, сьомій, главі розділу VII унормовано порядок нумерації зведених архівних описів.

У розділі XIV відтворено усталену процедуру передавання справ на постійне зберігання. Проте додатково визначено умови передавання документів згідно із законодавством, а саме: державні й комунальні установи, у діяльності яких створюються документи НАФ, зобов’язані передавати їх на постійне зберігання до державних архівних установ, архівних відділів міських рад після закінчення граничних строків зберігання в архіві установи. Юридичні особи, засновані на приватній формі власності, а також об’єднання громадян, релігійні організації, документи яких віднесено до НАФ, можуть передавати їх до державних та інших архівних установ на підставі договору.

Перед передаванням справ на постійне зберігання архів установи спільно з представником державної архівної установи (архівного відділу міської ради) перевіряє наявність, фізичний і санітарно-гігієнічний стан документів. Виявлені порушення усуває архів установи.

Надходження документів на постійне зберігання оформлюють актом приймання-передавання, який складають у двох примірниках.

У розділі XV уточнено і приведено у відповідність до законодавства порядок передавання документів у разі припинення діяльності установи шляхом ліквідації або злиття, приєднання, поділу, перетворення. Важлива норма Правил: документи ліквідованих установ, не віднесені до НАФ, передаються органу вищого рівня, а за його відсутності – до трудових або приватних архівів.

Значну практичну цінність Правил становлять додатки. Форму додатків удосконалено, уніфіковано та приведено у відповідність до Правил роботи архівних установ України, затверджених наказом Міністерства юстиції України від 08 квітня 2013 № 656/5.

### **Література:**

1. Наказ Міністерства юстиції України від 18 червня 2015 р. № 1000/5, зареєстрованим у Мін'юсті 22 червня 2015 р. за № 736/27181.

2. Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях, затверджені наказом Міністерства юстиції України від 18 червня 2015 р. № 1000/5, зареєстрованим у Мін'юсті 22 червня 2015 р. за № 736/27181.

3. Типова інструкція з діловодства у центральних органах виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органах виконавчої влади затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 30 листопада 2011 р. N 1242.

**Труш М.С.,**  
старший викладач  
кафедри економіки підприємств та соціальних технологій,  
*Державний університет телекомунікацій,*  
*м. Київ, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ НА ОСОБИСТІТЬ І СУСПІЛЬСТВО**

Дослідження такого складного явища, як вплив інформації та інформаційного простору на особистість і суспільство може бути успішним лише за умови наявності розробленого понятійного апарату. Головною складовою цього апарату є система термінів, завдяки яким розкриваються сутнісні моменти досліджуваного явища. Безумовно, найголовнішим у цьому випадку є поняття інформації, інформаційного простору та інші, органічно пов'язані з ними терміни. Тому можна виокремити наступний понятійно-логічний ланцюг.

Інформація (згідно із Законом України "Про інформацію") – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі. Але більш повне визначення інформації – це відомості про осіб, предмети, технології, засоби, ресурси, події та явища, що відбуваються в усіх сферах життя суспільства та діяльності держави, незалежно від форми їх надання; відомості, подані у вигляді сигналів, знаків, звуків, рухомих або нерухомих зображень чи в інший спосіб.

Особистість постійно перебуває під впливом інформації, що поширюється в просторі цілеспрямовано або довільно. До розвитку сучасних кібернетичних систем під простором поширення інформації розуміли атмосферу, стратосферу, космос, водні акваторії океанів і морів. Зараз розуміння інформаційного простору включає також кібернетичні та віртуальні системи. Вплив інформаційного простору здійснюється на суспільство та державу і через них опосередковано на кожного індивідуума. Цей вплив може мати конструктивний (безпечний) і деструктивний (небезпечний) характер.

Інформаційний вплив – організоване цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних засобів і технологій для внесення змін у свідомість особи чи населення (корекція поведінки) та (або) інформаційно-технічну інфраструктуру об'єкта та (або) фізичний стан людини.

Інформаційно-психологічний вплив – вплив на свідомість особи і населення з метою внесення змін у їх поведінку та (або) світогляд.

Інформаційно-технічний вплив – вплив на інформаційно-технічну інфраструктуру об'єкта з метою забезпечення реалізації необхідних змін у його роботі (зупинка роботи, несанкціонований витік інформації, програмування на певні помилки, зниження швидкості

обробки інформації та ін.), а також вплив на фізичний стан людини. Інформаційно-технічний вплив становить загрозу безпеці інформаційно-технічної інфраструктури та фізичному стану людини.

Інформаційна безпека (згідно із законодавством України) – стан захищеності життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, при якому запобігається нанесення шкоди через: неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується; негативний інформаційний вплив; негативні наслідки застосування інформаційних технологій; несанкціоноване розповсюдження, використання, порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації.

На наш погляд, це визначення не зовсім повне, оскільки не передбачається розгляд різновидів інформаційної безпеки. До того ж у цьому законі дуже добре описані технічні аспекти інформаційної безпеки, але майже не приділено уваги інформаційно-психологічним аспектам.

У зв'язку з тим, що стан захищеності об'єкта від інформаційних впливів тісно пов'язаний зі станом його інформаційного розвитку, то поняття "інформаційна безпека" можна визначити як стан інформаційного розвитку (технічного, інтелектуального, соціально-політичного, морально-етичного), за якого сторонні інформаційні впливи не завдають суттєвої шкоди національним інтересам. Але це визначення не дає можливості поділу інформаційної безпеки на її різновиди.

Інформаційна безпека – стан захищеності особи, суспільства і держави, при якому досягається інформаційний розвиток (технічний, інтелектуальний, соціально-політичний, морально-етичний), за якого сторонні інформаційні впливи не завдають їм суттєвої шкоди.

Це визначення найбільш оптимальне тому, що об'єднує пасивну (стан захищеності) та активну (стан інформаційного розвитку) складові, а також є лаконічним і передбачає поділ інформаційної безпеки на різновиди.

Безпека інформаційно-технічної інфраструктури – це стан захищеності, який забезпечує її ефективне використання та захист від можливого інформаційно-технічного впливу. Безпека інформаційно-технічної інфраструктури поділяється на безпеку: машинно-технічних засобів (автоматизованих систем та мереж); програмного забезпечення; режиму захисту від несанкціонованого витоку інформації.

Інформаційна безпека особи – це стан захищеності психіки та здоров'я людини від деструктивного інформаційного впливу, який призводить до неадекватного сприйняття нею дійсності та (або) погіршення її фізичного стану.

Інформаційна безпека суспільства – можливість безперешкодної реалізації суспільством та окремими його членами своїх конституційних прав, пов'язаних з можливістю вільного одержання, обробки, створення й поширення інформації, а також ступінь їх захисту від деструктивного інформаційного впливу.

Необхідний рівень інформаційної безпеки суспільства забезпечується сукупністю політичних, економічних, організаційних заходів, спрямованих на попередження, виявлення й нейтралізацію тих обставин, факторів і дій, які можуть завдати збитків чи зашкодити реалізації інформаційних прав, потреб та інтересів країни та її громадян.

Слід зазначити, що інформаційна безпека особи та суспільства між собою тісно пов'язані. Інформаційна безпека суспільства та його окремих осіб залежить від рівня; інтелектуальності, спеціальної теоретичної й практичної підготовки; критичного мислення, морального та духовного вдосконалення; гармонійного розвитку особистості в суспільстві; технічних засобів захисту.

## **МЕХАНІЗМИ СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Однією з найактуальніших проблем останнім часом є вплив на суспільну свідомість засобів масової інформації, прагматичне використання та модифікування мови як інструмента соціального впливу. Інформаційний простір ХХ століття кардинально змінився порівняно з попередніми століттями. Для більшості населення України воно розпочалося в умовах вільного доступу до десятків каналів телебачення й радіо, великого розмаїття газет і сайтів. Збільшення кількості каналів отримання інформації водночас відкрило більші можливості впливу на людину.

Витоки дослідження технології впливу за допомогою ЗМІ беруть початок з ідей американського політолога середини ХХ століття Г. Лассуела, який довів, що в інформаційному суспільстві, яке перебуває в стадії розвитку, функція впливу постає центральною функцією засобів масової інформації. Пізніше в школах експериментальної риторики та комунікації переконання було напрацьовано медійно орієнтовану парадигму дослідження ЗМІ, що характеризувала реципієнта переважно як об'єкт впливу, а ефективність комунікації – як результат виконання соціального замовлення [1, с. 9].

Лінгвістичним механізмам сугестивного впливу присвячено дослідження С. О. Мегентесова, що мають підґрунтям психотерапевтичну модель, розроблену фахівцями з нейролінгвістичного програмування (НЛП). До механізмів впливу автор зараховує поняття пресупозиції, реалізоване в конструкціях із вторинною предикацією, що „перебирає на себе увагу слухача” [5, с. 25]. Хоч сама модель НЛП не має експериментальної верифікації, однак її широко застосовують для пояснення багатьох механізмів впливу. Сугестивною технікою може слугувати процес перезавантаження свідомості інформацією. Слідом за психотерапевтами С. О. Мегентесов [5, с. 34] визнає значущість метафори в процесі впливу. На думку дослідника, основним засобом індукування трансу є номіналізації та їхні генітивні нагромадження.

Важливим моментом вивчення процесу впливу є нетотожність мовної сугестії та маніпулювання свідомістю, що переконливо доводить С.О. Мегентесов. Проте проблема маніпулювання масовою свідомістю обмежена твердженням, що „у випадку маніпулювання масовою свідомістю, орієнтованому на усередненого представника певного суспільства або члена якої-небудь групи, засоби й методи є більш обмеженими й неспецифічними <...> бідний арсенал тем і приманок, на які можна впливати середньостатистичну людину: прагнення до матеріальної вигоди, до престижу, гарного здоров'я, сексу” [5, с. 60]. Дослідники виокремили чотири способи психологічного тиску на адресата:

- 1) генералізація для уникнення критичного сприйняття;
- 2) маскування під пресупозиції;
- 3) невизначений референтний індекс;
- 4) комунікативний саботаж (збивання стереотипів).

На думку І. Мохамада, фонетико-просодичний рівень бере участь в індукуванні змінених станів свідомості, у той час як власне програмування – уведення світоглядної та поведінкової установки – реалізоване за допомогою знакових рівнів мови: лексичного, синтаксичного, текстового. Дослідник зробив висновок про спорідненість сугестивного та маніпулятивного впливу, однак він не виявив конкретного впливу, наприклад текстового рівня, на свідомість реципієнта, не з'ясував, які компоненти тексту впливають на свідому та несвідому сфери сприйняття.

Вплив на суспільну свідомість може виявлятися у двох основних формах – **відкритій і прихованій**. Основним різновидом відкритого впливу на суспільну та індивідуальну свідомість є риторична побудова висловлення. Але останнім часом усе більшого значення й актуальності набувають приховані форми впливу на суспільну свідомість. Найпоширенішим і найефективнішим різновидом прихованого впливу є мовне маніпулювання суспільною свідомістю. ЗМІ реалізують можливість впливу настільки інтенсивно, що дехто з дослідників [7, с. 24] вже виокремлює маніпулятивний вплив як одну з найважливіших функцій ЗМІ поряд з інформаційною, освітньою, артикуляційною, критикувальною тощо.

Маніпулювання свідомістю може бути реалізоване вербальними, візуальними та акустичними способами на трьох рівнях: індивідуальному, груповому й масовому. Суб'єктом маніпулювання свідомістю в сучасному суспільстві активно слугують засоби масової інформації. Через маніпулювання до свідомості впроваджують ідеї, образи, асоціації, стереотипи, які можуть повністю, причому непомітно для об'єкта впливу, змінити його ставлення до світу чи до картини всього соціуму.

Прийнятним є таке розуміння мовного маніпулювання: прихований інформаційно-психологічний вплив на людину за допомогою мовних засобів, які використовують на трьох рівнях (індивідуальному, груповому та масовому), націлений спонукати людину до дій, що входять у протиріччя з її інтересами, світоглядом, а також із мовною картиною світу й системою цінностей суспільства загалом.

Способи впливу ЗМІ на свідомість досліджено переважно на матеріалі друкованих джерел, тобто писемного мовлення. Фрагментарно репрезентовано способи візуального впливу та звукового оформлення (на телебаченні й радіо), а також нейропсихологічні аспекти сприйняття, оскільки ці проблеми належать до компетенції психологічних наук.

У сучасній науковій літературі проблема мовного впливу на свідомість опрацьована нерівномірно. Незважаючи на зацікавленість багатьох дослідників аналізованою проблемою, лінгвістичний аспект маніпулювання вивчено досить фрагментарно й без необхідної наукової глибини. Окремі аспекти мови ЗМК досліджено в працях таких дослідників, як А. Адесанья, М. Брайтвайт, К. Вільямс, Г.В. Грачов, О.Л. Доценко, Дж. Елридж, Р. Жаккард, І.К. Мельник, Г. Маркузе, В. Терін, Р. Сирино, Н. Хомський, Г. Шиллер. Особливо варто відзначити системне дослідження С.Г. Кара-Мурзи „Маніпуляція свідомістю”, де розкрито технології дезінформації та брехні, вироблені вітчизняними засобами масової інформації епохи Перебудови. Ним згадано такі вербальні прийоми, як „приклеювання ярликів” або „сяючі узагальнення”. Тенденцію до широкого узагальнення, поверхового аналізу простежено в більшості книг про піар, рекламу та виборчі технології (А.С. Миронов, Ж. Сегела, В.Б. Кей), у яких фактично відсутня згадка про вербальні методи впливу на свідомість, за винятком цитування особливо вдалих або невдалих гасел і лозунгів.

Щодо власне лінгвістичних досліджень, то газетні тексти проаналізовані з погляду лінгвостилістики Г.Я. Солгаником [8; 9], І.Р. Гальперіним [2] та ін. Значну цінність являє собою лінгвістичний аналіз прихованих змістів у мовних конструкціях.

Однією з фундаментальних праць із мови ЗМІ є дослідження Т.Г. Добросклонської [3; 4], що розвиває напрям західної медіа-лінгвістики. Науковець виокремила низку закономірностей побудови мас-медійного тексту: синтагматичне членування висловлення, граматична варіативність та її зв'язок з інтерпретацією тексту, особливості вираження думки автора тексту, низка лінгвокультурологічних особливостей дискурсу. Важливим аспектом її праці є аналіз концепції медійної грамотності.

Окремі лексичні аспекти текстів масової інформації, насамперед частотність уживання лексичних одиниць і проблеми ключових слів, досліджував Б.В. Кривенко [6].

Цікавою постає взаємодія вербальних і невербальних способів впливу на свідомість у ЗМІ. Щодо сфери мас-медіа, Т.Г. Добросклонська наголошує, що традиційне визначення тексту як об'єднаної значеннєвим зв'язком послідовності знакових одиниць, основними якостями якої є зв'язність і цілісність, виходить за межі вербального рівня, наближаючись до семіотичної інтерпретації понять, що передбачають послідовність будь-яких, а не тільки

вербальних знаків. Текст у ЗМІ послідовно розгортається одразу на кількох рівнях: вербальному, відеографічному та рівні звукового супроводження, утворюючи єдине ціле [3].

У періодиці більшість статей доповнені фотографіями, ілюстраціями, що створюють разом із текстом єдиний семіотичний ряд. Зоровий образ, який швидко й ефективно впливає на свідомість і підсвідомість, нерідко може змінити весь зміст статті. Глядачі забувають, що саме їм говорили про героя сюжету, але запам'ятовують супровідний візуальний образ. Однією з реалізацій цього прийому може бути повідомлення істинної інформації в супроводі показу хибного чи маніпулятивного навантаженого відеоряду. Правда забувається, оскільки зорові враження сильніше впливають на свідомість.

Отже, лінгвістичні технології мовного впливу на свідомість разом із візуальними та акустичними можуть призвести до масштабних змін, зокрема до формації мовної картини світу історико-культурної спільноти, а також до зміни системи цінностей окремого індивіда в суспільстві загалом.

#### Література:

1. Адамьянц Т.З. К диалогической коммуникации: от воздействия – к взаимодействию / Т.З. Адамьянц. – М.: ИС РАН, 1999. – 136 с.
2. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – М.: Изд-во лит-ры на иностр. языках., 1958. – 458 с.
3. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т.Г. Добросклонская. – М.: Макс-Пресс, 2000. – 208 с.
4. Добросклонская Т.А. Медиалингвистика : системный подход к изучению СМИ (Современная английская медиаречь) / Т.А. Добросклонская. – М.: Флинта, 2008. – 203 с.
5. Мегентесов С.А. Лингвистические аспекты психического воздействия и приемов манипуляции / С.А. Мегентесов, И. Мохамад. – Краснодар: КубГУ, 1997. – 111 с.
6. Методология исследований политического дискурса. Актуальные проблемы содержательного анализа обществ.-полит. текстов. Вып. 3 / И.Ф. Ухванова-Шмыгова, А.А. Маркович, В.Н. Ухванов; Под общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. – М.: „Технопринт”, 2002. – 360 с.
7. Михальская А.К. Язык российских СМИ как манипулирующая система / А.К. Михальская // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 23-25.
8. Солганик Г.Я. Лексика газеты (функциональный аспект) / Г.Я. Солганик. – М.: Высшая школа, 1981. – 112 с.
9. Солганик Г.Я. Стилистика современного русского языка и культура речи / Г.Я. Солганик, Т.С. Дроняева. – М.: Академия, 2005. – 252 с.

**Шереметьєва І.В.**, к.т.н., доц.,  
доцент кафедри прикладної економіки  
**Шепель Т.В.**,  
магістр,  
*Державний ВНЗ «НГУ»,  
м. Дніпро, Україна*

## **ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДТРИМКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В МУНІЦИПАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ**

Ефективність прийняття управлінських рішень значною мірою залежить від інформаційного забезпечення суб'єкта управління стосовно стану об'єкта управління. Особливого значення інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень набуває в часи, коли економічна, політична та соціальна обстановка в державі малопередбачувана, що вимагає від керівників використання найновіших інформаційних технологій для ефективного виконання управлінських функцій.

Проблема інформаційного забезпечення прийняття рішень стосується й муніципального управління, особливо під час його активного реформування. Органам місцевого самоврядування доводиться вирішувати цілий ряд питань щодо соціально-економічного забезпечення та розвитку територіальної громади. При цьому інформація про нагальні потреби жителів муніципального утворення до представницьких органів публічної влади надходить здебільшого від представників виконавчих та обслуговуючих служб, з джерел масової інформації, окремих скарг жителів. Вкрай рідко проводяться соціальні дослідження громадської думки стосовно прийняття управлінських рішень органами місцевого самоврядування у сфері соціально-економічних змін. Та й ці дослідження, як правило, проводяться не представниками органів місцевого самоврядування, а окремими аналітичними службами, чи представниками засобів масової інформації. Тому представники інтересів територіальної громади – народні депутати, часто змушені покладатись на власне бачення потреб населення, яке не може бути об'єктивним, оскільки базується здебільшого на наявній інформації, яка надходить зі звітів комунальних служб та ЗМІ.

Питанням інформаційно-аналітичного забезпечення функцій муніципального управління загалом, у тому числі і прийняття управлінських рішень як важливішої з них, приділялось достатньо уваги у роботах А.Ф. Мельника та Г.Л. Монастирського [1, с. 215], І.В. Грабовець [2, с. 124], О.П. Дудкіної [3, с.101]. Найпоширеніша практика дослідження органами місцевого самоврядування суспільної думки територіальної громади здебільшого зводиться до усного опитування або опитування телефоном. Проте, проведені дослідження свідчать, що в більшості міст України для вивчення громадської думки ефективно може бути використана інформаційна мережа Інтернет. Так, за даними Інтернет-асоціації України у 2016 році в Дніпропетровській області налічувалось близько 1900 тисяч регулярних користувачів мережі Інтернет. За правилами проведення соціологічних досліджень для проведення опитування з вірогідністю достовірності результатів 95% вибірка має складати близько 600 респондентів. Отже, представницькі органи публічної влади можуть використовувати мережу Інтернет для забезпечення зворотного зв'язку з територіальною громадою.

Передумовою ефективного зворотнього зв'язку в системі муніципального управління, де керуючою підсистемою виступають представницькі та виконавчі органи публічної влади, а керованою – інфраструктура муніципального утворення, є оптимізація інформаційних потоків в процесі управління, яка передбачає наявність зв'язку між керуючою та керованою системами на стадії до прийняття управлінського рішення.

Оперативність та релевантність інформації, яка може бути отримана через мережу Інтернет, може бути забезпечена через офіційну веб-сторінку органу місцевого самоврядування. При цьому користувачеві необхідно буде зареєструватись на міському



інформаційному порталі з зазначенням певних відомостей, наприклад, П.І.Б, свій вік, район проживання та рівень доходів. Автоматизована аналітична обробка результатів досліджень громадської думки відділом забезпечення депутатської діяльності дозволить отримати об'єктивну оцінку жителями міста діяльності органів місцевого самоврядування.

Аналітична модель системи обробки інформації, яка входить до складу системи забезпечення зворотного зв'язку з територіальною громадою дозволяє забезпечити репрезентативність вибірки згідно вимог соціологічного дослідження та за кількісними показниками по окремим соціальним групам визначати динаміку та тенденції на майбутні періоди соціально-психологічних настроїв населення.

Розроблений механізм залучення територіальної громади в якості дорадчого органу до процесу управління через систему зворотного зв'язку, створену на базі Інтернет-порталу органів публічної влади міст з розвинутою інформаційною мережею зає можливість покращити рівень інформаційної підтримки прийняття управлінських рішень

Систематичне дослідження оцінки населенням проблем міста та шляхів їх вирішення за допомогою інформаційних технологій має забезпечити стійкий і адекватний зворотний зв'язок між населенням і міською владою, і підвищення на цій основі ефективності та якості муніципального управління.

#### **Література:**

1. Мельник А.Ф. Муніципальний менеджмент: навч. посіб. / А.Ф. Мельник, Г.Л. Монастирський, О.П. Дудкіна. – К.: Знання, 2006. – 420 с.
3. Грабовець І.В. Інформаційні технології в муніципальному управлінні: проблеми та шляхи реалізації / І.В. Грабовець // Грані. – 2012. – №1. – С. 124-127.
4. Дудкіна О.П. Удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення функцій муніципального менеджменту / О.П. Дудкіна // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – Тернопіль: Економічна думка, 2007. – Вип.12. – С.95-103.

*Наукове видання*

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ  
В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА**

Збірник матеріалів  
Науково-практичної конференції

Відповідальний за випуск *І.І. Тищенко*

Підписано до друку 20.01.2017.  
Формат 60x84/8. Папір офсетний.  
Гарнітура *Times New Roman*. Друк офсетний.  
Ум.-друк. арк. 19,76. Тираж 100 пр. Зам. № 989.

Видавництво та друк ДУТ  
03110, Київ, вул. Солом'янська, 7  
Тел. 249-25-75.  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
Серія ДК № 1812 від 26.05.2004 р.