

ISSN 2522-9273

Науковий журнал

Економічні горизонти

1'2017

Scientific Journal
**Economic
Horizons**

Засновник: Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Головний редактор

Чирва Ольга Григорівна, доктор економічних наук, професор (Умань, Україна)

Заступники головного редактора

Бондарук Таїсія Григорівна, доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Левченко Олександр Миколайович, доктор економічних наук, професор (Кропивницький, Україна)

Редакційна колегія

Байрамов Ешгін Алі, кандидат економічних наук (Баку, Азербайджан)

Білошкурська Наталія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Бовкун Ольга Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Богашко Олександр Леонідович, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Бондарук Ігор Сергійович, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Гечбаія Бадрі Нодарович, доктор економіки, асоційований професор (Батумі, Грузія)

Демченко Тетяна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Дем'янишина Олеся Андріївна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Кирилюк Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Кірдан Олександр Петрович, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Ключник Альона Володимирівна, доктор економічних наук, професор (Миколаїв, Україна)

Король Інна Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Курмаєв Петро Юрійович, доктор економічних наук, професор (Умань, Україна)

Мігус Ірина Петрівна, доктор економічних наук, професор (Умань, Україна)

Пачева Наталія Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Петренко Павло Степанович, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Поворознюк Інна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Слатвінський Максим Анатолійович, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Стойка Віталій Олександрович, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Троценков Сергій Олександрович, доктор філософії (економіка) (Варшава, Польща)

Холодна Ольга Віталіївна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Чвертко Людмила Андріївна, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Мовний редактор (англійська мова)

Бондарук Яна Володимирівна, кандидат педагогічних наук, доцент (Умань, Україна)

Відповідальний секретар

Білошкурський Микола Васильович, кандидат економічних наук, доцент (Умань, Україна)

Журнал засновано у січні 2015 року.

Виходить один раз на квартал.

Свідоцтво КВ № 22865-12765ПР від 02.08.2017 р.

ISSN 2522-9273

Адреса редакції: вул. Садова, 2, к. 314, м. Умань, Черкаська обл., 20300

Телефон: +38067-948-95-80

E-mail: kaf_financy@udpu.edu.ua

Web: <http://economic-horizons.udpu.org.ua>

Основна тематика видання:

- Економічна теорія та історія економічної думки
- Міжнародні економічні відносини
- Економіка та управління національним господарством
- Маркетинг, підприємництво, торгівля та біржова діяльність
- Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка
- Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища
- Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика
- Фінанси, банківська справа та страхування
- Аналіз, аудит, облік та оподаткування
- Менеджмент та бізнес-адміністрування
- Економіка туризму та готельно-ресторанної справи
- Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці
- Економічна безпека держави та суб'єктів господарської діяльності

Відповідальність за достовірність перекладу, фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей.

Висловлені у цих статтях думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань.

Рекомендовано до друку вченою радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 2 від 26 вересня 2017 року)

© «Економічні горизонти», 2017

© Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, 2017

ЗМІСТ

Міжнародні економічні відносини

| | |
|---|----|
| КАТАМАДЗЕ Д. Ш. Інвестиційний клімат Грузії та шляхи його покращення (англійською) | 4 |
| КАТАМАДЗЕ Г. Ш. Проблеми розвитку маркетингу в Грузії (англійською) | 12 |
| МЕСХІДЗЕ І. А., ДЖАБНІДЗЕ Н. В. Роль держави у процесі створення і функціонування бізнес-середовища в Грузії (російською) | 20 |

Економіка та управління національним господарством

| | |
|--|----|
| КОГАН Н. Ю. Первинний ринок землі: формування та сучасні реалії розвитку (українською) | 24 |
| ЧОРНА Т. М., ГОЖУЛОВСЬКИЙ С. С. Сучасні тенденції та напрямки розвитку авіабудування в Україні (українською) | 29 |

Маркетинг, підприємництво, торгівля та біржова діяльність

| | |
|--|----|
| ГАРМАТЮК О. В., АВТОМЕСНКО А. А. Маркетингова політика комунікацій у фармацевтичній галузі (українською) | 35 |
|--|----|

Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика

| | |
|--|----|
| ПОВОРОЗНЮК І. М. Зарубіжний досвід використання соціальних виплат найманим працівникам (українською) | 42 |
|--|----|

Аналіз, аудит, облік та оподаткування

| | |
|--|----|
| ДЕМЧЕНКО Т. А., ЧВЕРТКО Л. А. Проблеми обліку виробничих запасів та напрями його удосконалення на підприємстві (українською) | 48 |
|--|----|

Економіка туризму та готельно-ресторанної справи

| | |
|--|----|
| ЛИТВИН О. В., КИРИЛЮК І. М. Транспортні засоби в системі туристичної індустрії (українською) | 57 |
| ПОДЗІГУН С. М., КОРОЛЬ І. В. Особливості використання зарубіжного досвіду управління розвитком туристичної сфери в Україні (англійською) | 62 |
| СЛАТВІНСЬКА Л. А. Економічний аспект рекреаційної функції екскурсійної діяльності (російською) | 67 |
| ЧИРВА Г. М. Зміст та структура професійної компетентності менеджера туристичної індустрії (російською) | 73 |

Економічна безпека держави та суб'єктів господарської діяльності

| | |
|---|----|
| СЛАТВІНСЬКИЙ М. А. Управління фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері (українською) | 79 |
| СТРЕМБІЦЬКА Л. Л. Сучасні тенденції ринку праці в аспекті загроз економічній безпеці України (українською) | 88 |
| ЧИРВА О. Г., БОВКУН О. А. Стратегія підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери (українською) | 96 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ | 101 |
|------------------------------------|-----|

| | |
|---|-----|
| ABSTRACTS & REFERENCES | 104 |
|---|-----|

| | |
|--------------------------------------|-----|
| КЕРІВНИЦТВО ДЛЯ АВТОРІВ | 117 |
|--------------------------------------|-----|

| | |
|---------------------------------------|-----|
| INSTRUCTIONS FOR AUTHORS | 118 |
|---------------------------------------|-----|

УДК 330.322(479.22)

INVESTMENT ENVIRONMENT OF GEORGIA AND WAYS OF ITS DEVELOPMENT

Katamadze D. Sh.

Анотація. Методологічна основа дослідження статті є комплексним підходом, який дозволив встановити властиві інвестиційному середовищу перешкоди та фактори залучення інвестицій. У процесі дослідження були використані методи абстракції, індукції та дедукції, узагальнення статистичних даних, групування, аналізу і синтезу. Дослідження показали, що в Грузії основними чинниками, які перешкоджають вдосконаленню інвестиційного середовища, є: напружена політична обстановка в стосунках з Росією, політично-економічна нестабільність, низька ємність місцевого ринку споживачів у валютному, кредитному, інвестиційному, фінансовому секторах. Після виявлення головних перешкод і факторів вдосконалення інвестиційного клімату, можна намітити відповідні заходи для усунення негативних впливів: з метою формування привабливого інвестиційного клімату необхідно спочатку обробити і провести короткострокові заходи, що мають негайний ефект, зокрема: зниження адміністративно-бюрократичного бар'єру; ефективний захист прав власності і створення рівноправних умов господарсько-економічної діяльності; підвищення публічності економічних процесів і їх результатів. Ці проблеми можуть вирішуватися порівняно легше і з меншими витратами, оскільки вони залежать від політичної волі прийняття законодавчих актів.

Надалі слід розробити і реалізувати такі заходи довгострокового ефекту, як: впровадження принципів економічної демократії, внесення радикальних змін в економічному базисі, радикальне перетворення свідомості населення, економічне виховання нації тощо, реалізація чого вимагає більшого часу, матеріальних, трудових і фінансових витрат.

Ключові слова: інвестиційне середовище, іноземні інвестиції, підвищення публічності економічних процесів.

Аннотация. Методологическая основа исследования статьи представляет комплексный подход, который позволил установить свойственные инвестиционной среде факторы привлечения инвестиций, а также препятствия. В процессе исследования были использованы методы абстракции, индукции и дедукции, обобщения статистических данных, группирования, анализа и синтеза. Исследования показали, что в Грузии основными факторами, препятствующими совершенствованию инвестиционной среды, являются: напряженная политическая обстановка в отношениях с Россией, политико-экономическая нестабильность, низкая емкость местного рынка потребителей в валютном, кредитном, инвестиционном, финансовом секторах.

После выявления главных препятствий и факторов совершенствования инвестиционного климата, можно наметить соответствующие мероприятия для устранения негативных воздействий: с целью формирования привлекательного инвестиционного климата необходимо сначала обработать и провести краткосрочные меры, имеющие немедленный эффект, как снижение административно-бюрократического барьера; эффективная защита прав собственности и их создания равноправных условий хозяйственно-экономической деятельности; повышение публичности экономических процессов и их результатов. Эти проблемы могут решаться сравнительно легче и гораздо с меньшими затратами, поскольку они зависят от политической воли принятия законодательных актов.

В дальнейшем надо выработать и провести такие меры долгосрочного эффекта, как: внедрение принципов экономической демократии, внесение радикальных изменений в экономическом базисе, радикальное преобразование сознания населения, экономическое воспитание нации и т. д., реализация чего требует большего времени, материальных, трудовых и финансовых затрат.

Ключевые слова: инвестиционная среда, иностранные инвестиции, повышение публичности экономических процессов.

The problem's setting. The survey revealed that the main obstacle to improve the investment environment in Georgia are the following factors: tense political situation with Russia, political and economic instability, the local consumer market low-capacity, low level of purchasing power of the population. The aforementioned factors would be found in: foreign exchange, credit and investment, the financial sector.

The functioning of the business complex of the country is impossible without investments. So for the country performing investments import is important to estimate the investment environment. All these actions are vital to analyze how the situation is favorable for the investor for capital investment. When an investor assesses the situation multilaterally, the possibility of capital investment as ideological, as well as political and, most importantly, in economic terms, it analyzes all factors needed for investment efficiency and determines investment risk. As it is known, the foreign capital flow significantly contributes to the mitigation of the economic crisis, raises living standards and reduces unemployment. It allows without state debt magnification to achieve economic growth.

The subject of the article. The article investigates the investment environment of Georgia.

The aim of the article. The purpose of the article is to determine factors that have the influence on Georgian investment environment.

The article methodology (methods). The methodological basis of the article was grounded on comprehensive approach as well as characteristics of the investment environment and possible attraction of foreign investment and determining main factors. The article was based on different methods: abstraction, induction and deduction, statistical generalization, aggregation, grouping, analysis and synthesis methods.

The main results and its grounding.

The investment environment characterizes public living conditions in all the areas which are closely interconnected factors influencing investment (for the investor and investment recipient party – it will be a country, region, city, district, village or firm) becomes attractive or unfavorable. Investment environment, according to its specific, cannot quickly improve. Up to present time in none of the countries took place such a case, when one of the important state act, law (or even a combination of laws) suddenly, dramatically changed the business “climate”.

Investment environment is formed gradually, in the process specific for market relations characterizing institutions establishment and evolutionary development process, while increasing positive expectations of investors and debtors. In this sense, our country still has many problems to be solved:

There aren't established stock exchanges, intermediary institutions, securities market is in drawing condition, limited investment portfolio formation, review and evaluation capabilities. Because of aforementioned, in near-term outlook in Georgia real sector large, potential investment attraction and investment is still limited.

Georgian economic development modern situation analysis shows that the country's investment climate, despite measures taken, is less attractive for foreigners as well as local investors. There are many reasons, their study, identify eliminating ways and investment efficiency development is given great importance.

In our country, the current economic potential full operation requires relevant financial support. Economy financing Internal resources are scarce, because of populations financial activity limitation. As a result of inequality of income distribution, a large part of the material wealth is concentrated in a small group of the populations. They spend the income for personal use, investing overseas or in domestic market with high profit statutory

monopoly sectors. Economy reduced reproduction and GEL exchange rate maintenance attempt, strict monetary and credit policy implementation cannot provide solid financial base for the domestic investment.

Therefore, according to real situation in our country the real way for local production funding is foreign investment attraction. Foreign investment is the country's macroeconomic stabilization one of the efficient instruments. In 2008-2016 firstly Georgia-Russia relations, and then our dues to domestic political situation tension has increased investment risk, which prevents public access to the necessary production bottlenecks enough volume to attract investment, but foreign investment attraction drawback is that in the long-term period previously invested capital, as a rate revenues, earned income large part is deducted from the economic growth rates, and sooner or later flows abroad, but, in the modern world market saturation conditions, an investor in the company's sales network, their trade mark usage right to use and the accompanying technological effect is so great that it overrides the losses suffered from leakage.

For the illustration of foreign investment acceptable income and lose can be considered in recent years in Georgia attracted foreign direct investment volume, origin and structural sector.

Foreign direct investments volume in 2016 reaches 1645 million US dollars, which is 22% higher than 2015 preliminary and by 5% – revised data. At the same time reinvesting volume amounted direct foreign investment total volume 32% (*Source: www.geostat.ge. National Statistical Office of Georgia. Foreign direct investment*).

In 2016, according to director foreign investment in Georgia among the largest investor countries three largest investor country share according to 2016 data, amounted 59%. According to investment by foreigners we can conclude that Azerbaijan

took the first place – by 35%, the second – 17%, Turkey, the third – the United Kingdom 7% (*Source: www.geostat.ge. National Statistics Office of Georgia. Foreign direct investment according to countries*).

In 2016, the total amount of investment in Georgia was 39%. It came to transport and communication, energy – 12%, the financial sector – 8%, processing industry – 7%, hotels and restaurants – 7%, real estate – 4%, while on other sectors only 12% came (*Source: www.geostat.ge. National Statistics Office of Georgia. Foreign direct investment according to economic sectors*).

It should also be indicated that chaotic influx of foreign investment is not justified, because it is dangerous and foreigners take control over strategically important sectors. At that time to be considered conducting negotiations with foreign investors. This is due to the fact that after investors coming it becomes difficult to control their activities, in the local market gradually suppressed competition, non-renewable natural and industrial recourses (materials) go under foreign investors control. As a result, our country's resources are wasted and prematurely exhausted. In the conditions of absence of institutional systems and the existence of a weak state administration there doesn't exist strict environmental controls guarantees for foreign direct investment basis on launched enterprises activities [1, p. 404].

Investment deficiency results labor low productivity and decrease in investment incentives. Attraction of foreign investments in Georgia hinders unfavorable investment climate: frequently changing tax system, high levels of bureaucracy [4, p. 517], the risk of future uncertainty, Foreign investment regulating legislative base frequent changes, stock market, securities market underdevelopment, investment insurance low level, tense political situation, low purchasing level, oligopoly high level, technological lag and unresolved relationship with Russia.

Especially the last factor foreign

investment attracting hindering main reason in Georgia, because “Business does not like being there, where the gun’s thunder”. Therefore, intense political situation our country’s government is busy by pursuing only economic reforms. Still is not developed targeted state investment policy. It is important to offer foreign investors profitable investment projects and favorable investment proposals. Researchers during studying Georgian investment market declare that there are small business activity growth prospects. Still it is not perfect investment processes state management and insurance (collateral funds formation) unified mechanism, but there is the possibility of reducing production costs, automobile and railway line, energy investment prospect.

Recently foreign investments volume in tourism, construction and energy sectors has increased. During the cooperation with foreign investors, it is necessary to present and protect national interests. Foreign investors are a strategic asset-seeking group, which is a threat to our country. So we should encourage such investments, which will be focused on exploring new territories, time-consuming industries and funding of high unemployment regions.

Accordingly, it is necessary the government take cautious investment policy when attracting foreign investment. Great attention should be paid to issues of sovereignty, implying foreign investment including country’s interests. At the present stage, Georgian economy is completely dependent on external economic factors. To overcome this problem, it is required technological cooperation with foreign firms, establishment of joint enterprises, the sale of shares to foreign investors, cooperation on the basis of the agreements and creating new enterprises by foreign investors.

At the present stage worldwide between countries and continents ongoing barter process is featured with the following peculiarity, that with advanced technique equipped largest

companies that are potential investors, virtually exhausted the possibility of capital growth through exports or even within the country, due to local market saturation. Therefore, these companies are being forced to change their actions in the battle for new markets and the expansion of commodity strategy to shift away from the strategy of capital withdrawal. Under these conditions, Georgia, which is suffering from lack of investment, in sectoral or regional context, in case of financial support is going to be a good investment market.

In Georgia for investment attraction a great importance is given to political forces the world re-distribution and by highly developed countries takes an interest in our country, which creates its territorial, political stability and socio-economic security. All these investments are condition for wide entry. Our country’s investment activities established trends suggest that many Western investors are often investment destination in the country’s political stability. It is seen as a more attractive environment than the other conditions.

Georgia is actively involved in international and regional associations. It is the World Trade Organization, the United Nations and the European Union associate member country. Our country’s aspiration is to join the EU and NATO. It is GUAM countries regional association initiator; it is widely involved in the TRACECA and BSEC countries joint projects, etc. The United Nations created friendly countries group of Georgia. All this increases the authority of our country in the world, which is the guarantee for investors for the implementation of more profitable activities in Georgia.

Investment environment development essential factor is liberalization of the economic system, its arrangement in the manner, which will be directed towards the investment acceleration, investment incentives growth, which is eventually reflected in manifestation of the principles of economic democracy.

Investment environment development important factor is budget-tax system perfection, tax and custom goods alleviation to the manufacturer, creating such a conditions, that will strengthen their scientific and technical base development basis.

While many reforms have been carried out in the legislative terms, budget-tax system is still a favorable investment climate formation biggest brake. This is the case when the country has laws, there are made frequent changes (only in the tax code, from its receipt up to today, more than two thousand changes were made), but they cannot give incentives to foreign investment attraction, because the laws do not describe the Georgian reality, cannot meet the conversion modern requirements.

In order to do the direction of Budget-tax burden easing, the first steps should be taken to the value added tax (hereinafter VAT) high rates reducing, their optimization, because, according to its essence, the VAT is taxation of over normative profit tax, it contributes development of the sector, in which there is excessive profit gained, and others stagnation or even bankruptcy. It should be introduced VAT payment such a sectoral differentiation, which created for Georgian enterprises additional funds for investments.

If after VAT payment by enterprise carried out investment profitability falls below the sectoral level (15%), then he/she should not be charged VAT total amount. This should apply especially to those enterprises, which use the latest techniques and technology. In Other sectors VAT payment basis should be fixed capital residual value (depreciation) profitability, which shouldn't go lower than 12%. The foregoing measures, in our opinion technical equipment low level enterprises should bring motivation to actively update the basic funds and outpace technologically advanced enterprises.

Investment implementation process will also accelerate even it if companies won't be levied the part of the profit, which should be used to purchase new production facilities, for

modernization and technical improvement of the existing ones. If we look at the issued with broader aspect, we will consider the tax burden, as the budget financial load whole system consistent part. Thus, its mitigation must be connected to each other arrangements, not only the taxes and tolls of various types, but all part of the financial burden – export and import customs duties on goods, natural monopolies production prices, import tariffs, dividends, depreciation norms, washing Investment remuneration terms, exchange rates and etc.

In addition, to alleviate the financial burden can be made by imposing the investors tax benefits general or selective, budgetary subsidies and donations giving to priority industries and depressed regions, as well as the investment activities priority projects. The same purpose serve by state budget redistribution, the regulatory function performance (by natural monopolists manufactured goods and services prices and tariffs regulation, as well as foreign economic relations, carrying out other protectionist policies). Since took place investment financial decentralization, the state is obliged to ensure that investments from other sources for the farming conditions in which enterprises will be able by their activity to create financial funds.

In this regard, when carrying out states regulatory function one of the most important problems is to prevent monopoly enterprises product (service) price increases, and thus an increase in costs. Solving of this issue will help enterprises to create additional sources of accumulation. At the same time, by taking financial burden alleviating measures, legislators should take into account that neither taxes nor increase enormously reduction would not contribute to speeding up the process.

Investment activity in Georgia is especially at the lower level in the regions, due to tax revenues are overly centralized and for on-site expanded reproduction nothing is left, which to the functioning business entities restricts revenues and investment carrying out

possibility from the local budget.

Therefore, it is necessary for the regions to introduce differentiated tax and customs exemptions, in the regions tax revenues more part to be left on the place (50-60%) and to be charged with differentiated tax and customs benefits. In Georgia only for two or three regions taxes (including customs) received funds distribution standards establishments deepens socio-economic development distortions and, therefore, will not contribute to the activation of investment activity. So tax and customs revenues long-term provision rates establishment practice should be extended to all (especially depression) regions, which will contribute the region's economic situation strengthening and activation of investment activity.

Country's credit policy requires perfections, which primarily should be directed to the on loans spread towards the direction of liberalization of current interest rate. Special attention should be given to the liberalization of interest rates on loans to the regional level, the country's most promising economic development and priority investment projects. The priority in Business and economic activity should be given to long-term credit system introduction widely. Investment attraction stimulating role performance is impossible without strict control over investments, credits and grants adoption and without respecting mutual accountability.

The government, and all citizens must be aware where and how investment funds have been spent and what results were obtained. Investment activity economic results transparency is investment inflow further expansion important factor. It is necessary regions actively get involved in investment cooperation with other countries. Regions, should have they representatives in other countries and should have right without interference of central government to establish direct investment contacts with partner countries, conclude contract with them, that they were themselves investment protection

guarantee and ensure investment in high-efficiency, and the result received use for the revival of the regions.

Of course, there should be taken into consideration the condition, that according to pre adopted standards from the received revenues some part send to central budget. Together with political factors the most significant economic mechanism for investor country nationals giving legal support for staying in the country for indefinite period of time with the less expenses, introduction of special liberal regime for their relocation. The most relevant investment activity quantitative and relative rates accounting reports and statistical accounting, audit unifying system establishment, which will be adapted to international standards.

Parallel to the tax load optimization we should enhance tax system flexibility, its compensation, redistribution and stimulating functions. Without it we cannot expect development of the investment environment and acceleration of innovation processes. In Georgia should be given a large-scale to the development of investment activities, such as leasing. Economically for Low economic development level of our country, which lacks its own financial means, leasing of vehicles, equipment, machinery, automation and for the introduction of scientific and technological advances is the most effective way.

Currently in the low development conditions of the country and regions, when the regions differ dramatically from one another in investment activity level, for the investor should be established tax, customs and other benefits for the regions, which are investing their capital in depressed, backward regions, benefits differentiation should be made according depression quality in accordance with regions ranks.

As well as business and economic benefits should be applied to the less efficient sectors investment. Georgia's acute economic, political, social, ecological and demographic crises reduce investment attractiveness. On our

country's investment environment has negative impact "from Soviet-era inherited" deformed economy, due to which in Georgia was not formed complete mechanism for savings transformation into investments. Accordingly, our country's enterprises work in investment funds deficiency conditions.

The investment environment one of the major hindering factors is social consensus no existence on investment development processes. It is unfortunate that part of Georgian population is against attraction of foreign investment, and they consider it as the people's "enslavement" tool. It is obvious that in the democracy conditions no one can impose on society virtue of an outright investment, but it is important to assure them in investment goodness, the fact that the investments can have a positive impact on their living standards. The country's investment environment affecting the foreign debt, but surprisingly it can still be considered as a means of attracting additional investment.

After achieving national independence, Georgia's investment environment development one of the most important factor became its geopolitical situation. It is considered as a means of attracting investment. Georgia's investment attractiveness depends on scientific and technical progress achieved application level, as well as within the country's financial-economic and political system, and the degree of independence and other. It is our country's political and economic security achieving means, which does not belong to any particular economic entity, but if Georgia receives foreign investment with a particular region, district, city, town, village or community support, then the latter should be given their territory, "the location rent".

Investment activity activation prerequisite in Georgia can be transformed through Georgia oil and gas pipelines operation, but the government shouldn't rely to pipelines related investment. This large-scale projects need to turn into our country's investment stability guarantee, in other sectors

direct foreign investment attraction and innovative process acceleration one of the most important prerequisites. "Transcaucasia Corridor: Europe-Caucasus-Asia" plays favorable role in Georgia's investment climate formation process. Thus, at the current stage real condition are created to use in our favor Georgia's geopolitical location, it creates a wide scope for foreign direct investments attraction in all areas of public lives.

Thus, in the internal market of local capital "fasten" and its optimal combination with foreign investments should be ensured economic growth high pace. Foreign investment attraction will contribute agreement concluded between Georgia and European Union Association and visa-free travel right within the Schengen zone. European Union high solvent market interested investors in order to reduce business costs, expressed its interest by European Union proposed cooperation regime and will try to manufacture products in Georgia. Because of our country's labor resources cheapness, they will try to bring into Georgia raw materials, capital, technology, manufacturing details, semi-finished products, in order to produces them in our country. It will attract investment and will increase working places in Georgia [3, p. 418].

Conclusions and further prospects of the research. Thus, as can be seen from the aforementioned analysis, in order to improve the investment environment of Georgia, it is necessary to:

1. First quick impact measures should be developed in a short-term period:

a) as well as the need to immediately reduce the bureaucratic barriers;

b) also it should be adhered the assets holders' property rights;

c) we also need to create equal conditions for investors;

d) investment and financial processes publicity level should be increased;

2. Besides the quick impact recommendations, for our country's investment

environment development measures of long-term effect should be elaborated:

- a) it is necessary to fully implement the principles of democracy;
- b) the need to enter in the base of the radical economic changes;
- c) also to be converted the consciousness of the population, should be turned to the new reality, should be given to the nation economic education;

- d) at the same time it is necessary to deal with conflict situation with Russia, and within the country to be achieved political stability;
- e) in addition, tax system should become transparent, stable;
- f) should be attracted new technology and develop competition;
- g) foreign investment insurance system should enter into force;
- h) also the formation of the securities market is needed to speed up.

References

1. Baratashvili, E. and Magrakvelidze, D. (2009), *Investment Environment Development Principles in Georgia*, Tbilisi, Georgia.
2. Sichinava, A. (2010), *Investments*, Tbilisi, Georgia.
3. Kokiauri, L. and Bebiashvili, N. (2009), *Investment Projects: Theory, Analysis, Management*, TSU, Tbilisi, Georgia.
4. Gigiashvili, O., Futkaradze, R., Tholordava, G. et al. (2011), *International business*, Publishing house "Universali", Tbilisi, Georgia.
5. Official site of National statistical service materials of Georgia, [Online], available at: <http://www.geostat.ge> (Accessed 18 May 2017).

Бібліографічний опис для цитування:

Katamadze, D. Sh. Investment environment of Georgia and ways of its development / D. Sh. Katamadze // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 4–11.

УДК 339.138(479.22)

MARKETING DEVELOPMENT PROBLEMS IN GEORGIA

Katamadze G. Sh.

Анотація. Методологічною основою дослідження є діалектичні принципи, використання яких дозволило виявити форми, властиві маркетинговим процесам і факторам, що перешкоджають їх розвитку. В процесі дослідження використані методи аналізу та синтезу, узагальнення маркетингових проблем.

Дослідження показало, що в Грузії існують такі проблеми, як низька споживча спроможність населення, низький рівень ємності ринку, низький рівень конкурентоспроможності цін на грузинські продукти, незаконна вулична торгівля неякісними фальсифікованими товарами, без урахування чисельності дрібних торговців, проблема вилучення податків, проблем продажу вітчизняної продукції закордоном.

Для усунення проблем у сфері маркетингу Грузії необхідно вжити наступні заходи: сфера дослідження соціального маркетингу повинна стимулювати розвиток бізнесу з урахуванням специфіки поведінки споживачів у кризовий період; для вирішення соціальних проблем необхідна консолідація держави, бізнесу та населення; щоб реалізувати соціальні маркетингові програми, необхідно вибрати партнера; для вирішення соціальних проблем необхідно провести вибірку цільових груп споживачів для сприйняття соціальних ідей, щоб реалізувати пакет соціальних заходів; необхідно створити кооперативи поблизу місця перебування фермерів з метою більш ефективного вирощування сільськогосподарської продукції та її обробки в агропромислових центрах, а в подальшому для реалізації у фастфудах, кафе, ресторанах, готелях, супермаркетах та інших торговельних мережах.

Ключові слова: маркетингова стратегія, концепція маркетингу, соціальний маркетинг, маркетингова довкілля, маркетингові проблеми.

Аннотация. Методологической основой исследования есть диалектические принципы, что сделало возможным выявление форм, свойственных маркетинговым процессам и факторов, препятствующих их развитию. В процессе исследования были использованы методы анализа и синтеза, обобщения маркетинговых проблем.

Исследование показало, что в Грузии существуют проблемы такого рода, как низкая покупательная способность населения, низкий уровень емкости рынка, низкая уровень конкурентоспособности цен грузинской продукции, незаконная уличная торговля некачественными фальсифицированными товарами, без учета численности мелких торговцев, проблема изъятия налогов, проблемы продажи отечественной продукции за рубежом.

Для устранения проблем в области развития маркетинга в Грузии необходимо принять следующие меры: сфера исследования социального маркетинга должна стимулировать развитие бизнеса с учетом специфики поведения потребителей в кризисном периоде; для устранения социальных проблем необходима консолидация государства, бизнеса и населения; чтобы реализовать социальные маркетинговые программы; для решения социальных проблем необходимо произвести отбор целевых групп потребителей для восприятия социальных идей, чтобы реализовать пакет социальных мероприятий; необходимо создавать кооперативы вблизи места жительства фермеров с целью более эффективного выращивания аграрной продукции и ее обработки в агропромышленных центрах, а в дальнейшем для реализации в фастфудах, кафе, ресторанах, гостиницах, супермаркетах и других торговых сетях.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, концепция маркетинга, социальный маркетинг, маркетинговая окружающая среда, маркетинговые проблемы.

The problem's setting. The study revealed that there are some problems in Georgian marketing sphere, such as: low purchasing power of the population, low level of market capacity, local production price competitiveness low level, unauthorized external trade, substandard, counterfeit goods trade, small traders lack of registering, including taxes payment problems from problem, our products overseas sales and other problems.

In the modern world under the conditions of globalization and internationalization of the economy to sell Georgian products abroad is becoming more difficult. In order to eliminate this problem, it is necessary for our country's government to carry out customer wishes and tastes oriented marketing strategy. Marketing modern concept in Georgia is buyers demand-oriented doctrine, which aims to research purchase capable demand regulating mechanism fundamental study.

The subject of the article. The subject of the article is Georgian Marketing Environment.

The aim of the article. The purpose of the article is to disclose problems in marketing sphere in Georgia and outline their solving measures.

The article methodology (methods). The methodological bases of the study are dialectic principles, which have made possible to reveal marketing process characteristics, forms, determining obstructing factors of their development. In the article marketing problem generalization, analysis and synthesis methods have been used.

The main results and its grounding. Georgia's marketing environment is created under unstable macroeconomic conditions. Therefore, in our country the goods, which will be definitely sold are produced. The product range is limited, the production process – inflexible. When determining the product price are considered expenses, which the consumer incurs during the purchasing operation.

Products competitiveness in Georgia is

determined by the user's ability to give priority to certain items. Unfortunately, in our country there fundamental marketing researches are not conducted, and it would be possible to study market condition, customers and competitors' behavior modeling. Unfortunately, in Georgia for a Competitive foreground is heading forward not only its technological advantages, but also – design.

Our country's marketing concept, as business confidence ethics, should be focused on the customer. In this regard, there are two basic approaches to the marketing concept: Western and Asian. Their difference lies mainly in the fact that the marketing Asian model is focused on market. It considers that customers' feelings and needs, and the marketing concept of Western model uses manipulation in order to achieve their own goals. The main task of Western marketing is to convince potential customers and to entice them, while the main task of Asian marketing is to satisfy their demand.

According to present situation in Georgia, Georgian marketing conception establishment should be based on those two directions in which our customer's consumer specifics will be provided. We can note the important fact that the country's economy and business links determine independent or competitive environment, which is reflected in marketing development in the process of its implementing. Marketing concept in Georgia should satisfy customers' interests. It means what the level of economic development of the country is, the same development level will be in marketing field.

Marketing measures development and realization in Georgia should become a daily lifestyle, because this is a process, with the help of which supplied goods/services customer are created, perfected for raising living standards of the population. Marketing environment of Georgia is being established in the macroeconomic conditions, where the high statutory profit sectors of monopolistic competition is developed, and in low

normative profit sectors – perfect competition.

The main result of competition in Georgia is not so much the direct price effect, but the possibility of goods wider choice and the benefits in trade field. Competition law defines marketing developing trends in Georgia and provides as single, industry competition, as well economy characteristics transparent picture.

Current marketing development problems in Georgia should be noted as social marketing development in the low level. Social marketing should be focused on solving population social, environmental, welfare-related problems. Social marketing concept implies formation of strong social mechanisms, business and the public interest integrity and developing quality of life of population. The concept development in Georgia started several years ago.

If before, the marketing strategy main goal was company's profitability further growth, at the modern stage main focus is given to customer sustainable, partnership cooperation formation and maintenance. Social marketing problems research are conducted in Georgia for many years. However, in recent years the social marketing interventions, in terms of solving some social problems, have been implemented. Accordingly, social marketing research in Georgia moved to a new level.

Social marketing of Georgia includes consumer attitudes, consumer's behavior transformation process supporting forms of discussion, social marketing role emphasize in Georgian society. Great attention should be paid to the role of social media in Georgia for business development, which is the most important aspect of social marketing. Social networking special role is that it is interactive, which allows customers to make contact with the desired company, ask them questions and receive answers. This itself is effective for the company, as it has been notified of consumer opinions about the products. As a result, the company will be able to view the customer's

correct response.

Social networks promote marketing activities popularization, encourage them, and with the least costs (sometimes even without the financial expenses) receive successful outcomes. The Georgian users often take decisions under the influence of social networks. Half of the Georgian population has no information about a product or service through the social networks, the fifth is the such a service user. In turn, the fifth of consumer with such a purchase method is dissatisfied, and the rest – via electronic channels are potential consumers of products. Thus, the social networks by fifth of Georgian population buying experiences has positive emotional effect.

Social marketing research field should become Georgia's business development challenges, the specifics of consumer behavior in crisis situations. According to marketing research of Georgian population it has been determined that there is connection between our country's economic crisis and the local users' interior motives. In particular, it has been revealed, what part of population affected the economic crisis, the nature of the impact of the crisis, what is the information regarding crisis, where do they take information, how consumer's attitudes towards the goods have changed, which method of economy Georgian customers use when making particular purchase, the products they will not economize on and what are their motives when buying expensive brands. The aforementioned is related to social marketing research as the crisis affects consumer behavior.

For any company establishment and maintenance of favorable long-term relationship is more simple and available, the more product helps to solve social problems. This applies both to the environment, as well as the safety and health problems. According to scientists social marketing programs success depends on many factors, but, as the research shows, from the most important factors should be noted the following: for Social challenges

overcoming and in order to support relevant programs is important consolidation of state, business and population; for Social projects implementation is required selection of the right partner (including non-profit organizations as well); in order to solve Social problems is needed to choose target groups of consumers, their stimulation for adoption social ideas and programs, processing and realization of package of social measures.

There are many Marketing Development problems in the agricultural sphere. The aforementioned economy sector promotion is a key priority for the government. Special fund has been founded, ongoing free Plowing and sowing program, granted preferential agricultural loans. The exports look at this effort with suspicion, but besides how impressive can be a result, it will be overlapped by business development marketing problems in Georgian agricultural sphere.

Georgian government within the framework of agricultural assistance program initially started by giving free plowing and free fertilizers vouchers, after the low-interest and long-term agro-credits. However, these positive trends are accompanied by drawbacks: there is a misappropriation of funds, the farmers do not keep their critical attitude towards the program's goals and objectives. In their opinion: "only by tilling the program cannot work and cannot be revived the village, if the crop won't be sold. Agricultural products are perishable. Within two months after harvest if they cannot sell it, it should be thrown away.

Commonly farmers grow tons of watermelon, grapes, cabbage, apples, mandarins, oranges, lemons and other agricultural products. Before it was realized in Russia, Ukraine, Azerbaijan, Armenia and other post-Soviet countries. Nowadays, because of military, political, or other reasons the exports stalled. Harvested agricultural products (crops) have realization problems in regions, districts and villages. Against this background, it is necessary to submit agricultural products

near farmers living area, their processing in agro-industrial centers and prepare for selling in fast food outlets, restaurants, hotels and other retail-trading networks.

If in Georgia grown agricultural product delivery, processing and distribution costs is higher than the ready-finished agro-industrial products – canned, pickled and jams market price, the difference subsidizing will be much more logical than the free fertilizers and free tractor program, preferential agricultural loans, etc. Because if a farmer does not have excessively picked agricultural products realization guarantee, no preferential agricultural loans and nor free delivery of fertilizers and equipment could solve marketing problems in this sector.

For Georgian agricultural production realization convenient is Russia, but overland transportation to the aforementioned country's market, are non-profitable (unprofitable) because of grocery products realization low prices. However, our country's government talks about agricultural production overseas export prospects. Government of Georgian exactly names as the realization problem solving Russian market as the local agricultural products selling market, but the right of access to the Russian market, after passing the complicated procedures, so far only a few types of wine and mineral water gained.

One part of economic Georgian experts is skeptical about the prospect of opening the Russian market. Among the reasons we can list: market politicization, strict requirements and corruption problems. Georgian agricultural marketing specialists do not share optimism towards the Russian market. They think that Russia strictly controls who and what enters the country. It draws attention to the existence of pesticides. If any of the pesticides will be detected in our country's agricultural products it cannot enter Russian market.

According to the efforts made in Agriculture marketing sphere in 2004-2016, the agricultural goods production has increased

dramatically in Georgia. Our country's agricultural products cannot penetrate into international markets competitively, but as a result of right marketing measures country's co-operatives could sell more agricultural products in Western markets and get more profit, if the agro-industrial production quality will meet the Euro-quality standards. For example: Georgia between the hazelnut exporting countries holds second place and occupies this production realization world market 7% of it, but it turns out that the hazelnuts do not enter from Georgia in the countries, such as: USA, a small quantity is sent to Germany, especially with the United States Georgia according to trade preferences system – "GSP", while the European Union benefits "GSP+". These systems Georgian products gives the possibility of low customs duties or even no customs exporting. To use this or other opportunities agricultural products business experts consider proper packaging, dealing with logistics problems and Georgian agricultural products advantages promotion by advertising right marketing organization.

Thus, the successful export of Georgian agricultural products generally depends on the competitiveness of the products, as well as certification according to international standards, dealing with logistics issues, and especially, properly targeted marketing system. To conclude Georgian sectors won't be formed a competitive environment, the need for marketing development is pointless. This is caused by the fact that monopolists do not need marketing "tricks", as the Giants achieve success by monopolizations as well.

While a farmer via agricultural cards can cultivate the land for free, but farmers help such an approach is not adequate. Government should help the village in another direction. Almost all of the regions have the difficulty with the harvest realization and they throw away their harvest to landfill. Naturally, there are problems with the harvest. Between the agricultural development marketing problems,

the greatest difficulty is crop realizations.

Only tilling the land, which provides agricultural assistance program, the village could not be revived, if the crop is not realized. Harvested yield storage and realization a common problem of all farmers. Tangerine and grape producers faced realization problem every year. For example, the entire harvest is spoiled in Akhaltsikhe. Farmers cannot sell cabbage or cannot throw them in street, because they are afraid of penalties, spoiled crop taking to landfill is related to additional expenses.

Georgia turned into disadvantage compared to other countries by joining the world trade organization, our country in a WTO is accepted with the rules, that is not acceptable to our country. Many types of agricultural products (onion, garlic, apples, etc.) enters from Turkey, Iran and other countries, while our country ecologically pure products remain unsold. The emergence of aforementioned problems is due to incorrect marketing policy of the government. One such marketing problem is product import in dumping price.

The fact is that our government has signed with various countries cooperation absolutely different regimes. For example, if with one of the country our country's entrepreneurs are not entitled with certain regime export product to their market, the partner country has a right to bring according to this regime its products in our country. Therefore, it is necessary to protect Georgian production from import.

One of the marketing development important problem in Georgia is that our country's realization market is "inundated" with poor quality, cheap products. Accordingly, Georgian manufacturer, whose product is relatively of high-quality, expensive to produce, so the Georgian farmers find it difficult to sell. In addition, our country's one of the most important marketing problem is that, there is not developed relevant communication between cooperatives, farmers

and agricultural products customer, as the rural population has communication difficulty. One of the marketing problems in Georgia is search of consumer market. In some places tangerines get rotten, in other – potatoes, grapes or apples.

Towards the imported products quality should be tightened control. Some experts believe that the import restriction will result production shortages, rising prices and quality worsening. The second part of the researchers suggests the product only temporary rise in price and has great hopes for the agro-cards, which gives farmers free plowing and sowing possibilities. The majority of experts are skeptical to the aforementioned projects.

One of the most important marketing problems of Georgian economy development is the fact, that there is intellect problem with our farmers, which this grown products processing, sorting and export to new markets. This area is to be used existing resource.

At the stage of the development on which level is our country's agro-business, severe marketing problem is harvested product realization, which eradication is significantly dependent on the West consumer market creation, when for marketing problems irresolution is accused predecessor government, this means that the current government cannot resolve the raised problem and accordingly the situation cannot be improved.

Thus, in the economic development of Georgia the great role should play marketing. As The firm production and realization activity management system, which should focus on consumer demand satisfaction. In our country existing marketing system should make entrepreneurs focus on customers, in order to turn them into purchasers and ensure in the firm's long-term success.

As Georgian marketing environment analysis shows, the Georgian business success largely depends on the quality of the marketing activities. That's why marketing should actually be considered a guarantee of the successful functioning of our country's firms, the study of which is necessary for those who

are operating in the fast-changing market conditions. Pricing policy implementation in Georgia should be marketing realization function sub function. Competition in our country has developed by pricing methods preferred usage compared with non-pricing methods. It was characterized for free competition period. Price competition is used between the competition of oligopolies and firm-outsiders in our country.

Georgia-based firm-monopolists are mainly use open pricing competition such methods, as: a temporary reduction in prices, internal cartel agreement on import prices, a sharp decline in the price of new products and as well inventions patent protection at the international level. For example: the pharmaceutical, electronic and chemical industry products. In addition, hidden pricing competition is carried out by offering services and sales better terms. It should be noted that in modern reality of Georgia, non-pricing competition methods prevail pricing methods. Besides quality factor review from product price by abstraction is less available, accordingly, the price role is quite big in marketing.

The post-Soviet era retail trade network was divided into two types – the state and cooperative property. In recent years, together with the reduction of action arena of ownership of above forms, gradually increases role of private enterprises, joint-stock companies and other forms of ownerships. Retail-trade network classification is necessary for the sense in which a group of enterprises performing certain marketing decisions. The latter, in turn, is a comprehensive set of measures, notably in key issues, such as: the selection of the target market, the range of goods, forms its sales and pricing.

For economic development of Georgia via marketing is needed to explore market demand-oriented production and sales management unified system in constant movement and interconnection. Our country's companies marketing processes management can be regarded as a firm, coordinated action

of its goods favorable exchange establishment to the buyer. What measures are needed in order to reach the local product competitiveness growth in Georgia, accelerating progress in foreign markets, to extend the life cycle, reduce costs and increase profits?

This requires both our government and local firms had a marketing management outlined, unified concept. Marketing management concept is unity of views, which proves particular measures performing feasibility. Creation of new product for Georgia should become an effective tool for competitiveness. For aforementioned is needed to divide target audience into classes of users, and then develop a marketing program, to outline its goals and objectives. When exporting our country's new products should be given great attention to its quality, consumer tastes, as the market provides information to entrepreneurs about the taste.

Despite certain success, Georgian economy is still in crisis. It is very critical marketing, especially trade issues, as far as in this area is concentrated economy drive core. These problems are not purely economic in nature, but they have enormous social load. Economy should be socially oriented, because any economic activity, must be useful for society, but cannot be rejected strategic economic interests. For Social problems temporary neutralization is required global approach.

Conclusions and further prospects of the research. There are following problems in marketing development fields in Georgia:

- 1) the irregular, it means External trade problems;
- 2) low quality, counterfeit goods trade;
- 3) non-accounting of small traders, problem of tax collection;
- 4) large commercial enterprises crisis.

Obviously, this list is only part of the problems that occur in Georgia in terms of marketing development. All the above-mentioned marketing problem, in turn, causes number of social problems and often leads to catastrophic results.

There were lots of attempts to solve marketing problem initiative in our country, which was initiated by state as well private agencies. Unauthorized external trade eradication hindering main problem street vendors belong to the most vulnerable sectors of society. Trade with Low quality, Counterfeit goods is linked with small vendors' on-registration, their economic activities controlling problem. In Large commercial enterprises is relatively easy to check the goods nomenclature. Small vendors such monitoring would only cause corruption in their monitoring services. Unauthorized trade analysis shows that this area has become a source of the other two problems.

Large commercial enterprises require taxes, especially the VAT reduction, because the taxes paid in the form of VAT reduces their production pricing competitiveness, by unauthorized street vendors, without the VAT, against the background of selling good cheaply. Logical chain suggesting that the problem of unauthorized external trade is relatively low than profitability of large enterprises, we know that the external trade of goods makes a lot turnover, before it reaches the customer, several trading profit is distributed to some vendors in aforementioned turnover, but each of them is still satisfied.

In order to eliminate the sidewalks harassment, streets contamination and many other related problems caused by external trade, it is necessary it was less cost-effective than the large commercial enterprises activity, but unauthorized external trade eliminations, its limitation in the administration legal frames (which large and retail traders put in the same conditions and would result in trade capital consolidation, profitability increase) is unresolved acute social problem. Evading the taxes is natural aspiration of taxpayers, but unauthorized vendors accounting and their business administration is even more severe problem. However, unified taxation has fiscal significance.

Unauthorized external trade is hazardous

for vendors' health, ecologically pollutes environment. So this area needs improvement. Of course it will be a painful process, especially for vulnerable groups. Nevertheless, the government rejected the benefits, that will be economically difficult to compensate. The law supremacy principle, should be equally applied to both the unauthorized street

vendors, as well as the large traders. Excessive tolerance is like a boomerang for country's economy. The Government of Georgia should set up a joint controlling body or its activities controlling additional body, because tax payment is a primary civic duty.

References

1. Gvenetadze, S. (2009), "The modern concept of marketing, its development real situation in Georgia and the need for improvement", [Online], available at: <http://www.nplg.gov.ge/.../library.exe?..> (Accessed 10 May 2017).
2. Alimbarashvili, D. (2011), "Goods rotation problem in our society", [Online], available at: <http://www.nplg.gov.ge/.../library.exe?> (Accessed 10 May 2017).
3. Nugzar, T. and Charita, J. (2014), "Challenges of social marketing in Georgia", [Online], available at: <https://www.tsu.ge/science/?leng=ge&jnomeri=5&lcat=jurnal&tid=12> (Accessed 10 May 2017).
4. Mchedlidze, K. (2013), "Marketing Problems of Agriculture of Georgia", [Online], available at: <http://www.radiotavisupleba.ge/a/soplis-meurneobis-marketingi/24996842.html> (Accessed 10 May 2017).

Бібліографічний опис для цитування:

Katamadze, G. Sh. Marketing development problems in Georgia / D. Sh. Katamadze // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 12–19.

УДК 330.33(479.22)

**РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ И
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕС-СРЕДЫ В ГРУЗИИ****Месхидзе И. А., Джабнидзе Н. В.**

Анотація. Основна роль у формуванні підприємницького середовища в усіх сферах соціального життя належить державі, яка розробляє економічну політику і стратегію, створює законодавчу базу, необхідні умови і механізми для реалізації конкурентних переваг національних виробників, як на внутрішніх, так і світових ринках.

У сучасному глобальному світі проблема державного регулювання економіки виокремлюється зростаючою актуальністю. На тлі світових економічних явищ економічне становище Грузії характеризується зниженою тенденцією розвитку. Створене за останні десятиліття становище, пов'язане з новим етапом пострадянського будівництва державності, військовими конфліктами на території вже незалежної держави тощо, особливо болісно позначилося на формуванні бізнес-клімату.

Ключові слова: бізнес-клімат, законодавча база, конкурентне середовище, економічна політика, конкуренція.

Аннотация. Основная роль в формировании предпринимательской среды во всех сферах социальной жизни принадлежит государству, которое разрабатывает экономическую политику и стратегию, создает законодательную базу, необходимые условия и механизмы для реализации конкурентных преимуществ национальных производителей, как на внутренних, так и мировых рынках.

В современном глобальном мире проблема государственной регуляции экономики выделяется растущей актуальностью. На фоне мировых экономических явлений экономическое положение Грузии характеризуется пониженной тенденцией развития. Созданное за последние десятилетия положение, связанное с новым этапом постсоветского строительства государственности, военными конфликтами на территории уже независимого государства и т. д., особенно болезненно отразилось на формировании бизнес-климата.

Ключевые слова: бизнес-климат, законодательная база, конкурентная среда, экономическая политика, конкуренция.

Постановка проблемы. Развитие успешного предпринимательского климата зависит от множества факторов, одними из самых существенных из которых являются: политическая среда, стабильность институтов экономической и политической власти [1]. Необходимость участия государства в экономическом процессе вызвана тем, что оно является самостоятельным субъектом общественной жизни, агрегирующим интересы членов общества на самом высоком уровне. Отсюда формируются следующие экономические функции государства: а) создание правовой и институциональной среды функционирования экономики; б) поддержание благоприятной

конкурентной среды; в) перераспределение доходов и ресурсов для производства общественных благ; г) поддержка макроэкономического равновесия и стабилизационные мероприятия в условиях меняющейся конъюнктуры; д) осуществление предпринимательской деятельности в форме развития государственного сектора.

Анализ последних исследований и публикаций. В решение проблемы формирования и развития бизнес-среды значительный вклад сделан в трудах ученых, таких как: Лопатин А. В., Ойкен В., Логунов В. Н., Цецхладзе Л. Однако, остается не полностью исследованной роль государства в процессе

создания и функционирования бизнес-среды в Грузии.

Формулирование целей исследования. Основной целью статьи является исследование роли государства в формировании предпринимательской среды во всех сферах социальной жизни.

Изложение основных результатов и их обоснование. Национальная экономика как объект государственного регулирования представлена в виде многочисленных связей участников общественного производства, которые образуют экономические структуры данной экономической системы. Примером экономических структур являются процессы, приводящие к превращению капитала и труда в доход, процессы достижения некоторой эффективности экономической деятельности, перераспределение ресурсов производства и передел их стоимости, поддержание стабильного развития общественного производства, обеспечение равновесного развития экономики, поддержание курса национальной валюты и др. Отмеченные экономические структуры взаимосвязаны между собой прямыми и обратными связями, которые лежат в основе указанных экономических функций, регулирования экономики. В качестве иллюстрации экономических функций современного государства можно привести следующее: создание законодательных и других правовых условий функционирования экономики, которые являются центральной функцией государства в смешанной экономике; установление государством «кодекса поведения» для субъектов социально-экономических процессов, которое создает определенный хозяйственный порядок из хаоса частных устремлений. В большинстве современных стран хозяйственный порядок сложился постепенно естественным образом. Это относится к институту частной собственности, конкуренции, договорным отношениям, нормам права [3].

В настоящее время правовое

обеспечение функционирования хозяйственного механизма смешанной экономики включает предоставление законного статуса и прав предприятиям частной собственности. Законодательная база определяет формы предпринимательства, условия его функционирования и взаимоотношения между субъектами рынка. Государство, в рамках создания им правового обеспечения, выполняет роль медиатора в вопросах соблюдения производителями, потребителями, рыночными структурами различного масштаба и характера деятельности [2].

В индустриально развитых странах разработано антимонопольное законодательство по ограничению недобросовестной конкуренции, создана законодательная база защиты права потребителей, проводится защита прав интеллектуальной собственности. Действует законодательство по достижению социальной стабильности и общественной безопасности. В развивающихся государствах же правовое обеспечение функционирования хозяйственного механизма помимо незавершенности процесса создания нормативной базы имеет и другие слабые стороны: во-первых, это слабая связь между носителями и выразителями интересов граждан, во-вторых, слабость гражданского общества и, в-третьих, государственный аппарат на протяжении многовековой недемократической традиции стремится максимально упростить (иначе говоря, сократить объем свобод и ответственности перед обществом).

В современном глобальном мире проблема государственной регуляции экономики выделяется растущей актуальностью. На фоне мировых экономических явлений экономическое положение Грузии характеризуется пониженной тенденцией развития. Созданное за последние десятилетия положение, связанное с новым этапом постсоветского строительства государственности, военными конфликтами на

территории уже независимого государства и т. д., особенно болезненно отразилось на формировании бизнес климата. Старая система была полностью разрушена, а планирование и строительство новой – сопровождалось серьезными трудностями. Кризис государство могло было преодолеть, сохранив полученный в наследство от коммунистического строя огромный комплекс предприятий и фабрик, создав необходимые условия для обеспечения их развития. Подобные методы эффективно использовали Прибалтийские республики, получив в итоге на сегодняшний день высокий темп роста экономического развития. В Грузии же с развалом Союза, развалилась и вся экономика. На протяжении нескольких лет данная система продолжала существование, абсолютно без контроля, по инерции. В конечном итоге все механизмы пришли в негодность и в государстве начался острый кризис, к чему добавилось резкое обесценивание валюты (гиперинфляция).

Экономическая система оказалась без регулирования и тех условий, которые способствовали бы созданию нормальной среды. Образовалась ниша, которую попыталось заполнить государство проводимыми реформами (1993-1995 гг.). Однако, данные реформы носили скорее формальный, нежели прикладной характер. Законодательная база, которая по идее должна была стать фундаментом реформирования, не была создана, если что и происходило, то только спонтанно и не запланировано. Естественно, для сохранения государственности и создание нормальных условий реформирования экономики необходимо было укрепление роли государства.

На начальном этапе переходного периода в сфере экономики основными целями правительства стало: усиление государства как выразителя интересов большинства субъектов экономики, восстановление управления макроэкономических процессов, создание предпосылок

для начала экономического роста и т. д. Достижение данных целей было связано с использованием государством прямых форм вмешательства в экономику. Косвенные формы на данном периоде находились на стадии формирования и апробирования. С самого момента приобретения независимости правительство пыталось разработать среднесрочные прогнозы и программы социально-экономического развития.

В конце первой фазы трансформационного периода роль государства бесспорно возросла. Повысилось его внимание на экономику. Однако, ввиду ряда причин, качество принятых законов и решений было низким. Ошибки и неточности в деятельности политической элиты способствовали неэффективным или приходящим в разрез уже принятым законодательным актам. Эти экономические и политического характера условия усложняли нормальное течение реформирования, а данный период растянулся во времени. Реформы в некоторых сферах не закончены, в других же практически и не начинались. Так, например, еще не закончены реформы в финансовом и страховочном секторах, на начальной стадии земельная и пенсионная реформы, а реформа квартирно-коммунального хозяйства еще не начиналась. Видимые неточности сопровождали систему налоговой реформы. Большим материальным ущербом для государства сопровождался процесс реформирования системы внешней торговли [4].

За период независимости Грузии впервые в 2013 году была разработана стратегия экономического развития, которая включала период 2014 -2020 гг. и была направлена на быстрый экономический рост, а также на способствование повышению конкурентоспособности государства в регионе.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Для достижения поставленных целей и улучшения

инвестиционного климата в стране, правительство должно создать не только необходимые фундаментальные условия для ведения бизнеса, но и такую среду, которая будет способствовать развитию бизнеса. С целью улучшения бизнес климата, правительство должно обеспечить макроэкономическую стабильность, способствовать продуктивному росту частного сектора, заботиться о том, чтобы регуляции были максимально ясные и четкие, создать эффективные механизмы решения бизнес-споров и способствовать повышению доступности к финансовым ресурсам. Для улучшения бизнес среды государству необходимо: обеспечение микроэкономической стабильности, способствование росту конкуренции, исследование факторов, мешающих развитию, защита и повышение прав потребителя, формирование эффективной политики регуляции конкуренции и т. д.

Не смотря на достигнутые за последние годы успехи, государственной системе сложно формировать условия для развития здоровой конкурентоспособной среды. Основными целями реформирования экономической среды являются: устойчивость ее положения, разработка и реализация комплексных мероприятий для развития, правильное определение роли государства как одного из участника экономического процесса, создание благоприятного инвестиционного климата, повышение экономических параметров и т.д. Поставленные цели могут быть достигнуты проведением различного типа комплексных мероприятий. Важным с данной точки зрения является изучение опыта тех государств, которые длительный путь развития прошли за короткий временной промежуток.

Список использованной литературы

1. Лопатин, А. В. Роль государства в процессе создания и функционирования благоприятной предпринимательской среды [Электронный ресурс] / А. В. Лопатин. – Режим доступа : http://www.science-bsea.bgita.ru/2012/ekonom_2012_18/lopatin_rol.htm.
2. Ойкен, В. Основы национальной экономики / В. Ойкен ; под общ. ред. В. С. Автономова, В. П. Гутника, К. Херрманн-Пиллата. – М. : Экономика, 1996. – 351 с.
3. Логунов, В. Н. Государственное регулирование экономики : учебное пособие / В. Н. Логунов, Ю. А. Корчагин. – Воронеж : ЦИРЭ, 2009. – 210 с.
4. Цецхладзе, Л. Система организации и управления малого бизнеса в современной рыночной системе / Л. Цецхладзе. – Тбилиси, 2013.

Бібліографічний опис для цитування:

Месхидзе, И. А. Роль государства в процессе создания и функционирования бизнес-среды в Грузии / И. А. Месхидзе, Н. В. Джабнидзе // Научный журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 20–23.

УДК 332.72

ПЕРВИННИЙ РИНОК ЗЕМЛІ: ФОРМУВАННЯ ТА СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ

Коган Н. Ю.

Анотація. Наведено результати дослідження проблем становлення ринку землі в Україні. Встановлено, що неоднозначне ставлення до інституту приватної власності на землю, деформація рентних відносин, відсутність механізму забезпечення прав власності гальмують розвиток ринку землі. Запропоновано ряд практичних рекомендацій щодо розвитку ринку земель сільськогосподарського призначення. Наголошено на необхідності широкого використання середньо- та довгострокової оренди.

Ключові слова: ринок землі, право власності, земельна реформа, оренда, природно-ресурсний потенціал.

Аннотация. Приведены результаты исследования проблем становления рынка земли в Украине. Установлено, что неоднозначное отношение к институту частной собственности на землю, деформация рентных отношений, отсутствие механизма обеспечения прав собственности тормозят развитие рынка земли. Предложен ряд практических рекомендаций по развитию рынка земель сельского назначения. Отмечена необходимость широкого использования средне- и долгосрочной аренды

Ключевые слова: рынок земли, право собственности, земельная реформа, аренда, природно-ресурсный потенциал.

Постановка проблеми. Однією з найбільш вагомих проблем сьогоденної української економіки є формування цивілізованого ринку землі. Україну виділяють в світі як країну, яка має вагомий аграрний потенціал через найбільші запаси чорноземів. Земля, – цей вагомий компонент продуктивних сил, досі не інтегрована до цивілізованого ринкового обміну. Доводиться констатувати, що процес становлення приватної власності на землю в Україні набув затяжного, невизначеного і скритого характеру. Належні умови для формування цивілізованого ринку землі в Україні поки що відсутні. Чергове запровадження в Україні мораторію на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення зумовлено неврегульованістю багатьох питань земельних відносин і несформованістю ринкової інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Теоретичні аспекти розвитку земельних відносин досліджували вчені економісти-аграрники:

П. Т. Саблук, С. М. Кваша, В. Я. Месель-Веселяк, Б. Й. Пасхавер, М. М. Федоров, В. В. Юрчишин та інші. Проте складність і багатогранність проблеми реформування земельних відносин, необхідність обґрунтування стратегії розвитку аграрного сектору, проблема відтворення села як соціальної ланки держави вимагають продовження і поглиблення наукових пошуків у цій сфері.

Формулювання цілей дослідження. Головна мета дослідження поглиблення теоретико-методологічних засад та розробка практичних рекомендацій щодо розвитку ринку земель сільськогосподарського призначення.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Дослідження проблем становлення та розвитку ринку землі в Україні показало, що на сьогодні не існує єдності у поглядах фахівців на зміст і сутність цього поняття. В. М. Будзяк розглядає ринок земель сільськогосподарського призначення як систему економіко-правових,

організаційно-економічних та управлінських відносин між суб'єктами приватної, державної й комунальної форм власності з метою передачі або продажу на тих чи інших умовах прав на власність на земельні ділянки сільськогосподарського призначення [1, с. 119]. П. Т. Саблук визначає цей ринок як угоди з купівлі-продажу, оренди та іпотеки земельних ділянок [2]. М. М. Федоров під ринком землі розуміє процес визначення її вартості та визнання землі капіталом [2, с. 9]. Л. Я. Новаковський у поняття ринок вкладає економічні відносини, які виникають у процесі обороту землі [2, с. 7]. Д. С. Добряк у вузькому розумінні під ринком землі розуміє торговельні операції із землею [2, с. 3]. Б. Й. Пасхавер термін «земельний ринок» розуміє як сукупність земельних відносин, що дозволяють реалізувати титул землевласника для отримання ринкової вигоди. Зокрема, на його думку, землі сільськогосподарського призначення можуть забезпечити їх власникові ринковий ефект при використанні: 1) для товарного виробництва; 2) для здачі в оренду; 3) для продажу або застави. Саме ці три види отримання ринкового результату Б. Й. Пасхавер пропонує розглядати як три форми ринку землі [7, с. 49].

Цей неповний огляд існуючих на сьогодні підходів до визначення сутності ринку землі свідчить про відсутність єдиного розуміння змісту цього поняття, а відтак створює додаткові проблеми його формування, адже різні економісти включають до ринку землі різні складові. Відповідно розбудова ринку землі в розумінні різних авторів розглядається з різних кутів зору і передбачає формування різних передумов.

Включення до ринку землі угод оренди, іпотеки, використання землі для товарного виробництва є помилковим. Все ці операції, безперечно, є складовими земельних відносин. Можна запропонувати для сукупності подібних операцій і угод

термін «земельний ринок» або «ринок земельних послуг». Але ринком землі у вузькому розумінні, на нашу думку, вони не можуть вважатися.

Ринок передбачає здійснення операцій купівлі-продажу (обміну) певних товарів або послуг. На ринку землі об'єктом купівлі-продажу є земельні ділянки з певними характеристиками і певним місцем розташування. Операції купівлі-продажу передбачають зміну власника об'єкта угоди, тобто перехід права власності на землю від одного суб'єкта до іншого.

Згідно з теорією прав власності, будь-який акт обміну є, по суті, обміном пучками правоможностей. Ідея, що обмін представляє собою обмін пучками прав власності, була висловлена ще в XIX сторіччі Е. Бем-Баверком. За цією трактовкою, товар – це певна сума не тільки фізичних характеристик, але й пов'язаних з ним прав і юридичних обмежень. Тому цінність товару (і його грошова ціна) визначається сукупністю усіх цих факторів. Чим ширший набір прав, пов'язаних з даним ресурсом, тим більша його корисність.

Як відомо, «повне» визначення права власності, яке включає 11 елементів, було запропоновано англійським юристом А. Оноре. Серед цих елементів:

- 1) право володіння, тобто виняткового фізичного контролю над річчю;
- 2) право користування, тобто особистого використання речі;
- 3) право керування, тобто рішення, як і ким річ може бути використана;
- 4) право на дохід, тобто на блага, що виникають від попереднього особистого користування річчю чи від дозволу іншим особам користуватися нею;
- 5) право на «капітальну вартість» речі, що припускає право на відчуження, споживання, зміну чи знищення речі;
- 6) право на безпеку, тобто імунітет від експропріації;
- 7) право на перехід речі в

спадщину чи за заповітом та інші.

Вказані елементи утворюють величезну кількість комбінацій. Перелік правоможностей, які включаються більшістю теоретиків у визначення права власності значно коротший «повного визначення» А. Оноре. Проте принциповий підхід до права власності як до набору часткових правоможностей залишається тим самим: «Право власності на майно, – зазначає С. Пейович, – складається з наступних правоможностей:

- 1) права користуватися майном (*usus*);
- 2) права пожинати принесені ним плоди (*usus fructus*);
- 3) права змінювати його форму і субстанцію (*abusus*);
- 4) права передавати його іншим особам за взаємно погодженої ціні. Останні дві правоможності визначають право власника на здійснення змін у цінності його майна і являють собою фундаментальні компоненти права власності» [9, с. 65].

При цьому право приватної власності розуміється не просто як арифметична сума правоможностей, а як складна система, окремі компоненти якої взаємно обумовлені. Наприклад, виключне право користування не обов'язково має на увазі можливість відчуження речі. Жорстке обмеження права на отримання доходу від ресурсу (у вигляді надвисокого податку, наприклад) може призвести до того, що володар ресурсу втратить будь-яку зацікавленість в його використанні.

Таким чином, ні оренда, навіть довгострокова, ні застава, ні іпотека не передбачають повного обміну пучками прав власності, тобто не призводять до зміни власника земельної ділянки, а є лише реалізацією окремих компонентів (правоможностей) права власності на землю.

Що найточніше визначення змісту прав власності є найважливішою умовою ефективного функціонування економіки. Виключити інших із вільного доступу до ресурсу означає специфікувати права

власності на нього. Неповнота специфікації іменується західними теоретиками «розмиванням» прав власності. Зміст цього явища можна виразити фразою – «ніхто не почне сіяти, якщо врожай буде діставатися іншому». Отже, специфікація права власності на землю є першочерговим завданням земельної реформи. Ситуація, коли селянин – формальний власник земельної ділянки – передавши її в оренду, отримує мізерну заробітну плату за працю на своїй же землі, є несправедливою, неефективною і безперспективною для формування цивілізованого ринку землі в Україні поступово створюються умови для формування ринку землі, основою якого є приватна власність на землю.

Нині ринок земель сільськогосподарського призначення в Україні вже пройшов свою первинну стадію, яка завершується видачою селянам державних актів на право на земельну ділянку сільськогосподарського призначення. Наступним кроком повинна стати фактична реалізація землевласниками права вільно розпоряджатися своїми земельними ділянками, включаючи купівлю-продаж.

У країнах Західної Європи частка власного землеволодіння в загальній площі фермерського землекористування сягає 65%, орендного користування – 33%. Розбіг цих показників по країнах дуже високий: від майже повної відсутності оренди (Ірландія) до здачі в оренду більше половини площ (Франція, Бельгія). У США у 2015 р. частка земельної площі у фермерів, що ведуть господарство тільки на власній землі, становила 28%, тільки на орендованій – 12%, поєднували використання власної та орендованої землі – 60% [4, с. 76].

Детальний аналіз зарубіжного досвіду земельного-орендних відносин проведено Н. Л. Ковтунович та Н. Г. Кондратенко [8]. Авторами зроблено висновок, що оренда земельних ділянок стала основним видом земельних відносин в розвинутих країнах.

Найефективніше використовуються землі, що здані в оренду на середньостроковий та довгостроковий термін.

У більшості розвинутих країн (Нідерланди, Данія, Іспанія, Бельгія, Португалія, Франція, Норвегія, Німеччина, Японія тощо) мінімальний термін оренди складає від 6 до 15 років [8, с. 21].

Особливо відзначається практика таких країн, як Франція, Нідерланди та Польща. В законодавстві цих країн обрано орієнтацію на довічне користування, або право на довгострокову оренду. У французькому законодавстві регламентовано чотири види строків оренди: на 9, 18, 25 років і – до закінчення трудової діяльності. Особливо привабливою форми оренди у Франції є емфітевзис. Це – довгострокова оренда сільськогосподарських земель на строк не менше 18 і не більше 90 років. Емфітевзис характеризується низькою орендною платою (половина або навіть третина від звичайного рівня), а також можливістю передавати в заставу, здавати в суборенду. В Польщі право на довгострокову оренду може тривати до 99 років, але не менше ніж 40 років.

І у Франції, і в Нідерландах введено жорсткі вимоги щодо професійної підготовки претендентів на отримання в оренду земель, досвіду роботи в аграрному секторі та наявності стартового капіталу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проаналізувавши досвід зарубіжних країн у сфері землекористування потрібно зазначити, що для розвитку орендних земельних відносин в Україні основну увагу слід зосередити на формуванні конкурентного середовища серед потенційних орендарів землі; забезпеченні

захисту прав селян-орендодавців; підвищенні орендної плати за землю, впровадженні екологічного моніторингу та контролю, спрямованих на використання орендарями екологічнобезпечних агротехнологій і належне відтворення родючості ґрунтів.

Формуванню ринку землі сприятиме розвиток іпотечного кредитування, яке забезпечить використання земель сільськогосподарського призначення в якості застави.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме залученню інвестицій у сільськогосподарське виробництво, підвищенню ефективності використання і охорони земель, і, найголовніше, забезпечить реалізацію громадянами своїх прав щодо використання земельної власності.

Доцільним є впровадження механізму застави права оренди земельних ділянок, оскільки цей процес не призводить до зміни власника на земельну ділянку, а для орендаря матиме суттєву вигоду – дозволить залучити значні кошти для розвитку виробництва.

Модель середньо- та довгострокової оренди земель може бути зорієнтована на подальше переукладання договорів оренди, успадкування чи викуп земель. При цьому є доцільним встановлення шкали мотивів та обмеження щодо перепродажу куплених земельних ділянок сільськогосподарського призначення. Прикладом може слугувати Німеччина, де куплені земельні ділянки не можуть бути перепродані протягом 20 років без спеціального дозволу. При цьому, бажаючи купити земельну ділянку, повинні довести можливість її ефективного використання.

Список використаної літератури

1. Будзяк, В. М. Формування ринку земель сільськогосподарського призначення / В. М. Будзяк // Економіка АПК. – 2008. – № 8. – С. 118–122.
2. Природно-ресурсний потенціал сталого розвитку України / [Б. М. Данилишин, С. І. Дорогунцов, В. С. Міщенко, Я. В. Коваль, О. С. Новоторов, М. М. Паламарчук]. – К. : РВПСУ НАНУ, 1999. – 716 с.

3. Малий, І. Й. Про романтизацію приватної власності на землю... / І. Й. Малий // Економічна теорія. – 2008. – № 3. – С. 11–20.
4. Пасхавер, Б. Й. Рентний чинник розвитку аграрного ринку / Б. Й. Пасхавер // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 72–80.
5. Гладий, М. Не думаю, что в этом году какая-то политическая сила сможет затормозить открытие рынка земли / М. Гладий // Бізнес. – 2007. – №5/29. – С. 31.
6. Горлачук, В. В. Передумови запровадження ринку земель для ведення товарного сільськогосподарського виробництва в Україні / В. В. Горлачук, С. М. Белінська // Економіка АПК. – 2007. – № 7. – С. 18–20.
7. Пасхавер, Б. Й. Ринок землі: світовий досвід та національна стратегія / Б. Й. Пасхавер // Економіка АПК. – 2009. – № 3. – С. 47–53.
8. Ковтунович, Н. Л. Оренда землі: зарубіжний (світовий) досвід та реалії України / Н. Л. Ковтунович, Н. Г. Кондратенко // Економіка, фінанси, право. – 2007. – № 12. – С. 20–25.
9. Прутська, О. О. Інституціоналізм і проблеми економічної поведінки в перехідній економіці / О. О. Прутська. – К. : Логос, 2003. – 256 с.

Бібліографічний опис для цитування:

Коган, Н. Ю. Первинний ринок землі: формування та сучасні реалії розвитку / Н. Ю. Коган // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 24–28.

УДК 629.73(477)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АВІАБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Чорна Т. М., Гожуловський С. С.

Анотація. У статті проаналізовано сучасний стан авіабудування України, його позиції на внутрішньому та зовнішніх ринках, визначено основні фактори, що стримують розвиток галузі, охарактеризовано перспективи її розвитку та можливі шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Ключові слова: авіабудування, ринок авіабудування, авіабудівельні компанії, інвестиції, залучення інвестицій в розвиток авіаційної галузі.

Аннотация. В статье приведены результаты анализа современного состояния авиационной промышленности Украины, его позиций на внутреннем и внешних рынках, определены основные факторы, сдерживающие развитие отрасли, охарактеризованы перспективы ее развития и возможные пути повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: авиационная промышленность, рынок авиационной промышленности, авиационные компании, инвестиции, привлечение инвестиций в развитие авиационной отрасли.

Постановка проблеми. Важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності держави на світових ринках є її інвестиційна привабливість. Інвестування значною мірою впливає на вирішення соціально-економічних проблем, з якими стикається будь-яка країна. Наразі в Україні потребує негайного вирішення проблема низького рівня капіталовкладень та відсутності припливу інвестицій.

Варто зазначити, що розвиток глобальних, високотехнологічних галузей є одним з основних факторів забезпечення конкурентоспроможності економіки країни [10]. Для України ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності національної економіки може стати авіабудівна промисловість. Сучасний авіаринок є досить насиченим, конкурентну боротьбу на ньому ведуть не окремі компанії, а авіаційні держави. На сьогоднішній день в структурі експорту України частка продукції літакобудування є незначною, що свідчить про низький рівень конкурентоспроможності галузі в цілому. Наша країна володіє відносно дешевою висококваліфікованою робочою силою; наявністю унікальних передових технологій, які

спираються на розвинутий науковий та високий інтелектуальний потенціал виробничого персоналу авіаційної галузі [1]. Разом з тим, Україна у порівнянні з іншими державами має найменші обсяги виробництва літаків. Таким чином, набуває актуальності проблема аналізу сучасного стану авіабудівної промисловості України, визначення проблем та перспектив розвитку галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Питанням дослідження теоретичних та практичних аспектів розвитку авіаційної промисловості України присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема таких як І. О. Геєць, Ю. С. Слюсаренко, А. О. Калиновський, Н. І. Горбаль, Н. Л. Калиновська, О. О. Лабунець, А. Б. Грушевицька, О. О. Свеженцев, О. В. Фарат та ін. Разом з тим, ринкові тенденції, політико-економічна ситуація зумовлюють актуальність питань щодо вироблення стратегії розвитку авіабудування України.

Формулювання цілей дослідження. Наразі в промисловість надходить найбільший обсяг інвестицій. Так, у 2016 р. частка інвестицій в даний сектор становила

33,6% внутрішніх та 29,4% іноземних інвестицій в економіку [4]. Проте, це пояснюється ефектом масштабу (часткою вкладу в економіці), а не реальною привабливістю галузі для інвесторів.

В Україні літакобудування, відповідно до Закону «Про розвиток літакобудівної промисловості» визнано пріоритетною галуззю економіки, а науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи по створенню нової авіаційної техніки віднесено до категорії критичних технологій [2]. Але наразі інвестиції в машинобудування в цілому, відтворення основних засобів якого формує цикли економічного зростання та забезпечує інноваційний розвиток, і зокрема в літакобудування, є дуже незначними. Розмір інвестицій у галузь машинобудування, становить лише 4,6% загального інвестиційного ресурсу в Україні на 2015 рік [6].

Таким чином, метою статті є аналіз сучасного стану вітчизняного авіабудування з точки зору його інвестиційної привабливості, виявлення основних проблем та визначення стратегії розвитку галузі.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Машинобудування є основою розвитку будь-якої країни, оскільки дана галузь відіграє важливу роль в прискоренні науково-технічного прогресу, забезпечує засобами виробництва інші галузі економіки, сприяючи оновленню та накопиченню капіталу. Крім того, машинобудування – це одна з провідних галузей, яка за вартістю продукції, інвестиційною привабливістю та кількістю зайнятих посідає перше місце у структурі світової промисловості [9]. В Україні сектор машинобудування є основним елементом переробної промисловості, внесок якого до валової доданої вартості у переробній промисловості становить 25% і, в свою чергу, близько 3,5% до валового внутрішнього продукту України [6]. До складу машинобудівної галузі входить шість підгалузей. На три підгалузі, пов'язані з

сектором транспорту, а саме залізничним, авіаційним/суднобудівним та автотранспортним машинобудуванням, припадає 51% від загального обсягу виробництва продукції.

Авіаційна галузь належить до стратегічно важливих секторів економіки. Україна входить до числа 9 країн світу, що мають власне виробництво літаків повного циклу [7]. Уряд задекларував свій інтерес у динамічному розвитку галузі, що передбачає надання державної підтримки з метою нарощування виробничих потужностей та вдосконалення технологій задля підвищення конкурентоспроможності продукції на міжнародному та внутрішньому ринках (зокрема, заміна імпорту продукцією вітчизняного виробництва), а також ефективне використання обмежених фінансових і людських ресурсів [3].

Важливість розвитку авіабудування в Україні обумовлюється значною ємністю світового ринку та необхідністю оновлення авіапарків. Крім того, розвиток авіаційної галузі України має важливе соціальне значення для економіки (розвиток суміжних галузей, інфраструктури, збільшення робочих місць тощо). За останні роки в Україні розроблено та сертифіковано декілька зразків техніки цивільної авіації, які є цілком конкурентоспроможними на світовому ринку (АН-148 та АН-158) [5]. Станом на початок 2017 р. в Україні функціонує 41 організація, що має Сертифікат розробника авіаційної техніки, а також 34 організації, що мають діючий Сертифікат схвалення виробництва авіаційної техніки [8], найвідоміші з яких – ДП «Антонов», Харківське державне авіаційно-виробниче підприємство (ХДАВП), ДП «Завод 410 ЦА», ПрАТ «Мотор Січ», ДП «Одеський авіаційний завод» та ін. В Україні розробляються та виготовляються літаки транспортної категорії, легкі, дуже легкі та надлегкі літаки, вертольоти транспортної категорії, легкі вертольоти, теплові аеростати, мотодельтаплани, парaplани тощо.

Крім вищезазначених підприємств в Україні сьогодні функціонує ряд компаній авіабудівної галузі, які виробляють надлегкі літаки, авіаційні двигуни, комплектуючі,

а також надають сервісні, ремонтні послуги техніки тощо (табл. 1).

Таблиця 1

Українські підприємства авіаційної галузі

| Підприємство | Вид діяльності |
|--|---|
| ТОВ «ХЕЛІТРЕЙНІНГ Україна» | Розробка та виробництво сучасних тренажерних систем для вертольотної авіації |
| ТОВ «Алан-Компані Лтд» | Розроблення та виготовлення елементів меблевого обладнання для будь-яких типів повітряних суден |
| ТОВ КБ «Вертикаль» | Розробка вертольотів |
| Луцький ремонтний завод «МОТОР» | Ремонт авіаційних турбореактивних двигунів для сучасних бойових літаків |
| ЗАТ «Завод Ремсчетмаш» | Виробництво надлегких літаків, супутньої продукції |
| Компанія «UAvia» | Розробка та виробництво багатоцільових типів безпілотних літаючих апаратів |
| Компанія «ЛугаПРОП» | Виробництво повітряних гвинтів |
| ТОВ «Авіа-Про» | Виробництво легких композитних високопланів СТ SW |
| Чугуївський авіаційний ремонтний завод | Ремонт авіаційної техніки, авіаційних двигунів |
| ПрАТ «Мотор січ» | Одне з провідних підприємств України та світу з виробництва двигунів для авіаційної техніки |
| Авіаційна фірма «Лілієнталь» | Виробництво надлегких літальних апаратів |
| Підприємство «АЕРОПРАКТ» | Розробка та серійне виробництво надлегких літаків |
| Компанія «Аерокоптер» | Проектування та складання вертольотів |
| Компанія «ГММ-Авіа» | Розробка та серійне виробництво надлегких літаків |
| ТОВ «Аерос» | Виробництво дельтапланів, планерів |
| ПФ «Секрет-Сервіс» | Виробництво спортивних пілотажних літаків |

Джерело: узагальнено за даними, наведеними у [7].

Основними ринками збуту української продукції є країни СНД, Індія, Ірак, Іран, Лівія, Єгипет, Туреччина, Куба та інші країни. Варто відзначити, що в останні роки в авіаційній галузі відбулись суттєві організаційні зміни. Так, ДП «Антонов» в 2015 році підпорядковано концерну «Укроборонпром», а влітку 2016 року – створено корпорацію «Українська авіаційна компанія», до якої увійшли «Антонов», УкрНДІАТ (Український науково-дослідний інститут авіаційної технології), ДП «Новатор», Харківський машинобудівний завод «ФЕД», Харківське агрегатне конструкторське бюро і завод «Маяк».

Економічний стан машинобудування та промисловості України багато в чому залежить від кон'юнктури зовнішніх

ринків. Нестабільні показники відновлення ділової активності та економіки в ряді країн, які є основними споживачами української продукції, залишаються ключовими факторами, які негативно впливають на галузь авіабудування. Аналіз даних щодо кількості літаків, випущених в Україні (табл. 2), дозволяє зробити висновки про низьку ефективність та рентабельність літакобудування в Україні. За оцінками фахівців [7], для налагодження нормального виробничого, фінансового та операційного циклів, зниження витрат на виробництво одиниці продукції вітчизняна авіабудівна галузь повинна виробляти не менше 20 літаків на рік, тоді як у 2002-2013 рр. в Україні щороку вироблялось лише 3-7 літаків. Для прикладу, світові лідери у

галузі авіабудування здатні передавати продукції на рік.
замовникам від 350 до 500 одиниць готової

Таблиця 2

Кількість літаків, випущених в Україні

| Рік поставки | Тип літака | Кількість | Виробник | Замовник |
|--------------|--------------|-----------|-------------------|----------------------------------|
| 2002 | Ан-140 | 2 | ХДАВП | Авіакомпанія «Одеські авіалінії» |
| | Ан-140 | 1 | ХДАВП | Авіакомпанія «Аероміст-Харків» |
| | Ан-124 | 1 | ДП «КиАЗ «Авіант» | Лівія |
| 2003 | Ан-140 | 2 | ХДАВП | Авіакомпанія «Аероміст-Харків» |
| | Ан-140-100 | 1 | ХДАВП | Авіакомпанія «Мотор-Січ» |
| | Ан-124 | 1 | ДП«КиАЗ «Авіант» | ОАЕ |
| 2004 | Ан-140-100 | 2 | ХДАВП | «Ілліч-Авіа» |
| | Ан-140-100 | 1 | ХДАВП | AZAL |
| 2005 | Ан-74-Т-200А | 1 | ХДАВП | Єгипет |
| | Ан-140-100 | 2 | ХДАВП | AZAL |
| | Ан-32П | 2 | ДП «КиАЗ «Авіант» | Лівія |
| 2006 | Ан-32Б | 1 | ДП «КиАЗ «Авіант» | Екваторіальна Гвінея |
| 2008 | Ан-32П | 4 | ДП «КиАЗ «Авіант» | МНС України |
| 2009 | Ан-148 | 1 | ДП «КиАЗ «Авіант» | - |
| | Ан-74 | 3 | ХДАВП | - |
| 2010 | Ан-148 | 1 | ДК «Антонов» | - |
| | Ан-32 | 3 | ДК «Антонов» | - |
| 2011 | Ан-32 | 2 | ДК «Антонов» | Ірак |
| | Ан-74 | 1 | ХДАВП | Туркменістан |
| | Ан-148-100 | 1 | ДК «Антонов» | МАУ(Україна) |
| 2012 | Ан-74ТК-200 | 1 | ХДАВП | МО Туркменістану |
| | Ан-32 | 5 | ДК «Антонов» | Ірак |
| | Ан-148 | 3 | ДК «Антонов» | - |
| 2013 | Ан-158 | 1 | ДК «Антонов» | Куба |
| | Ан-148 | 1 | ДК «Антонов» | Північна Корея |
| | Ан-74 | 1 | ХДАВП | Казахстан |
| 2014 | Ан-158 | 2 | ДК «Антонов» | Куба |
| | Ан-74 | 1 | ХДАВП | Казахстан |
| Разом | | 50 | | |

Джерело: узагальнено за даними, наведеними у [7].

Вітчизняна літакобудівна галузь довгий час залишається у системному кризовому стані, спостерігається зниження науково-технічного та технологічного потенціалу, зростає науково-технологічна відсталість від розвинених держав [1].

Для підприємств галузі характерним є високий рівень зношеності основних засобів (більше 70%), дефіцит молодого покоління кваліфікованих кадрів, відсутність механізму державної підтримки, а також системи стимулювання продажів виробленої продукції як на внутрішньому,

так і на зовнішніх ринках.

Наразі, не зважаючи на значний досвід України в проектуванні та виробництві літаків, розвиток дослідницького й технологічного потенціалу поступово сповільнюється, що в першу чергу, пов'язано з недостатнім інвестуванням. Таким чином, основними конкурентними перевагами українського авіабудування України є: тривала присутність у галузі, наявність кваліфікованих кадрів, відносно низькі витрати. Разом з тим, існує низка недоліків, зокрема: застарілі методи управління й

недосконала закрита політика інвестування внаслідок залежності від держави, фінансові проблеми та неспроможність забезпечити глобальні післяпродажні послуги.

Наразі можна виокремити основні перешкоди для розвитку авіабудівної галузі України:

1. Незначний розмір внутрішнього ринку. Так, наприклад, внутрішній цивільний флот за кількістю літаків становить лише 8% китайського і 2% американського [5].

2. Мала частка світового ринку – за оцінками фахівців Організації економічного співробітництва та розвитку, частка ДП «Антонов» на світовому ринку становить близько 3% [5].

3. Недостатній обсяг послуг з технічного обслуговування й ремонту після продажу літаків, що є ключовим фактором при їх збуті, особливо на міжнародних ринках.

4. Застаріле закрите управління, брак співпраці з постачальниками для розподілу ризиків внаслідок залежності від держави.

5. Невелика частка молодих фахівців, відтік спеціалістів (особливо висококваліфікованих) у розвинуті країни.

6. Обмежене фінансування на стадії розробки. Авіабудування на стадії розробки вимагає величезних інвестицій, які зазвичай виробники отримують через банки, фінансові ринки, партнерів чи державну підтримку. Українським авіабудівникам сьогодні бракує усіх цих джерел. Вони можуть користуватися фінансуванням лише окремих національних банків, власними надходженнями та держбюджетом, а до інших глобальних джерел державні компанії доступу не мають [5].

7. Брак загальної державної підтримки. Авіабудування у більшості країн підтримується урядом як у виробництві, так і у фінансуванні клієнтів. Найчастіше допомога держави здійснюється через підтримку науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт та інновацій.

8. Відсутність власного виробництва важливих комплектуючих. Ще декілька років назад вітчизняні авіабудівні заводи

співпрацювали переважно з російськими виробниками комплектуючих, то наразі поставки необхідних вузлів і агрегатів надходять з 5-6 країн. Зазначена ситуація пов'язана з відсутністю в Україні потужностей з виробництва сучасної авіоніки, систем життєзабезпечення та кондиціонування. Крім того, існують труднощі з виробництвом ряду двигунів, сертифікованих в Європі і на інших пріоритетних ринках, за якими українські підприємства не мають ліцензії на виконання навіть ремонтних робіт [11].

9. Неefективна система визначення пріоритетів у розвитку авіаційної галузі (недостатнє врахування кращого світового досвіду).

10. Недостатньо чітка система визначення перспективного попиту на літаки певних моделей як на внутрішньому, так і на міжнародних ринках.

11. Нерозвинена система стимулювання попиту на українську продукцію та її продажів.

12. Значний термін підготовки моделей літаків до серійного випуску, що може призвести навіть до їх морального старіння ще до початку випуску тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що авіабудування України має вагомий потенціал для її подальшого розвитку, проте існує низка суттєвих факторів, що призводять до уповільнення темпів зростання вітчизняного авіаційного комплексу. Розвиток авіаційної галузі України потребує значних коштів як з державного бюджету, так і зарубіжних капіталовкладень. Активізація інвестиційних процесів у галузі авіабудування забезпечить впровадження досягнень науково-технічного прогресу, дасть змогу зменшити витрати на всіх виробничих стадіях, вдосконалити організацію виробництва і праці, мінімізувати витрати робочої сили та витрати на імпортування комплектуючих частин і необхідних матеріалів для авіазаводів. Наразі держава не в змозі забезпечити виділення обсягу коштів, необхідного для нормальної роботи

авіабудівного комплексу, тому питання залучення прямих інвестицій в дану галузь наразі набуло особливої актуальності.

Розвиток авіабудівної галузі України повинен відбуватися з урахуванням кон'юнктури зовнішнього ринку, наявного в країні науково-технічного, фінансового,

виробничого і інвестиційного потенціалу.

За таких умов Україна буде мати достатньо міцні позиції авіабудівної промисловості на світовому ринку та в майбутньому зможе скласти гідну конкуренцію світовим лідерам.

Список використаної літератури

1. Геєць, І. О. Оцінка та стратегічні напрямки розвитку авіабудування України [Електронний ресурс] / І. О. Геєць, Ю. С. Слюсаренко // Стратегія розвитку України : науковий журнал. – 2013. – № 1(2013). – С. 47-52. – Режим доступу : <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/6711/7490>.
2. Закон України «Про розвиток літакобудівної промисловості» від 12.07.2001 р. № 2660-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2660-14>.
3. Звіт про результати дослідження державної підтримки суб'єктів господарювання в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=120932&schema=main>.
4. Ковалівська, С. Інвестиції-2016: повільне, але оптимістичне зростання [Електронний ресурс] / Світлана Ковалівська // Газета «День». – 2016. – № 227. – Режим доступу : <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/investyciyi-2016-povilne-ale-optymistychne-zrostannya>.
5. Калиновський, А. О. Тенденції та стратегії розвитку авіаційної галузі України / А. О. Калиновський, Н. І. Горбаль, Н. Л. Калиновська // Бізнес Інформ. – 2016. – № 8. – С. 88-94.
6. Лабунець, О. О. Вплив інвестицій на розвиток машинобудівної галузі України / О. О. Лабунець, А. Б. Грушевицька // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 5. – Том 1. – С. 105-109.
7. Огляд авіабудівної галузі України за I півріччя 2014 року [Електронний ресурс] / Рейтингове агентство «Кредит-Рейтинг». – Режим доступу : http://www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2014/10.10.2014/AVIA_CR_I_pol_2014.pdf.
8. Сертифікація типу [Електронний ресурс] / Офіційний портал Державної авіаційної служби України. – Режим доступу : <http://www.avia.gov.ua/documents/Lotna-pridatn/aviazagpriz/documents/Lotna-pridatn/sertifikaciya-tipu/23500.html>.
9. Свеженцев, О. О. Перспективи розвитку машинобудівної галузі України: формування нової концепції промислової політики / О. О. Свеженцев // Управління розвитком. – 2016. – № 2(184). – С. 12-19.
10. Фарат, О. В. Інвестиційна привабливість галузей національного господарства України: сучасний стан та перспективи розвитку / О. В. Фарат // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – № 5(43). – С. 34-40.
11. Які китайські компанії хочуть співпрацювати з авіаційною промисловістю України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wartime.org.ua/32857-yak-kitaysk-kompaniyi-hochut-spvpracuyuvati-z-avacynoyu-promislovstyu-ukrayini.html>.

Бібліографічний опис для цитування:

Чорна, Т. М. Сучасні тенденції та напрямки розвитку авіабудування в Україні / Т. М. Чорна, С. С. Гожуловський // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 29–34.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА КОМУНІКАЦІЙ У ФАРМАЦІЇ

Гарматюк О. В., Автомеєнко А. А.

Анотація. У статті проаналізовано існуючі методичні підходи щодо використання маркетингової комунікаційної політики взагалі і формування комплексу маркетингових комунікацій зокрема для фармацевтичних підприємств; досліджено застосування маркетингових комунікацій в фармацевтичній сфері, запропоновано шляхи щодо ефективного використання комплексу маркетингових комунікацій.

Ключові слова: маркетингова політика комунікацій, реклама, фармацевтична галузь, паблік-релейшнз, просування, стимулювання збуту.

Аннотация. В статье проанализированы существующие методические подходы по использованию маркетинговой коммуникационной политики вообще и формирования комплекса маркетинговых коммуникаций в частности для фармацевтических предприятий; исследовано применение маркетинговых коммуникаций в фармацевтической сфере, предложены пути по эффективному использованию комплекса маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: маркетинговая политика коммуникаций, реклама, фармацевтическая отрасль, паблик-релейшнз, продвижение, стимулирование сбыта.

Постановка проблеми. Фармацевтична галузь відіграла важливу роль починаючи ще з давніх часів і до сьогодні. А тепер, тим паче, стає однією з найважливіших складових національної економіки України, і являє собою одну з базових, стратегічно важливих галузей країни.

Надання фармацевтичних послуг пов'язано з обслуговуванням великої кількості клієнтів (фізичних і юридичних осіб), тому фармацевти, як ніхто інші, зобов'язані віддавати пріоритет загальнолюдським так і вузьковідомчим інтересам. При тому найважливішим елементом комплексу маркетингу у фармацевтичній галузі стають маркетингові комунікації.

Детальний аналіз сутності концепції маркетингу відносин (що є однією з характеристик ринку послуг) вказує на те, що процес комунікаційного кругообігу виступає основою всієї системи ринкових взаємин, а починається він саме з механізму маркетингових комунікацій. Теоретичною основою та методичною базою проведеного у роботі дослідження є наукові праці провідних вітчизняних і

зарубіжних учених у галузі комунікацій, маркетингу обслуговування, менеджменту, бізнес-планування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Аналіз наукових праць показав, що в Україні майже відсутні наукові дослідження, присвячені застосуванню теорії маркетингових комунікацій у системі управління ринковою діяльністю підприємства в кризових умовах бізнес-середовища, вивченню взаємозв'язку причин і наслідків використання маркетингових комунікацій у діяльності українських фармацевтичних підприємств.

Формулювання цілей дослідження. Головна мета статті полягає у дослідженні сучасного стану маркетингової політики комунікацій фармацевтичних підприємств в Україні.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Маркетинг сьогодні став основною функцією управління підприємством, що складається з комплексу заходів, спрямованих на завоювання ринку та зміцнення своїх позицій на ньому. Та під самим поняттям

«маркетинг» розуміється набагато більше.

Засновник теорії маркетингу, американський вчений Ф. Котлер з початку зазначав, що маркетинг – це вид людської діяльності, направлений на задоволення нестачі і потреб шляхом обміну [7].

Таке визначення відповідало умовам, що диктував ринок того часу. Але ситуація в світі швидко змінюється і є цілком відмінною від тієї, якою була вчора. Зокрема дуже серйозно змінилися всі наші економічні і теоретичні постулати, які сьогодні піддаються сумніву.

З погляду нових тенденцій сучасності все більшої потреби для компаній набуває зосередження уваги на комунікації, а точніше на маркетинговій комунікаційній політиці, в якій як у вихідному пункті слід враховувати не тільки всі елементи маркетинг-міксу, а й усіх етапів маркетингу [3].

Розуміння сутності та природи існування маркетингових комунікацій дає можливість їх ефективніше використовувати. Не слід спрямовувати зусилля з маркетингових комунікацій тільки на просування продукції. Разом з цим є можливим застосування їх для управління підприємством, налагоджування довготривалих партнерських стосунків між суб'єктами ринку, що дає більші перспективи та прибуток.

Просування ліків на ринку здійснюється за допомогою системи маркетингових комунікацій, яка охоплює будь-яку діяльність фармацевтичного підприємства, спрямовану на інформування, переконання та нагадування споживачам про свої препарати, стимулювання їх збуту і створення позитивного іміджу підприємства в очах громадськості [8].

Сьогодні поняття «маркетингові комунікації» часто розглядається як однобічний інформаційний зв'язок підприємства з його зовнішнім середовищем, переважно з метою впливу виробника товару чи послуги на споживача, для переконання цільового

споживача у покупці його товару чи користуванні послугою, яку надає саме цей виробник. Причиною цього є як буквальний переклад слова «promotion» без урахування його змістовного навантаження, неправильне розуміння ролі і природи маркетингових комунікацій на сучасному ринку, так і продиктоване виробником прагнення до збільшення прибутку [6].

У зв'язку з цим заслуговує на увагу визначення російського ученого Г. Л. Багієва: «Маркетингові комунікації – це процес взаємодії суб'єктів маркетингової системи з приводу узгодження та прийняття тактичних і стратегічних рішень у маркетинговій діяльності» [1]. Аналогічного погляду дотримується С. С. Гаркавенко, визначаючи маркетингову комунікаційну політику як перспективний курс дій фірми, спрямований на забезпечення взаємодії з усіма суб'єктами маркетингової системи з метою задоволення потреб споживачів і одержання прибутку. Комплекс просування товару (комунікаційний мікс) у трактуванні автора являє собою об'єднання основних і синтетичних засобів маркетингових комунікацій для досягнення рекламних та маркетингових цілей [2].

При формуванні системи просування ліків фармацевтична фірма спочатку повинна визначити цілі комунікаційної політики.

Головні цілі маркетингових комунікацій фармацевтичних підприємств:

- формування попиту;
- стимулювання збуту.

З головних цілей витікають підпорядковані функції, а саме:

- інформування споживачів про фірму та її лікарські засоби (донесення інформації про виробника та його заходи до споживача);
- формування позитивного іміджу фармацевтичної фірми;
- мотивація споживачів;
- формування й актуалізація потреб споживачів;

- стимулювання акту купівлі (переконавання цільової аудиторії в її рішеннях на користь певного продукту);
- формування відданості товарній марці;
- нагадування про фірму та її лікарські засоби тощо.

До складу системи маркетингових комунікацій входять чотири основні елементи: реклама, «паблік рилейшнз», персональний продаж, стимулювання збуту. Кожному із засобів просування лікарських засобів на ринок притаманні свої унікальні характеристики, які можуть бути позитивними, а можуть свідчити і про певні недоліки даної складової [9].

Сучасний ринок фармацевтичної продукції є складним, багатофункціональним та багаторівневим із високими темпами зростання виробництва і продажів. Причинами такого зростання є особливості лікарських засобів, які задовольняють специфічні потреби споживачів, і, попит на які збільшується незалежно від економічних, політичних та інших видів чинників. Фармацевтичний сектор на сьогодні є одним із передових за капіталоємністю, наукоємністю, стабільними темпами зростання, соціальною значимістю для світової економіки. За оцінками міжнародної аналітичної компанії IMS Health Consulting у 2015 році світовий обсяг фармацевтичного ринку склав приблизно 940 млрд. дол. США, а до 2017 році прогнозується збільшення його обсягу до 1,2 трлн. дол. США. У 2015 році на фармацевтичному ринку домінували компанії США з обсягами доходів, що склали 397,8 млрд.

Основною проблемою фармацевтичного ринку України є проблема самолікування, внаслідок якої хворі скаржаться на неефективність як вітчизняних, так і імпортованих лікарських засобів [6]. Проте, варто відмітити високий рівень довіри населення України до медичних препаратів вітчизняних виробників відомих брендів, а

також іноземних високоякісних препаратів, не зважаючи в деяких випадках на досить високий рівень цін. На даний час Україна знаходиться на шляху євроінтеграції, тому доцільно досліджувати досвід країн ЄС у питаннях розвитку фармацевтичної галузі.

Український ринок фармацевтичної продукції належить до ринків монополістичної конкуренції, тому що характеризується значною кількістю фірм-виробників, диференціацією позиціонування, неціновою конкуренцією, акцентуацією на торговельні знаки й марки [8].

Зростання конкуренції на фармацевтичному ринку України змушує багато компаній шукати принципово нові моделі розвитку, формувати нову філософію існування в мінливій системі охорони здоров'я. Зростають витрати на просування лікарських засобів – при відсутності впевненості в їх прибутковості, а в деяких випадках – і окупності. Намагаючись зберегти колишній рівень рентабельності, фармацевтичні фірми вживають заходів щодо підвищення ефективності виробництва та оптимізації структури витрат. Усе це обумовлює необхідність систематизації заходів стимулювання збуту, а також розробки шаблонної схеми просування препаратів на ринку України.

Відмінність фармацевтичного ринку від інших ринків полягає у тому, що споживач не сам приймає рішення про покупку, а в залежності від призначення лікаря. І не всі засоби маркетингових комунікацій мають вплив на споживача.

На нашу думку, буде доцільно провести аналіз стану використання засобів маркетингових комунікацій українськими фармацевтичними компаніями. Основним засобом маркетингових комунікацій, який використовують фармацевтичні підприємства, виступає реклама. Необхідно відзначити, що в національній валюті ринок реклами лікарських засобів демонструє приріст, при цьому в доларовому вираженні ситуація інша. Так, в 2015 р.,

порівняно з 2013 р., обсяг інвестицій в ТБ-рекламу в доларовому вираженні зменшився майже вдвічі [9].

Ринок реклами лікарських засобів близько корелює з динамікою роздрібною реалізації. У 2014 р. внаслідок девальвації національної валюти стався спад обсягу аптечних продажів ОТС-препаратів в

натуральному вираженні, а також інвестицій в їх просування на ТБ в доларовому еквіваленті Також звертає на себе увагу яскраво виражений сезонний характер даного типу інвестицій, що пов'язано з сезонністю попиту багатьох рекламованих препаратів (рис. 1).

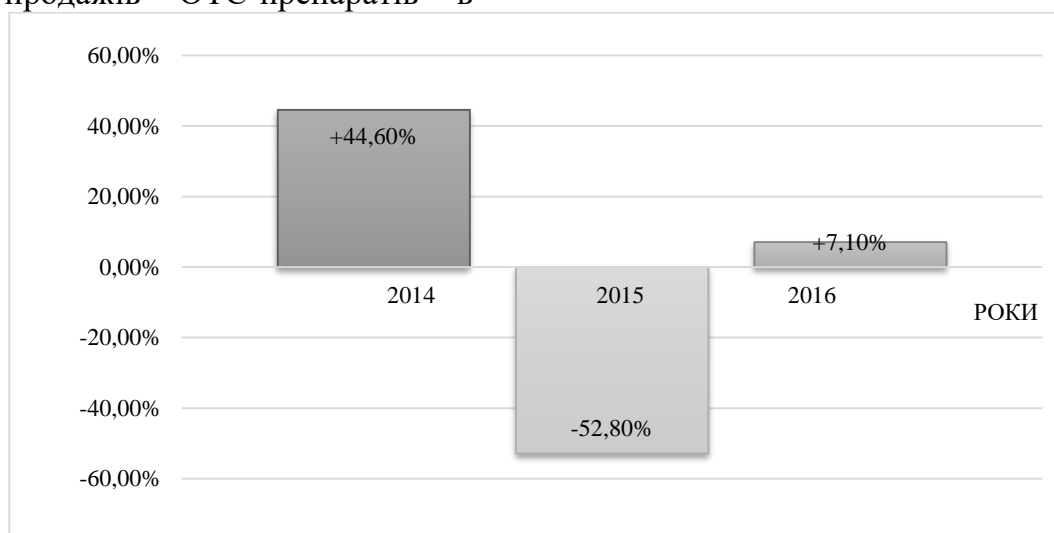


Рис. 1. Темп приросту/спаду рівня інвестицій українських фармацевтичних компаній в рекламу на телебаченні

Джерело: узагальнено за даними, наведеними у [4; 5].

У досліджуваній період вітчизняні виробники більш активно в порівнянні зарубіжними компаніями просувають свої препарати на ринок за допомогою ТБ-реклами. В результаті частка вітчизняних

фармкомпаній в загальному обсязі інвестицій в ТБ-рекламу в доларовому вираженні в 1 кварталі 2016 р. досягла 46,4% (рис. 2).

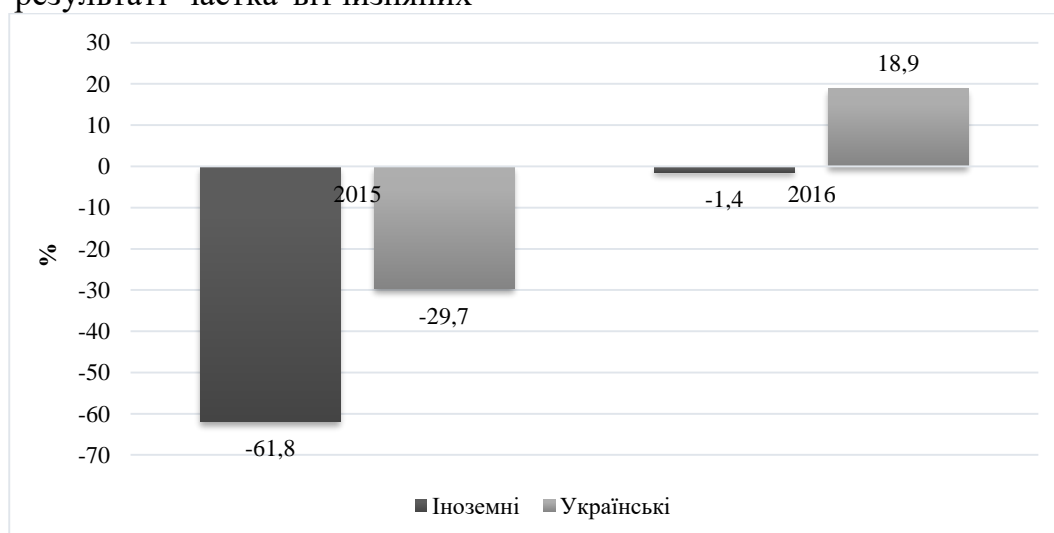


Рис. 2. Темпи приросту/збитку обсягу інвестицій в ТБ-рекламу лікарських засобів українськими та іноземними фармацевтичними компаніями в I кварталі 2015-2016 рр. в порівнянні з попереднім роком

Джерело: узагальнено за даними, наведеними у [4; 5].

Аналізуючи рис. 2 можна побачити що частка інвестицій українського виробництва у 2016 році збільшилась на 7,6% в порівнянні з 2015 роком, а частка зарубіжного виробництва навпаки зменшилась на 4,7%. Це свідчить про те що українські фармацевтичні компанії мають наметі захопити більшу кількість споживачів.

При рекламуванні лікарських засобів фармакоманії основна увага фокусується на національних («Інтер», «Перший національний», «Студія «1 + 1») і мульти-регіональних телеканалах. Сукупна частка даних типів каналів за підсумками I кварталу 2016 р. становить 88,7%. Питома вага регіональних каналів в загальній

структурі в аналізованого періоду склав 11,3%. У досліджуваний період відзначається активне інвестування в рекламу лікарських засобів на національних і регіональних каналах, що дозволило їм збільшити свою частку на ринку.

Аналізуючи за підсумками I кварталу 2016 року рейтинг телеканалів за обсягом продажів реклами лікарських засобів в доларовому вираженні очолив телеканал «Студія «1 + 1». Цей телеканал також завоював лідируючі позиції за показниками WGRP і EqGRP. Телеканал «Інтер», який в попередні роки утримував лідируючу позицію в рейтингу, змістився на 2-е місце (табл. 1).

Таблиця 1

Топ-10 телеканалів за обсягом продажів реклами лікарських засобів в Україні

| 2014 рік | 2015 рік | 2016 рік | Канал | Обсяг продажів реклами, тис. дол. США | WGRP, % | EqGRP, % | Кількість виходів |
|----------|----------|----------|----------------|---------------------------------------|----------|----------|-------------------|
| 3 | 2 | 1 | Студія «1 + 1» | 29044,4 | 27459,5 | 33573,9 | 19201 |
| 1 | 1 | 2 | Інтер | 18275,2 | 16471,1 | 21186,7 | 16281 |
| 2 | 3 | 3 | СТБ | 12902,1 | 10316,9 | 13532,5 | 14181 |
| 4 | 4 | 4 | Україна | 10509,7 | 11234,2 | 14428,8 | 10516 |
| 8 | 6 | 5 | ТЕТ | 5234,7 | 8411,8 | 10184,0 | 16987 |
| 5 | 5 | 6 | ICTV | 4828,1 | 5261,2 | 6716,2 | 8783 |
| 6 | 7 | 7 | Новий канал | 3880,5 | 4041,9 | 5348,8 | 9962 |
| 10 | 9 | 8 | 2+2 | 3425,1 | 4932,8 | 5920,3 | 17401 |
| 7 | 8 | 9 | НТН | 2898,2 | 4368,9 | 5615,3 | 10876 |
| 15 | 11 | 10 | ПЛЮС-ПЛЮС | 2096,1 | 4301,3 | 5109,5 | 11397 |
| - | - | - | Інші | 9088,9 | 15194,0 | 19218,6 | 285682 |
| - | - | - | Всього | 102182,8 | 111993,8 | 140834,6 | 421266 |

Джерело: узагальнено за даними, наведеними у [4; 5].

ТБ-реклама – популярний і затребуваний рекламний носій, один з основних каналів просування лікарських засобів. Важливо відзначити, що якщо в гривневому вираженні в 2014-2015 рр. відзначається приріст інвестицій в даний тип промоції, в доларовому вираженні зафіксований спад.

У I кварталі 2016 р. загальна кількість вироблених рейтингів (WGRP) практично не змінилося в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року, а також в

аналізований період була відзначена медіа інфляція.

У досліджуваний період вітчизняні компанії проявляють високу активність в сфері ТБ-реклами препаратів, випереджаючи за темпами приросту інвестицій в рекламу своїх зарубіжних конкурентів, що сприяє збільшенню їх частки на ринку реклами лікарських засобів на ТБ і, як наслідок, – зростання споживання більш доступних низько вартісних вітчизняних препаратів.

Також, з проведеного нами дослідження засобів маркетингової політики комунікацій у фармацевтії, можна стверджувати що найбільш активно підприємства використовують рекламу, а іншим засобам комунікацій приділяється недостатня увага.

Сьогодні, орієнтація на пацієнта при проведенні комунікаційного процесу – це не тільки сучасна стратегія практичної фармацевтичної діяльності, що декларується на рівні ВООЗ, а й нагальна необхідність.

Важливим напрямком просування продукції на фармацевтичному ринку є просування продукту через візити медичних представників. Майже половина всіх фахівців охорони здоров'я спілкуються з медичним представником 2 рази на місяць. Згідно специфіки роботи лікарів і фармацевтів фармкомпанії розподіляють промоційні зусилля, направлені на просування рецептурних і безрецептурних препаратів. Так, лікарям медичні представники пропонують переважно рецептурні лікарські засоби, а фармацевтам, відповідно, – безрецептурні.

Для підвищення інформованості та лояльності референтних груп (провізорів аптек та лікарів) доцільно здійснювати візити представників компанії, презентація і проведення семінарів. Інша частина заходів просування є спільною для впливу на обох ринках – розміщення реклами в спеціалізованих, популярних медичних виданнях, поштова кореспонденція, участь у медичних виставках, різноманітних медичних конгресах та симпозіумах, розміщення власної продукції в довіднику лікарських препаратів.

Комунікацію з кінцевими споживачами слід здійснювати в першу чергу за допомогою реклами, паблік-релейшнз. Найбільш популярною і широко використовуваною формою просування фармацевтичної продукції на ринок є реклама в ЗМІ, сприяюча формуванню попиту на товар і стимулюванню його збуту. В сфері паблік-

релейшнз компанії пропонується здійснення наступних заходів: інтерв'ю, публічні виступи представників фірми, організація презентацій і заходів за участю журналістів, постійне надання матеріалів про діяльність підприємства в засобах масової інформації (першочергово у такі спеціалізовані видання, як щотижневик «Аптека», «Провізор»), залучення наукових діячів, лікарів для непрямої реклами (публікації, безпосереднє призначення препаратів), з метою утримання існуючих клієнтів і залученню нових [4].

Вплив на дистриб'юторські фірми лікарських засобів та аптечні мережі планується здійснювати такими інструментами комунікацій як персональні продажі та стимулювання збуту, для успішності застосування даного інструмента слід використовувати висококваліфікованих медичних представників, які грамотно зможуть донести інформацію до осіб, приймаючих рішення про закупівлю лікарських засобів, фармацевтичними фірмами – дистриб'юторами. Для підвищення інформованості та лояльності референтних груп (провізорів аптек та лікарів) доцільно здійснювати візити представників компанії, презентація і проведення семінарів. За даними компанії «КОМКОН Фарма-Україна» 50,4% лікарів як постійне основне джерело здобуття інформації про препарати використовують довідники лікарських засобів, 49,4% – дізнаються інформацію, що їх цікавить, від медичних представників, 35,7% – із спеціалізованої преси. Доля лікарів, які використовують як основне джерело інформації поштову кореспонденцію, Інтернет і телевізійну рекламу, мала і складає всього 12,8; 8,7 і 6,2% відповідно. На кінцевого споживача найбільше впливає реклама на телебаченні (56,4%), рекомендаційні статті в спеціалізованих виданнях (8,5%), реклама в Інтернеті (7,2%), медичні представники (0,1%).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, сучасний ринок фармацевтичної продукції є складним, багатофункціональним та багаторівневим із високими темпами зростання виробництва і продажів. Причинами такого зростання є особливості лікарських засобів, які задовольняють специфічні потреби споживачів, і, попит на які збільшується незалежно від економічних, політичних та інших

видів чинників. Зростання конкуренції на фармацевтичному ринку України вимагає від підприємств пошуків нових шляхів захоплення більшої кількості споживачів. Тому в сучасних тенденціях розвитку фармацевтичної галузі доцільно використовувати елементи маркетингової політики комунікацій.

Список використаної літератури

1. Багиев, Г. Л. Интерактивные модели маркетинговых решений на виртуальных рынках : [учеб. пособ.] / Г. Л. Багиев, И. В. Успенский, В. И. Ченцов. – СПб. : СПбГУЭФ, 1998. – 352 с.
2. Гаркавенко, С. С. Маркетинг : [підручник] / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
3. Гончарова, С. Ю. Стратегічне управління інноваціями фармацевтичних підприємств / С. Ю. Гончарова, А. Б. Гончаров // Бізнес Інформ. – 2014. – № 1'2014. – С. 56–60.
4. Горбунова, К. Фармацевтичний сектор України: проблеми регуляції [Електронний ресурс] / К. Горбунова // Он-лайн газета «Аптека.ua». – Режим доступу : <http://www.apteka.ua/article/251633>.
5. Дмитрик, Е. Реклама лекарственных средств по итогам 2016 г. [Электронный ресурс] / Екатерина Дмитрик // Он-лайн газета «Аптека.ua». – Режим доступа : <http://www.apteka.ua/article/408271>.
6. Костюк, Г. В. Конкурентоспроможність фармацевтичної промисловості України / Г. В. Костюк, А. В. Коваленко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – № 11. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2547>.
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга : [краткий курс] / Филип Котлер ; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.
8. Кузьмин, М. З думкою про пацієнта: зарегульованість фармацевтичного ринку в Україні [Електронний ресурс] / Марта Кузьмин // Офіційний сайт ГО «ФармРада». – Режим доступу : http://farmrada.blogspot.ru/2016/01/blog-post_12.html.
9. Майборода, О. О. Маркетингова політика комунікацій : [навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни] / О. О. Майборода. – К. : КНЕУ, 2007. – 250 с.

Бібліографічний опис для цитування:

Гарматюк, О. В. Маркетингова політика комунікацій у фармації / О. В. Гарматюк, А. А. Автомеєнко // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 35–41.

УДК 331.2(4/9)

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ВИПЛАТ НАЙМАНИМ ПРАЦІВНИКАМ

Поворознюк І. М.

Анотація. Автором досліджено зарубіжний досвід використання соціальних виплат працівникам, де основне місце займають соціальні фактори, що надходять відображення в тарифних, виробничих та індивідуальних трудових угодах, законах.

В Україні за умов відсутності єдиного підходу до побудови систем винагороди працівників на підприємствах України необхідно створити інтегрований підхід до формування та функціонування систем винагород працівникам на підприємствах нашої країни, яка б мотивувала співробітників і відповідно відповідала цілям підприємства різних форм власності.

Ключові слова: оплата праці, система винагород, соціальні виплати, соціальний захист.

Аннотация. Автором исследован зарубежный опыт использования социальных выплат работникам, где основное место занимают социальные факторы, что отражены в тарифных, производственных, индивидуальных, трудовых соглашениях, законах.

В Украине при условиях отсутствия единственного подхода к построению систем вознаграждения работников на предприятиях Украины необходимо создать интегрированный подход к формированию и функционированию систем вознаграждений работникам на предприятиях, которая бы мотивировала сотрудников и соответственно отвечала целям предприятия разных форм собственности.

Ключевые слова: оплата труда, система вознаграждений, социальные выплаты, социальная защита.

Постановка проблеми. Зміни які відбуваються у структурі оплати праці, а саме в позбавленні заробітної плати монопольного значення єдиного джерела доходів найманих працівників виражають результати трансформації відносин найманої праці в розвинутих країнах і виступають неодмінним елементом формування інноваційної моделі економічного розвитку. Без висококваліфікованого і добре вмотивованого персоналу неможлива інноваційна діяльність (як у масштабах окремого підприємства, так і на рівні національної економіки), а без комплексної, такої, що передбачає поєднання доходів від праці, власності й ризику оплати праці, – неможливе ресурсне забезпечення відтворення висококваліфікованого персоналу, що відповідає вимогам глобальної конкуренції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Вагомий внесок у

розвиток вітчизняної теорії оплати праці, зокрема дослідження проблем заробітної плати, винагороди за працю в умовах трансформаційного періоду, внесли такі українські вчені, як: Д. П. Богиня [1], Т. М. Кир'ян [3], А. М. Колот [4], Г. Т. Куліков [5], В. Д. Лагутін [6], І. Б. Швець і Є. В. Чумаченко [9] та багато інших.

Зусиллями згаданих учених розроблена потужна теоретична база дослідження заробітної плати, в тому числі соціальних виплат, але необхідно розробити нове підґрунтя для врахування закономірностей ускладнення структури оплати праці, розширення системи чинників економічного становищі найманих працівників, змін змісту праці й характеру мотивації в умовах становлення національної моделі економіки на початку ХХІ ст.

Формулювання цілей дослідження. Головна мета дослідження полягає у

розкритті зарубіжного досвіду використання соціальних виплат найманим працівникам та створення систем винагороди працівників на підприємствах України, яка б мотивувала співробітників і відповідно відповідала цілям підприємства.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Сучасне тлумачення поняття «оплата праці» передбачає, що, окрім заробітної плати, в основі розмірів якої гранична продуктивність праці, на доходи і рівень життя найманих працівників суттєво впливають доходи, що мають якісно відмінну від заробітної плати природу, розміри яких визначаються іншими закономірностями, ніж ті, що регулюють рух заробітної плати. Так, класичні чинники доходності підприємницької діяльності (інноваційність певної сфери бізнесу, здатність фірми створювати й утримувати конкурентні переваги, макроекономічна ситуація та місце країни у світовому поділі праці, ситуація на ринку позичкових засобів, доходність альтернативних фінансових інструментів тощо) стають безпосередніми чинниками доходів найманих працівників, при цьому формуючи не розбіжності, а тотожності в системі економічних інтересів найманих працівників і власників засобів виробництва.

Формування моделі економічного розвитку, що ґрунтується на високому рівні оплати праці, масштабному залученні ресурсів комерційної сфери для вирішення соціальних завдань і накопиченні людського капіталу суспільства, на соціальному партнерстві як основі соціально-трудових відносин й інноваційній активності – основа підтримання конкурентоспроможності.

У зарубіжній практиці у вирішенні проблем оплати праці все частіше займають місце соціальні фактори, що надходять відображення в тарифних угодах, законах, виробничих угодах та індивідуальних трудових угодах. Вони включають в себе статті витрат на транспорт, медичну допомогу, відпустку і вихідні дні, харчування

під час роботи, підвищення кваліфікації працівників фірми, страхування життя працівників і членів їх сімей тощо.

У більшості успішних компаній США по категоріях соціальних виплат фірми оплачують своїм працівникам до 90% вартості лікування у терапевтів і стоматологів, відшкодовують вартість навчання в коледжах, університетах, виплачують значну частину пенсій за віком, створюють пільги для покупки товарів. Соціальні виплати часто організуються по принципу «меню», що собою являє певна сума, що пропонується з боку компанії, в свою чергу кожен працівник цієї компанії може вибирати ті види виплати, які для нього є найбільш привабливими на даний момент.

Ці виплати зумовлені виконанням соціальних функцій підприємництва, не зарплатні складові оплати праці, які можна визначати за певними ознаками. Вони являють собою частину витрат чи обов'язкових платежів роботодавця, первинним джерелом їх є виручка підприємства, їх розміри визначаються залежно від параметрів відтворення здатності до праці чи трудового навантаження на працівника в процесі праці та мають визначене функціональне призначення – забезпечувати безперебійне, відповідне соціальним нормам і стандартам суспільства відтворення особистісного чинника виробництва, соціалізацію і збереження конкурентоспроможності найманих працівників на ринку праці.

Серед них можна виділяти ті, що включаються до складу джерел ресурсного забезпечення відтворення робочої сили за нормативно-правовими актами певної країни й ті, що є результатом локальної угоди між певним роботодавцем (чи групою роботодавців регіону чи галузі) і найманими працівниками відповідної сфери докладання праці.

Прикладами не зарплатних елементів оплати праці першої групи (необхідність яких передбачена нормативно-правовими

актами певної країни) можуть слугувати передбачені трудовим законодавством Фінляндії стягнення з роботодавця обов'язкової плати податковими органами та страховими компаніями. Страховим компаніям роботодавець виплачує:

- внески на пенсійне страхування в розмірі 17,2% від заробітної плати, якщо працівнику не більше 53 роки і 16,1%, якщо працівнику 53 років і більше;

- страхування від безробіття – 0,17%;

- страхування від нещасного випадку 0,35-7,7% в залежності від виду трудової діяльності;

- страхування життя 0,083%, мінімальна ставка – 8,10 євро [2].

Прикладами не зарплатних елементів оплати праці, запровадження яких стало результатом договірного регулювання в багатьох країнах світу можуть бути різні додаткові виплати. В Бельгії, Франції, Німеччині, Греції, Італії, Люксембурзі, якщо обговорено контрактом в Данії, Нідерландах і Швеції існують сімейні надбавки, святкові або Різдвяні виплати. У деяких країнах виплачують щорічний приріст до зарплати. В Бельгії, Ірландії, Нідерландах, Люксембурзі, Іспанії такий приріст виплачується відповідно з підвищенням. Таке можливо і в Данії, Італії, Швеції якщо це обговорено в контракті.

У Бельгії такі прирости з 1997 року напряду пов'язані з особистою оцінкою працівника. Прирости в зарплаті в Австрії частково залежать від вислуги років, професійного досвіду, можливостей працівника і спеціальних умов роботи.

У Франції державні службовці отримують щорічний приріст до зарплати, сума визначається різними становищами різних міністерств і агентств.

В Італії, основний оклад складає всього 40% від загальної суми зарплати. Додаткові допомоги різняться відповідно до географічного розміщення державного службовця, сімейним статусом, індивідуальним досвідом, продуктивністю роботи

тощо. Розмір допомоги досягає 50% від загальної зарплати. Решта 10% ідуть на виплати у зв'язку з особливими умовами праці або особливою спеціальністю. В Іспанії система допомог подібна.

Велику увагу в останні роки європейські країни приділяють програмам допомоги працівникам які мають пристрасть до алкоголю, наркотикам, курінню, носіями вірусу СНІДу, а також з сімейними проблемами, психічними відхиленнями, проблемам спілкування на роботі, стресами, фізичною неповноцінністю.

На реалізацію соціальних програм в рамках ринку праці в багатьох західних країнах щорічно виділяються великі кошти. Провідне місце по цьому показнику займає Швеція, в якій за рахунок держави і приватного капіталу фінансуються дошкільне, шкільне, середнє спеціальне, вища і наукова освіта (80-90%). Довічна підготовка і перепідготовка кадрів на 90%, допомоги по безробіттю і різні види соціальної допомоги – 75-80%. Пенсійне забезпечення – 90-100%, витрати на відновлення, зміцнення здоров'я і культурний розвиток – 70-80%.

Політика активного соціального захисту населення на ринку праці, яка включає перепідготовку безробітних, мігрантів, молоді, домогосподарок, оплату робочих місць інвалідів, заохочення малого і сімейного підприємництва, дозволяє Швеції утримувати самий високий рівень зайнятості населення. Так для вікової групи 60-65 років він у чоловіків перевищує 60%, у жінок – 50% [2].

Соціальні виплати та пільги в закордонній практиці управління грають велику роль. Прикладом також можна назвати оплачену за невідпрацьований робочий час щорічну відпустку, святкові дні, час хвороби, деякі види відпусток по особистим питанням, також оплачується страхівка за рахунок компанії, пенсії за віком, інвалідності, у випадку втрати годувальника, оплата компанією різних послуг

персоналу, харчування в кафе та інше.

В останні роки в розвинутих країнах Заходу, особливо в США, Франції усе більшого поширення набуває практика своєрідного поєднання індивідуальної і колективної зацікавленості в успіху підприємства. Сучасний період економічного розвитку, для якого характерні нововведення в техніці, технології, підвищення рівня механізації й автоматизації виробництва, широке поширення апаратних процесів, що викликає необхідність розвитку нових форм організації праці, передбачає більш високу колективність праці, тому, що ефективність виробництва залежить від колективних зусиль усіх учасників трудового процесу.

Нова система оплати праці, розроблена американськими спеціалістами, одержала назву «оплата за кваліфікацію», яка полягає в тому, що розмір оплати залежить не тільки від складності виконуваної роботи, тобто виконавець у результаті освоєння нової спеціальності одержує надбавку до заробітної плати у випадку, якщо отримані ним знання будуть використані в роботі. Рішення про видачу надбавки приймається членами бригади або керівництвом середньої чи нижньої ланки. Обов'язковим елементом нової системи оплати праці є поняття «одиниця кваліфікації», під яким розуміють суму знань, умінь, навичок, необхідних для виконання нової роботи. Кожна фірма розробляє свою методику визначення розмірів надбавки до заробітної плати за освоєння нової спеціальності.

В Японії раніше цінність працівника визначалася його досвідом (віком), то тепер основний об'єкт уваги японських менеджерів – молодь, яка спроможна швидко адаптуватися до нової техніки, засвоїти необхідні теоретичні знання і практичні навички, все більші за обсягом і все складніші. Тобто основними чинниками, що викликають необхідність змін в організації оплати праці японські спеціалісти

вважають: кардинальні зміни в техніці і технології, зміни в структурі робочої сили в результаті її старіння.

У Франції підвищується інтерес до змінної частини оплати праці робітників а саме до різноманітних премій і надбавок, бонусів, договорів про зацікавленість, так званих відкладених виплат. Відкладені виплати, як форма матеріального стимулювання ставлять за ціль ув'язати в одне ціле колектив підприємства з особистими цілями робітників шляхом поширення серед них акцій своєї фірми.

До числа премій і надбавок, що впливають на рівень оплати праці у Франції є:

- нерегулярні премії, виплата яких не має систематичного характеру. Це премії, що виплачуються за результатами річної роботи, за півріччя або квартал, новорічні премії, доплати до відпустки;

- натуральні виплати, у тому числі оплата житла, продаж за зниженими цінами продукції підприємства, оплата харчування, вугілля, газу, електроенергії, одягу;

- договірна сімейна допомога або сімейні надбавки;

- внески підприємців на додаткову пенсію;

- участь підприємців у взаємному страхуванні (касах взаємодопомоги) на підприємстві або галузі;

- соціальні виплати, тобто витрати підприємців на соціальні потреби;

- транспортні надбавки;

- виплати по договорах про участь у прибутку;

- витрати підприємців на безперервну професійну підготовку.

У Великобританії традиційно склалася не регламентована форма участі у прибутках, хоча в інших країнах ця форма регламентується державним регулюванням. Англійська система участі прибутку характеризується своєю простотою, що полегшує доступ до них працівників усіх рівнів. Тут для робочих накопичують та формують спеціальні фонди працівників

(трести), якими керує змішана рада, яка складається з найманих працівників і представників адміністрації.

Робочі фонди англійських підприємств користуються податковими пільгами, до того ж існують пільгові умови надання акцій.

Ще цікавим прикладом у Великобританії стосовно стимулювання праці є система додаткових пільг і виплат натурою. Пільги і додаткові виплати, що надаються у Великобританії людині або членам їх сімей його роботодавцем, розглядаються податковими органами, які підлягають оподаткуванню, це додаткові виплати для директорів та інших службовців з доходом більше 85000 ф. ст. в рік, використання службових машин, безвідсоткові або низько процентні субсидії.

У Німеччині суттєву роль в соціальній політиці відіграє система соціальних виплат. Вона є традиційною формою соціального забезпечення працівників. До неї входять виплати та послуги, які надаються роботодавцем працівникам додатково до заробітної плати, плата за харчування на виробництві, грошові премії до Різдва, доплати до відпустки, виробничі пенсії та інше.

Добровільність соціальних виплат надає повну свободу дій зі збоку роботодавця. Закон 1987 року встановлює тільки мінімальні норми, виконання якого є для роботодавця обов'язковим.

Також на німецьких підприємствах реалізується програма заохочення співробітників за участь в успіхах підприємства. Крім ступені складності і інтенсивності праці, кваліфікації працівників при визначенні розміру оплати враховується поведінка працівника на підприємстві і відповідно такі фактори, як відповідальне відношення до праці, солідарність, взаємовиручка, відстоювання інтересів підприємства.

До соціально-орієнтованих видів оплати праці німецькі вчені Й. Хентце і

Й. Метцнер у своїй книзі «Теорія управління кадрами в ринковій економіці» відносять:

- право на оплачувану відпустку;
- гарантії мінімальної оплати відрядної роботи, в тому числі недостатнього виробітку;
- визначення ставок і розцінок в залежності від віку, відповідного стажу роботи на даному підприємстві;
- ув'язка оплати праці з сімейним становищем (сімейні допомоги);
- виплата заробітної плати у випадку хвороби;
- оплачувана навчальна відпустка;
- надбавки за позаурочну, нічну роботу і т. д.;
- доступ до розподілу прибутку;
- соціальні послуги;
- виплати до Різдва [8, с. 405].

У свій час вони стверджували, що включені в оплату праці перераховані соціальні компоненти ведуть до перетворення заробітної плати у соціальні виплати, зведення до мінімуму принципу «рівна плата за рівну працю».

Крім ступені складності і інтенсивності праці, кваліфікації працівників при визначенні розміру оплати як і в закордонній так і у вітчизняній практиці необхідно враховувати поведінку працівників на підприємстві і відповідно: відповідальне відношення до праці, солідарність, взаємовиручку, відстоювання інтересів підприємства.

Україна перебуває в складній економічній ситуації, що потребує оптимізації систем оплати праці та встановлення відповідної винагороди і реального внеску працівника у роботу підприємства. Тому, вивчення існуючого зарубіжного досвіду до побудови систем винагороди працівникам на підприємствах України є доцільним.

Як зазначають Е.С. Геєр та Ю.В. Штик: «Застосування різних систем винагород працівникам буде сприяти формуванню зацікавленості персоналу в

підвищенні свого кваліфікаційного та професійного рівня, розвитку фірм» [7].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, дослідивши зарубіжний досвід використання соціальних виплат найманим працівникам у країнах з високою соціально-економічною ефективністю дозволяє зробити висновки про те, що ця система працює тривалий час і має позитивні результати.

Трудові допомоги є гарним прикладом заходів, які спрямовані на вирішення проблеми низькооплачуваної зайнятості. Вони призначені для того, щоб створити

працівникам фінансові стимули для влаштування на низькооплачувану роботу шляхом надання їм додаткового доходу при одночасному скороченні масштабів бідності.

Що стосується України, то в нас не існує єдиного підходу до побудови систем винагород працівникам. Тому, необхідно створити інтегрований підхід до формування та функціонування систем винагород працівникам на підприємствах нашої країни, яка б мотивувала співробітників і відповідно відповідала цілям підприємства різних форм власності.

Список використаної літератури

1. Богиня, Д. Актуальні проблеми регулювання доходів і організації оплати праці на етапі трансформації економіки України / Д. Богиня // Україна: аспекти праці. – 2000. – № 6. – С. 3-11.
2. Жулина, Е. Г. Европейские системы оплаты труда / Е. Г. Жулина, Н. А. Иванова. – М. : ООО «Журнал «Управление персоналом» : ООО «Ай Пи Эр Медиа», 2007. – 215 с.
3. Кір'ян, Т. Людський капітал в історії економічної думки / Т. Кір'ян // Економіка України. – 2008. – № 9. – С. 64-73.
4. Колот, А. М. Соціальна згуртованість як доктрина забезпечення стійкості розвитку суспільства в умовах глобальних викликів / А. М. Колот // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 7. – С. 11-19.
5. Куліков, Г. Т. Вплив трансформації заробітної плати на збереження і розвиток трудового потенціалу в нинішній кризовий період [Електронний ресурс] / Г. Т. Куліков. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_14_1/Kulikov/pdf.
6. Лагутін, В. Д. Про теоретико-методологічні засади дослідження оплати праці / В. Д. Лагутін // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 3. – С. 16-20.
7. Гейер, Е. С. Системи винагород працівникам: зарубіжний досвід / Е. С. Гейер, Ю. В. Штик // Бізнес Інформ. – 2015. – № 4'2015. – С. 52–57.
8. Хентце, Й. Теория управления кадрами в рыночной экономике / Й. Хентце, Й. Метцнер ; Пер. с нем. Г.А. Рахманина. – М. : Международные отношения, 1997. – 664 с.
9. Швец, И. Б. Экономические основы формирования средств на оплату, стимулирование труда и социальную компенсацию / И. Б. Швец, Е. В. Чумаченко. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 2001. – 240 с.

Бібліографічний опис для цитування:

Поворознюк, І. М. Зарубіжний досвід використання соціальних виплат найманим працівникам / І. М. Поворознюк // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 42–47.

УДК 658.787

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ТА НАПРЯМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Демченко Т. А., Чвертко Л. А.

Анотація. У статті розкрито значення бухгалтерського обліку виробничих запасів для підприємств, досліджено передумови та принципи його правильної організації. Проаналізовано існуючий порядок ведення обліку виробничих запасів на підприємстві, окреслено проблеми, що виникають при цьому, запропоновано шляхи їх вирішення. Визначено напрями підвищення ефективності використання та руху виробничих запасів підприємств, організації дієвого документообігу щодо їх обліку і внутрішнього контролю.

Ключові слова: виробничі запаси, бухгалтерський облік, аналітичний облік, управління запасами, облік виробничих запасів, контроль запасів.

Аннотация. В статье раскрыто значение бухгалтерского учета производственных запасов для предприятий, исследованы предпосылки и принципы его правильной организации. Проанализирован существующий порядок ведения учета производственных запасов на предприятии, обозначены проблемы, возникающие при этом, предложены пути их решения. Определены направления повышения эффективности использования и движения производственных запасов предприятий, организации действенного документооборота по их учету и внутреннему контролю.

Ключевые слова: производственные запасы, бухгалтерский учет, аналитический учет, управление запасами, учет производственных запасов, контроль запасов.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання виробничі запаси забезпечують постійність, безперервність та ритмічність діяльності кожного підприємства, гарантуючи його економічну безпеку. Виробничим запасам належить домінуюча роль у складі матеріальних витрат підприємств. Ефективне управління запасами дає змогу знизити витрати на їх зберігання, вивільнити із поточного господарського обороту частину фінансових ресурсів. Оскільки до властивостей виробничих запасів відноситься те, що в процесі виробничого циклу вони повністю використовуються і здійснюють повне перенесення своєї вартості на собівартість виробленої продукції, необхідність у обліково-аналітичному управлінні надходженням та рухом виробничих запасів є суттєвим важелем у забезпеченні стабільного процесу виробництва, зменшенні собівартості і збільшенні обсягів виробленої сільськогосподарської продукції.

Одним із найдієвіших інструментів виявлення резервів підвищення ефективності використання запасів та управління ними є чітка організація бухгалтерського обліку виробничих запасів.

Контроль за використанням виробничих запасів у сучасних умовах дозволяє мінімізувати ризик банкрутства підприємства та підвищити ефективність обліку, контролю, аналізу та політики управління виробничими запасами з метою стабілізації, збереження та підвищення ефективності роботи підприємства.

Для того, щоб стабільно здійснювати процес виробництва на підприємстві, постійно мають бути оборотні засоби в матеріальній формі. Зокрема, підприємство повинне мати в необхідних розмірах запаси сировини і матеріалів, нафтопродуктів та інших цінностей. При їх використанні збільшуються витрати на виробництво, результатом якого є створення готової продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Питаннями суті та раціонального використання виробничих запасів, механізму їх обліку та контролю займалися і займаються багато вітчизняних і зарубіжних вчених. Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних аспектів організації обліку та аудиту виробничих запасів мають праці таких вітчизняних вчених як Г. Єрмоленко, Б. Шумляев [1], В. Кононенко, Ж. Цупаленко [3], А. Криклива [4], А. Литвиненко [5], А. Малахова, О. Мартиненко [6], О. Одношевна [7], Л. Очеретько, А. Федоряк [8], О. Рибалко [10], Н. Сиротенко [11], В. Янчук, О. Кипоренко [12] та інших.

Формулювання цілей дослідження. Головною метою дослідження є аналіз основних проблем в організації і веденні обліку виробничих запасів та обґрунтування пропозицій щодо удосконалення системи управління ними на підприємстві.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Для формування ринкової економіки в Україні необхідне виробництво конкурентоспроможної продукції та її реалізація на внутрішньому та зарубіжних ринках. Одночасно основною передумовою здійснення господарської діяльності більшості підприємств є достатній обсяг та раціональне використання виробничих запасів. Вирішення проблеми ефективного розвитку та зростання виробничого потенціалу господарських підприємств потребує створення системи управління виробництвом, в основу якої має бути покладено формування інформації про виробничі запаси підприємства. Розробка та впровадження основних напрямів підвищення ефективності господарської діяльності підприємств передбачає вдосконалення обліку і контролю виробничих запасів, які забезпечують менеджерів і керівників належною інформацією для прийняття управлінських рішень.

Від правильності ведення обліку запасів залежить достовірність даних про

отриманий підприємством прибуток та збереження самих запасів. За сучасних економічних умов при переході діяльності економічних суб'єктів на ринкові відносини, правильна організація бухгалтерського обліку виробничих запасів є необхідною умовою для діяльності підприємства [2]. Для оцінки рівнів виробничих запасів та визначення, який запас доцільно поповнювати і яким може бути обсяг замовлення, важливу роль виконує система управління запасами.

Малахова А. В. та Мартиненко О. В. [6] стверджують, що система управління запасами характеризується великою кількістю факторів, які впливають на її ефективність. Загальні вимоги, що висуваються до такої системи, залежать від цілей, які:

- орієнтовані на підприємство: швидкість отримання матеріалів, товарів та інформації;

- орієнтовані на ринок: відповідність управління ринковій стратегії; здатність до адаптації;

- пов'язані із системною інтеграцією: розподіл завдань управління за видами продукції; цілісна система персональної відповідальності за виконання замовлення;

- орієнтовані на виробничий потік: систематичність контролю процесі управління у виробництві; узгодження окремих процесів управління.

Найважливішою умовою успішного функціонування та процвітання будь-якого підприємства є ефективне використання виробничих запасів. На думку Сиротенко Н. А. [11], сьогодні важлива роль приділяється різним аспектам оптимального споживання ресурсів. Вирішення цієї проблеми вимагає від системи управління нових підходів щодо організації внутрішніх потоків інформації про рух запасів, які формуються функціями обліку та контролю задля задоволення різноманітних потреб користувачів. За таких обставин, необхідна більш оперативна,

гнучка, пристосована до ринкових умов, надійна обліково-контрольна система, яка б стала фундаментом оновленого управління матеріальним забезпеченням. Від зазначеного залежатиме підвищення економічної ефективності виробництва і розвиток обліково-контрольної системи в цілому.

Досягнення ефективного використання запасів можливе при правильній організації їх обліку та внутрішньому контролю над їх використанням та рухом.

Єрмоленко Г. С. та Шумляєв Б. О. [1] вважають, що необхідними передумовами правильної організації обліку запасів на підприємствах є:

- раціональна організація складського господарства;
- розробка номенклатури запасів;
- наявність інструкції з обліку виробничих запасів;
- правильне групування (класифікація) запасів;
- розробка норм витрачання запасів.

Основні проблеми при організації та веденні обліку запасів Очеретько Л. М. [8] виділяє наступні:

- відсутність необхідних реквізитів в первинних документах з обліку запасів, що ставить під сумнів правдивість та достовірність інформації, що в них відображена;
- порушення строків проведення інвентаризації, що ставить під сумнів факт наявності запасів на підприємстві;
- порушення норм списання запасів, що тягне за собою завищення витрат підприємства;
- порушення порядку відшкодування витрат та випадків крадіжок матеріально-відповідальними особами, що призводить до відображення неправильної суми витрат.

Актуальною на сьогодні є проблема поновлення програмного забезпечення обліку, оскільки облік виробничих запасів неможливий без застосування комп'ютерних технологій.

Контроль запасів необхідно здійснювати у відповідності з такими принципами:

- завозити матеріали необхідно лише ті, що використовуються у виробництві;
- розмір запасу кожного виду сировини та матеріалів встановлювати з урахуванням середнього виробничого запасу, який містить поточну потребу, підготовчий та гарантійний запаси;
- зберігання запасів організувати за сучасними ресурсозберігаючими технологіями;
- запаси повинні підлягати повному обліку, маркуванню та етикетуванню;
- встановити єдиний принцип відпуску сировини та матеріалів у виробництво за методом середніх цін [10].

На думку Янчук В. І., Кипоренко О. В. [12], вирішення обліку запасів можливе при використанні нетрадиційних для вітчизняної облікової практики підходів щодо ефективного їх використання та оптимізації результатів діяльності підприємства через застосування принципів і методів бухгалтерського обліку.

Отже, бухгалтери підприємств повинні самостійно вирішувати, як організувати аналітичний облік виробничих запасів та їх оцінку залежно від конкретних умов діяльності підприємства і ведення бухгалтерського обліку.

Виробничі запаси є дуже важливим елементом діяльності будь-якого підприємства. Їх розглядають як частину матеріальних ресурсів, які не задіяні у виробничому процесі, але їх наявність на підприємстві у передбачених розмірах є об'єктивною умовою його діяльності. Раціональне використання виробничих запасів має велике економічне значення. Забезпеченість виробничими запасами є необхідною умовою здійснення господарської діяльності підприємства, а ефективне використання виробничих запасів є передумовою прибуткового його функціонування.

Динаміка вартості виробничих запасів в ПП «Папужинці» наведена в табл. 1. Як

видно з представлених даних в табл. 1, протягом досліджуваного періоду найбільшого росту зазнала вартість палива на 328,0 тис. грн.

Позитивною тенденцією є зменшення вартості запасних частин на 71,0 тис. грн. та матеріалів сільськогосподарського призначення на 13,0 тис. грн.

За період, що досліджувався, вартість виробничих запасів на кінець року має тенденцію до збільшення. Так, на кінець 2015 р. у ПП «Папужинці» було виробничих запасів на суму 2330 тис. грн., а починаючи із 2011 р. їх вартість помітно

зменшувалася до 2014 р. У 2011 р. у ПП «Папужинці» зберігалось виробничих запасів на суму 1851,0 тис. грн., а у 2015 р. – 2330,0 тис. грн.

Далі спостерігався спад до 968,0 тис. грн. і у 2014 р. вартість залишку виробничих запасів була мінімальною – на загальну суму 1,0 млн. грн., тобто ми спостерігаємо зменшення у 2014 р. відносно попереднього року на 31,0%.

Динаміка зміни середньорічної вартості виробничих запасів у ПП «Папужинці» проілюстрована на рис. 1.

Таблиця 1

Динаміка вартості виробничих запасів в ПП «Папужинці» (станом на кінець року), тис. грн.

| Вид виробничих запасів | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Зміна 2015 р. до 2011 р., (+; -) |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------------------|
| Сировина і матеріали | 41 | 32 | 50 | 34 | 286 | +245,0 |
| Паливо | 114 | 80 | 62 | 47 | 442 | +328,0 |
| Будівельні матеріали | 20 | 11 | 13 | 10 | 10 | -10,0 |
| Запасні частини | 114 | 153 | 94 | 45 | 43 | -71,0 |
| Матеріали сільськогосподарського призначення | 1562 | 1404 | 1184 | 832 | 1549 | -13,0 |
| Разом | 1851 | 1680 | 1403 | 968 | 2330 | +479,0 |
| Річний приріст, % | +10,2 | -9,2 | -16,5 | -31,0 | +140,7 | +130,5 |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними річних фінансових звітів.

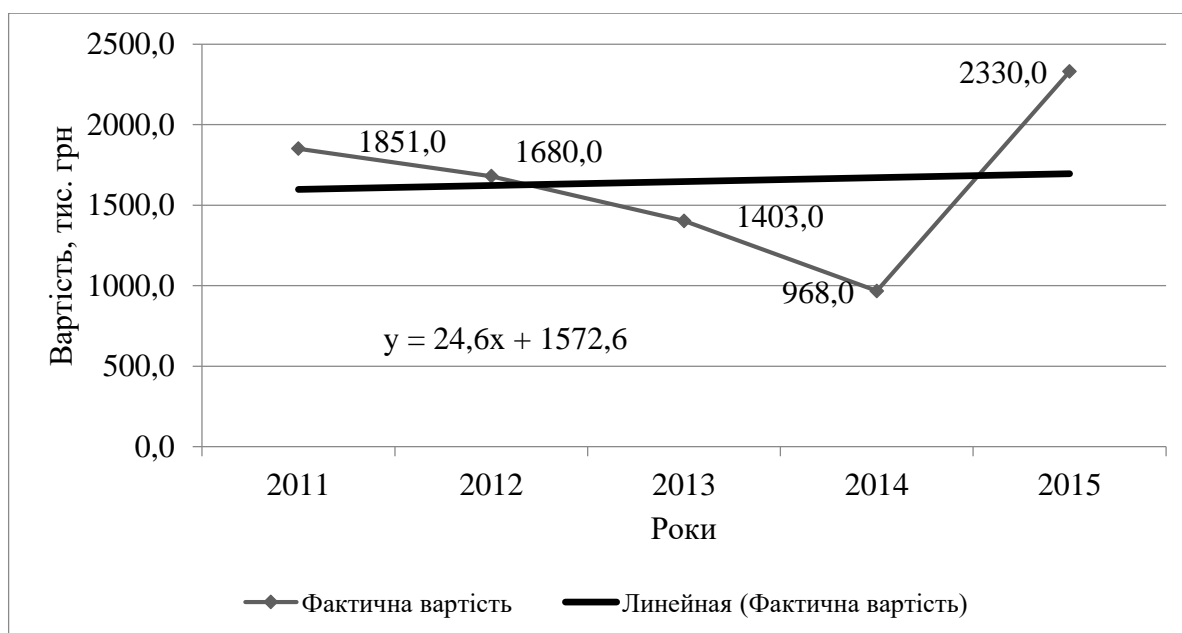


Рис. 1. Динаміка середньорічної вартості виробничих запасів у ПП «Папужинці»

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними річних фінансових звітів.

На рис. 1 тенденцію зміни вартості виробничих запасів у ПП «Папужинці» протягом 2011-2015 рр. характеризує рівняння прямої, що має вигляд:

$$y = 24,6x + 1572,6.$$

Отже, щорічне збільшення залишку виробничих запасів у ПП «Папужинці» становило 24,6 тис. грн.

Динаміку структури залишків виробничих запасів в ПП «Папужинці» показують дані табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка структури виробничих запасів в ПП «Папужинці» (станом на кінець року), %

| Вид виробничих запасів | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Зміна 2015 р. до 2011 р., (+; -), в. п. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---|
| Сировина і матеріали | 2,2 | 1,9 | 3,6 | 3,5 | 12,3 | +10,1 |
| Паливо | 6,2 | 4,8 | 4,4 | 4,9 | 19,0 | +12,8 |
| Будівельні матеріали | 1,1 | 0,7 | 0,9 | 1,0 | 0,4 | -0,7 |
| Запасні частини | 6,2 | 9,1 | 6,7 | 4,6 | 1,8 | -4,4 |
| Матеріали сільськогосподарського призначення | 84,4 | 83,6 | 84,4 | 86,0 | 66,5 | -17,9 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | x |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними річних фінансових звітів.

Дані табл. 2 свідчать про значні зміни, які відбулись у структурі вартості залишків виробничих запасів у ПП «Папужинці» за останні 5 років. Значна частка виробничих запасів припадає на матеріали сільськогосподарського призначення, так у 2011 р. їх частка становила 84,4%. Проте до 2015 р. питома вага залишків за цим видом запасів у товаристві зменшилась на 17,9 в. п.

У 2015 р. спостерігається збільшення частки палива у структурі виробничих запасів ПП «Папужинці» на 12,8 в. п.

Забезпеченість виробничими запасами є необхідною умовою здійснення господарської діяльності. Розглянемо забезпеченість ПП «Папужинці» виробничими запасами за даними табл. 3.

Таблиця 3

Забезпеченість ПП «Папужинці» виробничими запасами

| Показник | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Зміна 2015 р. до 2011 р., (+; -) |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------------------|
| Середньорічна вартість виробничих запасів, тис. грн. | 1851,0 | 1680,0 | 1403,0 | 968,0 | 2330,0 | +479,0 |
| Площа с.-г. угідь, га | 1312,0 | 1280,0 | 1080,0 | 1021,0 | 1028,0 | -284,0 |
| Вартість виробничих запасів на 100 га с.-г. угідь, тис. грн. | 141,1 | 131,3 | 129,9 | 94,8 | 226,7 | +85,6 |
| Річний приріст, % | +10,2 | -6,9 | -1,1 | -27,0 | +139,1 | +128,8 |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними річних фінансових звітів.

Показники, що характеризують оборотність виробничих запасів у ПП «Папужинці» представлено у табл. 4. Результати розрахунків свідчать про підвищення оборотності запасів у ПП «Папужинці» впродовж досліджуваного періоду: спостерігається зменшення тривалості

обороту виробничих запасів на 31 день (із 114 до 83 днів) та відповідно підвищення коефіцієнта їх оборотності з 3,19 до 4,37 у 2015 р., що є позитивною тенденцією. Такі суттєві зміни показників оборотності зумовлені переважно збільшенням середньорічних залишків виробничих запасів.

Таблиця 4

Показники оборотності виробничих запасів у ПП «Папужинці»

| Показник | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Зміна 2015 р. до 2011 р., (+; -) |
|---|---------|---------|---------|---------|----------|----------------------------------|
| Середньорічний залишок виробничих запасів, тис. грн. | 1851,00 | 1680,00 | 1403,00 | 968,00 | 2330,00 | +479,00 |
| Виручка від реалізації продукції, тис. грн. | 5909,70 | 6907,00 | 7368,00 | 7989,00 | 10190,00 | +4280,30 |
| Коефіцієнт оборотності | 3,193 | 4,111 | 5,252 | 8,253 | 4,373 | +1,18 |
| Тривалість обороту, днів | 114 | 89 | 70 | 44 | 83 | -31 |
| Коефіцієнт закріплення | 0,31 | 0,24 | 0,19 | 0,12 | 0,23 | -0,08 |
| Вивільнення (-), додаткова потреба (+) запасів внаслідок зміни оборотності, тис. грн. | x | 483,37 | 389,13 | 553,25 | -1095,31 | -1578,68 |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними річних фінансових звітів.

Внаслідок незначної оборотності у 2012 р. додаткова потреба у виробничих запасах становила 483,37 тис. грн., а у 2014 р. – 553,25 тис. грн. У 2015 р. економія від прискорення оборотності запасів становила 1095,31 тис. грн. порівняно із попереднім роком.

З огляду на велике господарське значення прискорення оборотності виробничих запасів, підприємство при плануванні потреби в них на наступний рік повинне передбачити прискорення їхньої оборотності.

Отже, головною передумовою успішного здійснення виробничого процесу як основної ланки діяльності підприємств є наявність та раціональне використання виробничих запасів.

Методичними рекомендаціями з обліку запасів, затвердженими наказом Мінфіну № 2 від 10.01.2007 р. передбачено оцінювати запаси за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації.

Вимог цих рекомендацій в ПП «Папужинці» не дотримуються, тому в ПП «Папужинці» на дату балансу для контролю за збереженістю запасів необхідно здійснювати їх огляд для виявлення фактів псування,

зниження ціни, закінчення терміну зберігання. У випадку зазначення втрати економічної вигоди запасів здійснюється перегляд їх первісної вартості, яка коригується до рівня чистої вартості реалізації (уцінка). Для оформлення даної операції не передбачено первинного документу.

Тому пропонується уцінку виробничих запасів в ПП «Папужинці» оформляти Актом уцінки первісної вартості запасів до чистої вартості реалізації. В акті комісією підприємства за участю матеріально відповідальної особи буде фіксуватися перелік матеріальних цінностей, які втратили свої корисні якості та встановлюється чиста вартість реалізації. Чистою вартістю реалізації запасів є очікувана ціна реалізації запасів в умовах звичайної діяльності за вирахуванням очікуваних витрат на завершення їх виробництва та реалізацію (збут). На підставі даних акту уцінки розраховуються суми зменшення вартості запасів для відображення їх в обліку.

При цьому сума уцінки первісної вартості запасів до чистої вартості реалізації на дату балансу включається до складу інших операційних витрат:

Дебетом субрахунку 946 «Втрати від знецінення запасів».

У разі збільшення чистої вартості реалізації визнається інший операційний дохід:

Дебет рахунку 20 «Виробничі запаси»;

Кредит рахунку 719 «Інші доходи від операційної діяльності».

Таким чином, поліпшенню ефективності облікового процесу щодо виробничих запасів у ПП «Папужинці» сприятиме впровадження первинної документації, широке впровадження типових уніфікованих форм, підвищення рівня автоматизації обліково-обчислювальних робіт, забезпечення суворого порядку приймання, зберігання й витрачання виробничих запасів.

В першу чергу, важливим напрямом удосконалення організації оперативного й складського обліку запасів є раціоналізація форм документів, документообігу й всієї системи оформлення, реєстрації й обробки документів.

Розмаїтість форм облікових документів істотно ускладнює роботу з обліку виробничих запасів як на складах, у виробничих підрозділах, так і в бухгалтерії ПП «Папужинці».

Аналіз існуючого порядку ведення обліку виробничих запасів у ПП «Папужинці» на підприємстві показав, що необхідно вдосконалювати систему обліку, усувати дублювання інформації в різних документах, уніфікувати форми документів, регламентувати обсяг і строки їхньої передачі на обробку.

Представляється доцільною розробка єдиної форми документа на списання виробничих запасів, призначеної для машинної обробки. У цей документ пропонується включити реквізити, необхідні для внесення даних до програми «1С: Бухгалтерія 8.2». Так, в ПП «Папужинці» для документального оформлення списання виробничих запасів на витрати виробництва використовується ряд первинних документів.

На підприємстві використовують Акти витрачання насіння і садивного

матеріалу (ф. № 119), Акти про використання мінеральних, органічних і бактеріальних добрив, пестицидів і гербіцидів (форма № 118), Акти на списання виробничого і господарського інвентаря, малоцінних і швидкозношуваних предметів (ф. № 126). Дані цих документів переносять у програму «1С: Бухгалтерія 8.2». Проте, оскільки в цих документах є багато спільного, так як в них відображаються дані про однорідні і взаємопов'язані операції, то їх можна об'єднати в один документ уніфікованої форми – Акт використання товарно-матеріальних цінностей.

Уніфікація дає можливість зменшити кількість найменувань первинних документів по обліку використання товарно-матеріальних цінностей, дасть можливість значно зменшити їх кількість у ПП «Папужинці». Також доцільно реквізити пропонуваного нами документу – Акту використання товарно-матеріальних цінностей – максимально наблизити до електронної форми документа "Списання ТМЦ" у програмі «1С: Бухгалтерія 8.2», яка застосовується у ПП «Папужинці». Це дозволить менше витрачати часу на введення даних до програми «1С: Бухгалтерія 8.2».

Крім того, пропонуємо до даного документу ввести додатковий реквізит «Дата внесення до програми «1С: Бухгалтерія 8»». Використання такого реквізиту сприятиме скороченню затрат часу на бухгалтерську обробку документа працівниками бухгалтерського апарату ПП «Папужинці».

З метою посилення контролю за ефективністю використання виробничих запасів пропонується у форми стандартних внутрішніх звітів в «1С: Бухгалтерія 8.2», щодо виробничих запасів ввести реквізит: "Термін зберігання", що дозволить виявляти виробничі запаси, які тривалий час не використовуються у господарському обороті підприємства, та зменшити їх закупівлю, що сприятиме оптимізації структури запасів на підприємстві та знижуватиме витрати на їх зберігання.

Таким чином, застосування даних пропозицій по усуненню порушень діючих нормативно-правових актів та удосконаленню первинного обліку сприятиме чіткій організації бухгалтерського обліку виробничих запасів на підприємстві.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи здійснений аналіз проблем обліку виробничих запасів та шляхів його удосконалення на підприємстві, зробимо наступні висновки:

1. Для того, щоб стабільно здійснювати процес виробництва на підприємстві, мають бути постійно оборотні засоби в матеріальній формі. Так, підприємство повинне мати в необхідних розмірах запаси сировини і матеріалів, насіння, кормів, нафтопродуктів та інших цінностей. При їх використанні збільшуються витрати на виробництво, результатом якого є створення готової продукції.

2. Поліпшенню ефективності облікового процесу щодо виробничих запасів на підприємстві сприятиме впорядкування первинної документації, широке впровадження типових уніфікованих форм, підвищення рівня автоматизації обліково-обчислювальних робіт, забезпечення суворого порядку приймання, зберігання й витрачання виробничих запасів. Представляється доцільною розробка єдиної форми документа на списання виробничих запасів, призначеної для комп'ютерної обробки.

3. Основними напрямками вдосконалення підвищення ефективності використання виробничих запасів на підприємстві є:

- підвищення оперативності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємств, яке забезпечується запровадженням інформаційних технологій обробки економічної інформації;

- удосконалення системи автоматизації обліково-аналітичних робіт в управлінні виробничими запасами та обґрунтування раціональних методів проведення інвентаризації виробничих запасів, оскільки успішне функціонування підприємств залежить, перш за все, не тільки від вдосконалення внутрішньогосподарської діяльності взагалі, а і від того, наскільки розвинута система автоматизації їхньої діяльності;

- узгодження механізмів бухгалтерського і податкового обліку виробничих запасів;

- обґрунтування системи обліку матеріальних витрат на освоєння нової техніки і технології виробництва;

- чітка організація обліково-контрольних процедур руху запасів підприємств (застосування заходів контролю та оперативного регулювання процесів утворення запасів).

Список використаної літератури

1. Єрмоленко, Г. С. Організація обліку виробничих запасів, недоліки обліку та шляхи його удосконалення / Г. С. Єрмоленко, Б. О. Шумляев / Зб. наук. пр. Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту. – 2012. – № 3. – С. 29–34.
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку 30.11.99 р. № 291 (зі змінами, внесеними згідно з наказами Міністерства фінансів України №717 від 20.10.2005 р.) // Все про бухгалтерський облік. – 2012. – № 12. – С. 59–120.
3. Кононенко, В. А. Облік виробничих запасів: сучасний стан та напрями вдосконалення / В. А. Кононенко, Ж. П. Цупаленко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2016. – Випуск 16, Ч. 1 – С. 147–151.
4. Криклива, А. Проблеми управління виробничими запасами на сільськогосподарських підприємствах / А. Криклива // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки : [міжнародний збірник наукових праць] / відпов. ред. І. Б. Садовська. – Випуск 1 (5). – Частина 2. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2015. – С. 180–188.

5. Литвиненко, А. Сучасні проблеми обліку виробничих запасів на підприємстві / А. Литвиненко // Фінансово-кредитна система України в умовах інтеграційних і глобалізаційних процесів : матеріали XV Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та аспірантів (24–25 березня 2016 р.). – Черкаси : ЧННІДВНЗ «Університет банківської справи». – 2016. – С. 105–107.
6. Малахова, А. В. Проблеми обліку запасів і оптимізація обліково-аналітичних процедур в управлінні підприємствами [Електронний ресурс] / А. В. Малахова, О. В. Мартиненко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 10. – С. 920–923. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/191.pdf>.
7. Одношевна, О. О. Практичні аспекти та шляхи вдосконалення обліку виробничих запасів / О.О. Одношевна // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Випуск 6, Ч. 2 – С. 146–148.
8. Очеретько, Л. М. Удосконалення програми проведення внутрішнього аудиту виробничих запасів на підприємстві / Л. М. Очеретько, А. В. Федоряк // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 2. – С. 233–239.
9. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 10.01.2007 р. № 2. – Режим доступу : <http://law.dt-kt.com/nakaz-ministerstva-finansiv-ukrayiny-13>.
10. Рибалко, О. М. Вдосконалення обліку виробничих запасів / О. М. Рибалко // Держава і регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2008. – № 3. – С. 210–215.
11. Сиротенко, Н. А. Запаси – об'єкт обліку та контролю: сучасний стан та напрями вдосконалення / Н. А. Сиротенко // Вісник соціально-економічних досліджень : [зб. наук. пр.] / голов. ред. М. І. Зверяков ; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2009. – Вип. 36. – С. 160–165.
12. Янчук, В. І. Сучасні проблеми та напрями вдосконалення ведення обліку виробничих запасів на підприємстві / В. І. Янчук, О. В. Кипоренко // Збірник наукових праць ВНАУ. – Серія: Економічні науки. – 2012. – № 3(69). – Том 2. – С. 229–234.

Бібліографічний опис для цитування:

Демченко, Т. А. Проблеми обліку виробничих запасів та напрями його вдосконалення на підприємстві / Т. А. Демченко, Л. А. Чвертко // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 48–56.

ТРАНСПОРТНІ ЗАСОБИ В СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Литвин О. В., Кирилюк І. М.

Анотація В статті проведено аналіз транспортної інфраструктури України, як складової потенціалу туристичної індустрії. Розглянуто різні види транспорту, сучасний стан транспортних засобів та проблеми їх використання. Визначено напрямки удосконалення транспортної інфраструктури, що сприятимуть зміцненню туристичної індустрії України.

Ключові слова Туризм, туристична індустрія, транспортні засоби, авіаційний транспорт, водний транспорт, залізничний транспорт, сухопутний транспорт.

Аннотация. В статье проанализирована транспортная инфраструктура Украины, как составляющая потенциала туристической индустрии. Рассмотрены разные виды транспорта, современное состояние транспортных средств и проблема их использования. Определены направления усовершенствования транспортной инфраструктуры, которые будут способствовать усилению развития туристической индустрии Украины.

Ключевые слова. Туризм, туристическая индустрия, транспортные средства, авиационный транспорт, водный транспорт, железнодорожный транспорт, сухопутный транспорт.

Постановка проблеми. Транспортні засоби являються невід'ємною складовою розвитку туризму як в Україні, так і у світі. Зв'язок між туризмом і транспортними засобами виникає у зв'язку з необхідністю формування комплексної інфраструктури, яка б давала можливість задовольняти потреби економіки і забезпечувати перевезення туристів до основних туристичних регіонів.

Розвиток транспортної інфраструктури дає можливість розширювати географію подорожей та розбудовувати шляхи сполучення, формувати транспортну систему в цілому. Разом з тим, швидкий розвиток та вдосконалення транспортних засобів змушує організаторів відпочинку задовольняти різноманітні та динамічні вимоги туристів щодо транспортного обслуговування різних вікових, соціальних, мотиваційних категорій. Необхідність оптимізації транспортної інфраструктури обумовлена динамічними процесами соціального та економічного розвитку регіону та розмірами території відповідно до потреб місцевого населення та туристів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Теоретичні проблеми

та практичні аспекти розвитку транспортної інфраструктури як складової туристичної індустрії, стали предметом дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених: О. Акімова, Н. Алешугіна, Г. Андрєєва, М. Біржаков, Р. Вернигора, О. Захарова, І. Зорін, Т. Каверіна, О. Карась, В. Квартальнов, П. Коваль, Р. Коробйова, В. Никифоров, О. Пшінько, О. Савчук, Л. Ткачук, та ін.

Формулювання цілей дослідження. Метою даної статті є дослідження ролі і впливу різних видів транспортних засобів на розвиток туристичної індустрії.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Транспортні послуги відносяться до основних видів послуг у туризмі. На них припадає й основна частка в структурі ціни туру. Залежно від тривалості, дальності подорожі ця частка коливається від 20 до 60% [1, с. 225].

Із розвитком туристичної сфери транспорт став невід'ємною її складовою. За участю у задоволенні туристичних потреб транспортні засоби відносяться до первинних, вторинних і третинних підприємств рекреаційного комплексу:

- первинні – транспортні підприємства, що беруть безпосередню участь в обслуговуванні туристів (залежно від використовуваних транспортних засобів виділяють автомобільний, автобусний, мотоциклетний, авіаційний, залізничний, велосипедний, водний на гребних судах, водний на моторних судах, кінний види туризму);

- вторинні – транспортні підприємства, що виконують внутрішні (міські) та зовнішні пасажироперевезення, але не спеціалізуються на перевезенні туристів;

- третинні – транспортні підприємства, що обслуговують промисловість та сільськогосподарські підприємства і тим самим опосередковано залучені в обслуговування туристів [2, с. 107].

Україна характеризується високим рівнем забезпеченості усіма видами транспорту. Розвиток потенціалу транспортної системи України полягає у посиленні кількісних та якісних характеристик транспортної інфраструктури, позицій в мережі міжнародних транспортних коридорів, взаємодії між різними видами транспорту, впровадженні ефективних транспортних технологій та реалізації інноваційних проєктів [3, с. 43]. Результатом розвитку є формування та функціонування ефективної конкурентоспроможної транспортної системи, що здатна забезпечувати функціонування високопродуктивної, високотехнологічної та безпечної транспортної інфраструктури, високу якість транспортних послуг.

Можливості цього розвитку мають бути покладені в основу стратегії розвитку потенціалу транспортної системи України. Так, відповідно до «Транспортної стратегії України на період до 2020 р.» метою розвитку транспортної системи є створення умов для соціально-економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності національної економіки і життєвого рівня населення завдяки забезпеченню якості транспортних послуг та задоволенню

соціальних, зовнішньоторговельних, оборонних та природоохоронних потреб суспільства [4].

Основними напрямками розвитку транспортного сектору економіки України на період до 2020 року є:

1. Розвиток транспортної інфраструктури та модернізація рухомого складу для забезпечення зростаючої мобільності населення та прискорення переміщення товаропотоків;

2. Забезпечення конкурентоспроможності та якості транспортних послуг для економіки;

3. Забезпечення доступності та якості транспортних послуг населенню;

4. Інтеграція до Європейського Союзу і розвиток експорту транспортних послуг;

5. Підвищення ефективності державного управління та розвиток конкурентного середовища;

6. Підвищення екологічності, енергоефективності транспортних процесів та безпеки перевезень пасажирів і вантажів [4].

Для забезпечення ефективної туристичної подорожі вибір транспортного засобу є одним із важливих елементів її формування та здійснення.

На вибір транспортного засобу впливають кілька факторів, які і зумовлюють його вибір. Більше 50% туристичних подорожей у світі здійснюється повітряним транспортом. Перевезення туристів може здійснюватися як рейсовими так і чартерними літаками. Туристи можуть скористатися послугами національних на іноземних перевізників.

Сучасні тенденції туристичного попиту стимулюють та розкривають нові можливості організації авіаційних подорожей по всьому світі. Тенденція дроблення відпускнуго періоду та зростання частоти короткотривалих подорожей відображаються у підвищенні попиту саме на авіатури оскільки подорожуючі намагаються витра-

тити мінімум часу на переміщення до обраного туристичного центру і назад, особливо – це стосується турів у вихідні та свята.

У відповідь на такі ринкові запити авіакомпанії пропонують спеціальні тарифи: екскурсійні (excursion fares) та інклюзив-тур (IT fares / package holiday fares), а також послуги низькотарифних авіаперевізників. Зацікавленість туристів у пізнанні навколишнього світу, екскурсійних турах та зростання кількості неорганізованих й індивідуальних поїздок стимулює ширше використання в туризмі послуг бюджетних авіаліній.

Стабільні темпи приросту подорожуючих жінок, туристів у VFR сегменті, підвищення попиту на бізнес подорожі, зокрема інтенсив-тури, збільшення кількості повторних поїздок відображають прагнення до комфортабельності та високої якості обслуговування і визначають попит на чартерні авіаперевезення та обслуговування вищого класу.

Нині 3 846 аеропортів по всьому світу забезпечують можливість повітряного сполучення між 34 756 парами міст на основі угод укладених 1568 комерційними авіалініями. Така глобальна географія повітряного транспорту вимагає міжнародного регулювання і встановлення чітких і прозорих правил доступу на національні ринки [5].

Досягнення високої ефективності системи регулювання міжнародних авіаційних перевезень є не тільки необхідною умовою прогресу повітряного транспорту, але й запорукою стабільного розвитку світової туристичної індустрії.

Використання автотранспорту в туризмі поступається авіаційному лише в обсягах перевезення на великі відстані та в економії часу. Популярність його використання характеризується високим ступенем мобільності, зручності та незалежності. Щодо забезпеченості автомобільними дорогами Україна зовсім не вигідно відрізняється від даних країн: будучи більшою за

площею від Франції та Німеччини, Україна має, відповідно, у 5,6 та в 3,8 рази менше автодоріг. Якщо ж брати до уваги щільність автодоріг, то Україна залишається далеко позаду [6].

Відповідно і власники автопідприємств в умовах сьогодення відчують значні труднощі з організацією його виконання. Насамперед, висока ступінь похибки прогнозування туристичного потоку, залежність кількості здійснюваних подорожей від фінансових можливостей туристів, подорожчання всіх видів ресурсів, що застосовуються в процесі перевезень туристів, зношеність автотранспортних засобів і їх не пристосування для здійснення перевезень мало мобільних категорій населення, а також недостатній розвиток автодорожньої транспортної інфраструктури створюють серйозні проблеми на шляху подальшої ефективної взаємодії підприємств автотранспорту і турфірм [7, с. 169].

В перевезеннях туристів задіяний власний автотранспорт туристичних фірм, орендований рухомий склад підприємств автотранспорту, власний транспорт подорожуючих осіб, а також взяті на прокат автомобілі.

Формами взаємодії автотранспортних підприємств і туристичних компаній в умовах сьогодення найчастіше виступають укладання договорів на перевезення, оренду автотранспортних засобів, страхування відповідальності перевізника, види оплати наданих транспортних послуг з подорожування та екскурсійного супроводу турів. В даній схемі взаємовідносин в багатьох випадках відсутня інноваційна складова взаємодії суб'єктів транспортного і туристичного бізнесу [8, с. 155].

Серед послуг з подорожування туристів найбільшої популярності набувають автомобільні екскурсійні тури та тури вихідного дня, при організації яких з метою зменшення вартості туристичних послуг турфірми домовляються з автоперевізниками про нічні перевезення. В цьому випадку

останніми повинні бути створені відповідні умови по забезпеченню комфортабельності і зручності перевезень.

Важливу роль в організації та проведенні туристичних подорожей відіграє залізничний транспорт. Хоча частка залізничних перевезень туристів складає близько 7%, популярність даного виду транспорту є досить високою [3, с. 18]. В Україні особливо поширеним видом залізничного туризму є нетривалі тури для організованої групи туристів.

Перевезення організованих туристичних груп залізницею мають пріоритет перед іншими видами транспортних туристських перевезень завдяки розвиненій інфраструктурі та можливості перевезення великої кількості туристів будь-яких категорій, у тому числі людей з обмеженими можливостями, на значні відстані із забезпеченням високого рівня комфортності та безпеки подорожування.

Залізничні пасажирські перевезення надають високий рівень надійності порівняно з повітряним та автомобільним транспортом, а також забезпечують дотримання графіка пересувань. Суттєвою перевагою залізничного транспорту, порівняно з автомобільним та авіаційним, є можливість суміщення відпочинку та пересування. Завдяки цьому є значний потенціал для розвитку та зростання популярності залізничного туризму [9].

Враховуючи усі переваги залізничного транспорту, можна говорити про його конкурентоспроможність на ринку туристичних послуг при пересування на малі та середні відстані. Найбільш зручним залізничний транспорт є при організації внутрішнього та прикордонного туризму, а також пізнавальних, екскурсійних турів і турів вихідного дня.

Сучасні процеси розвитку туризму не можуть залишити поза увагою розвиток та використання водного транспорту, який включає річкові та морські види подорожей. Натомість, річкові водні подорожі

стають дедалі все більш популярними серед туристів, що зумовлено бажанням мандрівників відпочити на воді, побачити нові міста, відвідати музеї, монастирі, церкви та інші пам'ятки. Слід також зазначити, що відпочинок на воді, на думку фахівців, найбільш корисний для здоров'я – повільне переміщення водними просторами знімає стрес, а свіже повітря сприяє оздоровленню організму.

Достатньо ефективно та динамічно відбувається розвиток світового круїзного туризму, проте, в Україні навпаки в останні десятиліття цей вид подорожей не розвивається на достатньому рівні. Особливістю круїзного туризму є те, що транспортний засіб бере безпосередню участь в обслуговуванні туристів під час здійснення круїзу. Крім того, цей транспортний засіб виступає не тільки засобом переміщення туристів по туристичному маршруті, а й місцем проживання, харчування, оздоровлення, освіти, отримання розваг туристом.

Водний вид транспорту в круїзному туризмі виступає базовим елементом туристичного продукту, тому що під час круїзу туриста не тільки транспортують, а й надають повний спектр додаткових послуг. Під час розробки туристичного продукту туроператор має враховувати природні ресурси місцевості, тому що від водних ресурсів буде залежати різновид круїзу. Безперечно, засіб перевезення туристів має бути обладнаний та спроектований згідно з уподобаннями споживача, щоб залишатися конкурентоспроможним за ринкових умов [10].

Проте, все ж існує попит на круїзні подорожі в країні та наявність спеціалізованих туристичних фірм, що формують цей ринок.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, розвиток туристичної індустрії має значний вплив на вдосконалення транспортної інфраструктури, що дає можливість підвищувати рівень

комфорту, безпеки та швидкості перевезень різними видами транспорту. В процесі формування ринку транспортних послуг, як складової туристичної індустрії має

враховуватися їх ефективна взаємодія, що призведе до підвищення попиту на туристично-транспортні послуги.

Список використаної літератури

1. Биржаков, М. Б. Индустрия туризма: перевозки / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – Изд. третье, переработанное и дополненное. – СПб. : Издательский дом «Герда», 2007. – 528 с.
2. Коваль, П. В. В'їзний туризм : навчальний посібник / [П. Ф. Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андреева та ін.]. – Ніжин : Видавництво Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.
3. Савчук, О. В. Стратегічні напрямки розвитку потенціалу національної транспортної системи України / О. В. Савчук, О. В. Захарова // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. – 2011. – Вип. 2. – С. 42-52.
4. Транспортна стратегія України на період до 2020 року / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20 жовтня 2010 р. № 2174-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2174-2010-%D1%80> (дата звернення 25.05.2017 р.). – Назва з екрана.
5. Ткачук, Л. М. Трансформації в сфері авіаційних перевезень: виклики для туризму / Л. М. Ткачук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [file:///C:/Users/admin/Downloads/gt_2013_25_29%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/gt_2013_25_29%20(1).pdf) (дата звернення 25.05.2017 р.). – Назва з екрана.
6. Зорин, И. В. Туризм как вид деятельности : учебник / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
7. Квартальнов, В. А. Туризм : учеб. пособ. / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
8. Карась, О. С. Розвиток транспортної інфраструктури України в умовах активізації міжнародного туризму : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02 / О. С. Карась ; Терноп. нац. екон. ун-т. – Тернопіль, 2013. – 20 с.
9. Пшінько, О. М. Перспективи розвитку залізничного туризму в Україні / О. М. Пшінько, Р. В. Вернигора, Р. Г. Коробйова // Українські залізниці. – 2014. – № 12. – С. 38–42.
10. Акимова, О. В. Концептуальний аналіз понять «морской круиз» и «морская перевозка туристов» / О. В. Акимова, А. А. Стеба // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем. – 2013. – № 1(20). – С. 112–123.

Бібліографічний опис для цитування:

Литвин, О. В. Транспортні засоби в системі туристичної індустрії / О. В. Литвин, І. М. Кирилюк // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 57–61.

УДК 796.5(477)

PECULIARITIES TO USE THE INTERNATIONAL EXPERIENCE FOR THE DEVELOPMENT MANAGEMENT OF TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE

Podzigun S. M., Korol I. V.

Анотація. У статті визначено основні напрями розвитку туристичної сфери в Україні. Проаналізовано досвід розвинутих країн і країн, що розвиваються, для формування пропозицій стосовно подальшого розвитку туристичної сфери України та підвищення її конкурентоспроможності в умовах інтеграції української економіки у світове господарство. Досліджено питання впровадження досвіду стратегічного управління провідних європейських туристичних країн на трьох рівнях – національному, регіональному та рівні туристичних підприємств.

Ключові слова: стратегічне управління; туристична галузь; розвиток туризму; державне регулювання туризму; туристичне підприємство.

Аннотация. В статье определены основные направления развития туристической сферы в Украине. Проанализирован опыт развитых стран и развивающихся стран, для формирования предложений по дальнейшему развитию туристической сферы Украины и повышения ее конкурентоспособности в условиях интеграции украинской экономики в мировое хозяйство. Исследован вопрос внедрения опыта стратегического управления ведущих европейских туристических стран на трех уровнях – национальном, региональном и уровне туристических предприятий.

Ключевые слова: стратегическое управление; туристическая отрасль; развитие туризма; государственное регулирование туризма; туристическое предприятие.

The problem's setting and its connection with other scientific and practical tasks. In modern Ukraine the awareness of the importance of tourism development as one of the effective means of national economy treatment has already taken place due to the ability of this sector to provide significant foreign exchange earnings, create a huge number of new jobs and other benefits. The strategic goal of the tourism industry development in Ukraine is to bring it to the world level of tourist services. The main conditions for this are: geographical location, the availability of natural, historical and archaeological tourism potential, political stability and economic growth, competitiveness of tourist services.

The analyses of resent publications on the theme. The problem of improving the system of strategic management of tourism development is considered in the research works of E. B. Adelseitova, E. R. Abduraimova, V. S. Kucherenko, T. I. Tkachenko and others. International aspects of the

tourism industry development are described in the works of O. V. Bartoshuk, V. G. Gerasyenko, S. S. Galasyuk, M. P. Malskaya, N. V. Antonyuk, N. M. Ganich and others.

The aim of the article. The objective of the article is to analyze the foreign experience of development management in the tourism industry and to develop recommendations for its use in the functioning of the tourism industry in Ukraine.

The main results and its grounding. Tourism is a complex socio-cultural and historical phenomenon. Being just a form of leisure time activities, it gradually turned into a factor of world significance of the new century and the millennium. Tourism plays an exclusively priority role in the formation of communicative culture that is adequate to the current stage of the transition to the 21st century civilization [6].

The tourism business can be considered a business of the 21st century, because it is one of the most dynamic and profitable among all sectors of the world economy. According to

the World Tourism Organization, tourism takes 10% of gross world product, 7% of total investment, and 5% of all tax revenues. Tourist activity directly affects about 40 branches of the economy. It employs 10-15% of the able-bodied population of the world [4]. The trends taking place in the economies of many countries of the world show the rapid growth of the role of tourism for the development of these countries, as well as the steady increase in the share of revenue from the tourism industry to the state treasury. This is due to the dynamism, high profitability and great positive socio-economic and cultural impact of tourism on the development of these countries.

In modern conditions, strategic management is a necessary component of the activities of all enterprises, regardless of the sphere or type of their activities. Strategic management of enterprises of the tourist industry is based on the general concepts and provisions that take place in other sectors of the economy, and at the same time, it has a number of features in the implementation of individual strategies, which are determined by the specifics of the tourism industry as a whole.

The main direction of strategic development for tourism enterprises is the focus on effective strategic management of activities, taking into account the changes in the tourist services market and socio-economic environment in general. It is the system of strategic management of tourism development throughout the region gives the tourist enterprises to combine the general development strategy with the availability of real and potential opportunities for its implementation, taking into account the threats that can occur on the market [2].

In the countries of the world there are various approaches to the creation and functioning of regulatory authorities for the development of the tourism industry. This is due to the specific social and economic and political conditions of the development of individual states, the level of significance and the scale of tourism in the national economy.

The first (market) model involves the absence of a central state tourist administration, as well as the central governmental authority. All issues related to the development of tourism, are solved at the regional level or independently by economic entities on the basis of operational regulation and principles of a market economy. The main condition for the possibility of using this model is that the country should be attractive to foreign tourists from all perspectives and do not need to specifically advertise a national tourist product on the world market.

Important in this case is the developed infrastructure, the system of ensuring the safety of tourists, the high level of provision of banking, insurance services and medical care.

The second model of tourism development involves the presence of a special, powerful, authoritative and independent central governmental authorities (ministries, departments, etc.) that develop and control the activities of the entire tourism industry. The Ministry has significant powers in the field of investment, marketing research, personnel training, advertising, etc. Such a model requires significant financial investments in the development of tourism infrastructure, promotion of a domestic tourism product, etc. This model is used by countries for which tourism is an important industry bringing significant revenues to the state budget. These are, for example, Egypt, Mexico, Tunisia, Greece, and others.

The implementation of this model requires significant financial investments in the development of the tourism industry in order to create and maintain a high-level national tourist product and tourist infrastructure, to provide state support to small and medium-sized business, to create a security system for tourists, etc.

The third (European) model of state participation in the development of the tourism industry prevails in the developed European countries. It assumes that the issues of tourism development are solved at the level of a

specialized branch unit (centralized structure, state authority), which operates within multi-sectoral, multifunctional ministries (most often of economic orientation) or directly subordinate to the government, but has the status of a relatively independent administrative body [1; 4].

It is advisable to consider the European model of development in more detail, because it seems to be the most acceptable for Ukraine. Typical features of this type of tourism development are the following: coordination of interests of the state, local authorities and private business; mutually beneficial forms of cooperation between the authorities of the macro- and microeconomic levels; in countries there are many other organizations involved in tourism development (they are administratively subordinated to the above-mentioned structures or operate autonomously). Such a scheme of work proved to be quite productive for attracting financial resources from the private sector to solve the urgent tasks of the national economy development [4].

Thus, on the basis of the analysis, we would like to emphasize that separate elements of the mechanisms of state regulation of the tourist industry of the above mentioned countries, the effectiveness of which is verified by time and confirmed by concrete achievements in the development of tourism, it is expedient to use for the tourist industry development in Ukraine, taking into account its historical, legal and cultural peculiarities.

In addition, the important is the implementation of the state policy of Ukraine in the field of tourism, which is carried out by defining the main directions of the state policy, priority directions of tourism development, classification and evaluation of Ukrainian tourist resources, their use and protection, and directing budget funds for the development and implementation of tourism development programs. Important for the implementation of state policy is the identification of the tourism security, statutory regulation of relations in the field of tourism (tourist, hotel, excursion and

other types of services), licensing in tourism, standardization and certification of tourist services, determination of qualification requirements for positions of specialists of tourist support, issuance of permits for the right to carry out tourist assistance, establishment of the system of statistical accounting and reporting in tourism as well as resort and recreation complex, organization and state control over statutory compliance in tourism [6].

Globalization of economic processes is one of the main factors of the modern system of international and national tourism industry, accompanied by a concentration of market segment under the influence of large companies. In recent years, the new technologies are introduced in tourism management, which primarily include tourist clusters formed on the basis of a large tourist enterprise and represent a set of interconnected and auxiliary enterprises that ensure the operation of tourism activities in a certain area. At the same time, changes in tourism management lead to qualitative changes in the tourism industry (for example, the formatting of tourist services and the emergence of network products).

Today, the process of forming tourist networks in Europe, together with hotels, includes also museums, castles (as historical monuments and places of tourist locations), nodal points of intersection of transport and tourist routes [3]. The integration process of tourist networks covers many other aspects and levels of tourism activity. At the same time, tourist networks of specific foreign countries form the consumers' bases, introduce general standards of document circulation, quality of service, a set of additional services, create interregional routes, which combine tourist objects according to a network principle in one format [9].

In addition, "shopping" is a significant part of the modern tourist product. At the same time, the Ukrainian retail market only recently emerged from the stage of unorganized trade and is at the stage of growth of the organized segment, as well as the evolution of retail

formats. Also its development significantly accelerates the arrival of Western retail networks.

According to the research of European tourism business development specialists, for the last ten years most tourist companies are trying to organize a unified management for all components of the tourist complex – from the creation of various tourist destination products to ensuring the reliability and implementation of the plan to promote the tourist offer. Therefore, the main features of strategic management are the following:

1) strategic management is the projected development of the company, rather than an accurate and detailed description of its position and location in the business environment;

2) the system of strategic management is a peculiar philosophy and business ideology, which should not be reduced to formalized set of procedures, because when developing a strategy together with the rules, it is necessary to combine the intuition, professionalism and creativity of managers, able to involve all employees of the company in the implementation of the strategy;

3) in market conditions, mistakes made when choosing a strategy cannot be corrected by any effective methods of operational management, which can lead to defeat in the competition [7].

Conclusions and further prospects of the research. The modern conditions of world integration processes and the importance of ensuring the development of the tourism industry requires managerial decisions of organizational structures not only at the national and regional levels, but also those created within the framework of cross-border cooperation and participation in European and world organizations. Such bodies mostly have a non-public status, however, effective cooperation with them allows the exchange of experience, the implementation of joint projects, and the development of tourism infrastructure [8].

But the effectiveness of its implementation will only manifest itself only in the combination of strategic management at all levels of the tourism industry development, namely national, regional and tourism enterprises level, which will bring the tourism business in Ukraine to a qualitatively higher level of development. In our opinion, it is appropriate to develop a model of strategic tourism development management, which should combine elements of domestic state regulation of this industry, as well as experience of other European countries, which are of great importance in the management and cooperation with private entities of tourism industry.

References

1. Bartoshuk, O. V. (2011), “Models to develop the tourism industry (foreign experience)”, *Derzhava i rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 2, pp. 62–68.
2. Herasymenko, V. H. and Halasyuk, S. S. (2008), “Management of national tourism in the context of international experience”, *Visnyk DITB. Serii: Ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpriemstvamy (v turystychnii sferi)*, no. 12, pp. 19–24.
3. Bratyuk, V. (2012), “Analysis of the experience of Western countries in the enhancing the state policy to promote tourism development”, *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 9, pp. 63–71.
4. Malska, M. P., Antonyuk, N. V. and Hanych, N. M. (2008), *Mizhnarodnyi turyzm i sfera posluh* [International tourism and services], Znannya, Kyiv, Ukraine.
5. Liubitseva, O. O., Kiptenko, V. K., Stafiiichuk, V. I. and Khilchevska, I. H. (2010), *Turystychni krayinoznavstvo: krayiny – lidery turizmu* [Travel country studies: countries-leaders in tourism], Alterpres, Kyiv, Ukraine.
6. Vedmid, N. I. and Melnychenko, S. V. (2001), “Improving management of marketing communications of tourism enterprises”, *Visnyk DITB*, no 5, pp. 107–112.

7. Adel'seitova, Je. B. and Abduraimova, Je. R. (2012), "Strategic management of tourism industry enterprises", *Kul'tura narodov Prichernomor'ja*, no. 235, pp. 7–8, [Online], available at: http://tourlib.net/statti_tourism/adelseitova.htm (Accessed 28 May 2017).
8. Kucherenko, V. S. (2010), "Features and contemporary trends in the tourism sector management", *Naukovyi visnyk Instytutu mizhnarodnykh vidnosyn NAU. Serii: Ekonomika, pravo, politolohiia, turizm*, vol. 1, pp. 184–192.
9. Tkachenko, T. I. (2006), *Stalyy rozvytok turizmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu* [The steady tourism development: theory, methodology, business realities], Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, Kyiv, Ukraine.

Бібліографічний опис для цитування:

Podzigun, S. M. Peculiarities of use of the international experience of the development management of tourism industry in Ukraine / S. M. Podzigun, I. V. Korol // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 62–66.

УДК 338.48-32

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РЕКРЕАЦИОННОЙ ФУНКЦИИ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Слатвинская Л. А.

Анотація. Автором проаналізовано сучасний стан та визначено перспективні напрями організації екскурсійної діяльності як складової національної індустрії туризму. У дослідженні визначено найважливіші економічні аспекти розвитку організаційної складової екскурсійної діяльності, що розвиваються з врахуванням загальнонаціональних тенденцій: розширення співробітництва та нарощування потенціалу; активізації вагомості впливу екскурсійної діяльності на розвиток культурного, стійкого, відповідального, доступного і етичного внутрішнього та міжнародного туризму спрямованого на створення нових робочих місць і підприємництва з метою забезпечення реалізації рекреаційної функції в організації екскурсійної діяльності.

Доведено, що удосконалення організаційно-економічного механізму з метою забезпечення реалізації рекреаційної функції екскурсійної діяльності з використанням передового досвіду провідних країн світу в туристичній індустрії, враховуючи туристичний екскурсійно-рекреаційний потенціал України є одним із найактуальніших питань в теорії і практиці організації екскурсійної діяльності.

Ключові слова: рекреація, організація екскурсійної діяльності, туристична індустрія.

Аннотация. Автором проанализировано современное состояние и определены перспективные направления организации экскурсионной деятельности как составляющей национальной индустрии туризма. В исследовании определено что важнейшие экономические аспекты развития организационной составляющей экскурсионной деятельности развиваются с учетом общенациональных тенденций: расширение сотрудничества и наращивания потенциала; активизация весомости влияния экскурсионной деятельности на развитие культурного, устойчивого, ответственного, доступного и нравственного внутреннего и международного туризма направленного на создание новых рабочих мест и предпринимательства с целью обеспечения реализации рекреационной функции в организации экскурсионной деятельности.

Доказано, что совершенствования организационно-экономического механизма в целях обеспечения реализации рекреационной функции экскурсионной деятельности с использованием передового опыта ведущих стран мира в туристической индустрии, учитывая туристический экскурсионно-рекреационный потенциал Украины является одним из самых актуальных вопросов в теории и практике организации экскурсионной деятельности.

Ключевые слова: рекреация, организация экскурсионной деятельности, туристическая индустрия.

Постановка проблемы. С точки зрения экономики и менеджмента организация экскурсионной деятельности в современных условиях развития туристической индустрии Украины нацелена обеспечить рост инновационно-инвестиционного потенциала национальной экономики. Организация экскурсионной деятельности как приоритетное направление индустрии

туризма формирует в определенных пределах экономическую, научно-культурную, образовательную, экологическую безопасность, обеспечивает развитие технологически связанных отраслей национальной экономики. Современные цели организации экскурсионной деятельности ориентированы на совершенствование и развитие в

первую очередь внутреннего и международного туризма через реализацию рекреационной функции, что в свою очередь требует качества производственных и управленческих процессов, которые должны быть отражены в гармонизации стандартов с мировыми требованиями, в первую очередь с ЕС.

Анализ последних исследований и публикаций. Большой вклад в теорию и практику экскурсионной деятельности как одного из приоритетных направлений развития экономики туризма сделали отечественные и зарубежные ученые. Вопросам развития организации экскурсионной деятельности в аспекте развития индустрии туризма Украины посвящено много научных трудов украинских ученых. Среди них научные разработки таких ученых как А. Воронина [1], В. Зинченко [2], О. Милашовская, А. Удовенко [3], С. Нездойминов [4], О. Романенко [5].

Ученые и практики [1-5] выделяют особое место методике организации экскурсионной деятельности, что в основном охватывает микроуровень развития данной научной проблемы, однако мало внимания уделяют глубинному анализу условий и факторов влияния на развитие экскурсионной деятельности и ее рекреационной функции, как составляющей экономики туризма. Исходя из этого, возникла объективная необходимость исследования организации экскурсионной деятельности и влияния ее на развитие микро-, мезо-, макро- организационно-экономических факторов, формирующих вектор развития экономики туризма в условиях интеграции.

Формулирование целей исследования. Целью исследования является проведение анализа современных тенденций организации экскурсионной деятельности. Оценка и анализ развития экскурсионной деятельности и влияния на нее

современных тенденций развития туристической индустрии. Определение перспектив и разработка рекомендаций по повышению эффективности организации экскурсионной деятельности с учетом требований существенной активизации внедрения инноваций и стандартов информационного общества как мотиваторов развития экономических отношений.

Изложение основных результатов и их обоснование. Развитие экскурсионной деятельности стимулирует занятость, развитие предпринимательства, инвестиций в инфраструктуру и транспорт, сохранение национального наследия, а также развитие стимулирующих факторов, способствующих улучшению качества жизни местного населения и гостей страны.

В связи с ростом объема экскурсионных услуг на рынке организованного туризма это направление научных и практических исследований получил особое внимание, что вызвано различными причинами. Во-первых, повышение культурного и образовательного уровня общества в целом. Во-вторых, расширение целей самого туризма, так отправляясь в туристическую поездку. Находясь на отдыхе, современные потребители туристических услуг желают также удовлетворить и интересы познания, образования и духовного развития. В-третьих, связанное с толкованием самого понятия «туристический продукт» как комплекса услуг, предоставляемого туристу в ходе путешествия. В соответствии с рекомендациями Всемирной туристской организации (ВТО) данный комплекс должен включать не менее, чем три услуги в свободной комбинации. Согласно Закону Украины «О туризме», туристский продукт – это «предварительно разработанный комплекс туристических услуг, объединяющий не менее двух таких услуг, который реализуется или предлагается для реализации по

определенной цене, в состав которого входят услуги перевозки, услуги размещения и другие туристические услуги, не связанные с перевозкой и размещением (услуги по организации посещений объектов культуры отдыха и развлечений, реализации сувенирной продукции и т.д.)» [6]. Понятно, что типичные туристские услуги представляют: размещение, питание и перевозки туристов. Но учитывая историческое развитие отечественного и международного туризма, а также современной национальной законодательной базы экскурсии становятся четвертой характерной туристской услугой, причем иногда играющую главную роль при выборе региона путешествия. В-четвертых, растет предложение чисто экскурсионных программ, то есть туров, основной целью которых является посещение и знакомство с историческими, культурными и другими достопримечательностями определенного региона. И соответственно сформировался отдельный вид туризма – экскурсионный туризм.

Компанец К. [7, с. 7] в своем исследовании выделяет следующие основные принципы формирования конкурентоспособного туристического продукта: социально-культурного направления, что предполагает учет социальных и культурных предпочтений потребителей туристической отрасли, изучения статистической, анкетной и информативной доступности при создании туристического экскурсионного маршрута; социально-экономического направления, предусматривающий минимизацию себестоимости туристического продукта по удовлетворению туристических потребностей потребителя туристической экскурсионной услуги; целеустремленности, что предполагает учет целей потребителя туристической экскурсионной услуги и изучения спроса на тематические

экскурсии на туристическом рынке; эффективности, предполагает учет специфики действий по реализации туристической экскурсионной услуги с максимальным удовольствием предпочтений туриста, что ведет к увеличению туристических потоков; системности, предполагающий непрерывный связь при создании нового конкурентного туристского продукта, экскурсионной услуги между всеми инфраструктурными единицами.

Организация экскурсионной деятельности в Украине в аспекте повышения эффективности туристической индустрии имеет большие перспективы, которые могут стать реальностью благодаря реформированию и соблюдению организационных, экономических, правовых, культурных, образовательных, научных, экологических, информационных и стандартизованных требований путем инновационного инвестирования экономики.

Научно-практический подход в исследовании социально-экономического явления – организация экскурсионной деятельности и ее рекреационной функции, неотъемлемо охватывает изучение процесса деятельности как фактора развития, по нашему мнению, влияние основных рычагов на развитие экскурсионных ресурсов и туристско-экскурсионного среды дополняется еще достаточно важным фактором это деятельностью – движением, поведением, практикой всех участников.

Отмечаем, что организация экскурсионной деятельности развивается в соответствии общих основных законов развития: синергии; самосохранения; развития; соответствия разнообразия управляющей системы; разнообразия управляемого объекта; объективного закона приоритета целого над частью; общего закона учета системы потребностей что соответствует условиям реализации рекреационной функции [8].

Украина находится в центре Европы и имеет все условия для надлежащего развития экономики за счет туризма, однако существенно отстает от ведущих стран мира по уровню развития туристической инфраструктуры и качества туристических услуг.

Организация экскурсионной деятельности как приоритетное направление индустрии туризма в Украине требует четкого государственного регулирования. Учитывая поступательные шаги в направлении мировой интеграции, государственное регулирование экономики туризма в Украине нацелено на эффективную работу в первую очередь в направлении развития внутреннего туризма и европейской интеграции.

Основными целями государственного регулирования в сфере туризма являются: обеспечение закрепленных Конституцией Украины прав граждан на отдых, свободу передвижения, восстановление укрепления здоровья, на безопасную для жизни и здоровья окружающую среду, удовлетворение духовных потребностей и других прав. Безопасность туризма, защита прав и законных интересов туристов, других субъектов туристической деятельности и их объединений [6].

Учитывая интеграционные процессы национальной экономики во всех отраслях народного хозяйства, Украине необходимо действовать в соответствии с международными тенденциями развития в том числе и развития туризма. Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций утвердила принятие 2017 Международным годом устойчивого развития туризма. Провозглашенные резолюцией ООН основные направления развития туризма могут быть реализованы в аспекте инклюзивного роста экономики. Согласно туристической политики ВТО модель инклюзивного развития является благоприятной средой для

развития доступного туризма, созданию рабочих мест в этой индустрии, развития торговли [9], что создает благоприятный климат для развития организации экскурсионной деятельности.

Модель инклюзивного развития является наиболее приемлемой и для Украины в плане обеспечения конкурентоспособности национальной экономики и экономики туризма, в частности, равномерного повышения благосостояния всех граждан.

Инклюзия заключается в адаптации системы к потребностям человека. В ней все заинтересованные стороны должны принимать активное участие для получения положительного результата при равных возможностях. В рамках инклюзивной модели люди адаптируются, изменяются, учитывая и удовлетворяя потребности каждого члена общества. Концепция инклюзивного развития предполагает, что каждый субъект экономики является важным, уникальным, ценным для общества и имеет возможности, чтобы удовлетворить свои потребности [10].

Оценивая социально-экономическую среду в котором развивается индустрия туризма в целом, отмечаем, что есть признаки формирования платформы для эффективной организации экскурсионной деятельности, нацеленной отвечать определенным перспективам и разработанным рекомендациям по повышению эффективности организации экскурсионной деятельности с учетом требований существенной активизации внедрения инноваций и стандартов информационного общества как мотиватора развития экономических отношений.

Экономическая эффективность организации экскурсионной деятельности как приоритетной сферы индустрии туризма должна формироваться на таких компонентах: расширение сотрудничества и

наращивания потенциала в области экскурсионной деятельности; оценка рыночных тенденций организации экскурсионной деятельности; активизация весомости влияния экскурсионной деятельности на развитие культурного внутреннего и международного туризма; содействие организации экскурсионной деятельности развития устойчивого, ответственного, доступного и этического туризма.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Исследуя проблемы организации экскурсионной деятельности в Украине выявлено весомое проявление влияния экономических, правовых, организационных, образовательных, культурных, научных, учебно-методических процессов на реализацию рекреационной функции в системе: человек – общество – государство и их развитие с учетом национальных, европейских и мировых тенденции развития туристической индустрии.

Мировая экономическая интеграция туристической индустрии Украины требует четкого соблюдения законов рыночной экономики, в частности, в системе реализации экскурсионной деятельности за счет адаптации участников рынка экскурсионных услуг с международными требованиями и требованиями ЕС относительно качества и безопасности.

Перечисленные выше факторы развития организации экскурсионной деятельности занимают важное место среди главных факторов социально-экономического развития туризма. Представители власти, бизнеса, образования, культуры, здравоохранения и окружающей среды и другие заинтересованные и ответственные организации должны работать вместе, чтобы гарантировать продолжение развития экскурсионной деятельности и рост ее вклада в поступательном движении общества за счет инноваций, сотрудничества и дифференцированного подхода к развитию туризма. Поэтому, в Украине нужно создавать условия для реализации и функционирования новых моделей развития, способствующие активизации использования туристического потенциала нашего государства.

Эффективная организация экскурсионной деятельности является составной инклюзивного роста экономики туризма и развития общества, она является многофакторным и многоуровневым процессом, основой ее является экономика максимальной занятости и взаимодействие всех субъектов, именно в таком аспекте рекреационная функция отражает результаты в направлении восстановления социума, экосистемы, экономики.

Список использованной литературы

1. Воронина, А. Б. Организация экскурсионных услуг / А. Б. Воронина. – Симферополь : Сонат, 2008. – 200 с.
2. Зінченко, В. А. Екскурсологія як туризмологічна наука / В. А. Зінченко // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2010. – Випуск 8. – С. 211–223.
3. Мілашовська, О. І. Роль і місце екскурсійної діяльності у розвитку релігійного туризму на Закарпатті / О. І. Мілашовська, А. М. Удовенко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.16 – С. 124–129.
4. Нездоймінов, С. Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму : [монографія]. – Одеса : Пальміра, 2011. – 344 с.
5. Романенко, О. В. Організація екскурсійних послуг [Електронний ресурс] / О. В. Романенко // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 176. – С. 159-161. –

- Режим доступу : <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35840/52-Romanenko.pdf?sequence=1>.
6. Про туризм [Електронний ресурс] / Закон України від 15.01.2015 р. № 124-VIII (зі змінами та доповненнями). – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
 7. Компанець, К. А. Організаційно-економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / К. А. Компанець ; Національний транспортний університет. – К., 2015. – 20 с.
 8. Слатвінська, Л. А. Організація екскурсійної діяльності: економічний вектор [Електронний ресурс] / Л. А. Слатвінська // Ефективна економіка. – 2017. – № 5. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5596>.
 9. ООН оголосила 2017 рік міжнародним роком сталого розвитку туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=ffc9a9b9-4ce5-439b-aa44-c4f26e86abbb>.
 10. Базиліук, А. В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку / А. В. Базиліук, О. В. Жулин // Економіка та управління на транспорті. – 2015. – Вип. 1. – С. 19-29.

Бібліографічний опис для цитування:

Слатвінська, Л. А. Экономический аспект рекреационной функции экскурсионной деятельности / Л. А. Слатвинская // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 67–72.

УДК 795.5-057.212

СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ МЕНЕДЖЕРА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Чирва Г. Н.

Анотація. У процесі динамічного розвитку туристичної галузі виключного значення набуває професійна компетентність менеджера туристичної індустрії, зміст якої змінюється у відповідності із соціально-економічними, політичними та іншими процесами, що відбуваються в суспільстві й освіті. Система професійної компетентності менеджера туристичної індустрії, у зв'язку зі стрімким розвитком науки й практики, періодично видозмінюється та корегується. Питання визначення форм, рівнів формування професійної компетентності менеджера туристичної індустрії потребують подальшої розробки, систематизації, аналізу й узагальнення.

Ключові слова: професійна компетентність, менеджер, туристична індустрія, ділові якості.

Аннотация. В процессе динамического развития туристической отрасли исключительное значение приобретает профессиональная компетентность менеджера туристической индустрии, содержание которой меняется в соответствии с социально-экономическими, политическими и другими процессами, происходящими в обществе и образовании. Система профессиональной компетентности менеджера туристической индустрии, в связи со стремительным развитием науки и практики, периодически видоизменяется и корректируется. Вопрос определения форм, уровней формирования профессиональной компетентности менеджера туристической индустрии требуют дальнейшей разработки, систематизации, анализа и обобщения.

Ключевые слова: профессиональная компетентность, менеджер, туристическая индустрия, деловые качества.

Постановка проблемы. Принципиально новая политическая, экономическая и социальная ситуация, сложившаяся в Украине, ее выход как самостоятельного субъекта на международную туристическую карту, признание национальных культурных памятников, организация рекреационно-туристических зон – все это требует научного обоснования теоретических и методических основ ступенчатой подготовки специалистов для сферы туризма, переосмысление их опыта работы в соответствии с новыми требованиями, формирование активной жизненной позиции в сфере будущей профессии.

Сегодня наблюдается устойчивая зависимость между профессиональными успехами менеджеров туризма и качеством их профессиональной подготовки. Это в основном определяется не только объемом усвоенного ими содержания знаний, которые быстро изменяются, но и уровнем

развития мышления, умением самостоятельно учиться в течение жизни, осуществлять самоконтроль за выполнением собственных действий, непрерывно самосовершенствоваться, то есть формирование профессиональной компетентности.

Анализ последних исследований и публикаций. Идеи модернизации образования на компетентностной основе активно разрабатывали А. Овчарук, В. Краевский, А. Хуторской, К. Маркова, В. Химинец и др. Однако, проблемы формирования профессиональной компетентности менеджера туристической индустрии остаются малоисследованными.

Формулирование целей исследования. Главной целью статьи является определение содержания и структуры профессиональной компетентности менеджера туристической индустрии в высших учебных заведениях Украины.

Изложение основных результатов и их обоснование. Трансформация содержания образования в соответствии с компетентностным подходом в первую очередь определяется принципиально иными принципами его отбора и структурирования, направленными на конечный результат образовательного процесса – получение будущим специалистом компетенций.

Словарь иностранных слов раскрывает понятие «компетентный» как обладающий компетенцией – кругом полномочий определенной области, лица или кругом дел: competent (франц.) – компетентный, правомерный; competens (лат.) – соответствующий, способный [4, с. 439]. Компетентность в определенной области – это сочетание соответствующих знаний и способностей, позволяющих обоснованно судить об этой сфере и эффективно действовать в ней [2].

А. Маркова считает, что компетентность – это соединение психических качеств, психических состояний, которое дает возможность действовать человеку самостоятельно и ответственно, способствует овладению им навыками, умениями выполнять функции [3, с. 38].

По мнению Т. Добудько, компетентность охватывает в своем содержании три аспекта: проблемно-практический (адекватность понимания ситуации, постановка и эффективное использование задач, готовность к непрерывному образованию с целью достижения профессиональной мобильности) содержательный (адекватное осмысление ситуации в более общем контексте) ценностный (способность к адекватной оценке ситуации, ее содержания, целей, задач с точки зрения собственных и общезначимых ценностей [1, с. 19].

По мнению исследователей, компетентность – это специфическая способность индивида, которая позволяет эффективно решать проблемы, возникающие в реальных жизненных ситуациях, путем

использования знаний, опыта, ценностей и отношения. В основе понятия компетентности лежит идея воспитания компетентности человека и управленца, который не только должен иметь необходимые знания, профессионализм, высокие моральные ценности, но и уметь действовать адекватно в соответствующих ситуациях, беря на себя ответственность за определенную деятельность.

Итак, компетентности являются своеобразными комплексами знаний, умений и отношений, которые приобретаются в обучении и позволяют человеку понимать, то есть идентифицировать и оценивать в разных контекстах, проблемы, характерные для различных сфер деятельности.

Профессиональная компетентность является одним из основных компонентов профессионального становления будущего специалиста. Сущность этого понятия по-разному определяется и характеризуется многими исследователями. Наиболее удачным является определение содержания профессиональной компетентности будущего специалиста как интегративного личностного образования на основе теоретических знаний, практических умений, значимых личностных качеств и опыта индивида, обуславливающие готовность преподавателя к выполнению педагогической деятельности и обеспечивают высокий уровень его самореализации. Как известно, профессиональная компетентность менеджера не имеет узко профессиональных границ, поскольку от него требуется постоянное осмысление многообразия социальных, психологических, педагогических, технологических и других проблем, связанных с отраслью.

А. Маркова считает, что профессионально компетентный человек тот, который:

- успешно решает задачи обучения и воспитания, готовит для общества выпускника с желаемыми психологическими качествами;

- доволен профессией;
- достигает желаемых результатов в развитии личности учащихся;
- имеет и осознает перспективу своего профессионального развития;
- открыт для постоянного профессионального обучения;
- обогащает опыт профессии благодаря личному творческому вкладу;
- социально активен в обществе;
- преданный своей профессии, стремится поддерживать даже в сложных условиях его честь и достоинство, профессиональную этику;
- готовый к качественной и количественной оценке своего труда, умеет сам это делать [3, с. 89].

Профессиональная компетентность менеджера туризма является важным аспектом его профессиональной культуры, способность к осуществлению стратегических, аналитических, организационно-распорядительных, консультативно-совещательных, контрольных функций и эффективной самореализации в условиях практической деятельности на основании специальных знаний, умений, ценностей, необходимых для профессиональной деятельности в сфере туристической индустрии. В системе профессиональной компетентности необходимо рассматривать специальную компетентность, социальную компетентность, личностную и индивидуальную компетентность.

Профессиональную компетентность менеджера туристической индустрии мы понимаем как его интегральную профессионально-личностную характеристику с совокупностью системы знаний, умений, навыков, отношений в туристической сфере, уровень сформированности которой свидетельствует о готовности будущего менеджера реализовывать профессиональные функции, решать профессиональные задания в соответствии с определенными профессиональными задачами, демонстрируя личностные качества.

Важным вопросом в подготовке менеджера туристической индустрии является определение системы компетенций, которыми должен обладать будущий специалист.

Из анализа литературных источников, раскрывающих опыт стран, реализующих компетентностный подход, наблюдается тенденция разработки определенной системы компетенций на разных уровнях содержания. В частности, эту система составляют:

- ключевые («надпредметные») компетентности, которые являются основой над всем процессом обучения;
- общепредметные (базовые) компетентности – их приобретают в течение изучения того или иного предмета/образовательной сферы в течение обучения;
- специально-предметные – компетентности, приобретаемых при изучении определенного предмета в течение конкретного промежутка времени [1, с. 21].

Ключевые компетентности сочетают определенный комплекс знаний, умений и отношений, что приобретается в течение усвоения всего содержания образования; они не связаны с конкретным предметом, к ним относятся компетентности, которые можно приобрести во время усвоения не одного предмета, а только нескольких или всех одновременно (то есть, используя все учебные возможности, предлагаемые формальным и неформальным образованием). Каждая из ключевых компетентностей формируется в том числе и через обучение в определенной образовательной области, приобретая в этом процессе характера усвоения образовательных действий, связанных с образовательными задачами и содержанием этой отрасли.

Выделяют, по крайней мере, два подхода к пониманию ключевых компетенций – их рассматривают как: качества личности, которые важны для осуществления

деятельности в большой группе разнопрофильных профессий (В. Байденко, Б. Оскарссон, А. Шелтон, Е. Зеер); «сквозные» знания и умения, необходимые в любой профессиональной деятельности, в различных видах работы (А. Новиков). Иными словами, в первом случае акцент сделан на личностных свойствах, во втором – на знаниях и умениях, обладающих свойством широкого переноса [5].

Общепредметные (базовые) компетентности определяются для каждого предмета и развиваются в течение всего срока его изучения; они отличаются высокой степенью обобщенности и комплексности.

Базовым профессиональным компетентностям нельзя научиться, потому что они не передаются с помощью вербальных инструкций. Невозможно объяснить, как быть волевым, как верить в собственные силы, как иметь вдохновение для начала нового дела. Это можно только продемонстрировать личным примером – своим поведением или действием. Однако для этого необходимо достичь определенной степени социальной и личностной зрелости. Базовые компетентности составляют инвариантную часть профессиональной компетентности.

Специально-предметные компетентности определяются для каждого предмета, они развиваются для каждого года обучения, основываясь на общепредметных компетентностях, и являются стадиями, уровнями их приобретения.

Специальная профессиональная компетентность формируется на основе развитой базовой компетентности и отражает специфику деятельности специалистов различных профилей. К специальной профессиональной компетентности относят совокупность узкоспециализированных знаний, умений и навыков, позволяющих эффективно решать профессиональные задачи конкретного вида профессиональ-

ной деятельности. Специальные компетентности составляют вариативную часть профессиональной компетентности.

На основе разработок ученых и, опираясь на собственный длительный опыт подготовки менеджеров туризма в высшем учебном заведении, мы представляем структуру специальной компетентности менеджера туристической индустрии, которая входит в систему компетенций различного уровня и играет важную роль в профессиональном росте будущего специалиста:

1) предметная – знания, умения и навыки в пределах области экономики туризма, регулирования, управления, глобальных информационных технологий, владение несколькими иностранными языками, навыками практической и экономической психологии;

2) информационная – владение информационно-коммуникационными технологиями, умение осуществлять поиск, анализировать, сравнивать и использовать различные виды информации из различных источников;

3) интегративная компетентность – способность к интеграции знаний, умений и навыков и их эффективного использования в условиях быстрой адаптации организаций к требованиям внешней среды;

4) коммуникативная – умения личности, способствующие успешному приему, пониманию, усвоению, использованию и передаче информации в процессе предоставления услуг в сфере туризма;

5) продуктивная компетентность – умение получать результат труда; способность производить собственные продукты, принимать решения и нести ответственность за их реализацию; готовность и потребность в творчестве;

6) проектная компетентность – способность предвидеть последствия профессиональной и личностной деятельности;

видеть результаты профессиональной деятельности; разрабатывать оптимальные туристические направления, услуги и т. д.; проектировать и прогнозировать собственную профессиональную деятельность;

7) социальная – качество поведения, умение конструировать личностью социальные отношения всех уровней, начиная с семьи и заканчивая клиентами;

8) психологическая – способность специалиста создавать положительный психологический климат в процессе общения, используя психологические знания, умения и навыки;

9) организационная компетентность в специфических сферах управленческой деятельности – принятии решений, собрании и анализе информации, методах работы с людьми, использовании компьютерной и вычислительной техники и технологии и т. д.;

10) управленческая компетентность определяется как способность планировать, организовывать и контролировать процесс предоставления услуг в сфере туризма и собственную профессиональную деятельность для достижения прогнозируемого результата; управлять работой подчиненных;

11) автономизационная – способность к саморазвитию, творчеству, самоопределению, самообразованию, конкурентоспособности; готовность и потребность учиться в течение всей жизни;

12) рефлексивная компетентность будущего специалиста заключается в способности анализировать результаты своей деятельности и направлять свои усилия на ее преобразование, совершенствование и т. п.;

13) поликультурное – овладение достижениями культуры; понимание других людей, их индивидуальности и различий по национальным, культурным, религиозным и другим признакам;

14) личностные качества будущего менеджера туристической индустрии – морально-психологические, педагогические, профессиональные, деловые и другие.

Морально-психологические качества менеджера – это высокие жизненные идеалы, гуманизм, честность и правдивость, справедливость и объективность, свобода и мужество, развитое чувство долга и ответственности, интеллигентность и терпимость, тактичность во взаимоотношениях, эмоциональная сдержанность, вежливость, безграничная терпение, коммуникативные способности, деловая и личная репутация.

Педагогические качества менеджера – это умение обучать подчиненных, развивать нужные профессиональные навыки персонала, организовывать общекультурное, эстетическое, физическое воспитание, четко и логично формулировать распоряжения, аргументировать свои взгляды. Профессиональные качества – искусство руководства, навыки работы с людьми, политическая культура, комплексный системный подход к работе, способность генерировать идеи, трансформировать их в практические действия, творчество (креативность), современное экономическое мышление, компьютерная грамотность, правильный образ жизни, культура общения, знание иностранных языков.

Деловые качества – управленческие умения: диагностировать организационную систему, интерпретировать ситуацию и делать правильные выводы, оперативно принимать и реализовывать нестандартные решения, мотивировать персонал к высокопроизводительному труду, рационально организовывать труд, обеспечивать высокую трудовую дисциплину, объективно подбирать, оценивать, расставлять кадры, обеспечивать самоорганизацию трудового коллектива, создавать благоприятный психологический микроклимат, ориентироваться в людях, понимать их характеры, способности и психологическое состояние,

установлювати делові відносини з іншими керівниками, вміти вести розмову, бути красномовним, виразливо, переконливо, аргументовано проводити переговори, мати почуття юмору, високу ерудицію, здатність ефективно діяти в умовах економічного ризику, практичний розум і здоровий глузд, комунікабельність, підприємливість, ініціативність і енергійність, вимогливість і дисциплінованість, високу працездатність і т. п.

На кожному етапі навчання необхідно здійснювати відповідні зміни в стандартах освіти та навчальних програмах по окремим предметам, застосовуючи системний підхід.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, в цій статті ми провели аналіз наукових джерел; розглянули поняття «професійна компетентність менеджера туристичної

індустрії», розкривши її сутність, а також обґрунтували систему професійної компетентності менеджера по туризму.

За нашим мнением, професійна компетентність менеджера туристичної індустрії – поняття динамічне, багатогранне і багатобачне, його зміст змінюється відповідно до соціально-економічних, політичних і інших процесів, що відбуваються в суспільстві та освіті. Система професійної компетентності менеджера туристичної індустрії, зв'язана з активним розвитком науки та практики, періодично змінюється і коректується. Питання визначення форм, рівнів формування професійної компетентності менеджера туристичної індустрії потребують подальшого розробки, систематизації, аналізу та узагальнення.

Список використаної літератури

1. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / під заг. ред. О. В. Овчарук. – К. : “К.І.С.”, 2004. – 112 с.
2. Краєвський, В. В. Предметне та загальнопредметне в освітніх стандартах / В. В. Краєвський, А. В. Хуторський // Педагогіка. – 2003. – № 3. – С. 3-10.
3. Маркова, А. К. Психологія праці вчителя : книга для вчителя / К. А. Маркова. – М., 1993. – 192 с.
4. Сучасний словник іноземних слів : [ок. 20 000 слів]. – СПб. : Дуэт, 1994. – 752 с.
5. Химинець, В. Компетентнісний підхід до професійного розвитку вчителя [Електронний ресурс] / В. Химинець // Закарпатський інститут післядипломної педагогічної освіти. – Режим доступу : <http://zakinpro.org.ua/2010-01-18-13-44-15/233-2010-08-25-07-10-49>.

Бібліографічний опис для цитування:

Чирва, Г. Н. Зміст та структура професійної компетентності менеджера туристичної індустрії / Г. Н. Чирва // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 73–78.

УДК 330.322-049.5

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В ІНВЕСТИЦІЙНІЙ СФЕРІ

Слатвінський М. А.

Анотація. У статті автор акцентує увагу на раціональному управлінні інвестиційними процесами суб'єктів господарювання, що здатне забезпечити ефективне використання власних і залучених фінансових ресурсів і підтримання конкурентоспроможності та належного рівня безпеки цих суб'єктів, а також на стандартизації їх управлінської діяльності. На основі проведеного аналізу стану інвестування суб'єктів господарювання в Україні виявлено, що зовнішні джерела інвестування не можуть забезпечити необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, і основна увага звернена на пошук шляхів максимізації прибутку як основного на даний час джерела фінансування інвестиційної діяльності. Автором запропоновано використання лізингу та страхування одночасно як системних інструментів фінансового регулювання динамічного ризику інвестиційних проектів суб'єктів господарювання та вирішення проблем залучення інвестицій. Представлені стандарти, які можуть бути використані в управлінні фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері.

Ключові слова: фінансово-економічна безпека, інвестиційна безпека, інвестиційна політика, управління безпекою.

Аннотация. В статье автор акцентирует внимание на должном управлении инвестиционными процессами субъектов хозяйствования, способном обеспечить эффективное использование собственных и привлеченных финансовых ресурсов и поддержание конкурентоспособности, а также надлежащего уровня безопасности этих субъектов, и на стандартизации их управленческой деятельности. На основе проведенного анализа уровня инвестирования субъектов хозяйствования в Украине выявлено, что внешние источники инвестирования не могут обеспечить необходимые объемы инвестиционных ресурсов, и основное внимание обращено на поиск путей максимизации прибыли в качестве основного в настоящее время источника финансирования инвестиционной деятельности. Автором предложено использование лизинга и страхования одновременно как системных инструментов финансового регулирования динамического риска инвестиционных проектов субъектов хозяйствования и решения проблем привлечения инвестиций. Представленные стандарты, которые могут быть использованы в управлении финансово-экономической безопасностью субъектов хозяйствования в инвестиционной сфере.

Ключевые слова: финансово-экономическая безопасность, инвестиционная безопасность, инвестиционная политика, управление безопасностью.

Постановка проблеми. Проблеми, пов'язані як з поточним станом економіки, так і загальним політичним становищем України, обумовлюють актуальність забезпечення фінансово-економічної безпеки як держави, так і суб'єктів господарювання. Вирішення значної частки актуальних питань вітчизняної економіки в більшості торкатиметься і питань фінансово-економічної безпеки. Необхідність вирішення

останніх визначається об'єктивними процесами і явищами, що відбуваються в українському суспільстві та економіці протягом останніх років. Суспільно-політична нестабільність, макроекономічні коливання, незадовільні результати функціонування економіки ставлять під загрозу добробут всіх членів суспільства, в тому числі знижують рівень фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання.

В цих умовах стійкий розвиток та розширення інвестиційних можливостей вітчизняних суб'єктів господарювання в значній мірі залежать від наявності та ефективного функціонування їх систем фінансово-економічної безпеки. Надзвичайної актуальності в такому випадку набуває удосконалення застосовуваної системи управління фінансово-економічної безпекою суб'єктів господарювання, яка характеризується стійкістю до функціонування в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

Загалом, описана ситуація вимагає покращення раціональності та упорядкованості застосовуваної системи управління фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері, яка дозволить стабілізувати їх економічне становище та забезпеченість необхідними інвестиційними ресурсами.

Аналіз останніх публікацій з проблеми. В економічній науковій літературі, особливо останнім часом, приділяється значна увага вирішенню проблем забезпечення фінансово-економічної безпеки. У формування розуміння сутності та змісту фінансово-економічної безпеки значний внесок зроблено в працях вчених, таких як: О. Барановський, С. Каламбет, В. Воропай, Н. Москаленко, О. Романенко, Т. Олійник та інших. Однак, залишаються не повністю вирішеними проблеми покращення раціональності та упорядкованості застосовуваної системи управління фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері.

Формулювання цілей дослідження. Основною метою статті є вирішення проблем покращення раціональності та упорядкованості застосовуваної системи управління фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері на основі підвищення ефективності використання власних та залучених фінансових ресурсів і підтримання конкурентоспроможності цих

суб'єктів, а також стандартизації системи управління безпекою.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Фінансово-економічна безпека суб'єктів господарювання забезпечує належні умови для стабільності економічної діяльності на всіх її стадіях. Гарантування доступу до економічних, фінансових, інформаційних ресурсів тощо для забезпечення виробничого процесу, а також можливість максимізувати прибуток, є основною вимогою для фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання.

Вирішення проблем фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері пов'язується із розробкою та реалізацією їх інвестиційної політики, а результати її реалізації залежать від ефективності застосовуваної системи менеджменту.

Управління фінансово-економічною безпекою суб'єкта господарювання спрямоване на виконання певної сукупності завдань. Серед них найбільш важливими можна вважати:

- встановлення реальних і прогнозування потенційних загроз і небезпек;
- виявлення способів їх попередження, послаблення або ліквідацію наслідків їх впливів;
- знаходження шляхів і засобів, необхідних для забезпечення безпеки підприємства;
- створення власної служби безпеки підприємства або звернення і взаємодію із державними або приватними організаціями тощо [1].

Вирішення завдань побудови й функціонування механізму управління фінансово-економічною безпекою є індивідуальним для кожного конкретного суб'єкта господарювання та потребує урахування його стратегічних цілей і особливостей технології, кадрів, організації, якості продукції, формування інформаційної бази і т. д.), наявного потенціалу та ресурсів [2].

Разом з тим, стандартизація дозволяє забезпечити єдиний підхід до управління, формалізуючи його. В останнє десятиліття стандарти управління почали набувати популярності та охоплювати все більшу кількість суб'єктів господарювання. Вони передбачають вироблення відповідного підходу до формування належних взаємозв'язків із зацікавленими сторонами

(клієнтами, пов'язаними особами, партнерами, інвесторами) і сталий виробничий процес.

У табл. 1 відображено основні стандарти, які можуть бути використані суб'єктом господарювання для управління і контролю економічної безпеки.

Таблиця 1

Стандарти управління системою економічної безпеки суб'єктів господарювання

| Тип стандарту | Назва та розробник | Зміст |
|--|---|---|
| Управління безперервністю бізнесу (Business Continuity Management (BCM)) | BCI (Business Continuity Institute); DRI (Disaster Recovery Institute); Стандарти та сертифікати Британського інституту стандартизації (BSI); Австралійська Національна організація аудиту (ANAO) | Аналіз бізнес – процесів; аналіз ризиків; стратегія безперервного розвитку; організаційна і технічна підтримка. |
| Стандарти управління якістю | Стандарт ISO-9000 (Міжнародна організація по стандартизації) | Відповідальність менеджерів; управління ресурсами; продажами; оцінка і аналіз. |
| Стандарти управління в промисловості (виробництво) | Стандарти MRP / ERP APICS (American Production and Inventory Control Society) | Планування потреби в матеріалах; планування ресурсів підприємства. |
| Стандарти управління ризиками | Стандарт ISO 31000 (Міжнародна організація по стандартизації) | Зростання гудвілу; управління витратами підприємства; підвищення його ефективності. |
| Стандарти корпоративного управління | Стандарт AA 1000 SES (Stakeholder Engagement Standard) – Інститут контролю соціальної відповідальності (Institute of Social and Ethical Reporting) | Рекомендовані нормативні умови для публічного використання при плануванні, реалізації, оцінки, інформування та нефінансової перевірки якості взаємодії акціонерів. |
| | Стандарт ISO-26000 Соціальна відповідальність (Міжнародна організація по стандартизації) | Рекомендації з принципів, основних проблеми, які знаходяться в основі соціальної відповідальності, способи інтеграції соціально відповідальної поведінки в діяльності підприємства. |

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [3].

Стандартизація управління повинна поєднуватись із оцінюванням діяльності підприємства, що забезпечить врахування

особливостей його внутрішнього та зовнішнього середовища і привнесе раціональність в застосування загаданих вище

стандартів, дозволить підвищити ефективність системи фінансово-економічної безпеки на основі її контролю та аудиту [4].

Таким чином, ефективність та підконтрольність управління фінансово-економічної безпекою може бути підвищена на основі включення таких інструментів як стандартизація управління, оцінювання в поєднанні з використанням поширених фінансових інструментів для залучення необхідних інвестиційних ресурсів розвитку виробничої діяльності. Належне управління інвестиційною діяльністю здатне забезпечити ефективне використання власних і залучених фінансових ресурсів на основі використання поширених фінансових інструментів і підтримання конкурентоспроможності підприємства.

Стандартизація управління повинна поєднуватись із оцінюванням діяльності підприємства, що забезпечить врахування особливостей його внутрішнього та зовнішнього середовища і привнесе раціональність в застосування загаданих вище стандартів, дозволить підвищити ефективність системи фінансово-економічної

безпеки на основі її контролю та аудиту [4].

Таким чином, ефективність та підконтрольність управління фінансово-економічної безпекою може бути підвищена на основі включення таких інструментів як стандартизація управління, оцінювання в поєднанні з використанням поширених фінансових інструментів для залучення необхідних інвестиційних ресурсів розвитку виробничої діяльності. Належне управління інвестиційною діяльністю здатне забезпечити ефективне використання власних і залучених фінансових ресурсів на основі використання поширених фінансових інструментів і підтримання конкурентоспроможності підприємства.

Система інвестування на підприємстві (рис. 1) може бути відображена через сукупність джерел і механізмів формування його інвестиційних ресурсів, за допомогою яких воно реалізує власну інвестиційну політику. Прийняття рішень при цьому має базуватися на ретельній оцінці об'єктів фінансування та пріоритетах інвестиційної політики.

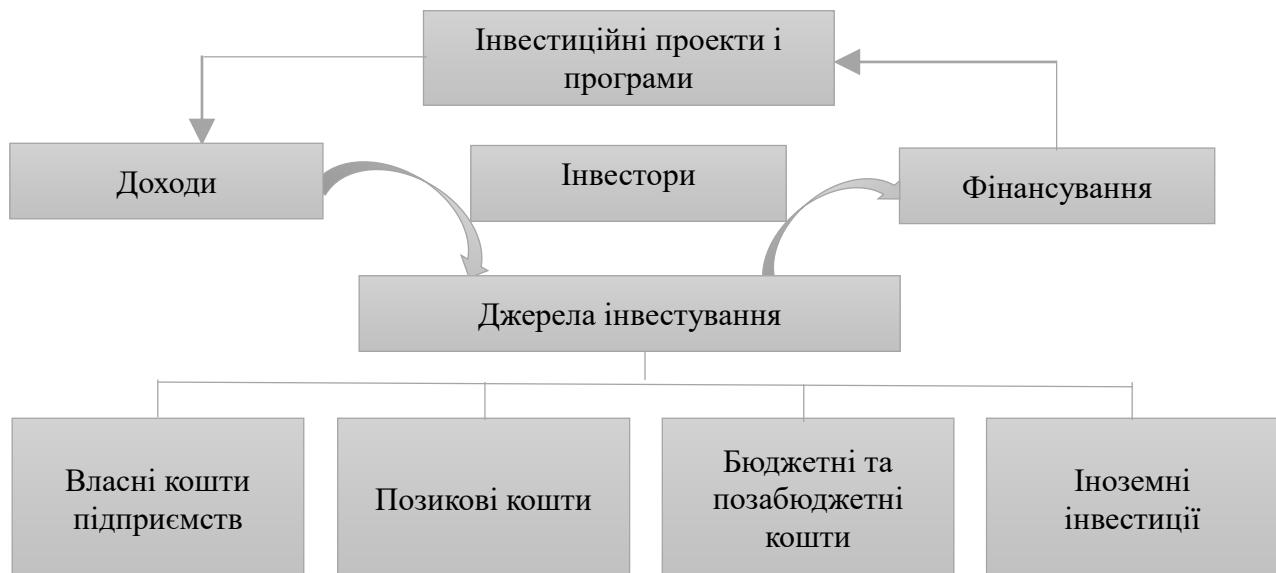


Рис. 1. Система інвестування на рівні суб'єктів господарювання

Джерело: розроблено автором.

В останнє десятиліття основним джерелом фінансування інвестицій в Україні був прибуток підприємств з-за

складнощів доступу до інших джерел інвестування.

За даними офіційної статистики (за 2015 р.), 67,5% капітальних інвестицій фінансувались за рахунок власних коштів підприємств, через що постає питання

розширення можливостей інвестування, в першу чергу, за рахунок цього джерела (рис. 2).

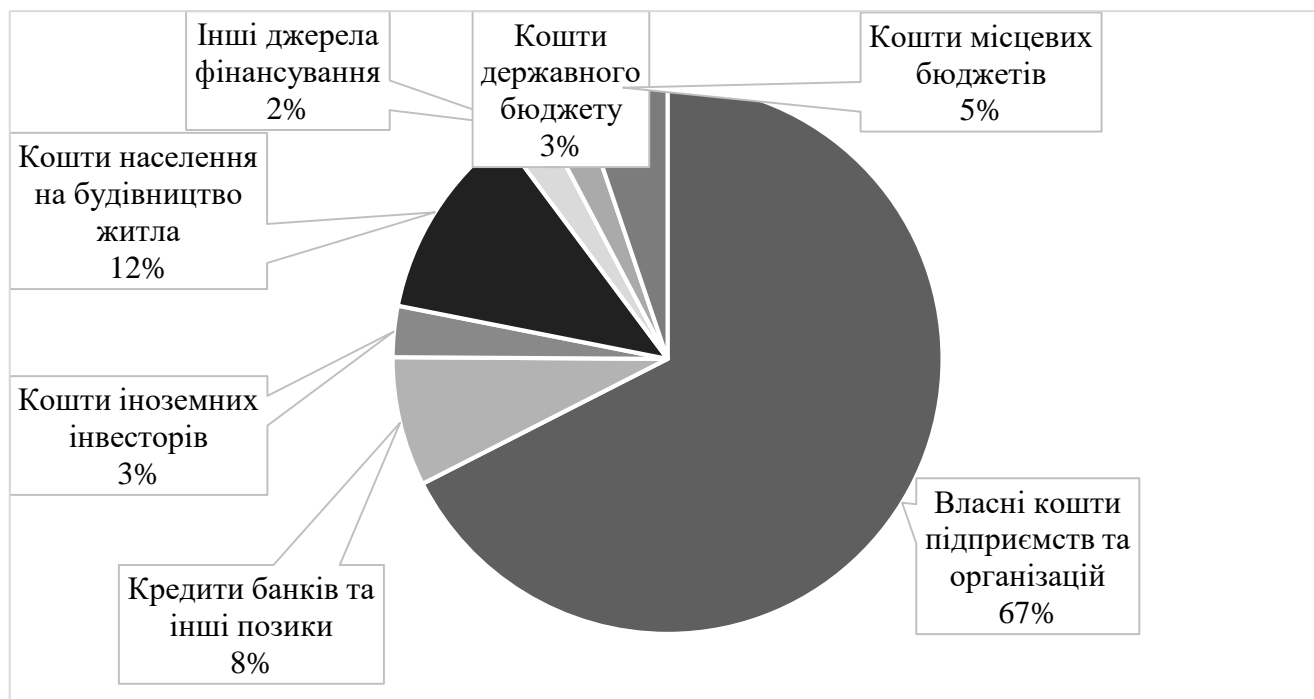


Рис. 2. Структура капітальних інвестицій за джерелами фінансування у 2015 році

Джерело: сформовано за даними Державної служби статистики України [5].

1. Скорочення числа збиткових підприємств і суми збитків, хоча в останні роки їх частка і зменшилася (з 41% у 2010 р. до 26,3% у 2015 р.), однак величина

збитків зростає (з 153,7 млрд грн у 2010 р. до 815,3 млрд грн у 2015 р.) (табл. 2) [5].

Таблиця 2

Фінансові результати підприємств до оподаткування

| Рік | Фінансовий результат (сальдо) | Підприємства, які одержали прибуток | | Підприємства, які одержали збиток | |
|------|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|----------------------|
| | | % до загальної кількості підприємств | Фінансовий результат | % до загальної кількості підприємств | Фінансовий результат |
| 2010 | 58334,0 | 59,0 | 212008,6 | 41,0 | 153674,6 |
| 2011 | 122210,0 | 65,1 | 272726,2 | 34,9 | 150516,2 |
| 2012 | 101884,7 | 64,5 | 277938,5 | 35,5 | 176053,8 |
| 2013 | 29283,2 | 65,9 | 234513,7 | 34,1 | 205230,5 |
| 2014 | -523587,0 | 66,3 | 334517,3 | 33,7 | 858104,3 |
| 2015 | -340100,3 | 73,7 | 475201,8 | 26,3 | 815302,1 |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними Державної служби статистики України [5].

До числа першочергових заходів з ліквідації збитковості підприємств відносяться: реструктуризація, перепрофілювання, банкрутство, зміна форми власності, стимулювання зростання обсягів виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції і зниження її собівартості шляхом проведення ефективної протекціоністської та антимонопольної політики, введення податкових і митних пільг.

2. Удосконалення системи формування прибутку. Зростанню фінансування інвестицій промислових підприємств перешкоджає існуюча в Україні нераціональна структура формування прибутку. Його основна частина формується і накопичується у фінансових установах, при чому він використовується на цілі, в основному не пов'язані з інвестиціями в реальний сектор економіки (рис. 3).

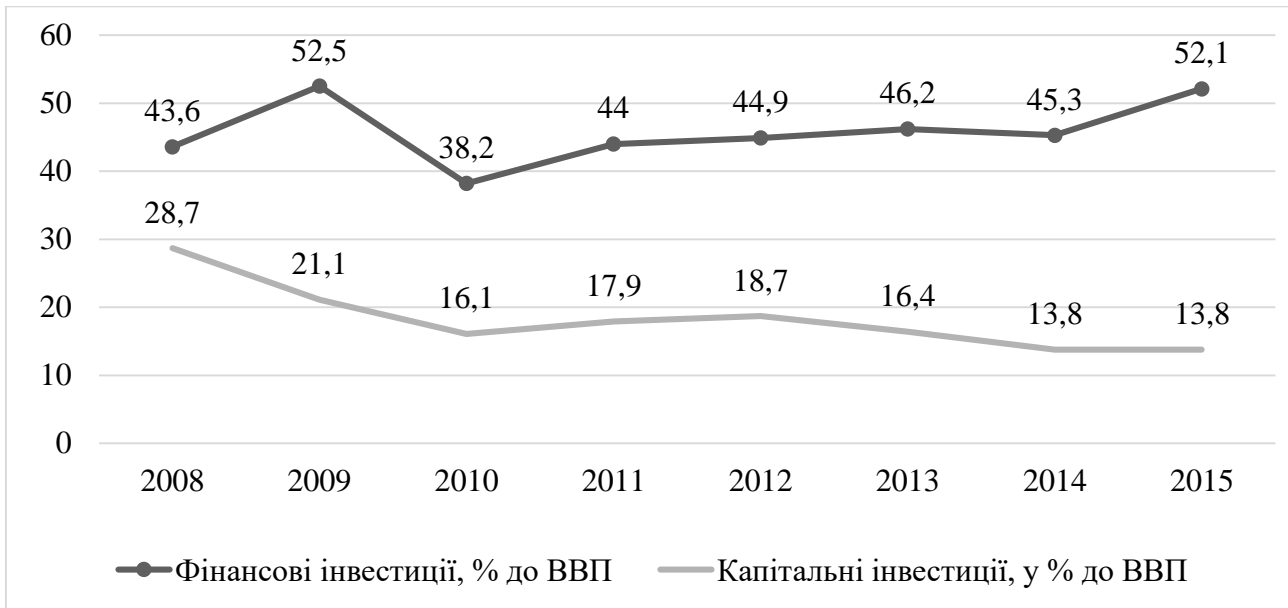


Рис. 3. Інвестиції суб'єктів господарювання України

Джерело: сформовано за даними Державної служби статистики України [5].

У економічно розвинених країнах світу основним джерелом фінансування інвестицій виступають амортизаційні відрахування (у різні роки від 50 до 80% валових інвестицій), тоді як в Україні в 2014 році лише 13%. З метою підвищення ефективності інвестиційної політики необхідно усунути протиріччя нормативно-законодавчої бази з реальними економічними умовами відтворення капіталу та налагодити практику перегляду норм амортизації адекватно сучасним термінам служби техніки.

Інвестиційна політика суб'єктів господарювання має ґрунтуватися на оптимальному поєднанні попередньої мобілізації внутрішніх інвестиційних ресурсів і отримання зовнішніх інвестицій на подальший розвиток.

Однак, поряд з перерахованими проблемами слабо розвинені механізми мобілізації інвестиційних ресурсів через реалізацію цінних паперів. Аналіз динаміки залучення інвестицій в економіку України показує, що у 2015 році обсяг цих інвестицій через інструменти фондового ринку нижчий за показник обсягу залучених довгострокових кредитів (11,42 млрд грн до 43,76 млрд грн) [6].

Окремим джерелом інвестування виступають ресурси вітчизняної банківської системи, однак скромні можливості вітчизняних кредитних організацій на даний час недовикористовуються в цілях розвитку реального сектора. Так, наприкінці 2015 року залишки на кореспондентських рахунках в банках досягли 38,5

млрд грн, що свідчить про наявність які поки не знаходять ефективного кредитних ресурсів у банківській системі, застосування [7].

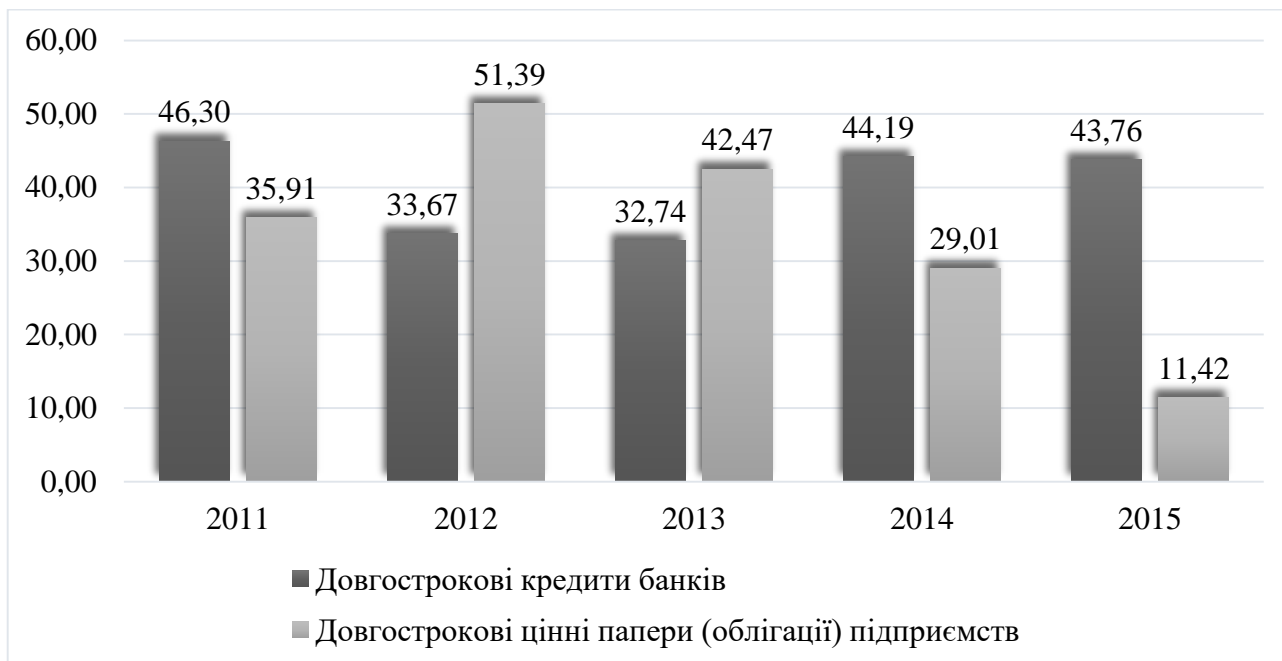


Рис. 4. Залучення інвестицій в економіку України у 2011-2015 роках, млрд грн

Джерело: сформовано за даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України [6].

Для активізації трансформації вільних банківських коштів в реальні інвестиції необхідно опрацювати механізм захисту прав інвесторів, договірно-правову частину інвестиційних відносин, форми страхування інвестицій тощо. У свою чергу, розширення кредитування промислових підприємств має бути націлене на реструктуризацію та модернізацію виробництва. Однак це буде визначатися багатьма факторами, одним з яких є сприятливе інвестиційне середовище.

На рівні суб'єктів господарювання як ефективні фінансові інструменти динамічного регулювання ймовірнісних ризикових чинників в інвестиційній сфері можна розглядати лізинг та страхування.

Лізинг як інструмент динамічного регулювання фінансових ризиків та, одночасно, форму інвестування дозволяють розглядати його якісні особливості, такі як економічна доцільність, матеріальна форма

та еквівалентність банківському кредитуванню. Це обумовлює його використання як державними структурами, так і підприємствами в системі забезпечення економічної безпеки в інвестиційній сфері.

Структурні і якісні особливості лізингу (матеріальна об'єктивність, цілісність фінансового еквівалента, економічна доцільність) можна розглядати як характеристики форми інвестування з однієї сторони і комплексну систему зниження фінансових ризиків з іншої – лізинг як системний інструмент динамічного регулювання ймовірнісних ризикових факторів процесу інвестицій. Це доводить доцільність у використанні його як державними структурами, так і суб'єктами господарювання в системі забезпечення економічної безпеки інвестицій.

Переваги лізингу найбільш повно розкриваються, якщо провести порівняльний аналіз ефективності лізингових

операцій та інших форм фінансування інвестицій. В цьому випадку виявляється, що:

- нижча вартість активу, який надається в межах лізингової угоди, що обумовлюється ціною конкурентоспроможністю і якістю послуг лізингової компанії внаслідок конкурентної боротьби;

- розмір плати за лізинг може бути встановлений нижчим від ринкового, адже він, насамперед, визначається величиною відсотку, що нараховується лізингодавцем на суму основного боргу лізингоотримувача;

- після закінчення строку дії лізингової угоди право власності на актив переходять до лізингоодержувача, а у випадку відмови останнього від цього права лізингодавець отримує можливість комерційної реалізації об'єкта лізингу;

- лізингоодержувач має право на купівлю активу за значно нижчою ціною від справедливої вартості на дату реалізації цього права;

- ризики, пов'язані з коливаннями валютного курсу, перекладаються на лізингодавця.

Аналогічно лізингу, страхування визначається як системний інструмент фінансового регулювання динамічного ризику інвестиційного проекту як на стадії його реалізації, так і на стадії його проектування.

Страхування, по суті, є короткостроковим механізмом передачі ризику від страховика страхувальнику. Воно повністю не вирішує питання покриття втрат, по суті, лише згладжуючи їх: страхувальник убезпечує себе лише в короткостроковому періоді, оплачуючи власні втрати в довгостроковому періоді. В цьому контексті страхування виступає окремим джерелом фінансування, дозволяючи оптимізувати грошові потоки від інвестиційної діяльності, передаючи ризик від страхувальника страховику. Переваги страхування для страхувальника залежатимуть від вартості цієї послуги в порівнянні

з альтернативними джерелами фінансування та оцінки вигід від передачі ризику. Основними перевагами страхування для страхувальника є наступні:

- зменшення невизначеності та рівня ризику;

- відшкодування збитків в разі несподіваних втрат;

- більш ефективне використання грошових коштів (оптимізація грошових потоків);

- використання кваліфікованих послуг страховика в управлінні ризиком.

Використання механізму страхування як фінансового механізму покриття ризику пов'язано з певними проблемами. По-перше, страхування не забезпечує повну фінансову компенсацію збитків і, по-друге, існує багато практичних проблем.

В цілому контроль за ризиком при страхуванні відповідальності повинен становити сукупність контролю за внутрішніми і зовнішніми факторами, до яких слід віднести:

- зовнішню безпеку – захист від можливого впливу зі сторони сусідніх підприємств і оточення взагалі;

- внутрішню безпеку – можливе нанесення збитку відвідувачам, дотримання всіх вимог, що ставляться до всебічної перестороги в процесі виробництва, дотримання стандартів якості виробленої продукції, спостереження за процесом доставки і реалізації продукції, захисту інтересів споживачів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Раціоналізація та упорядкування застосовуваної системи управління економічною безпекою суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері може бути забезпечена на основі включення таких інструментів як стандартизація управління, оцінювання в поєднанні з використанням поширених фінансових інструментів для залучення необхідних інвестиційних ресурсів розвитку виробничої діяльності.

Загалом, економічна безпека суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері в сучасних економічних умовах визначається спрямованістю їх інвестиційної політики на оптимальне поєднання попередньої мобілізації внутрішніх інвестиційних ресурсів і отримання зовнішніх інвестицій на подальший розвиток. Розкриття резервів зовнішнього інвестування вимагає значної активізації трансформації вільних банківських коштів в інвестиції.

Використання лізингу, як системи забезпечення безпеки інвестиційних проєктів, обумовлюється його якісними особливостями (економічна доцільність, матеріальна форма та еквівалентність

банківському кредитуванню), що дозволяє розглядати його, з однієї сторони, як форму інвестування та, з іншої, як комплексну систему регулювання фінансових ризиків. Страхування, як фінансовий інструмент управління ризиками в інвестиційній сфері, передбачає існування формальної альтернативи між самострахуванням та передачею ризику, вибір в межах якої залежатиме від оцінки її вартості та економіко-математичних оцінок ризику.

Відповідно, перспективою подальших досліджень є поглиблене вивчення інвестиційних процесів з позицій фінансово-економічної безпеки з прицілом на розробку відповідного механізму її досягнення.

Список використаної літератури

1. Барановський, О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : монографія / О. І. Барановський. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2004. – 759 с.
2. Каламбет, С. В. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств залізничної галузі / С. В. Каламбет, В. А. Воропай // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2013. – № 2. – С. 8–15.
3. Moskalenko, N. Approaches to enterprises' financial and economic security management / N. Moskalenko, O. Romanenko, T. Oliinyk // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 7-8(1). – С. 54–57.
4. McNally, J. Leveraging effective risk management risk management and internal control / J. McNally, V. Tophoff // Strategic Finance. – 2014. – April 2014. – P. 29-36.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.nssmc.gov.ua>.
7. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.bank.gov.ua>.

Бібліографічний опис для цитування:

Слатвінський, М. А. Управління фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання в інвестиційній сфері / М. А. Слатвінський // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 79–87.

УДК 331.5-049.5(477)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ В АСПЕКТІ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ

Стрембіцька Л. Л.

Анотація. В статті розглянуто питання, що відображають ситуацію на ринку праці України сучасного етапу соціально-економічних трансформацій, та окреслено вплив негативних тенденцій в сфері ринку праці на економічну безпеку. В дослідженні актуалізується необхідність аналізу динаміки процесів сукупного ринку праці, що передбачає врахування та оцінку як характеристик безробіття та наслідків, які воно справляє на суспільний розвиток, так і з'ясування ключових проблем в зайнятості населення, які в сучасних умовах перешкоджають реалізації стратегічних цілей економічного розвитку України та виступають загрозами щодо безпеки людського розвитку.

Ключові слова: ринок праці, безпека ринку праці, загрози економічній безпеці, зайнятість, безробіття.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы, отражающие ситуацию на рынке труда Украины современного этапа социально-экономических трансформаций, и намечены влияния негативных тенденций в сфере рынка труда на экономическую безопасность. В исследовании актуализируется необходимость анализа динамики процессов совокупного рынка труда, что предполагает учет и оценку как характеристик безработицы и последствий, которые она оказывает на общественное развитие, так и выяснения ключевых проблем в занятости населения, которые в современных условиях препятствуют реализации стратегических целей экономического развития Украины и выступают угрозами безопасности человеческого развития.

Ключевые слова: рынок труда, безопасность рынка труда, угрозы экономической безопасности, занятость, безработица.

Постановка проблеми. Ринок праці є одним з найскладніших та найважливіших елементів ринкової економіки, оскільки водночас на ньому здійснюється формування, використання та розподіл основного економічного ресурсу – ресурсу праці, а також саме ринок праці є джерелом формування доходу для переважної більшості населення країни. Центральною обставиною є й те, що, з одного боку, формування ринку праці є результатом соціально-економічних процесів, які відбуваються в суспільстві, а з іншого – кількісно-якісні характеристики ринку праці справляють беззаперечний вплив на динаміку цих процесів. Тому з'ясування характерних особливостей функціонування ринку праці в Україні на сучасному етапі соціально-економічних трансформації дозволить встановити ті тенденції у його формуванні, які чинять суттєвий негативний вплив на

соціально-економічний розвиток, а отже – несуть загрози економічній безпеці держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Вагомий внесок в дослідження функціонування ринку праці в Україні внесли такі видатні вітчизняні вчені як Е. Лібанова, О. Грішнова, А. Колот, Т. Кір'ян, Л. Лісогор, І. Петрова, які в своїх працях висвітлюють соціально-економічні проблеми зайнятості та безробіття населення.

Комплексне дослідження ринку праці в контексті економічної безпеки фактично не проводилося. Найбільш дотичною у цій сфері є монографія І. Гнибіденка [1], що присвячена теорії та практиці соціальної безпеки, в якій окремим розділом [1, с. 214-222] розглядається питання зайнятості, ринку праці та безробіття. Питання, пов'язані з ризиками функціонування ринку

праці досліджував В. Близнюк [2, с. 121-135]; В. Сибірцев [3] окреслив теоретичні основи ринку праці в системі економічної безпеки; Л. Баранник [4] розглянув проблему безробіття в якості індикатора національної безпеки; проте недостатньо дослідженими залишаються питання щодо вивчення впливу проблем в сфері ринку праці на економічну безпеку держави з огляду на мінливість ринкової ситуації та можливу появу у зв'язку з цим нових загроз.

Формулювання цілей дослідження.

Метою дослідження є визначення сучасних тенденцій ринку праці України щодо з'ясування негативних тенденцій у сфері зайнятості та безробіття населення, які здатні нанести загрози економічній безпеці, що в подальшому визначатиме засоби для їх протидії.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. В умовах сьогодення ринок праці формується під дією негативних чинників економічної динаміки, погіршення зовнішньоекономічної кон'юнктури, подорожчання вартості кредитних ресурсів, вкрай низького платоспроможного попиту населення; до того ж, до усталеного переліку негативних чинників, що порушують дисбаланс на ринку праці України, в останні роки додалися воєнні дії на сході нашої держави. Поширення кризових явищ в економіці класично спричиняє різкий дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили, що призводить до неможливості її повноцінного та якісного відтворення, посилення конкуренції, яка в таких умовах не здатна виконувати функцію ефективного елемента ринкового механізму, а набуває якостей, що призводять до вкрай гострої напруженості на ринку праці та спричиняють розбалансування всіх його складових, посилюючи соціально-економічні загрози та протиріччя в суспільстві.

Дослідження тенденцій на ринку праці має охоплювати все економічно активне населення, включаючи таким

чином як зайнятих, так і безробітних. Враховуючи, що об'єктом дослідження сукупного ринку праці має бути зайняте та безробітне населення, логічним є розгляд базисних індикаторів економічної безпеки на ринку праці на основі кількісно-якісних характеристик зайнятості та безробіття населення. Беззаперечно, що в умовах посилення дисбалансу на ринку праці та різкого зростання безробіття, першочергового вирішення потребують питання щодо оцінки впливу проблем безробіття на економічну безпеку держави з метою подолання його негативних наслідків для суспільства та найшвидшого залучення безробітного населення в сферу суспільної праці. Комплексне формування безпеки ринку праці потребує актуалізації дослідження процесу зайнятості населення та пов'язаних з цим питань, серед яких найважливішими є гарантії зайнятості, суспільно-економічна корисність праці, оплата праці, якість робочих місць.

Найважливішим індикатором, що визначає стан ринку праці, є рівень безробіття, який до того ж є одним з основних макроекономічних показників. Рівень зареєстрованого безробіття, що розраховується за даними Державної служби зайнятості, не відображає в повній мірі всієї гостроти наявних проблем на ринку праці, пов'язаних з переважанням пропозиції праці над попитом на неї та всіх послідуєчих негативних наслідків, що витікають з цього. Більш реальну картину щодо масштабів поширення безробіття представляє оцінка безробіття згідно з методологічними підходами Міжнародної організації праці (МОП), що відображається даними табл. 1.

За даними табл. 1 видно, що особливістю національного ринку праці є значний розрив між показниками зареєстрованого безробіття та показниками безробіття відповідно до методологічної оцінки МОП. Так, перевищення чисельності реального безробіття, яке визначається згідно з

методологією МОП, над чисельністю зареєстрованого безробіття в період 2012-2016 рр. коливається в межах 3,2-4,1 рази,

що є надзвичайно загрозливим явищем на ринку праці.

Таблиця 1

Динаміка показників реального (за методологією МОП) та офіційного безробіття в Україні

| Найменування показника | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Чисельність безробітних за методологією МОП, тис. осіб | 1589,8 | 1510,4 | 1847,6 | 1654,7 | 1678,2 |
| Рівень безробіття (за методологією МОП), % | 7,5 | 7,3 | 9,3 | 9,1 | 9,3 |
| Чисельність безробітних, що перебували на обліку в Державній службі зайнятості | 467,7 | 470,3 | 458,6 | 461,1 | 407,2 |
| Рівень зареєстрованого безробіття, % | 2,3 | 2,4 | 2,4 | 2,7 | 2,4 |
| Перевищення чисельності безробітних за методологією МОП над чисельністю безробітних, що перебували на обліку в Державній службі зайнятості, разів | 3,4 | 3,2 | 4,0 | 3,6 | 4,1 |
| Перевищення рівня безробіття за методологією МОП над рівнем зареєстрованого безробіття, п. п. | +5,2 | +4,9 | +6,9 | +6,4 | +6,9 |

Джерело: сформовано та розраховано за даними Державної служби статистики України [5; 6].

Рівень офіційно зареєстрованого безробіття нині в Україні є досить низьким і відповідає параметрам природного безробіття, яке, як відомо не має загрозливого характеру впливу. Проте, показники зареєстрованого рівня безробіття у їх співставленні з показниками реального безробіття засвідчують надзвичайну масштабність проблем на ринку праці, а в реальності ж держава зменшує обсяги їх вирішення в рази, перекладаючи покладені на неї соціальні зобов'язання виключно на рахунок самих безробітних. Отже, таким чином завуальованість розмірів поширеності проблем безробіття в Україні унеможлиблює їх ефективно вирішення взагалі, так як складається зовнішня видимість відсутності критичних моментів у цій сфері.

В Україні продовжує зберігатись значна відмінність в показниках безробіття за регіонами. Так, в той час коли рівень безробіття в Україні в цілому за методикою МОП у 2016 р. склав 9,3%, спостерігаються значні регіональні відмінності вказаного показника з мінімальним значенням у

м. Київ (6,7%) та наближені до цього значення у Київській та Одеській областях (6,8%), максимальний же рівень безробіття зафіксовано у областях, де наявний воєнний конфлікт – Луганська область (16%), Донецька область (14,1%). Досить високим є рівень безробіття в Полтавській, Кіровоградській, Волинській, Житомирській, Тернопільській, Чернігівській областях [5]. Зазначені обставини призводять до порушення пропорцій регіонального соціально-економічного розвитку, що збільшує нерівність між регіонами та сприяє значній маятниковій трудовій міграції і міграції закордон.

Досить важливим в аналізі проблем безробіття є врахування середньої тривалості пошуку роботи, оскільки цей час показує перебування людини у стані безробіття. Кожна держава намагається запобігти поширенню довготривалого безробіття, оскільки саме цей вид безробіття має надзвичайно загрозливі наслідки для всіх суб'єктів соціально-трудової сфери. Довготривале безробіття призводить до значних витрат держави на соціальний

захист та забезпечення безробітних, втрати безробітними професійно-кваліфікаційних знань та вмінь, втрати активності в пошуках роботи і небажання в подальшому працювати; довготривале безробіття є однією з причин розшарування населення та маргіналізації його частини. В Україні в період 2010-2016 рр. середня тривалість пошуку роботи коливається в межах 5-7 місяців. Необхідно відмітити, що частка тих, хто здійснював пошук роботи впродовж 12 місяців і більше скорочувалась до 2014 року з встановленням зазначеного показника на рівні 12,8% з наступним різким зростанням до значення 25,3% у 2016 р. [7]. Наведені дані засвідчують негативну тенденцію перебування безробітного населення України у стані безробіття, що є критичним явищем у відношенні до характеристик безпечності ринку праці.

Щодо поширення безробіття серед населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості, то варто відмітити, що в Україні в період 2010-2016 рр. переважаючими причинами незайнятості є вивільнення працівників з економічних причин та їх звільнення за власним бажанням і угодою сторін, які в сукупності складають близько 60%. Особливістю вказаного періоду є те, що починаючи з 2011 р. спостерігається переважання звільнень за власним бажанням і угодою сторін над вивільненням з економічних причин, і за підсумком 2016 р. ці показники становлять відповідно 33,0% і 22,4% [8].

На нашу думку, такий високий рівень звільнень, що виходить з ініціативи самого працівника в умовах дефіциту робочих місць, вказує на їх неконкурентоспроможність і невідповідність принципам гідної праці. Також варто відмітити, що в Україні є проблема поповнення лав безробітних випускниками загальноосвітніх та вищих навчальних закладів, щоправда, частка таких безробітних в цілому в Україні щорічно скорочується з 18,1%,

починаючи з 2011 р. до 15,6% у 2016 р.

Аналіз безробіття за віком свідчить про те, що в Україні найпоширенішим є безробіття серед молоді у віці 15-24 роки, частка безробітних у цьому сегменті за показниками 2016 р. становила 23% при тому, що в цілому по відношенню до всіх вікових груп рівень безробіття був зафіксований на рівні 9,3% [9]. Отже, наведені показники відображають значні проблеми молоді щодо можливостей першого працевлаштування та великий ступінь ризику для неї не знайти перше місце роботи, тому вказані питання повинні зайняти особливе місце серед засобів соціально-економічної політики держави щодо вирішення проблем безробіття.

Навантаження зареєстрованих безробітних на 10 вільних робочих місць (вакантних посад) за професійними групами у 2016 р. в цілому в Україні склало 108 осіб, що свідчить про значний дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили; при цьому серед такої професійної групи як кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства зазначений показник становить 552 особи; також суттєве навантаження на вакантні посади склалось серед законодавців, вищих державних службовців, керівників, менеджерів – 239 осіб. Найменша напруженість на ринку праці спостерігається серед кваліфікованих робітників з інструментом – 45 осіб [10]. На нашу думку, зазначені показники вказують на критичність ситуації в цілому на ринку праці України, а окремі його сегменти перебувають у стані повної руйнації.

Зростання безробіття в суспільстві наносить як прямі, так і непрямі негативні наслідки для усіх учасників соціально-трудової сфери, серед яких найсуттєвішими є:

- відсутність життєвих засобів для існування у індивіда, що не має роботи, втрата ним кваліфікації та зневіра у майбутньому;

- зменшення попиту та товари і послуги фірм в результаті зниження платоспроможного попиту, що призводить до поглиблення кризи виробництва;

- збільшення державних витрат на соціальні виплати і допомоги безробітному населенню, що також призводить до збільшення різного роду податків та зборів;

- зростання незадовільних настроїв, виступів, страйків та злочинності в суспільстві.

Подолання проблем безробіття потребує комплексного та системного підходу, що сприятиме підвищенню рівня захищеності усіх соціальних партнерів та найповнішій реалізації їх економічних інтересів.

Важливе значення для досягнення усіх складових економічної безпеки України має досягнення критеріїв ефективної зайнятості, що сприятиме раціоналізації використання людських ресурсів та їх найповнішому залученню у сферу суспільного виробництва. Ступінь участі населення у суспільно-корисній діяльності та його забезпеченість робочими місцями відображається сукупністю показників економічної активності та зайнятості населення, які в цілому засвідчують наявність ресурсів праці в умовах добровільності трудової діяльності. Дані табл. 2 відображають негативні тенденції вказаних показників, що має загрозливі наслідки для держави.

Таблиця 2

Динаміка показників економічної активності та зайнятості населення України

| Найменування показника | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Кількість економічно активного населення, тис. осіб | 20851,2 | 20824,6 | 19920,9 | 18097,9 | 17955,1 |
| Рівень економічної активності населення, % | 64,4 | 64,9 | 62,4 | 62,4 | 62,2 |
| Кількість зайнятого населення, тис. осіб | 19261,4 | 19314,2 | 18073,3 | 16443,2 | 16276,9 |
| Рівень зайнятості населення, % | 59,7 | 60,2 | 56,6 | 56,7 | 56,3 |

Джерело: сформовано за даними Державної служби статистики України [5; 6].

Так, лише за останні п'ять років, тобто в період 2012-2016 років, чисельність економічно активного населення в цілому в Україні скоротилась з 20851,2 тис. осіб до 17955,1 тис. осіб, (-2896,1 тис. осіб); загальне скорочення зайнятості населення при цьому становить 2984,5 тис. осіб, або 15,5%. Варто відмітити, що при скороченні загальної чисельності зайнятих в Україні в період 2012-2016 рр. на 15,5%, вельми негативним явищем є скорочення зайнятих у сфері промисловості майже на 25% [11], що загрожує розвитку України на основі реалізації потенціалу інноваційної моделі, здатної продукувати високотехнологічні та конкурентоспроможні товари на світовому ринку.

Колектив науковців [12, с. 138-153], досліджуючи складові економічної безпеки держави виокремлює її таку складову як

«безпека людського розвитку», досягнення якої потребує формування умов щодо безпеки зайнятості, під якою розуміється такий стан національної економіки та інститутів ринку праці, за якого забезпечується збалансованість робочої сили та робочих місць в усіх галузях і регіонах країни, а також є можливість своєчасно реагувати на виклики з боку світових ринків праці. Також в дослідженні наголошується, що зайнятість повинна забезпечувати достатній для гідного прожиття дохід, сталий економічний розвиток і конкурентоспроможність виробництва та країни.

Нераціональною нині є структура зайнятих за професійно-кваліфікаційним складом, що зумовлене досить високою часткою зайнятих, які мають найпростіші професії (табл. 3).

Структура зайнятих в Україні за професійними групами

| Професійні групи | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери | 7,9 | 7,6 | 8,0 | 7,9 | 7,7 |
| Професіонали | 14,9 | 14,9 | 17,1 | 17,7 | 17,9 |
| Фахівці | 11,3 | 11,3 | 12,2 | 12,0 | 11,7 |
| Технічні службовці | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,0 |
| Працівники сфери торгівлі та послуг | 15,3 | 15,3 | 15,9 | 16,4 | 16,8 |
| Кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 0,9 |
| Кваліфіковані робітники з інструментом | 12,2 | 12,0 | 12,8 | 12,3 | 11,9 |
| Робітники з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин | 11,7 | 11,1 | 11,4 | 11,2 | 11,2 |
| Найпростіші професії | 22,6 | 23,7 | 18,3 | 18,4 | 18,9 |

Джерело: сформовано за даними Державної служби статистики України [5; 6].

Так, дані табл. 3 свідчать, що, не зважаючи на помітну тенденцію скорочення представництва найпростіших професій в структурі зайнятих, частка зайнятих, що володіла найпростішими професіями у 2016 р. становила 18,9%, що засвідчує досить високий попит підприємств на некваліфіковану робочу силу. Як позитивний момент, необхідно відмітити, що в період 2012-2016 рр. в структурі зайнятих спостерігається стабільне зростання такої професійної групи як «професіонали».

Окремого вирішення потребують проблеми ринку праці України, зумовлені наявністю величезних масштабів тіньової зайнятості, яка має надзвичайно негативні наслідки на економічну безпеку держави та її соціально-економічний розвиток [13, с. 48-50].

За даними Державної служби статистики [14], в 2016 р. в цілому в Україні чисельність неформально зайнятого населення склала 3961,2 тис. осіб, що становить 24,3% загальної кількості зайнятих. При цьому найбільшого поширення неформальна зайнятість набула серед молоді у віці 15-24 роки, а також осіб передпенсійного віку. Відмічається також той факт, що неформально зайнятими є переважно особи, які мають низький рівень освіти, і ті, хто

займаються фізичною і некваліфікованою працею. Найбільшого поширення неформальна зайнятість отримала в сільському, лісовому та рибному господарстві, а також сфері оптової та роздрібної торгівлі і будівництва.

Особливістю сучасного етапу трансформації соціально-економічної моделі національної економіки вказують на загострення суперечностей між працею та капіталом, збільшуючи нерівність в процесі розподілу доходів на особисте споживання між найманими працівниками і роботодавцями, що на практиці призводить до стискання оплати праці до рівня, нижчого за вартість робочої сили, таким чином підприємці збільшують свій надприбуток, не бажаючи ним добровільно ділитися [15, с. 22].

В роботі [16, с. 90-97] актуалізується проблема хронічної бідності серед працюючого населення; при цьому вказується, що в сучасних умовах не реалізується конституційна вимога щодо перетворення України на соціальну державу, а навпаки, вже традиційно здійснюється політика так званого «соціального номіналізму», яка генерує цинічну експлуатацію працездатного населення.

Поглиблення суперечностей між працею та капіталом не лише загрожує принципам соціальної справедливості в суспільстві, а й є дійсною ознакою експлуатації робочої сили, що, на нашу думку, варто віднести до критичних чинників загроз економічній безпеці України.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аналіз сучасних тенденцій ринку праці України вказує на поглиблення кризових явищ як у сфері безробіття, так і у сфері зайнятості населення, що виражається переважно

негативною динамікою основних показників ринку праці, які несуть загрози для повноцінного та ефективного використання ресурсів праці, реалізації моделі інноваційного розвитку нашої держави, а також, знижують гарантії соціальної захищеності та справедливості в суспільстві. Таким чином, результати проведеного дослідження в подальшому слугуватимуть основою для вироблення засобів щодо посилення захищеності ринку праці України від усіх можливих загроз з метою підвищення рівня її економічної безпеки.

Список використаної літератури

1. Соціальна безпека: теорія та управлінська практика / І. Ф. Гнибіденко, А. М. Колот, О. Ф. Новікова [та ін.] ; за ред. І. Ф. Гнибіденко. – К. : КНЕУ, 2006. – 291 с.
2. Близнюк, В. В. Ринок праці та ризики його функціонування / Ринок праці України та ризики його функціонування / В. В. Близнюк // Економіка і прогнозування. – 2008. – № 1. – С. 121–135.
3. Сибірцев, В. В. Ринок праці як складова забезпечення економічної безпеки національного та регіонального розвитку [Електронний ресурс] / В. В. Сибірцев // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 17. – С. 129–135. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/25.pdf>.
4. Баранник, Л. Б. Рівень безробіття як індикатор національної безпеки [Електронний ресурс] / Л. Б. Баранник, Р. С. Шаранов // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2016. – № 4 (56). – Режим доступу : http://ev.nmu.org.ua/docs/2016/4/EV20164_055-063.pdf.
5. Економічна активність населення України 2016 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Економічна активність населення України 2012 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Безробітне населення (за методологією МОП) за тривалістю пошуку роботи у 2010-2016 рр. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Безробітне населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості у 2010-2016 роках [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Рівень безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, віковими групами та місцем проживання у 2016 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Навантаження зареєстрованих безробітних на 10 вільних робочих місць (вакантних посад) за професійними групами у 2016 р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Зайняте населення за видами економічної діяльності в 2012-2016 роках [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
12. Економічна безпека держави: сутність та напрями формування : монографія / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха [та ін.] / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2009. – 321 с.

13. Стрембіцька, Л. Л. Тіньовий ринок праці як чинник загроз економічній безпеці держави / Л. Л. Стрембіцька // Політичні, правові та фінансово-економічні пріоритети розвитку економіки України: стратегія і перспективи : [збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції] ; 28 травня 2014 року. – Умань : Видавничо-поліграфічний центр «Візаві». – 2014. – С. 48–50.
14. Ринок праці у 2016 р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
15. Ковальов, В. М. Соціальні наслідки розвитку людської праці / В. М. Ковальов, О. А. Атаєва // Економіка України. – 2016. – № 11. – С. 19–33.
16. Ковальчук, Т. Т. Бідність працюючого населення – драматична реальність українського сьогодення / Т. Т. Ковальчук // Економіка України. – 2016. – № 5. – С. 90–97.

Бібліографічний опис для цитування:

Стрембіцька, Л. Л. Сучасні тенденції ринку праці в аспекті загроз економічній безпеці України / Л. Л. Стрембіцька // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 88–95.

УДК 338.436-049.5

СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

Чирва О. Г., Бовкун О. А.

Анотація. В статті розглянуто сутність понять «економічна безпека» та «конкурентоспроможність» з метою виявлення можливих подальших перспектив та стратегій забезпечення ефективності системи економічної безпеки і конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери в Україні. Визначено, що важливим аспектом стратегії забезпечення ефективності системи економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери є її спрямованість на досягнення основних цілей соціально-економічного розвитку, до яких віднесено нарощення ринкової вартості суб'єкта господарювання, забезпечення конкурентоздатності на внутрішніх і міжнародних ринках, перехід на інноваційну модель розвитку тощо.

Ключові слова: економічна безпека, конкурентоспроможність, економічний захист, ризики, кон'юнктура ринку, інвестиційні потоки.

Аннотация. В статье рассмотрена сущность понятий «экономическая безопасность» и «конкурентоспособность» с целью выявления возможных дальнейших перспектив и стратегий обеспечения эффективности системы экономической безопасности и конкурентоспособности предприятий агропродовольственной сферы в Украине. Определено, что важным аспектом стратегии обеспечения эффективности системы экономической безопасности и конкурентоспособности предприятий агропродовольственной сферы является ее направленность на достижение основных целей социально-экономического развития, к которым отнесены наращивания рыночной стоимости предприятия, обеспечение конкурентоспособности на внутренних и международных рынках, переход на инновационную модель развития и т. д.

Ключевые слова: экономическая безопасность, конкурентоспособность, экономическая защита, риски, конъюнктура рынка, инвестиционные потоки.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток національної агропродовольчої сфери супроводжується зниженням конкурентоспроможності, що в свою чергу створює загрози для безпеки економіки, при цьому економічна безпека є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності. Система «конкурентоспроможність – безпека» є складною системою, поведінка якої залежить від значної кількості факторів різного походження.

Конкурентоспроможність агропромислового виробництва визначається з економічної точки зору як здатність конкурувати за цінними умовами і якісним параметрам, забезпечуючи при цьому стійке зростання обсягів збуту на внутрішньому і міжнародному ринках.

Виникнення економічних конфліктів призводить до непродуктивності національної економіки, що слугує підґрунтям для більшої зацікавленості агропромислових підприємств до впровадження системи економічної безпеки бізнесу та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Проте, стратегії реалізації економічної безпеки та підвищення конкурентоспроможності залишаються такими, що потребують певного удосконалення та адаптації з огляду на високу динаміку змін зовнішнього середовища і протиріч інтересів суб'єктів господарювання, а, відповідно, і коригування цільових стратегічних показників та розширення масштабів дії нових інструментів економічного захисту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. Дослідження різних аспектів функціонування, забезпечення підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємств в цілому і підприємств агропродовольчої сфери зокрема, їх захисту як вітчизняного виробника, присвячені праці багатьох вчених. Економічну безпеку та конкурентоспроможність підприємств, як об'єкти дослідження, розглядали такі вчені-економісти: Х. О. Баранюк, І. О. Бланк, К. О. Васьковська, Н. М. Купріна, та ін. [1-7].

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є теоретичне дослідження такого понятійно-категоріального апарату, як «економічна безпека», «конкурентоспроможність» з метою виявлення можливих подальших перспектив та стратегій підвищення економічної безпеки й конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери в Україні.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Ефективне функціонування агропродовольчої сфери – це не тільки виробництво продукції, її наявність на внутрішньому ринку та експорт, але й стабільне поповнення бюджету сплатою податків, зборів і платежів та соціальні аспекти: наявність робочих місць, стабільність їх доходу, високий рівень заробітної плати тощо. Питання підвищення економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери мають не тільки значення на мікрорівні суб'єктів господарської діяльності, але й на макрорівні національної економічної системи, оскільки ефективна і конкурентоспроможна діяльність підприємств даної галузі суттєво впливає на рівень економічної та продовольчої безпеки України.

Як показали попередні дослідження, актуальними питаннями сучасного ефективного функціонування агропродовольчих підприємств та забезпечення їх конкурентоспроможності, особливо агропромислового комплексу, є протистояння

змін зовнішньому середовищу – впливу всього спектру глобалізаційних процесів на всіх рівнях економічної системи [1].

Отже, економічна безпека підприємств агропродовольчої сфери є досить важливою проблемою, дослідження якої дозволить зробити значний крок щодо підвищення їх ринкових можливостей. Розробка та реалізація стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства агропродовольчої сфери має велике практичне значення у забезпеченні стабільної діяльності підприємства в поточному та стратегічному періодах.

Актуалізація стратегічного управління щодо підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності агропродовольчих підприємств розкривається як у негативному аспекті складної кризової ситуації в галузі, так і господарського комплексу в цілому. Конкурентоспроможність є метою і показником рівня розвитку національного агропромислового комплексу, а економічна безпека є найважливішою умовою його існування.

Наведені аспекти безумовно потребують детального наукового вивчення та розробки методології адаптації стратегій підвищення економічної безпеки та розроблення новітніх підходів до її організації в господарській діяльності підприємств агропродовольчої сфери, що в свою чергу підвищить рівень їх конкурентоспроможності.

Вибір підходів, інструментів та методів стратегічної адаптації повинен характеризуватися передбаченою перспективою покращення системи економічної безпеки, що визначається індикаторами захисту та розширенням зони функціонування підприємств агропродовольчої сфери при оптимальному співвідношенні ризику та очікуваної доходності їх діяльності. Удосконалення стратегії в цьому контексті має набувати форм ефективного менеджменту, що базуватиметься на передбаченні трансформації системи захисту соціально-

економічного розвитку суб'єкта в майбутньому періоді [4].

Відсутність розробленої стратегії економічного захисту та сформованої сукупності цільових показників для комплексної діагностики стану підприємств агропродовольчої сфери, що має адаптуватися до потенційних ризиків трансформації структури економічних відносин, може свідчити про наявність внутрішніх конфліктів у сфері економічного захисту інтересів власників бізнесу, перехідний період від однієї стадії життєвого циклу бізнесу до іншої, що супроводжується змінами інвестиційної та інноваційної активності, методів та принципів використання ресурсного потенціалу, виходом на нові ринки збуту тощо, або загальному зниженні ефективності роботи всіх структурних підрозділів підприємства, зменшенню конкурентоспроможності, погіршенню інтеграційних зв'язків між суб'єктами агропродовольчої сфери та іншими кризовими явищами, що притаманні сучасній економіці агропродовольчої сфери.

Це, відповідно, створює нові напрями реалізації економічних інтересів підприємств агропродовольчої сфери, що супроводжуються певними ризиками та потребують дієвих організаційно-економічних механізмів їх захисту в процесі очікуваних кардинальних економічних змін, які повинно бути втілено в стратегії реалізації економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери та здійснено заходи щодо підвищення їх конкурентоспроможності.

Відомий вчений І. А. Бланк надає наступне визначення стратегії економічної безпеки підприємств, яке використовується із незначними інтерпретаціями та доповненнями науковцями в різних сферах національної економіки, проте, на наш погляд, узагальнює смислове та економічне навантаження для підприємств агропродовольчої сфери: «Стратегія економічної

безпеки є одним із функціональних видів загальної стратегії підприємства, що забезпечує захист його фінансових інтересів від загроз шляхом формування довгострокових цілей такого захисту, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного коригування напрямів та форм захисту при зміні факторів та умов фінансового середовища його функціонування» [2].

При визначенні сутності категорії «конкурентоспроможність» необхідно враховувати рівень її дослідження, як підкреслює Н. М. Купріна, що підтверджується публікаціями таких вчених як: В. І. Дубницьким, Г. Б. Клейнер, О. В. Іншаковим, К. В. Павловим, І. К. Ларіоновим, В. І. Ляшенко та ін. [5]. Аналіз визначення сутності саме категорії «конкурентоспроможність підприємства» показав, що автори не розглядають як об'єкт дослідження підприємства малого бізнесу. Натомість, саме мікро- та нанорівень дослідження для підприємства, як вважає Н. М. Купріна [6], дозволяє визначити конкурентоспроможність як здатність ефективно функціонувати на споживчому ринку на більш вигідних або більш прийнятних для споживача умовах, порівняно з конкурентами, що сприяє просуванню і збуту продукції (товарів, робіт, послуг) на ринку з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища через забезпечення ефективності всіх видів його власної діяльності та синергетичного ефекту від об'єднаної діяльності на підставі застосування контрактингу, як інструменту забезпечення їх конкурентоспроможності. Поняття «власна» та «об'єднана» діяльність підприємства було структуровано Н. М. Купріною для проведення трансформації діяльності підприємств у контексті оцінювання ефективності їх діяльності та забезпечення конкурентоспроможності [6].

Процеси удосконалення стратегії підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємств

агропродовольчої сфери повинні відбуватися на основі коригування основних цільових функцій та гарантувати ефективний захист і стійкий довгостроковий розвиток, що представлено наступними функціями розробленої стратегії та дозволяють прогнозувати стратегічний напрям розвитку і рівень економічної безпеки:

- забезпечує механізм реалізації довгострокових стратегічних цілей очікуваного соціально-економічного розвитку в процесі мінімізації внутрішніх конфліктів;

- базується на реальній комплексній оцінці внутрішніх ресурсів та передбачає зміну внутрішньої ресурсної конфігурації із запитами захисту інтересів власників, потенціал маневрування внутрішнім ресурсом та нарощення ринкової вартості бізнесу за рахунок зниження ризиків вживання альтернативних ресурсів;

- є каталізатором і провайдером підвищення ефективності та прискорення інвестиційних потоків, що також відповідає пріоритетному курсу забезпечення економічної безпеки;

- включає один з пріоритетних системних напрямів соціально-економічного розвитку механізму управління ризиками та механізми імунізації ресурсного потенціалу як превентивні заходи щодо мінімізації наслідків впливу зовнішніх факторів;

- визначає конкурентну позицію підприємства на ринку, в регіоні, порівняно із лідерами галузі тощо та зміщує напрями отримання додаткових конкурентних переваг як на короткостроковий так і на довгостроковий період.

Важливим аспектом стратегії системи підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери є її спрямованість на досягнення основних цілей соціально-економічного розвитку, до яких доцільно віднести в першу чергу нарощення ринкової вартості суб'єкта господарювання, забезпечення конкурентоздатності на внутрішніх

та міжнародних ринках, перехід на інноваційну модель розвитку [3].

Стратегічно важливою умовою економічного розвитку агропродовольчої сфери України має стати трансформація агропродовольчого ринку в напрямі інноваційної моделі розвитку національної економіки, яка б гарантувала високу якість, безпечність і повноцінність харчування без ризиків для здоров'я людей. Формування сегменту ринку, який був би насичений конкурентоспроможною продукцією. Цей підхід має ґрунтуватись на засадах державного регулювання, прийняття стимулюючого законодавства щодо розвитку вітчизняного агровиробництва, які мають базуватися на стандартах, максимально інтегрованих до існуючих стандартів ЄС, створенні національного органу сертифікації продукції сільського господарства, розробці ефективних маркетингових стратегій просування цієї продукції до споживачів та її імпорту, цінова підтримка тощо.

Тому стратегія забезпечення економічного захисту підприємства повинна спиратись на комплексну діагностику та моніторинг відхилень від цільових стратегічних показників діяльності підприємства, розглядатись у розрізі пріоритетних питань соціально-економічного розвитку: рентабельності власного капіталу, синхронізації фінансових та інвестиційних потоків з метою стабілізації фінансового стану підприємства, інвестиційної та інноваційної складової, гнучкій антикризовій політиці, що погоджено із кожним етапом управління ризиками та мінімізацією їх наслідків на підприємствах агропромислової сфери, забезпечення нарощення потенціалу внутрішніх імпульсів та зовнішньої фінансової підтримки в процесі функціонування, ефективні механізми подолання економічних та соціальних конфліктів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для гідного представлення результатів роботи кожного підприємства необхідно мати високий

рівень його конкурентоспроможності в цілому та виготовлюваної продукції зокрема.

Ефективним інструментом стратегії підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери, що визначає масштаби й динаміку змін зовнішнього середовища в умовах їх непередбачених

змін, які не отримали діагностики на ранній стадії їх виникнення, залишається моніторинг фінансового ринку, який в найбільшій мірі є показником впливу окремих як позитивних, так і негативних факторів та їх інтеграції на економічний розвиток підприємства (валютний курс, ставки страхування активів, відсотки за короткостроковими кредитами тощо).

Список використаної літератури

1. Баранюк, Х. О. Аспекти забезпечення ефективного функціонування підприємств малого бізнесу харчової промисловості / Х. О. Баранюк // Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття : IV міжнар. наук.-практ.конф., 5-8 жовтня 2016 р. : [тези допов.]. – Одеса, 2016. – С. 245–249.
2. Бланк, І. О. Управління фінансовими ресурсами : навч. посібник / І. О. Бланк. – К. : Омега-Л, 2010. – 768 с.
3. Васьковська, К. О. Розвиток, управління конкурентоспроможністю підприємств харчової промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / К. О. Васьковська ; НАН України, Ін-т проблем ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса, 2015. – 20 с.
4. Васьковська, К. О. Сутність категорії «конкурентоспроможність діяльності підприємства» / К. О. Васьковська // Науковий вісник ОДЕУ. – 2010. – № 10(111). – С. 165–173.
5. Куприна, Н. М. Конкурентоспособность предприятия: виды и уровень / Н. М. Куприна / Формування ринкової економіки : [зб. наук. праць]. – Спец. вип. Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи. – Ч. 1. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 567–570.
6. Куприна, Н. М. Власна та об'єднана діяльність підприємств: аспекти визначення ефективності / Н. М. Куприна // Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття : IV міжн. наук.-практ.конф., 5-8 жовтня 2016 р. : [тези допов.]. – Одеса, 2016. – С. 250–255.
7. Чирва, О. Г. Регіональна маркетингова діяльність: стратегічні аспекти підвищення конкурентоспроможності регіону / О. Г. Чирва // Бізнес-навігатор : [науково-виробничий журнал]. – Херсон, 2014. – № 33. – С. 115–121.

Бібліографічний опис для цитування:

Чирва, О. Г. Стратегія підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери / О. Г. Чирва, О. А. Бовкун // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 96–100.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

АВТОМЕШКО
Артем Андрійович

викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: automeenko@gmail.com

БОВКУН
Ольга Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: olga.bovkun@ukr.net

ГАРМАТЮК
Олена Валентинівна

викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: garmatiuk85@gmail.com

ГОЖУЛОВСЬКИЙ
Сергій Сергійович

студент Навчально-наукового інституту обліку, аналізу та аудиту
Університет державної фіскальної служби України
E-mail: serg.gozhulovskiy@mail.ru

ДЕМЧЕНКО
Тетяна Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: tanya.demchenko@rambler.ru

ДЖАБНІДЗЕ
Нато Володимирівна

доктор економічних наук, асистент професора кафедри бізнес-адміністрування
Батумський державний університет ім. Шота Руставелі
E-mail: nato-j@rambler.ru

КАТАМАДЗЕ
Гуліко Шалвівна

доктор економіки, асоційований професор кафедри бізнес-адміністрування
Батумський державний університет ім. Шота Руставелі
E-mail: qatamadze.guliko@bsu.edu.ge

КАТАМАДЗЕ
Давид Шалвович

кандидат економічних наук, доцент, асоційований професор кафедри бізнес-адміністрування
Батумський державний університет ім. Шота Руставелі
E-mail: qatamadze.davit@bsu.edu.ge

-
- КИРИЛЮК**
Ірина Миколаївна кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: irina_kurul@ukr.net
- КОГАН**
Наталія Юріївна викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: kogan_natalija@ukr.net
- КОРОЛЬ**
Інна Володимирівна кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: 111inna111@gmail.com
- ЛИТВИН**
Оксана Вікторівна викладач кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: okslit79@ukr.net
- МЕСХІДЗЕ**
Ія Автандилівна доктор економічних наук, асоційований професор кафедри фінансів, бухгалтерського обліку та аудиту
Батумський державний університет ім. Шота Руставелі
E-mail: mesxi-80@mail.ru
- ПОВОРОЗНЮК**
Інна Миколаївна кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: Inna-173@ukr.net
- ПОДЗИГУН**
Світлана Миколаївна кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: spodzigun@ukr.net
- СЛАТВІНСЬКА**
Леся Анатоліївна кандидат економічних наук, доцент кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: slatvinska8888@ukr.net

**СЛАТВІНСЬКИЙ
Максим Анатолійович**

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: slat.maks@gmail.com

**СТРЕМБИЦЬКА
Леся Леонідівна**

старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: strembitska@gmail.com

**ЧВЕРТКО
Людмила Андріївна**

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: luda_um@ukr.net

**ЧИРВА
Ганна Миколаївна**

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри економіки та соціально-поведінкових наук
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: Ch56@i.ua

**ЧИРВА
Ольга Григорівна**

доктор економічних наук, професор, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
E-mail: chyrva81@ukr.net

**ЧОРНА
Тетяна Миколаївна**

кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри техногенно-екологічної безпеки
Університет державної фіскальної служби України
E-mail: chornayat@i.ua

ABSTRACTS & REFERENCES

Pp. 4–11

JEL E 22

INVESTMENT ENVIRONMENT OF GEORGIA AND WAYS OF ITS DEVELOPMENT

Davit Katamadze

Abstract. The article investigates the investment environment of Georgia. The purpose of the thesis is to determine factors that influence Georgian investment environment.

The methodological basis of the article was grounded on comprehensive approach as well as characteristics of the investment environment and possible attraction of foreign investment and determining main factors. The article was based on different methods: abstraction, induction and deduction, statistical generalization, aggregation, grouping, analysis and synthesis methods.

The survey revealed that the main obstacles to improve the investment environment in Georgia are the following factors: tense political situation with Russia, political and economic instability, the local consumer market low-capacity, low level of purchasing power of the population. The aforementioned factors would be found in: foreign exchange, credit and investment, the financial sector.

The detection of investment environment obstacles allowed to set the appropriate measures to eliminate their negative impact: investment favorable “climate” for the purpose of establishing the necessary time to develop and implement short-term, quick impact measures such as: administrative-bureaucratic barriers reduction, effective protection of property rights and creating for business and economics activities equal opportunities, economic processes and their results openness, and publicity raise and others. These problems can be solved easily to some extent, and witless expenses, since they are dependent on the relevant legislative acts of political will.

The further development could be oriented on the development and implementation long-term effects measures, such as: economic democracy principles, radical changes in economic base, the population’s awareness radical transformation, nation’s economic education and others. To realize all these measures it is obligatory to spend much more time, material, labour and financial expenses.

Keywords: investments environment, foreign investments; economic process, publicity raise.

References

Baratashvili, E. and Magrakvelidze, D. (2009), *Investment Environment Development Principles in Georgia*, Tbilisi, Georgia.

Sichinava, A. (2010), *Investments*, Tbilisi, Georgia.

Kokiauri, L. and Bebiashvili, N. (2009), *Investment Projects: Theory, Analysis, Management*, TSU, Tbilisi, Georgia.

Gigiashvili, O., Futkaradze, R., Tholordava, G. et al. (2011), *International business*, Publishing house “Universali”, Tbilisi, Georgia.

Official site of National statistical service materials of Georgia, [Online], available at: <http://www.geostat.ge> (Accessed 18 May 2017).

JEL M 31

MARKETING DEVELOPMENT PROBLEMS IN GEORGIA

Guliko Katamadze

Abstract. The subject of the given article is Georgian marketing environment. The article research purpose is to analyse problems in marketing sphere in Georgia and define the measures to solve them out. The methodological bases of the study are dialectic principles, which have made possible to reveal marketing process characteristics, forms, determining obstructing factors of their development. The methods of the research are: generalization, analysis and synthesis methods.

The study revealed that there are some problems in Georgian marketing sphere: low purchasing power of the population, low level of market capacity, the low level of local production of price competitiveness, unauthorized external trade, substandard, counterfeit goods trade, small traders lack of registering, including taxes payment problems from problem, our products of overseas sales and other problems.

Thus, in order to eliminate the defined problems in in Georgia, the following measures should be carried out: social marketing research field should become the business development challenges in country, the specifics of consumer behavior during the crisis period; the support of government is essential for Social problems overcoming and to support relevant programs, business and the population consolidation; choosing the right partner for the implementation of Social marketing programs is necessary (including non-profit organizations as well); in order to solve Social problems the selection of the customers target groups, their stimulation for adopting, developing and realization of package of social measures to develop and implement are required; it is necessary to submit agricultural production to cooperatives near to farmers living areas, their processing in agro-industrial centers and realization in fast food outlets, restaurants, bars, hotels, super markets and other retail chains.

Keywords: marketing strategy; marketing concept; social marketing; marketing environment; marketing problems.

References

Gvenetadze, S. (2009), "The modern concept of marketing, its development real situation in Georgia and the need for improvement", [Online], available at: <http://www.nplg.gov.ge/.../library.exe?..> (Accessed 18 May 2017).

Alimbarashvili, D. (2011), "Goods rotation problem in our society", [Online], available at: <http://www.nplg.gov.ge/.../library.exe?> (Accessed 18 May 2017).

Nugzar, T. and Charita, J. (2014), "Challenges of social marketing in Georgia", [Online], available at: <https://www.tsu.ge/science/?leng=ge&jnomeri=5&lcat=jurnal&tid=12> (Accessed 18 May 2017).

Mchedlidze, K. (2013), "Marketing Problems of Agriculture of Georgia", [Online], available at: <http://www.radiotavisupleba.ge/a/soplis-meurneobis-marketingi/24996842.html> (Accessed 18 May 2017).

Pp. 20–23

JEL L 50

THE ROLE OF THE STATE IN THE PROCESS OF CREATION AND THE BUSINESS ENVIRONMENT FUNCTIONING**Ia Meskhidze, Nato Jabnidze**

Abstract. The main role of the state is in the formation of the entrepreneurial environment in all spheres of social life, which develops economic policy and strategy, creates legislative base, the necessary conditions and mechanisms to realize competitive advantages of national manufacturers both on domestic and world markets.

In the modern global world, the problem of state regulation of the economy is highlighted by growing relevance.

Against the background of the process of the world economic, Georgia's economic situation is characterized by a lower development trend.

The situation created over the past decades, which is associated with a new stage of construction the statehood by the Post-Soviet, military conflicts on the territory of an already independent state, etc., was particularly painful for the formation of a business climate.

Keywords: business climate, legislative base, competitive environment, economic policy, competition.

References

Lopatin, A. V. (2012), "The state's role in the process of development and functioning a favorable business environment", [Online], available at: http://www.science-bsea.bgita.ru/2012/ekonom_2012_18/lopatin_rol.htm (Accessed 19 May 2017).

Eucken, V. (1996), *Osnovy nacional'noj jekonomiki* [The bases of the national economy], Jekonomika, Moskow, Russia.

Logunov, V. N. and Korchagin, Yu. A. (2009), *Gosudarstvennoe regulirovanie jekonomiki* [State regulation of the economy], CIRJe, Voronezh, Russia.

Tsetskhladze, L. (2013), *Sistema organizacii i upravlenija malogo biznesa v sovremennoj rynochnoj sisteme* [The system of organization and management of small enterprises in a modern market system], Tbilisi, Georgia.

Pp. 24–28

JEL D 52

THE FORMATION OF LEND MARKET IN UKRAINE: REALITIES AND PERSPECTIVES**Nataliia Kohan**

Abstract. The article presents the summary of the study concerning the formation of land market in Ukraine. It was determined that an ambiguous attitude to the institution of private ownership of land, the deformation of rent relations, lack of mechanism for the protection of property rights hinder the development of land market. A number of practical recommendations for the development of the agricultural land market are given. Medium and long-term rent of land are proposed.

Keywords: land market, property rights, land reform, rent, natural-resource potential.

References

Budzyak, V. M. (2008), "Formation of the agricultural lands' market", *Ekonomika APK*, no. 8, pp. 118–122.

Danylyshyn, B. M., Dorohuntsov, S. I., Mishchenko, V. S., Koval, Ya. V., Novotorov, O. S. and Palamarchuk, M. M. (1999), *Pryrodno-resursnyi potentsial staloho rozvytku Ukrainy*, [The natural resource potential for steady development of Ukraine], RVPSU NASU, Kyiv, Ukraine.

Malyi, I. Y. (2008), “About the romanticalism of private ownership of the land ...”, *Ekonomichna teoriia*, no. 3, pp. 11–20.

Paskhaver, B. Y. (2008), “The renting factor of agrarian market development”, *Ekonomika Ukrainy*, no. 11, pp. 72–80.

Gladij, M. (2007), “I do not think that any political force will be able to slow down the opening of the land market in this year”, *Biznes*, no. 5/29, p. 31.

Horlachuk, V. V. and Belinska, S. M. (2007), “Prerequisites for the establishment of the land market to support agricultural production in Ukraine”, *Ekonomika APK*, no. 7, pp. 18–20.

Paskhaver, B. Y. (2009), “Land market: world experience and national strategy”, *Ekonomika APK*, no. 3, pp. 47–53.

Kovtunovych, N. L. and Kondratenko, N. H. (2007), “Rent of land: foreign (world) experience and realities of Ukraine”, *Ekonomika, finansy, pravo*, no. 12, pp. 20–25.

Prutska, O. O. (2003), *Instytutsionalizm i problemy ekonomichnoi povedinky v perekhidnii ekonomitsi* [Institutions studies and problems of economic behavior in a transition economy], Lohos, Kyiv, Ukraine.

Pp. 29–34

JEL L 93

CURRENT TRENDS AND DEVELOPMENTS IN AIRCRAFT OF UKRAINE

Tetiana Chorna, Serhii Gozhulovskyi

Abstract. The article analyzes the current state of aircraft of Ukraine, its position in the domestic and foreign markets, the main factors hampering the development of the industry, describes its development prospects and possible ways to improve competitiveness.

Keywords: aeronautics, aerospace market, aircraft building companies, investment, investment in the development of the aviation industry.

References

Heiets, I. O. and Sliusarenko, Yu. S. (2013), “Assessment and strategic trends in the development of aviation of Ukraine”, *Stratehiia rozvytku Ukrainy*, no. 1(2013), pp. 47–52 [Online], available at: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/6711/7490> (Accessed 12 May 2017).

The Verkhovna Rada of Ukraine (2001), The law of Ukraine “For the development of aircraft industry”, [Online], available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2660-14> (Accessed 12 May 2017).

Official site of Antimonopoly Committee of Ukraine (2015), “Report on the findings of the state support of business entities in Ukraine”, [Online], available at: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=120932&schema=main> (Accessed 12 May 2017).

Kovalivska, S. (2016), “Investments-2016: a slow but optimistic growth”, *Den*, no. 227, [Online], available at: <http://dia.dp.gov.ua/investici%D1%97-2016-povilne-ale-optimistichne-zrostannya> (Accessed 12 May 2017).

Kalynovskyi, A. O. and Horbal, N. I. Kalynovska, N. L. (2016), “Trends and strategies of the aviation industry development in Ukraine”, *Businessinform*, no. 8, pp. 88–94.

Labunets, O. O., Hrushevytska, A. B. (2016) “The influence of investments on the development of engineering industry of Ukraine”, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 5, vol. 1, pp. 105–109.

The official site of The rating agency “Credit Rating” (2014), “Overview of aircraft industry of Ukraine for the first half of 2014”, [Online], available at: http://www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2014/10.10.2014/AVIA_CR_I_pol_2014.pdf (Accessed 12 May 2017).

The official portal of the State aviation service of Ukraine, Certification type, [Online], available at: <http://www.avia.gov.ua/documents/Lotna-pridatn/aviazagpriz/documents/Lotna-pridatn/sertifikaciya-tipu/23500.html> (Accessed 12 May 2017).

Sviezhentsev, O. O. (2016), “Prospects for the development of engineering industry in Ukraine: the formation of a new concept of industrial policy”, *Development Management*, no. 2(184), pp. 12–19.

Farat, O. V. (2013), “The investment attractiveness of the national economy sectors in Ukraine: modern state and prospects for the development”, *Innovatsiina ekonomika*, no. 5(43), pp. 34–40.

“Which Chinese companies want to cooperate with aviation industry of Ukraine”, [Online], available at: <http://wartime.org.ua/32857-yak-kitaysk-kompanyi-hochut-spvpracyuvati-z-avacynoyu-promislovstyu-ukrayini.html> (Accessed 12 May 2017).

Pp. 35–41

JEL M 30

MARKETING POLICY OF COMMUNICATIONS IN PHARMACY

Olena Harmatiuk, Artem Avtomeienko

Abstract. In the article existent methodical approaches in relation to the use of marketing of communication politics are analyzed in general as well as forming the complex of marketing communications in particular for pharmaceutical enterprises; it investigated the application of marketing communications in a pharmaceutical sphere, ways to the effective use of complex marketing communications are offered.

Keywords: marketing politics of communications, advertisement, pharmaceutical industry, public relations, advancement, sales promotion.

References

Bagiev, G. L., Uspenskij, I. V. and Chencov, V. I. (1998), *Interaktivnye modeli marketingovyh reshenij na virtual'nyh rynkah* [Interactive model of marketing decisions in the virtual markets], SPbGUJeF, Saint Petersburg, Russia.

Harkavenko, S. S. (2002), *Marketynh* [Marketing], Libra, Kyiv, Ukraine.

Honcharova, S. Yu. and Honcharov, A. B. (2014), “Strategic management of pharmaceutical enterprises’ innovations”, *Biznes Inform*, no. 1’2014, pp. 56–60.

Horbunova, K. (2013), “The pharmaceutical sector in Ukraine: Problems of regulation”, *on-lajn gazeta “Apteka.ua”*, [Online], available at: <http://www.apteka.ua/article/251633> (Accessed 20 May 2017).

Dmitrik, E. (2016), “Advertising of medical products at the end of 2016”, *on-lajn gazeta “Apteka.ua”*, [Online], available at: <http://www.apteka.ua/article/408271> (Accessed 20 May 2017).

Kostiuk, H. V., Kovalenko, A. V. (2013), “The competitive ability of Ukrainian pharmaceutical industry”, *Efektivna ekonomika*, [Online], no. 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2547> (Accessed 20 May 2017).

Kotler, F. (2007), *Osnovy marketinga* [Fundamentals of marketing], Izdatel'skij dom “Vil'jams”, Moscow, Russia.

Kuzmyn, M. (2016), “Thinking about the patient, over-regulation of the pharmaceutical market in Ukraine”, [Online], available at: http://farmrada.blogspot.ru/2016/01/blog-post_12.html (Accessed 20 May 2017).

Maiboroda, O. O. (2007), *Marketynhova polityka komunikatsii* [Marketing politics of communications], KNEU, Kyiv, Ukraine.

JEL H 55, I 38, J 32

FOREIGN EXPERIENCE IN USING SOCIAL BENEFITS FOR EMPLOYEES

Inna Povorozniuk

Abstract. The author examines the foreign experience of using social benefits to employees, where social factors that are reflected in tariff, industrial and individual labor agreements, laws take the main place.

In Ukraine, in the absence of a unified approach to building employee remuneration systems at enterprises in Ukraine, it is necessary to create an integrated approach to the formation and functioning of remuneration systems for workers at enterprises in our country, which would motivate employees and accordingly meet the goals of enterprises of different forms of ownership.

Keywords: wages, remuneration system, social benefits, social protection.

References

Bohynia, D. (2000), “Actual problems of incomes regulation and the organization of labour payments on the stage of the transforming economy of Ukraine”, *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 6, pp. 3–11.

Zhulina, E. G. and Ivanova, N. A. (2007), *Evropejskie sistemy oplaty truda* [European remuneration systems], OOO “Zhurnal “Upravlenie personalom”, OOO “Aj Pi Jer Media”, Moscow, Russia.

Kirian, T. (2008), “Human capital in the history of economic thought”, *Ekonomika Ukrainy*, no. 9, pp. 64–73.

Kolot, A. M. (2009), “Social cohesion as a doctrine to ensure the sustainability of the development of society under the conditions of global challenges”, *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 7, pp. 11–19.

Kulikov, H. T. (2011), “The influence of salary transformation on the preservation and development of labour potential in the current crisis period”, [Online], available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_14_1/Kulikov/pdf (Accessed 10 May 2017).

Lahutin, V. D. (2010), “About theoretical and methodological principles of the labor remuneration study”, *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 3, pp. 16–20.

Geyer, E. S. and Shtyk, Yu. V. (2015), “Systems of Rewards for Employees: Foreign Experience”, *Biznes Inform*, no. 4'2015, pp. 52–57.

Hentce, J. and Metcner J. (1997), *Teorija upravljenija kadrami v rynochnoj jekonomike* [The theory of human resource management in a market economy], Mezhdunarodnye otnoshenija, Moscow, Russia.

Shvec, I. B. and Chumachenko, E. V. (2001), *Jekonomicheskie osnovy formirovanija sredstv na oplatu, stimulirovanie truda i social'nuju kompensaciju* [Economic basis for the formation of funds for payment, labor incentives and social compensation], IJeP NAN Ukrainy, Donetsk, Ukraine.

JEL M 41

PROBLEMS OF ACCOUNTING PRODUCTION RESERVES AND THE DIRECTION OF ITS IMPROVEMENT IN THE ENTERPRISE

Tetiana Demchenko, Liudmyla Chvertko

Abstract. In the article the author revealed the importance of inventory accounting for enterprises, investigated the background and principles of its proper organization. The existing procedure for accounting of inventory in the enterprise is analyzed, problems arising in this case are identified, and the ways of their solution are suggested. The ways of improvement efficiency

of inventories of the enterprises as well as directions of organizing effective document management in the enterprise are proposed.

Keywords: inventories, accounting, analytical accounting, inventory management, inventory accounting, inventory control.

References

Yermolenko, H. S. and Shumliaiev, B. O. (2012), “Organization of accounting the inventories, the disadvantages of the accounting and ways of improve it”, *Zbirnyk naukovykh prats Dnipropetrovskoho natsionalnoho universytetu zaliznychnoho transportu*, no. 3, pp. 29–34.

Ministry of Finance of Ukraine (2012), “Instruction on the application of the Accounting accounts plan”, *Vse pro bukhhalterskyi oblik*, no. 12, pp. 59–120.

Kononenko, V. A. and Tsupalenko, Z. P. (2016), “The accounting of productive supplies: the modern state and trends for improvement”, *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu, Serii: Ekonomichni nauky*, vol. 16, part 1, pp. 147–151.

Kryklyva, A. (2015), “Problems of industrial stocks management in agricultural enterprises”, *Accounting, economics, management: research notes*, vol. 1(5), part 2, pp. 180–188.

Lytvynenko, A. (2016), “Modern problems of accounting industrial stocks in the enterprises”, *Finansovo-kredytna systema Ukrainy v umovakh intehratsiinykh i hlobalizatsiinykh protsesiv* [The financial and credit system of Ukraine under conditions of integration and globalization processes], *Materialy XV Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv ta aspirantiv* [Materials of the XV International Scientific and Practical Conference of Students and PhD Students], Cherkassy, Ukraine, March 24-25, 2016, pp. 105–107.

Malakhova, A. V. and Martynenko, O. V. (2016), “The problems of reserves accounting and optimization of accounting and analytical procedures in the management of enterprises”, *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 10, pp. 920–923, [Online], available at: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/191.pdf> (Accessed 15 May 2017).

Ministry of Finance of Ukraine (2007), “About the approval of Methodological recommendations on accountancy of reserves”, [Online], available at: <http://law.dt-kt.com/nakaz-ministerstva-finansiv-ukrayiny-13> (Accessed 15 May 2017).

Odnoshevna, O. O. (2016), “Practical aspects and ways to improve the accounting of productive supplies”, *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, no. 6, Part 2, pp. 146–148.

Ocheretko L. M. and Fedoriak, A. V. (2013), “The program improvement of internal audit for industrial stocks at the enterprises”, *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 2, pp. 233–239.

Rybalko, O. M. and Bolduieva, O. V. (2008), “Improvement of inventory accounting”, *Derzhava i rehiony. Serii: “Ekonomika ta pidpriemnytstvo”*, no. 3, pp. 210–215.

Syrotenko, N. (2009), “Stocks – the object of accounting and control: the current state and ways of improvement”, *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no. 36, pp. 160–165.

Yanchuk, V. I. and Kyporenko, O. V. (2012), “Modern problems and ways of improvement of inventory accounting at the enterprise”, *Zbirnyk naukovykh prats VNAU*, no. 3(69), Vol. 2, pp. 229–234.

Pp. 57–61

JEL L 83, L 91

VEHICLES IN THE SYSTEM OF TOURISM INDUSTRY

Oksana Lytvyn, Iryna Kyryliuk

Abstract. The article analyzes Ukraine’s transport infrastructure as a component of the potential of the tourism industry. Different types of transport, modern state of vehicles and problems of their use are considered. The ways of improvement of the transport infrastructure, which will contribute to the strengthening of the tourism industry in Ukraine, are determined.

Keywords: tourism, tourism industry, transport vehicles, aviation transport, water transport, rail transport, overland transport.

References

- Birzhakov, M. B. (2007), *Industrija turizma: prevozki* [Tourism industry: transportation], Izdatel'skij dom "Gerda", Saint Petersburg, Russia.
- Koval, P. F., Alieshuhina, N. O., Andrieieva, H. P. and others (2007), *Viznyi turizm* [Entrance tourism], Vydavnytstvo Lukianenko V. V., Nizhyn, Ukraine.
- Savchuk, O. V. and Zakharova, O. V. (2011), "Strategic directions of potential development of the national transport system in Ukraine", *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Ekonomika*, vol. 2, pp. 42–52.
- Government of Ukraine (2010), The Decree "On approval of the Transport Strategy of Ukraine till 2020", available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2174-2010-%D1%80> (Accessed 25 May 2017).
- Tkachuk, L. M. (2013), "Transformations in the field of air transportation: challenges for tourism", available at: [file:///C:/Users/admin/Downloads/gt_2013_25_29%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/gt_2013_25_29%20(1).pdf) (Accessed 25 May 2017).
- Zorin, I. V., Kaverina, T. P. and Kvartal'nov, V. A. (2005), *Turizm kak vid dejatel'nosti* [Tourism as a kind of activity], *Finansy i statistika*, Moskov, Russia.
- Kvartal'nov, V. A. (2002), *Turizm* [Tourism], *Finansy i statistika*, Moskov, Russia.
- Karas, O. S. (2013), "The development of transport infrastructure of Ukraine under the conditions of international tourism intensification", Ph.D. thesis, World economy and international economic relations, Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine.
- Pshinko, O. M., Vernyhora, R. V. and Korobiova, R. H. (2014), "Prospects for the development of rail tourism in Ukraine", *Ukrainski zaliznytsi*, no. 12, pp. 38–42.
- Akimova, O. V. and Steba, A. A. (2013), "Conceptual analysis of the concepts of "sea cruise" and "sea transportation of tourists", *Metody ta zasoby upravlinnia rozvytkom transportnykh system*, no. 1(20), pp. 112–123.

Pp. 62–66

JEL L 83, M 11

PECULIARITIES TO USE THE INTERNATIONAL EXPERIENCE FOR THE DEVELOPMENT MANAGEMENT OF TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE

Svitlana Pozdigun, Inna Korol

Abstract. The main ways of tourism industry development in Ukraine are determined. The experience of developed and developing countries has been analyzed. Offers for the further development of the tourism sector of Ukraine and increase of its competitiveness under the conditions of the Ukrainian economy integration into the world economy are formulated. The issue of implementing the experience of strategic management of the leading European tourist countries at three levels – national, regional and tourist enterprises – was studied.

Keywords: strategic management; tourism industry; development of tourism; state regulation of tourism; tourist company.

References

- Bartoshuk, O. V. (2011), "Models to develop the tourism industry (foreign experience)", *Derzhava i rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 2, pp. 62–68.
- Herasymenko, V. H. and Halasyuk, S. S. (2008), "Management of national tourism in the context of international experience", *Visnyk DITB. Serii: Ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpriemstvamy (v turystychnii sferi)*, no. 12, pp. 19–24.
- Bratyuk, V. (2012), "Analysis of the experience of Western countries in the enhancing the state policy to promote tourism development", *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 9, pp. 63–71.

Malska, M. P., Antonyuk, N. V. and Hanych, N. M. (2008), *Mizhnarodnyi turizm i sfera posluh* [International tourism and services], Znannya, Kyiv, Ukraine.

Liubitseva, O. O., Kiptenko, V. K., Stafiichuk, V. I. and Khilchevska, I. H. (2010), *Turystychni krayinoznavstvo: krayiny – lidery turizmu* [Travel country studies: countries-leaders in tourism], Alterpres, Kyiv, Ukraine.

Vedmid, N. I. and Melnychenko, S. V. (2001), “Improving management of marketing communications of tourism enterprises”, *Visnyk DITB*, no 5, pp. 107–112.

Adel'seitova, Je. B. and Abduraimova, Je. R. (2012), “Strategic management of tourism industry enterprises”, *Kul'tura narodov Prichernomor'ja*, no.235, pp.7–8, [Online], available at: http://tourlib.net/statti_tourism/adelseitova.htm (Accessed 28 May 2017).

Kucherenko, V. S. (2010), “Features and contemporary trends in the tourism sector management”, *Naukovyi visnyk Instytutu mizhnarodnykh vidnosyn NAU. Serii: Ekonomika, pravo, politolohiia, turizm*, vol. 1, pp. 184–192.

Tkachenko, T. I. (2006), *Stalyy rozvytok turizmu: teoriya, metodolohiia, realiyi biznesu* [The steady tourism development: theory, methodology, business realities], Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, Kyiv, Ukraine.

Pp. 67–72

JEL L 83, Q 26

ECONOMIC ASPECT OF THE RECREATIONAL FUNCTION OF EXCURSION ACTIVITIES

Lesia Slatvinska

Abstract. The author analyzed the current state and identified promising ways to organize excursion activities as a component of the national tourism industry.

The study determined that the most important economic aspects of the development of the organizational component of excursion activities are developed. These aspect were developed with the help of national trends: increased cooperation and capacity building; activation of the weight of the influence of excursion activities on the development of cultural, sustainable, responsible, affordable and moral domestic and international tourism aimed at creating new jobs and entrepreneurship in order to ensure the implementation of recreational functions in the organization of excursion.

It is proved that the improvement of the organizational and economic mechanism in order to ensure the realization of the recreational function of excursion activity using the best practices of the leading countries of the world in the tourism industry, considering the tourist excursion and recreational potential of Ukraine are one of the most topical issues in the theory and practice of organizing excursion activities.

Keywords: recreation, organization of excursion activities, tourism industry.

References

Voronyna, A. B. (2008), *Organizacija jekskursionnyh uslug* [The organization of excursion services], Sonat, Symferopol, Ukraine.

Zinchenko, V. A. (2010), “The study of excursions as tourism studies”, *Naukovi zapysky Kyivskoho universytetu turizmu, ekonomiky i prava. Serii: filosofski nauky*, vol. 8, pp. 211–223.

Milashovska, O. I and Udovenko, A. M. (2013), “Role and place of excursion activity in the development of religious tourism in Transcarpathia”, *Naukovyi visnyk NLTU*, vol. 23.16, pp. 124–129.

Nezdoiminov, S. H. (2011), *Pidpriumnytskyi vektor rozvytku rehionalnoho turizmu* [The enterprising vector of regional tourism development], Palmira, Odesa, Ukraine.

Romanenko, O. V. (2009), "The organization of excursion services", *Kultura narodov Prychernomorja*, vol. 176, pp. 159–161, [Online], available at: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35840/52-Romanenko.pdf?sequence=1> (Accessed 24 April 2017).

The Verhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine "On Tourism", available at: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (Accessed 24 April 2017).

Kompanets, K. A. (2015), "The organizational and economic bases of principles and methods of business management (case of tourist organizations)", Ph.D. thesis, Economics and enterprises management (by the types of economic activity), National Transport University, Kyiv, Ukraine.

Slatvinska, L. A. (2017), "The organization of excursion activities: the economic vector", *Effektyvna ekonomika*, [Online], vol. 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5596> (Accessed 24 April 2017).

The UN declared 2017 as an international year of steady tourism development, [Online], available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=ffc9a9b9-4ce5-439b-aa44-c4f26e86abbb> (Accessed 24 April 2017).

Bazyliuk, A. V. and Zhulyn, O. V. (2015), "An inclusive growth as the basis of socio-economic development", *Ekonomika ta upravlinnia na transporti* vol. 1, pp. 19–29.

Pp. 73–78

JEL L 83, J 24, J 44

THE CONTENT AND STRUCTURE OF THE TOURISM INDUSTRY MANAGER'S PROFESSIONAL COMPETENCE

Hanna Chyrva

Abstract. In the process of dynamic development of the tourist industry, the professional competence of the manager of the tourism industry, whose content changes in accordance with socio-economic, political and other processes taking place in society and education, becomes of paramount importance. The system of professional competence of the manager of the tourism industry, in connection with the rapid development of science and practice, is periodically modified and adjusted. The question of determining the forms, levels of formation of the professional competence of the manager of the tourism industry requires further development, systematization, analysis and generalization.

Keywords: professional competence, manager, tourist industry, business qualities.

References

Ovcharuk, O. V. (ed.) (2004), *Kompetentnisnyi pidkhid u suchasni osviti: svitovy dosvid ta ukrainski perspektyvy: biblioteka z osvitoi polityky* [Competence approach in modern education: world experience and Ukrainian prospects: library for educational policy], "K.I.S.", Kyiv, Ukraine.

Kraevskij, V. V. and Hutorskij, A. V. (2003) "Subject and general subject in educational standards", *Pedagogika*, no. 3, pp. 3–10.

Markova, A. K. (1993), *Psihologija truda uchitelja: kniga dlja uchitelja* [Psychology of teacher's work: a book for a teacher], Moscow, Russia.

Sovremennyj slovar' inostrannyh slov (1994) [Modern foreign words dictionary], Dujet, Saint Petersburg, Russia.

Khymynets, V. (2010), "Competence approach to the teachers' professional development", [Online], available at: <http://zakinppo.org.ua/2010-01-18-13-44-15/233-2010-08-25-07-10-49> (Accessed 20 April 2017).

Pp. 79–87

JEL E 22, M 21

CORPORATE FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY MANAGEMENT IN THE SPHERE OF INVESTMENT ACTIVITIES

Maksym Slatvinskyi

Abstract. In the article, the author focused on rational management of investment processes of business entities, which is capable to provide the efficient use of own and borrowed funds, the competitiveness and the proper level of security of these entities. In this article, are analyzed the volume of attracted investments and the possibilities of investing from the internal and external sources based on the established relationship between the level of companies` financial and economic security and the availability of access to various sources of investments. The author revealed that external sources could not provide the necessary amount of investment resources due to the existing economic conditions and underdeveloped mechanisms, and focused on finding ways to maximize profits as the main source of investments in Ukraine. The author proposed the use of leasing and insurance as financial regulation system instruments of the corporate investment projects dynamic risk and investment attraction instruments. In addition, the author presented management standards that can be used in the corporate financial and economic security management in the sphere of investment activities.

Keywords: financial and economic security, investment security, investment policy, security management.

References

Baranovskyi, O. I. (2004), *Finansova bezpeka v Ukraini (metodolohiia otsinky ta mekhanizmy zabezpechennia)* [The financial security in Ukraine (assessment methodology and mechanisms of providing)], Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine.

Kalambet, S. V. and Voropai, V. A. (2013), “The mechanism of providing economic security for railway industry enterprises“, *Finansy, banky, investytsii*, no. 2, pp. 8–15.

Moskalenko, N., Romanenko, O. and Oliinyk, T. (2015), “Approaches to enterprises’ financial and economic security management“, *Economichnyy chasopys – XXI*, no. 7-8(1), pp. 54–57.

McNally, J. and Tophoff, V. (2014), “Leveraging effective risk management and internal control“, *Strategic Finance*, April 2014, pp. 29–36.

The official site of the State Statistics Service of Ukraine [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

The official site of the Securities and Stock Market State Commission of Ukraine [Online], available at: <https://www.nssmc.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

Official site of National Bank of Ukraine [Online], available at: <https://www.bank.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

Pp. 88–95

JEL J 28, J 40

MODERN TRENDS IN THE LABOR MARKET IN TERMS OF THREATS TO UKRAINE’S ECONOMIC SECURITY

Lesia Strembitska

Abstract. The article considers the issues that reflect the situation on the labor market of Ukraine at the present stage of socio-economic transformations, and outlines the impact of negative trends in the labor market on economic security. The study emphasizes the need to analyze the dynamics of processes in the aggregate labor market, which involves taking into

account and evaluating both the characteristics of unemployment and the consequences it produces for social development and the identification of key problems in employment, which in modern conditions impede the realization of strategic goals of economic development of Ukraine and are threatening the security of human development.

Keywords: labor market, labor market safety, threats to economic security, employment, unemployment.

References

Hnybidenko, I. F., Kolot, A. M., Novikova, O. F. and others (2006), *Sotsialna bezpeka: teoriia ta upravlinvska praktyka* [Social security: theory and management practice], KNEU, Kyiv, Ukraine.

Blyzniuk, V. V. (2008), "The labor market and the risks of its functioning", *Ekonomika i prohnozuvannia*, no. 1, pp. 121–135.

Sybirtsev, V. V. (2017), "The labor market as a component of ensuring the economic security of national and regional development", *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 17, pp. 129–135, [Online], available at: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/25.pdf> (Accessed 12 April 2017).

Barannyk, L. B. and Sharanov, R. S. (2016), "The level of unemployment as an indicator of national security", *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, no. 4 (56), [Online], available at: http://ev.nmu.org.ua/docs/2016/4/EV20164_055-063.pdf (Accessed 12 April 2017).

The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2016), "Economic activity of Ukrainian population in 2016", [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2012), "Economic activity of Ukrainian population in 2012", [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2016), "The unemployed population (according to the ILO methodology) according to the period of job search in 2010–2016", [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2016), "Unemployed population (according to the ILO methodology) for reasons of unemployment in 2010–2016", [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2016), "Unemployment rate (based on ILO methodology) by sex, age groups and place of residence in 2016", [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2016), "Load of registered unemployed by 10 vacancies (vacant posts) by professional groups in 2016", [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2016), "Employed population by types of economic activity in 2012–2016", [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

Shevchenko, L. S., Hrytsenko, O. A., Makukha, S. M. and others (2006), *Ekonomichna bezpeka derzhavy: sutnist ta napriamy formuvannia* [Economic security of the state: the essence and directions of formation], Pravo, Kharkiv, Ukraine.

Strembitska, L. L. (2014), "The shadow labor market as a factor in threats to the economic security of the state", *Politychni, pravovi ta finansovo-ekonomichni priorytety rozvytku ekonomiky Ukrainy: stratehiia i perspektyvy* [Political, legal and financial as well as economic priorities of Ukraine's economy development: strategy and prospects], *zbirnyk materialiv Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Proceedings of the International Scientific Conference], Uman, Ukraine, 28 May 2014, pp. 48–50.

The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2016), "Labor market in 2016", [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 April 2017).

Kovalov, V. M. (2016), "Social implications of human labor development", *Ekonomika Ukrainy*, no. 11, pp. 19–33.

Kovalchuk, T. T. (2016), "The poverty of the working population is a dramatic reality of the Ukrainian present", *Ekonomika Ukrainy*, no. 5, pp. 90–97.

JEL L 19, Q 13

STRATEGY ENHANCING ECONOMIC SECURITY AND COMPETITIVENESS OF AGRO-BUSINESS SPHERE**Olha Chyrva, Olha Bovkun**

Abstract. The article examined the essence of the concepts of “economic security” and “competitiveness” in order to identify possible future prospects and strategies for enhancing economic security and competitiveness of agri-business sphere in Ukraine. Determined that an important aspect of strategy systems enhancing economic security and competitiveness of agri-business sector is its focus on achieving the main goals of socio-economic development, which is advisable attributed primarily increasing the market value of the entity, to ensure competitiveness in the domestic and international markets, transition to an innovative development model.

Keywords: economic security, competitiveness and economic protection, the risks, market conditions and investment flows.

References

Baraniuk, Kh. O. (2016), “Aspects of ensuring the effective functioning of small business enterprises in the food industry”, *Ekonomichni ta sotsialni aspekty rozvytku Ukrainy na pochatku XXI stolittia* [Economic and social aspects of Ukraine’s development at the beginning of the 21st century], *IV mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia* [IV International scientific-practical conference], Odesa, 5-8 October 2016, pp. 245–249.

Blank, I. O. (2010), *Upravlinnia finansovymy resursamy* [Financial Resources Management], Omeha-L, Kyiv, Ukraine.

Vaskovska, K. O. (2015), “Development, management of the competitiveness of food industry enterprises”, Ph.D. thesis, Economics and enterprises management (by the types of economic activity), NAN Ukrainy, Instytut problem rynku ta ekonomiko-ekolohichnykh doslidzhen, Odesa, Ukraine.

Vaskovska, K. O. (2010), “The essence of the category of “competitiveness of the enterprise”, *Naukovyi visnyk ODEU*, no. 10(111), pp. 165–173.

Kuprina, N. M. (2011), “Competitiveness of an enterprise: types and level”, *Formuvannia rynkovoï ekonomiky. Spetsialnyi vypusk Rehionalnyi rozvytok Ukrainy: problemy ta perspektyvy*, issue 1, pp. 567–570.

Kuprina, N. M. (2016), “Own and combined activity of enterprises: aspects of determination of efficiency”, *Ekonomichni ta sotsialni aspekty rozvytku Ukrainy na pochatku XXI stolittia* [Economic and social aspects of Ukraine’s development at the beginning of the 21st century], *IV mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia* [IV International scientific-practical conference], Odesa, 5-8 October 2016, pp. 250–255.

Chyrva, O. H. (2014), “Regional marketing activities: strategic aspects for increasing the competitiveness of the region”, *Biznes-navihator*, no. 33, pp. 115–121.

КЕРІВНИЦТВО ДЛЯ АВТОРІВ

УДК вказують у верхньому лівому кутку сторінки.

Матеріал повинен бути підготовлений: в текстовому редакторі Word і збережений у форматі .doc або .docx; шрифт Times New Roman, стиль – звичайний, шрифт – 14 пунктів; міжрядковий інтервал – 1,5. Поля сторінки – 20 мм з усіх боків. Табуляція – 1,0 см; в таблицях і рисунках шрифт 10-12 пунктів. Рисунки виконуються в чорно-білому зображенні і дублюються окремими файлами; формули набирають засобами текстового редактора; таблиці приводять у тексті вертикально.

Обсяг наукових статей – не менше 7 сторінок комп'ютерного тексту; мова видання – українська, російська або англійська; всі структурні розділи по тексту мають бути виділені жирним шрифтом. Список літератури – не більше 10 позицій, мовами оригіналу.

Структура статті

УДК

Прізвище І. Б. українською мовою. Назва статті українською мовою

Прізвище І. Б. російською мовою. Назва статті російською мовою

Рецензент: Прізвище І. Б., вчений ступінь, посада (повністю), місце роботи (ВНЗ, кафедра або організація, відділ)

Відомості про авторів мовою статті:

Прізвище І. Б.

науковий ступінь, вчене звання, посада (повністю)

E-mail:

Місце роботи (ВНЗ, кафедра або організація, відділ)

Анотація українською мовою (50-100 слів)

Ключові слова українською мовою (5-10 позицій)

Анотація російською мовою (50-100 слів)

Ключові слова російською мовою (5-10 позицій)

Структура тексту статті:

1. Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями.

2. Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми.

3. Формулювання цілей дослідження.

4. Виклад основних результатів та їх обґрунтування.

5. Висновки та перспективи подальших досліджень.

Список використаної літератури

Прізвище І. Б. англійською мовою. Назва статті англійською мовою

Розширена анотація англійською мовою (100-200 слів)

Ключові слова англійською мовою (5-10 позицій)

Список літератури англійською мовою (References)

Статтю, рецензію та скан-копію квитанції про оплату відсилати на

e-mail: kaf_financy@udpu.edu.ua

тел. +38067 948 95 80

Білошкурський Микола Васильович

Більш детальну інформацію можна знайти за веб-адресою:

<http://economic-horizons.udpu.org.ua>

INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

JEL should be in the upper left corner of the page.

Material should be prepared: in Word and saved in the format .doc or .docx; Times New Roman font, style – normal, type – 14; line spacing – 1.5. Margins – 20 mm on all sides. Tabs – 1.0 cm; font 10-12 is used in tables and figures. Figures are executed in black and white and duplicated in separate files; formula means of gaining a text editor; tables in the text should be vertically.

The volume of an article is at least 7 pages of computer text; languages of edition – Ukrainian, Russian or English; all the structural sections of the text should be in bold. References should be no more than 10 positions in the original languages.

The structure of the article

JEL

Name and surname in Ukrainian. The title of the article is in Ukrainian.

Name and surname in Russian. The title of the article is in Russian.

Scientific supervisor's review: Name and surname, scientific degree, position, affiliation (educational institution, chair or department).

Information about the author by the language of the article:

name and surname

scientific degree, position

E-mail

affiliation (educational institution, chair or department)

Abstract in Russian (50-100 words)

Keywords in Russian (5-10 words)

Name and surname must be in English. The title of the article is in English.

Abstract in English (100-200 words)

Keywords in English (5-10 words)

Structure of the article:

- 1. The problem's setting and its connection with other scientific and practical tasks.**
- 2. The analyses of resent publications on the theme.**
- 3. The aim of the article.**
- 4. The main results and its grounding.**
- 5. Conclusions and further prospects of the research.**

References (BSI – British Standards Institution) and transliteration if the reference is in Cyrillic.

The article, scientific supervisor's review and scanned copy of the payment should be sent to

e-mail: **kaf_financy@udpu.edu.ua**

phone: **+38067 948 95 80**

Mykola Biloshkurskyi

For more information, you may visit the journal's web-site:

<http://economic-horizons.udpu.org.ua/>

CONTENT

International economic relations

| | |
|--|----|
| KATAMADZE D. Sh. Investment environment of Georgia and ways of its development (<i>English</i>) | 4 |
| KATAMADZE G. Sh. Marketing development problems in Georgia (<i>English</i>) | 12 |
| MESKHIDZE I. A., JABNIDZE N. V. The role of the state in the process of creation and the business environment functioning (<i>Russian</i>) | 20 |

Economics and management of the national economy

| | |
|--|----|
| KOHAN N. Yu. The formation of lend market in Ukraine: realities and perspectives (<i>Ukrainian</i>) | 24 |
| CHORNA T. M., GOZHULOVSKIY S. S. Current trends and developments in aircraft of Ukraine (<i>Ukrainian</i>) | 29 |

Marketing, business, trade and exchange activities

| | |
|--|----|
| GARMATIUK O. V., AVTOMEYENKO A. A. Marketing policy of communications in pharmacy (<i>Ukrainian</i>) | 35 |
|--|----|

Demography, labor economics, social economy and politics

| | |
|--|----|
| POVOROZNIUK I. M. Foreign experience in using social benefits for employees (<i>Ukrainian</i>) | 42 |
|--|----|

Analysis, audit, accounting and taxation

| | |
|--|----|
| DEMCHENKO T. A., CHVERTKO L. A. Problems of accounting production reserves and the direction of its improvement in the enterprise (<i>Ukrainian</i>) | 48 |
|--|----|

Economy of tourism & hotel and restaurant business

| | |
|--|----|
| LYTVYN O. V., KYRYLIUK I. M. Vehicles in the system of tourism industry (<i>Ukrainian</i>) | 57 |
| PODZIGUN S. M., KOROL I. V. Peculiarities to use the international experience for the development management of tourism industry in Ukraine (<i>English</i>) | 62 |
| SLATVINSKA L. A. Economic aspect of the recreational function of excursion activities (<i>Russian</i>) | 67 |
| CHYRVA G. M. The content and structure of the tourism industry manager's professional competence (<i>Russian</i>) | 73 |

Economic security of the state and business entities

| | |
|--|----|
| SLATVINSKYI M. A. Corporate financial and economic security management in the sphere of investment activities (<i>Ukrainian</i>) | 79 |
| STREMBITSKA L. L. Modern trends in the labor market in terms of threats to Ukraine's economic security (<i>Ukrainian</i>) | 88 |
| CHYRVA O. G., BOVKUN O. A. Strategy enhancing economic security and competitiveness of agro-business sphere (<i>Ukrainian</i>) | 96 |

| | |
|---------------------------|-----|
| AUTHORS DATA | 101 |
|---------------------------|-----|

| | |
|---|-----|
| ABSTRACTS & REFERENCES | 104 |
|---|-----|

| | |
|---------------------------------------|-----|
| INSTRUCTIONS FOR AUTHORS | 118 |
|---------------------------------------|-----|

Publisher: Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

The Journal is founded in 2015.

Published quarterly.

Editor-in-chief:

Olha Chyrva, Doctor of Economics, Professor (Uman, Ukraine)

Certificate of State registration

KB № 22865-12765IIP of 02.08.2017

Deputies of Editor-in-chief:

Taisiia Bondaruk, Doctor of Economics, Professor (Kyiv, Ukraine)

ISSN 2522-9273

Oleksandr Levchenko, Doctor of Economics, Professor (Kropyvnytskyi, Ukraine)

Post address: Ukraine, 20300, Cherkasy region, Uman, 2, Sadova street, off. 314.

Editorial Board:

Eshgin Bayramov, Ph.D (Economics) (Baku, Azerbaijan)

Phone: +38067 948 95 80

Nataliia Biloshkurska, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

E-mail: kaf_financy@udpu.edu.ua

Oleksandr Bohashko, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Web: <http://economic-horizons.udpu.org.ua>

Ihor Bondaruk, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Journal's Directions:

Olha Bovkun, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

- Economic theory and history of economic thought
- International economic relations
- Economics and management of the national economy
- Marketing, business, trade and exchange activities
- Development of productive forces and regional economics
- Economics of nature and environmental protection
- Demography, labor economics, social economy and politics
- Finance, banking and insurance
- Analysis, audit, accounting and taxation
- Management and business administration
- Economy of tourism & hotel and restaurant business
- Mathematical methods, models and information technologies in the economy
- Economic security of the state and business entities

Liudmyla Chvertko, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Tetiana Demchenko, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Olesia Demianyshyna, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Badri Gechbaia, Ph.D (Economics), Associate Professor (Batumi, Georgia)

Olha Kholodna, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Oleksandr Kirdan, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Alona Kliuchnyk, Doctor of Economics, Professor (Mykolaiv, Ukraine)

Inna Korol, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Petro Kurmaiev, Doctor of Economics, Professor (Uman, Ukraine)

Iryna Kyrlyuk, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Iryna Mihus, Doctor of Economics, Professor (Uman, Ukraine)

Nataliia Pacheva, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Pavlo Petrenko, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Inna Povorozniuk, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Maksym Slatvinskyi, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Vitalii Stoika, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Sergii Troshchenkov, Ph.D (Economics) (Warsaw, Poland)

Language Editor (English):

Yana Bondaruk, Ph.D (Pedagogics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

Executive Secretary:

Mykola Biloshkurskyi, Ph.D (Economics), Associate Professor (Uman, Ukraine)

The authors are responsible for the accuracy of the translation, facts, quotations, proper names, geographical names, names of companies, organizations, institutions, and other information.

The Editorial Board are not responsible for the author's views.

Published by the decision of the Academic Council of Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University (*protocol № 2 of 26.09.2017*)

© “**Economic Horizons**”, 2017

© Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, 2017

Підписано до друку 30.09.2017 р. Формат 60x84/8.
Папір офсетний. Ум. друк. арк. 13,95
Тираж 100 прим. Замовлення № 2425

Видавничо-поліграфічний центр «Візаві»
20300, м. Умань, вул. Тищика, 18/19
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 2521 від 08.06.2006.
тел. (04744) 4-64-88, 4-67-77, (067) 104-64-88
vizavi-print.jimdo.com
e-mail: vizavi008@gmail.com