

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
ВІННИЦЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО ІНСТИТУТУ**

**ВИПУСК 8/2018**

УДК 320.1+34+37.02+642.5

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації. Серія ВЦ №794-152-р від 23.09.2010 р.

Друкується за рішенням вченої ради Вінницького кооперативного інституту. Протокол № 8 від «25» червня 2018 р.

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Засновано 2010 року	Голова редакційної колегії: Драбовський А. Г., д.е.н., професор, ректор Вінницького кооперативного інституту
Засновник: Вінницький кооперативний інститут	Члени редакційної колегії: Драбовська В. А., к.філол.н.; Іванюта П. В., д.держ.упр., доцент;
Виходить один раз на рік	Міщук І. П., д.е.н., доцент;
Мова видання – українська, англійська, польська	Морозова Л. П., д.філос.н., професор; Петренко М. І., д.е.н., професор; Прицюк Л. А., к.е.н.
За достовірність інформації, що міститься в опублікованих матеріалах, відповідальність несуть автори	Адреса: 21009, м. Вінниця, вул. Академіка Янгеля, 59

Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. – Вінниця, 2018. – 136 с.

Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту є періодичним виданням із проблем економіки, управління, юридичних, гуманітарних та технічних наук. Заснований у 2010 році. Планова періодичність виходу – 1 раз на рік.

Авторський колектив Вісника – наукові, науково-педагогічні працівники, аспіранти, здобувачі наукових ступенів вищих навчальних закладів.

© Вінницький кооперативний інститут, 2018

© ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2018

**ЗМІСТ****ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА УПРАВЛІННЯ**

<b>Гринчук Т. П., Ролінська А. О.</b> Сучасний стан та динаміка розвитку фіскально-бюджетної політики у системі державного регулювання агропромислового сектору економіки України.....	5
<b>Дибчук Л. В., Кирилюк Н. Г.</b> Розвиток кооперативного сектору Норвегії.....	11
<b>Іванюта П. В.</b> Обґрунтування сутності механізмів державного управління на сучасному етапі розвитку економічних відносин.....	18
<b>Непиталюк А. В., Черненко Н. С., Кушнір О. Ю.</b> Земельні ресурси в Україні в контексті формування аграрного ринку: досвід та перспективи.....	27
<b>Петренко М. І., Якимчук К. Д.</b> Методи використання системи бюджетування на підприємствах Укркоопспілки.....	42
<b>Пітик О. В., Мамонов П. Д.</b> Особливості прихованого маркетингу у сфері ресторанного бізнесу.....	57
<b>Ярова Ю. М.</b> Концептуальні засади удосконалення інституційного забезпечення підприємницької діяльності в аграрній сфері.....	64
<b>Ясько Т. Ю., Терещук О. О.</b> Принципи та інструменти стратегічного маркетингу для вітчизняних підприємств.....	69

**ЮРИДИЧНІ НАУКИ**

<b>Васильєва І. М., Шмагельська М. О.</b> Безпека харчових продуктів в Україні: правові аспекти.....	76
<b>Маньгора Т. В.</b> А. Яковлів – посол УНР в Австро-Угорщині.....	83

**ГУМАНІТАРНІ НАУКИ****Коваль А. В.**

Торговельні зв'язки споживчої кооперації УСРР у період запровадження НЕПУ (поч. 1920-х рр.)..... 92

**Ткачук Н. П., Ладаняк І. А.**

Гендерна політика у розбудові споживчої кооперації України в період згорання НЕПУ..... 99

**Тямушева Н. В.**

Формування математичних компетентностей в умовах сучасних вимірів..... 102

**Павлюк В. А.**

Методика викладання дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» у студентів нефілологічного напрямку освіти..... 107

**ТЕХНІЧНІ НАУКИ****Дем'янова Н. Б., Фіногєєва С. М.**

Розробка технології виробів з дріжджового тіста, збагачених пектиновими речовинами..... 116

**Дехтярьова Л. С., Вознюк Т. К.**

Ідентифікація та методи виявлення фальсифікації товарів..... 123

**Ільніцька Ю. Б., Ліпінська К. В.**

Digital-технології в ресторанному бізнесі..... 130

**ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА УПРАВЛІННЯ**

УДК 336.22:631.16

**Гринчук Тетяна Петрівна, к. е. н.,  
викладач кафедри фінансів, обліку  
та аналізу****Ролінська Анна Олександрівна,  
викладач кафедри фінансів, обліку  
та аналізу****Вінницький кооперативний інститут****СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ  
ФІСКАЛЬНО-БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ У СИСТЕМІ  
ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО  
СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Анотація.** Ефективність розвитку аграрного господарства та зовнішньоекономічної діяльності агропромислових підприємств України є найважливішим завданням фіскально-бюджетної політики в контексті розвитку. Майже третина населення України проживає в сільській місцевості, а сільськогосподарські та побутові традиції селян є втіленням української культури та національної ідентичності. Детальний аналіз показує, що аграрний сектор міг би відігравати значно динамічнішу роль в економіці країни та робити значно вагоміший внесок у зростання економіки та добробуту України.

**Abstract.** Efficiency of development of agrarian economy and foreign economic activity of agro-industrial enterprises of Ukraine is the most important task of fiscal-budgetary policy in the context of development. Almost one-third of Ukraine's population lives in rural areas, and agricultural and domestic traditions of peasants are the embodiment of Ukrainian culture and national identity. A detailed analysis shows that the agrarian sector could play a much more dynamic role in the country's economy and make a significantly more significant contribution to Ukraine's economic growth and prosperity.

**Ключові слова:** фіскально-бюджетна політика, агропромисловий сектор, оподаткування, бюджет, сільгосппродукція, товаровиробники.

**Keywords:** fiscal and budgetary policy, agriculture sector, taxation, budget, agricultural producers.

Багато вже сказано і написано про винятковий потенціал аграрного сектору економіки України: про її чорноземи; про міцні та ефективні сільськогосподарські підприємства; про порти, де вода цілий рік не замерзає та про близькість до світових ринків. Але, на жаль, дуже мало зроблено. Більше того, через 23 роки після здобуття незалежності винятковою рисою агропромислового сектору економіки України більше не є його величезний потенціал, а той факт, що цей потенціал залишається невикористаним внаслідок неважкої фіскально-бюджетної політики держави.

Для того, щоб підвищити ефективність в аграрному секторі, а отже і зробити внесок до загального зростання економіки та збільшення добробуту, слід розробити та впровадити ефективні заходи фіскально-бюджетної політики, але спочатку необхідно проаналізувати зарубіжний досвід фіскально-бюджетної політики агропромислового сектору економіки країни.

В більшості країн з розвинутою економікою формування та здійснення фіскально-бюджетної політики агропромислового сектору відбувається на основі таких законодавчих документів: 1) конституція; 2) закон про бюджетне управління; 3) закон про щорічний бюджет; 4) закони про спеціальні асигнування; 5) постанови та інструкції щодо бюджету. Конституцією країни будується фундамент всім іншим нормативним актам, саме тому в ній висвітлюються тільки загальні принципові питання. Наприклад, розмежування повноважень між законодавчою і виконавчою владами, визначення фінансових взаємовідносин між центральними і місцевими органами влади.

Закон про бюджетне асигнування включає в себе основні принципи складання, виконання, звітування та контролю бюджету, а також конкретні повноваження і відповідальність усіх учасників бюджетного процесу, умови дотримання збалансованості бюджетних показників (до прикладу, у Польщі – річний рівень державного боргу та бюджетного дефіциту не може перевищувати відповідно 60% ВВП і 3% ВВП), єдина стандарти і норми щодо бюджетних процедур на центральному і місцевому рівнях управління. Усі ці положення не обов'язково повинні консолідуватися в єдиному законі, але вони визначають рамки та вимоги до закону про щорічний бюджет [1].

Закон про річний бюджет обов'язково базується на конституції та законі про бюджетне управління. Даний закон

дозволяє використовувати кошти на визначені бюджетом цільові заходи у бюджетному році та специфічні норми, що не врегульовані основним законодавством і є характерними лише для конкретного року.

В більшості зарубіжних країн поряд з законом про річний бюджет використовуються інші закони про постійні (спеціальні) асигнування, згідно з якими щороку встановлюється один і той самий обсяг видатків (в основному це соціальні виплати, обслуговування державних запозичень тощо). Також існують більш детальні правила, які затверджуються міністерством фінансів чи самим урядом та визначають поточні процедури щодо формування головних напрямків фіскально-бюджетної політики агропромислового сектору економіки країни.

Особливостями бюджетного законодавства економічно-розвинутих країн в умовах сучасності, які набули досить значущої ваги в процесі реформування управління державними видатками і формування фіскально-бюджетної політики, є такі:

- збільшення зобов'язань та повноважень міністерства фінансів у управлінні економікою країни, в основному такими функціями, як: фіскально-бюджетна політика, податкова політика, макроекономічна політика, формування, аналіз та контроль за виконанням бюджету, управління державними фінансами тощо;

- вагомі фінансові повноваження виконавчої влади і зменшення повноважень парламенту щодо складання проекту бюджету з одночасним збереженням дієвого законодавчого нагляду за бюджетним процесом загалом. В першу чергу, мова йде про те, що лише виконавча влада може формувати проект бюджету, а парламент в свою чергу може лише зменшувати видатки, але ні в якому разі не збільшувати їх.

- пониження детального контролю за виконанням окремих статей видатків з боку центральних органів влади і стосовно надання більшої свободи розпорядникам бюджетних коштів. Отже, сучасний аудит надає більшого значення перевірці отриманих результатів, а не обмежується лише контролем за дотриманням усіх вимог до формування бюджету.

Як свідчить досвід країн зарубіжжя, така технологія бюджетного законодавства забезпечує стабільність та ефективність функціонування фіскально-бюджетної системи цих країн і, необхідне формування і реалізацію фіскально-бюджетної політики

агропромислового сектору економіки країни через державний бюджет.

Орієнтуючись на світовий досвід в фіскально-бюджетній політиці агропромислового сектору економіки відпрацьовані різні підходи в частині формування бюджету, серед яких можна виділити наступні:

- велика кількість статей, по кожній з яких встановлюється верхня межа;
- в центрі уваги знаходяться кадри;
- забезпечення зв'язку між кінцевим продуктом і ресурсами;
- затвердження показників на рівні регіонів;
- системне планування, програмування і формування бюджету;
- максимізація ефективності бюджетних витрат;
- бюджетна стратегія, завдання та бюджетні розрахунки здійснюються на коротко-, середньо- та довгостроковий періоди;
- здійснення оцінки ефективності бюджетних програм;
- наявність потужної інформаційної бази, встановлення зв'язку між фінансуванням бюджетних програм у річному бюджеті та їх довгостроковими результатами;
- наявність кваліфікованих кадрів, причетних до бюджетного планування;
- ефективне довгострокове планування;
- реформування бухгалтерського обліку і бюджетної класифікації.

Особлива увага в зарубіжних країнах приділяється податковій системі, що безпосередньо стосується фіскально-бюджетної політики аграрного сектору економіки.

Система оподаткування має важливе значення для ефективності та доходів. Ефективна система оподаткування мінімізує втручання у прийняття рішень та прискорює економічне зростання через стимулювання заощаджень та інвестицій.

Стабільний та оптимальний потік державних доходів є необхідним для фінансування постачання товарів, однак кінцеве навантаження на платників податків має розподілятися справедливо, так щоб однаково спроможні платники податків сплачували однаковий податок («горизонтальна справедливість»), а більш спроможні платники податків сплачували більше («вертикальна справедливість»). Наприкінці, ефективна система



оподаткування має бути простою, прозорою та стабільною, щоб її можна було дотримуватись без ризику для фізичних та юридичних осіб та без можливості її використання як інструменту переслідування [5].

Поточна система оподаткування в Україні, не відповідає певній кількості зазначених вище моментів, які ефективно використовуються в зарубіжних країнах. Головними елементами цієї системи є фіксований сільськогосподарський податок (ФСП), спеціальний режим нарахування податку на додану вартість (ПДВ) для виробників та експортерів сільськогосподарської продукції. Часто можна почути, що в аграрному секторі економіки країни неможливо запровадити «нормальну» систему оподаткування прибутків, оскільки аграрні підприємства не забезпечують необхідні умови ведення звітності та перекручують свій облік з наміром ухилення від оподаткування. Якщо притримуватись цієї логіки, тоді фіскальний сільськогосподарський податок, як свідчить зарубіжний досвід, є єдиною можливою альтернативою.

В країнах зарубіжжя, прозора податкова політика досягається шляхом широкого обговорення громадськістю проектів та результатів їх діяльності через фіскально-бюджетну політику. Дана система будується на основі високоефективної інформованості, в свою чергу робить органи державного управління більш відповідальними за проведення податкової та фіскально-бюджетної політики і, таким чином, сприяє більшій довірі і розумінню суспільством макроекономічної політики і введенню в дію ефективних фіскально-бюджетних рішень. Прозорість фіскально-бюджетної і податкової політики – це лише один із важливих факторів ефективного управління агропромисловим сектором економіки країни [4].

Спеціалісти МВФ розробили декларацію принципів забезпечення прозорості податкової та фіскально-бюджетної політики агропромислового сектору економіки країни і комплекс практичних рекомендацій для досягнення цієї прозорості. Основними з них є такі:

- державний сектор повинен бути відокремлений від іншої частини економіки;
- необхідно забезпечити чітку правову і адміністративну базу податкового і фіскально-бюджетного управління. Мається на увазі,

що податкове законодавство має бути доступним і зрозумілим, а всі доходи і видатки держави повинні мати законну базу;

- інформація про діяльність державних органів повинна бути гласною і включати комплексну інформацію про минулу, поточну і планову діяльність у податковій та бюджетній сферах агропромислового сектору економіки, яка повинна широко висвітлюватися серед громадськості;

- формування, виконання бюджету та фінансово-бухгалтерська звітність повинні вестися відкрито;

- в матеріалах, які пов'язані з розробкою бюджету, повинні бути визначені цілі податкової та фіскально-бюджетної політики, загальнодержавні умови її проведення, політичні основи бюджету;

- конкретно визначати процедури виконання бюджету агропромислового сектору економіки країни і оперативного контролю за коштами;

- податкова і бюджетна звітність повинна бути своєчасною, повною і виявляти відхилення від норм, передбачених бюджетом;

- достовірність податкової та фіскально-бюджетної інформації має підтверджуватися незалежними органами.

Отже, прискорення інтеграційних процесів в Європі обумовило розповсюдження принципів проведення фіскально-бюджетної політики агропромислового сектору економіки країни, першочергово, стосовно розмірів бюджетного дефіциту і боргу. В той же час в бюджетних системах, які сформовані відповідно до національних особливостей та традицій, зберігаються істотні розбіжності за структурою державних витрат, рівнем бюджетних надходжень, системами оподаткування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Алейнікова О. В. Зарубіжний досвід державного регулювання розвитку АПК // Механізм державного управління. Інвестиції: практика та досвід. – №16/2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/16\\_2011/33.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2011/33.pdf).

2. Кваша С. М. Стан та тенденції розвитку сільського господарства країн-членів Європейського Союзу / С. М. Кваша, К. С. Кваша. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. – 40 с.

3. Проект Міністерства аграрної політики та продовольства України «Стратегія розвитку аграрного сектору економіки України на період до 2020 року» // Київ – 2013 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/7644>.

4. Проект «Єдина комплексна стратегія та план дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015-2020 роки» / Міністерство аграрної політики та продовольства України, 2015. С. 48-52. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/>.

5. Радченко О. Досвід бюджетного фінансування сільського господарства на прикладі країн Прибалтики // Науковий клуб – Sophus. – Секція 7, 2017. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sophus.at.ua/publ/2014\\_04\\_17\\_18\\_kampodilsk/sekcija\\_7\\_2014\\_04\\_17\\_18/dosvid\\_bjudzhetnoho\\_finansuvannja\\_silskogo\\_gospodarstva\\_na\\_prikлади\\_krajn\\_pribaltiki/57-1-0-936](http://sophus.at.ua/publ/2014_04_17_18_kampodilsk/sekcija_7_2014_04_17_18/dosvid_bjudzhetnoho_finansuvannja_silskogo_gospodarstva_na_prikлади_krajn_pribaltiki/57-1-0-936)

УДК 334.73(481)

**Дибчук Людмила Василівна, к. і. н,  
доцент кафедри маркетингу та  
підприємництва**

**Вінницький кооперативний інститут  
Кирилюк Ніна Галактіонівна,  
викладач кафедри товарознавчих  
дисциплін та комерційної діяльності  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту**

## **РОЗВИТОК КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРУ НОРВЕГІЇ**

**Анотація.** У статті розглянуто питання розвитку кооперації в Норвегії, досліджено її місце в сучасному секторі економіки, визначені особливості реформування кооперативів, вплив на загальний розвиток суспільства.

**Abstract.** The article addresses the development of cooperative system in Norway, examines its place in the modern sector of economy, identifies the peculiarities of cooperatives' reforms, and its influence upon the overall development of the society.

**Ключові слова:** кооперація, новітні форми кооперації, конкуренція, суспільство, власне виробництво, акціонери.

**Keywords:** cooperative system, new forms of cooperatives, competition, society, own production, shareholders.

**Постановка проблеми.** Проблеми розвитку кооперативного сектору вивчені недостатньо і потребують детального обговорення

у науковій спільноті. Негативний досвід показує, що у разі адміністративного домінування влади кооперативи перероджуються в звичайні муніципальні підприємства, їхній вплив на громадську думку населення суттєво зменшується. Позитивна діяльність «кооперативів нової хвилі» в Норвегії є досить цікавою для запровадження в Україні.

**Аналіз останніх досліджень.** Вивченню розвитку та проблем кооперативного руху в країнах ЄС та світу присвячений ряд наукових праць провідних вчених та науковців, зокрема Вісіна В. В., Григор'євої С. В., Гончаренко В. В., Макогін З. Я., Моренової Н. Ю. тощо. Проте обмежена кількість глибоких досліджень щодо розвитку кооперативного сектору Норвегії підтверджує актуальність дослідження.

**Мета статті.** Проаналізувати особливості розвитку кооперації в Норвегії, дослідити причини її успішної діяльності на ринку споживчих послуг та роль у суспільному житті держави.

**Виклад основного матеріалу.** Більшість споживчих кооперативів Старого Світу пішли по шляху комерціалізації своєї діяльності, що зумовило жорсткий режим їхнього існування в умовах конкурентної боротьби з підприємцями. Далеко не завжди переможцем в конкуренції виявляються кооперативні об'єднання. Прикладом вдалого для кооперації результату цього змагання може служити Норвегія.

Coop Norge SA є норвезьким кооперативом, до складу якого входить 117 місцевих кооперативів. У компанії є штаб-квартира в Осло. Перший кооперативний магазин в Норвегії був відкритий в 1850 році. 27 червня 1906 року група з 28 кооперативів заснувал NKL (Norges Kooperative Landsforening, «Норвезька кооперативна асоціація»), щоб виступати оптовим торговцем для своїх членів. Наступного року Норвезька кооперативна асоціація приєдналася до Міжнародного кооперативного союзу. NKL придбала Норвезький завод (Margarinfabrikken Norge) у Бергені в 1911 році; пізніше придбала інші заводи в Осло і Буде. NKL купила тютюнову фабрику в 1914 році і кавову фабрику в 1916 році.

Впродовж 20-30-х років ХХ сторіччя норвезька кооперація розпочала власне виробництво: взуття, борошна, шоколаду, електричних лампочок, а також запровадила кооперативне страхування (Samvirke Forsikring). 1 жовтня 1947 року NKL відкрила перший магазин самообслуговування. З кінця 80-х років

споживчі об'єднання Норвегії почали програвати боротьбу за покупця приватним підприємцям і великим торговим фірмам. Загострення конкурентної боротьби призвело до прискорення темпів концентрації кооперативної діяльності.

Норвезькі кооператори пішли по шляху створення великих гіпермаркетів зі зручними автостоянками, впровадженням найсучасніших технологій і методів бізнесу: запровадили систему самообслуговування та продажу широкого асортименту товарів, реалізації екологічно безпечних продуктів харчування, технологію швидкого замороження, був реалізований продаж товарів через веб-сайти тощо.

Ще одним вагомим фактором росту стало об'єднання кооператорів Швеції, Coop Sverige, Норвегії Coop Norge і Данії Coop Danmark, Фінляндії Coop Finland в єдину організацію Coop Trading. Завдяки проведеним реформам, кооперативний бізнес Норвегії став одним з передових та інноваційних в Європі.

Однак головним фактором, що забезпечує успішне функціонування кооперативної системи, є суворе дотримання принципів демократії та соціальна спрямованість її діяльності. Зокрема, споживчі кооперативи стали врівноважуючим фактором на ринку в питаннях ціноутворення на користь споживача. Крім торгових операцій норвезькі кооператори активно включаються у вирішення всіх соціальних проблем. Наприклад, в даний час кооперативи стали помітними гравцями на ринку житлового будівництва. Будівництво та експлуатація кооперативного житла обходяться дешевше, ніж в приватному і державному секторах, тому більшою мірою приваблює малозабезпечених громадян і молодь.

Особливе місце в кооперативному русі Норвегії займають кооперативи, що відрізняються нетрадиційними сферами діяльності. Сьогодні в Норвегії створені кооперативи у галузі електроенергетики, а саме з виробництва та експлуатації альтернативних видів енергії – повітряних турбін.

В Норвегії дійшли до висновку, що нові форми кооперації багато можуть запропонувати суспільству, а тому у державі збільшено матеріальну підтримку кооперативів, що діють в секторі соціального обслуговування. В даний час працюють:

- кооперативні дитячі садки та школи, якими керують батьки;
- підприємства по догляду за людьми похилого віку;

- підприємства допологового догляду;
- кооперативні підприємства з надання фізіо-терапевтичних та стоматологічних послуг;
- служби для інвалідів і людей з обмеженими фізичними можливостями;
- молодіжні кооперативи, що допомагають боротися з безробіттям.

Уряд Норвегії дуже позитивно відноситься до створення новітніх форм кооперації. Норвезький парламент постійно виділяє кошти для створення фонду розвитку кооперативів. Гроші головним чином використовуються для фінансування сучасних проектів, отримання інформації та консультаційних послуг.

Типовим прикладом акціонерної організації є споживча кооперація Норвегії. Розширення членської маси здійснюється тут за рахунок гарантованої виплати бонусу власникам акцій. Coop Norge серед норвезьких ритейлерів (роздрібних продавців) за річним товарообігом займає друге місце і складає 1,3 млн. акціонерів. Кожен акціонер-пайовик може реально впливати на політику мережі не тільки на своїй території, але і на загальноєвропейській. Члени кооперативів самі визначають, що і де будувати: величезний торговий центр або невеликий магазинчик «за рогом».

Новостворений магазин Coop Norge запрошує всіх бажаючих жителів району стати його співвласниками і вкласти в загальний бізнес свої заощадження, які в подальшому визначають розмір дивідендів.

Власники майбутнього магазину вибирають виконавчий комітет, який керує будівництвом і відкриттям магазину, вирішує питання з владою і збирає в разі потреби всіх членів кооперативу. Виконавчий комітет місцевого кооперативу звертається до регіональної або національної організації Coop з проханням про прийом в національний споживчий кооператив. Дозвіл дає їм можливість розвивати місцевий магазин під брендом Coop Norge і користуватися ресурсами не тільки норвезької мережі, а й загальноєвропейської організації Euro Coop.

Найбільш важливі рішення стосовно асортименту, інвестицій та інших питань розвитку приймають збори членів Coop Norge. На зборах кожен із пайовиків має право одного голосу незалежно від частки в капіталі. Рішення приймається шляхом відкритого

голосування. Збори проводяться не рідше одного разу на рік. Купуючи продукти в своєму магазині, його власник-покупець отримує не тільки знижки, подарунки і якісне обслуговування, а й накопичує дивіденди. Ці гроші в кінці кожного звітного періоду (зазвичай місяця) переводяться на електронну карту члена кооперативу. Їх нараховують пропорційно внеску до статутного капіталу. Наприклад, якщо за звітний період кооператор придбав товарів на 500 норвезьких крон, а його внесок у відкриття магазину склав 5%, в кінці місяця акціонер отримує на карту 25 норвезьких крон.

Значна частина товарів, що продаються під власною маркою Соор – це екологічно чиста продукція і продукція, вироблена в рамках програми Fair Trade («чесна торгівля»). Діапазон магазинів «Соор» змінюється залежно від концепції магазину. Перелік товарів у магазинах Соор Market складає 4500-7000 товарних ліній, Соор Prix 5000-6500 товарних ліній, 6000-8400 товарних ліній. Соор Mega та Соор Obs має найбільший асортимент продукції відповідно 7500-11500 та 6700-9900 товарних ліній.

У Соор Norge незаперечно діє закон: «продавець – для покупця». Останній повинен отримувати задоволення від покупок. Задоволення від реалізації товарів, разом з дивідендами, бажають отримувати все більше число потенційних співвласників магазинів торговельної мережі Соор в Норвегії. Пропорційно цьому зростає і число магазинів під вивіскою Соор. Характерною особливістю торговельної мережі магазинів Соор Norge є широкий вибір товарів власного виробництва за зниженими цінами: м'яса, риби, яєць, морепродуктів, молока, виробів з дерева тощо.

Торговельні мережі:

- Соор Obs – це гіпермаркет з дуже великими магазинами і товарами з декількох галузей під одним дахом. В більшості розташовані в основних міських районах Норвегії.

- Соор Mega – це супермаркет з великим вибором продуктів. Мережа створена в великих містах і в більшості норвезьких міст.

- Соор Prix – це недорогий магазин, з обмеженим вибором товарів.

- Соор Market – це невеликі продуктові магазини. Характеризуються торгівлею обмеженою кількістю товарів бакалійної та гастрономічної груп, в основному розташовуються в на околицях міст.

- EXTRA (раніше Coop Extra) – це недорогий супермаркет, основним напрямом якого є широкий асортимент свіжих продуктів, широкий вибір товарів власного виробництва, спеціалізованих ритейлерів.

- Matkroken – найновіший ланцюг в Coop Norway. Кошик продуктів раніше належала ICA Norway, яка була придбана Coop Norway в жовтні 2014 року. Сучасні магазини з широким асортиментом свіжих продуктів, вишуканою кухнею і фаст-фудом.

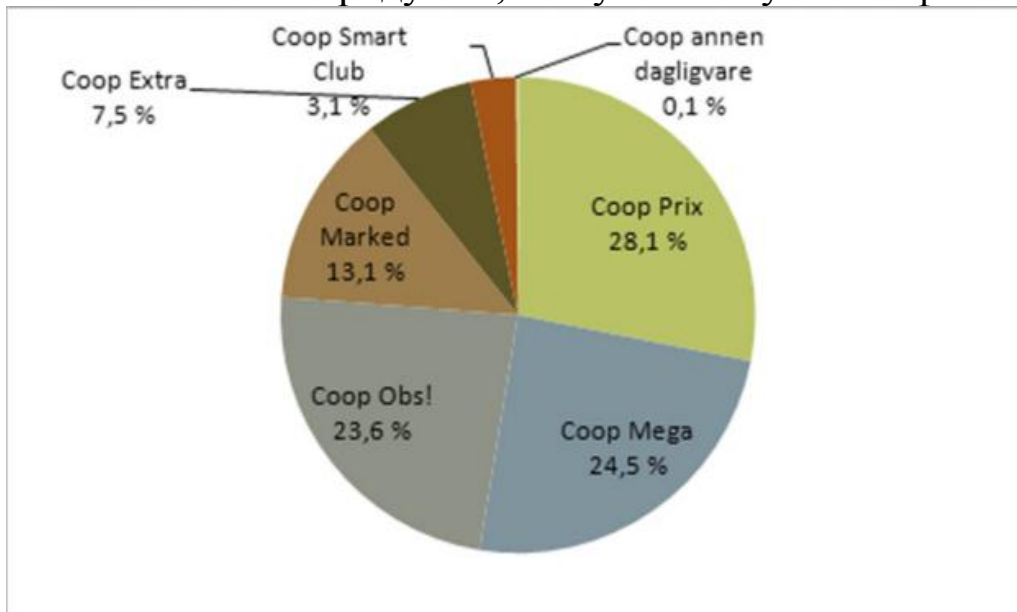


Рис. 1 Торговельні мережі Coop Norge у відсотках

Товарні знаки:

- Coop: різні товари продовольчих і непродовольчих груп, зокрема продукти, побутова техніка тощо.
- X-tra: недорогі продукти.
- Vegetarprodukter: premium-EMV.
- Vegetardag: вегетаріанські страви, рослинна продукція.
- Northug gulloppskrift: харчові продукти, розроблені у співпраці з Петтером Нортугом.
- Coop Änglamark: екологічні продукти.
- Goman: хлібобулочні вироби.
- Coop Kaffe: власна серія різних типів кави.
- Kellen: електричні і ручні інструменти.
- Cycletrack: велосипеди і велосипедне обладнання
- Nugin: електротехнічні вироби для кухні.
- Tero: батареї і лампочки.



- Coop Cookware: кухонний посуд.
- Gastro: серія Gastro.
- Ideas Daily (ID): натхнення для будинку.
- Infra: будівельні товари, інтер'єрні вироби, інструменти для ремонту.

Coop створив Фонд Coop Solidarity, який підтримує проекти зі скорочення бідності і економічної стабільності у слаборозвинених країнах. Фонд Coop Solidarity прагне стати рушійною силою для справедливого і вільного світу. Coop підтримує гуманітарні проекти в Мозамбіку, Камбоджі, Болівії, В'єтнамі та Боснії і Герцеговині. Фонд збирає гроші через банкомати Coops. Вони забезпечені жовтою кнопкою пожертвування, яку ви можете натиснути, якщо хочете пожертвувати іпотечні гроші в фонд. Таким чином, громадяни Норвегії фінансово підтримали Україну під час подій на Майдані у 2014 році. Coop Norway підтримує гуманітарну діяльність Армії порятунку, в тому числі через торговельну мережу магазинів. Coop є основним спонсором проекту Rosa. Це щорічна акція Асоціації боротьби з онкологічними захворюваннями, метою якої є поширення інформації та знань про рак молочної залози, а також збір коштів для досліджень і кращі методи лікування.

**Висновки.** За підсумками проведеного дослідження тенденцій розвитку кооперативного руху Норвегії, можна зробити висновки про те, що зародившись на ранніх стадіях розвитку капіталізму, споживча кооперація, пройшла складну дорогу підйомів і криз та довела свою життєздатність в сучасних економічних умовах. Зовнішні протиріччя не стали непереборною перешкодою, а стимулювали подальший її розвиток, пошук нових сучасних методів функціонування, креативних форм ведення бізнесу, інноваційних проектів. Досвід кооперативного руху Норвегії показує, що головною цінністю стабільності кооперативів є служіння суспільству.

#### **Список використаних джерел:**

1. Pettersen I. Dagligvarehandel og mat / I. Pettersen // Oslo januar 2003, 200 s.
2. Coop Norge SA (NO). [Електронний ресурс].– Режим доступу: <https://coop.no>
3. Coop Norge. [Електронний ресурс].– Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/coop\\_Norge\\_SA](https://en.wikipedia.org/wiki/coop_Norge_SA)

4. Вісин В. В. Основні тенденції розвитку міжнародного кооперативного руху на сучасному етапі / В. В. Вісин, Т. М. Вісина, П. Я. Кравчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Випуск 15, Ч. 1. – 2017. – С.54-59.

5. Григорьева С. В. Споживча кооперація світу: зарубіжний досвід та проблеми його впровадження в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/grigorjeva.htm>

6. Гончаренко В. В. Кооперативні форми господарювання у світовому та національному господарстві / В. В. Гончаренко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 3 (48). – 2011. – С. 88-94.

7. Моренова Н. Ю. Міжнародна кооперативна співпраця як інструмент секторальної економічної інтеграції України в ЄС. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mev.lac.lviv.ua/downloads/vyklad/fedor/stat/1.pdf>.

УДК 35.008 : 351.82

**Іванюта Павло Васильович,**  
д.держ.упр., доцент,  
завідувач кафедри менеджменту  
Вінницький кооперативний інститут

## **ОБГРУНТУВАННЯ СУТНОСТІ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**Анотація.** У статті розкриті основні поняття механізмів державного управління та обґрунтована їх сутність на сучасному етапі розвитку економічних відносин держави.

**Annotation.** The article describes the basic notions of state management mechanisms and their essence is substantiated at the present stage of development of economic relations of the state.

**Ключові слова:** управління, механізм, система державного управління, виробництво, товари.

**Keywords:** management, mechanism, system of state management, production, goods.

**Постановка проблеми.** Держава – це багатофункціональний інститут суспільного життя. Водночас, вона є суб'єктом економіки. Будь-яку діяльність держави, що безпосередньо або

опосередковано пов'язана з господарською сферою, характеризує її економічну сторону. Становлення і зміцнення держави як суспільного інституту супроводжувалось розвитком численних її функцій, у тому числі й економічних. Але, перш за все, виникнення та розвиток економічних функцій держави – це результат розвитку продуктивних сил та об'єктивних суспільних потреб. А економічні функції держави перебувають у постійній динаміці, спостерігається їх розширення та формування в органічному взаємозв'язку із суспільним прогресом. Економічні функції держави полягають у законотворчості (розробці та прийнятті правових норм господарської діяльності); адмініструванні (створенні та припиненні діяльності суб'єктів господарювання); інформуванні підприємств про економічну ситуацію й можливу її зміну в майбутньому при розробці прогнозів та індикативних планів як для країни в цілому, так і для окремих її територіальних утворень; регулюванні діяльності регіонів, галузей і великих підприємств у загальнонаціональних цілях; контролі за поточною діяльністю підприємств з метою запобігання порушення існуючого законодавства. Тому з огляду на економічні функції держави виникає необхідність дослідження механізмів державного управління та їх сутності на сучасному етапі розвитку економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сьогодні важко знайти фахову публікацію, яка не використовувала б, у тому чи іншому розумінні, термін «механізми державного управління». Провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема В. Б. Авер'янова, Г. В. Атаманчук, В. Д. Бакуменко, Ю. Г. Королюк, О. Ю. Оболенський та ін. своїми дослідженнями сприяли формуванню концепції «механізми державного управління». Однак, незважаючи на значну увагу науковців до теоретико-методологічного становлення сутностей механізмів державного управління, тут відсутня однастайність їх термінологічної та змістовної інтерпретації, та на нашу думку існує необхідність їх детального викладення та дослідження.

**Мета** статті полягає у розкритті механізмів державного управління та обґрунтуванні їх сутності у період розвитку ринкових відносин й економічних процесів всередині держави.

**Виклад основного матеріалу.** Держава виступає як зовнішня сила щодо недержавних суб'єктів національної економіки, так чи інакше втручається в їх господарську діяльність, регулює її. При

цьому зберігається і навіть охороняється економічний і забезпечується правовий суверенітет приватних суб'єктів економіки, тобто йдеться про державне регулювання (управління) недержавного сектора економіки.

В системі державного управління вирізняють чотири групи факторів, які негативно впливають на обґрунтування та реалізацію державних управлінських рішень у форматі якості:

– обмеженість інформації. Державні органи, як і інші суб'єкти ринку, не володіють повною та об'єктивною інформацією про стан якісних параметрів товару і послуг, що негативно впливає на якість управлінських рішень. Там, де не бракує об'єктивних даних, що унеможлиблює прогнозування результатів з достатньою достовірністю, необхідно, утримуватися від надмірного державного втручання в економіку;

– нездатність держави повністю контролювати реакцію контрагентів на її дії із-за недостатнього зворотного зв'язку, через недосконалість моніторингових систем, що спричиняє екстерналіцію;

– неефективність політичного процесу. Під впливом виборців, груп спеціальних інтересів (лобі), політичних маніпуляцій тощо державні органи здатні застосовувати неадекватні методи регулювання і тим самим проводити неефективну політику. Засобом подолання цієї вади є запровадження своєрідної технології, яка має назву «публічна політика»;

– недостатній контроль за органами державного управління через надмірну бюрократію здатні посилювати неефективність функціонування економіки, зокрема призводити до надмірного зростання управлінського апарату та невиправданого збільшення бюджетних витрат.

Отже, для реальної економіки характерні ситуації, коли одночасно мають місце й вади ринку, й вади державного втручання. При цьому послабити вплив одних найчастіше здійснюється посиленням впливу інших. Тому, приймаючи управлінські рішення, слід зіставляти наслідки впливу недоліків ринку та держави, щоб визначити оптимальну форму та межу державного управління.

Тут доцільно розглядати особливості застосування механізмів державного управління, що ґрунтують достатні передумови як складової системи державного управління [2, с. 80]. Цілком зрозуміло, що повнота розкриття окресленої

проблеми об'єктивно неможлива у рамках однієї публікації, однак аналіз категорії «механізми державного управління» крізь призму методології системного підходу дозволяє по-новому розкрити її сутності. Варто підкреслити, що намагання обґрунтувати роль і місце механізмів державного управління як складових системи управління несе практичний зміст, що пов'язаний із розробкою дієвих механізмів управління, які здатні гармонійно зайняти місце у якості її принципових елементів [1, с. 62]. Не менш важливим є завдання аналізу та синтезу дієвих та ефективних механізмів управління для чого рівня, що у сукупності із іншими підсистемами формують цілісну систему державного управління (рис. 1) [3, с. 80].

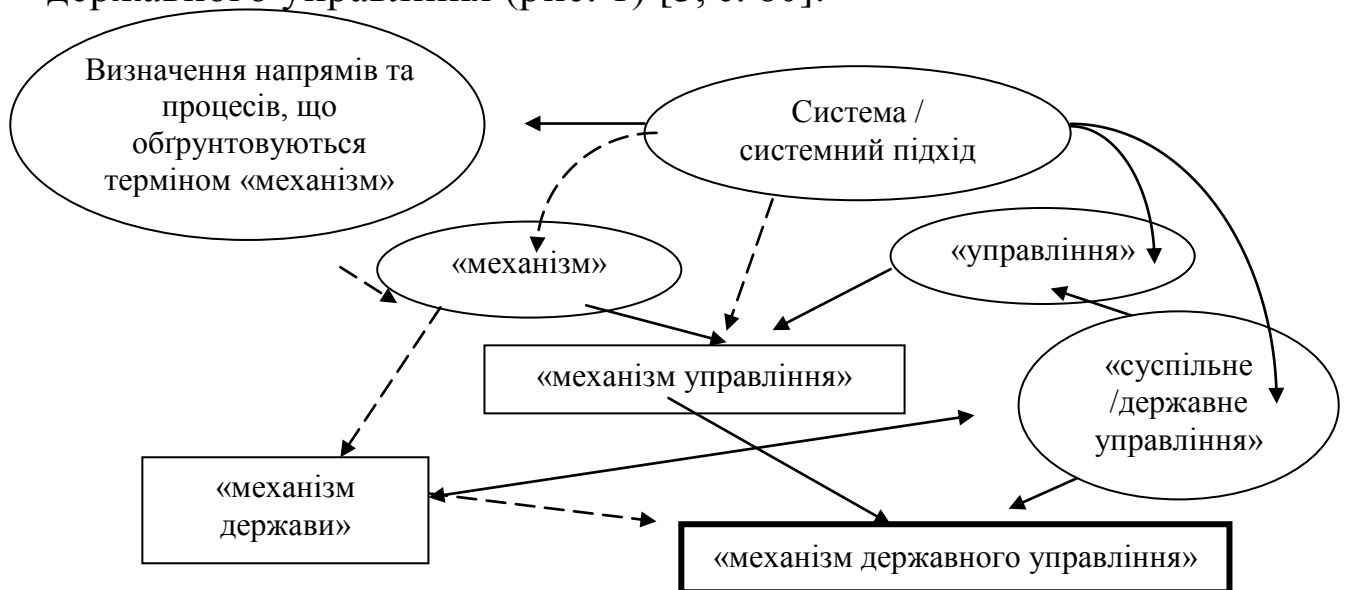


Рис. 1. Механізм державного управління як складова частина системи державного управління

Згідно словника економічних термінів під авторством С. В. Мочерного, термін «механізм» має декілька визначень:

- система ланок, пристрій, спосіб, які визначають порядок певного виду діяльності;

- внутрішній пристрій машини, устаткування тощо – система певних ланок та елементів, що приводять їх у дію, тобто перетворюють рух одних ланок в необхідний рух інших;

- система прямих і опосередкованих взаємозв'язків між економічними явищами і процесами, передусім між їх протилежними сторонами, а також МІЖ підсистемами і елементами, які виникають у різних типів економічних системах та між ними (за наявності комплексу умов).

Отже, теоретичним вираженням терміну «механізм» в економічному значенні є відповідна система взаємозв'язків між економічними законами і категоріями.

Поряд з тим, розкриття концепції «механізм державного управління» є необхідним та важливим підґрунтям, базою побудови науково-обґрунтованих та практично застосовних висновків у багатьох проблемних сферах галузі наук державного управління [4, с. 17]. Для цього запропоновано визначати термін «механізми державного управління» як сукупність законодавчо (нормативно) визначених методів, інструментів, технологій, принципів та функцій управління використання яких у певний спосіб та на підставі наявної ресурсної бази дозволяє системі органів державної влади та місцевого самоврядування цілеспрямовано здійснювати прямий та опосередкований вплив на розвиток суспільних процесів і діяльність (а також на свідомість та поведінку) громадянина, з метою: реалізації функцій держави, відображених у Конституції та законодавчих актів; забезпечення досягнення цілей державної політики, виробленої політичною системою та закріпленої законодавчо [1, с. 65].

Зміст категорії «механізм державного управління» у ракурсі системної концепції визначено як принципову частину системи державного управління, що в сукупності:

- охоплює нормативно визначені функціональні взаємозв'язки між її суб'єктом (органами державної влади та місцевого самоврядування) та об'єктом (суспільною системою);
- забезпечує здійснення завдань і функцій держави її механізмом шляхом виявлення та досягнення, у протидії чи за підтримки зовнішнього середовища, множини і цільових станів об'єкта в рамках законодавчо закріпленої сфери державного впливу;
- має властивість детермінізму і можливість багаторазового використання в інтересах державного управління;
- піддається декомпозиції на окремі типи за рівнями управління елементів її суб'єкта, за природою впливу на об'єкт (правовою, адміністративною, економічною, пропагандистською тощо) та на складові частини процесу реалізації управлінської діяльності (прийоми, операції, процедури тощо).
- сприяє її цілісності;
- базується на використанні наявної ресурсної бази.

На нашу думку, до механізмів, що є подібними до управління якістю в системі державного управління доцільно встановити такі види:

Механізм вироблення менеджменту цілей (МВМЦ) – послідовність етапів розробки основних цілей управління та комплекс способів централізованого або децентралізованого визначення таких цілей залежно від особливостей підприємства. Якщо цей процес відбувається централізовано, то забезпечується єдина орієнтація і підпорядкованість усіх цілей у межах організації. У разі децентралізованого визначення процес координації цілей, спрямування їх у єдине русло ускладнюється, зате рівень їх обґрунтованості може підвищуватись. Основними етапами розробки та реалізації МВМЦ є: 1) конкретизація цілей у середньо- та короткотермінові; 2) розробка цілей; 3) контроль за виконанням цілей і завдань; 4) коригування цілей залежно від зміни середовища.

Механізм забезпечення економічної безпеки країни (МЗЕБК) – сукупність інституційних та організаційних структур і комплекс використовуваних ними форм й методів з метою послаблення й усунення внутрішніх і зовнішніх загроз існуванню країни в економічній сфері. Важливими передумовами дії МЗЕБК є обґрунтування стратегії й тактики забезпечення економічної безпеки, виділення найважливіших індикаторів (показників) безпеки, групування їх за спорідненими ознаками, моніторинг чинників, що підривають стійкість економічної системи та ін.

При цьому доцільно виділити загрозливі чинники в державі при обґрунтуванні ступеня застосування МЗЕБК внутрішніми загрозами для України на початку ХХІ ст. є: нижчий ніж у більшості розвинених країн світу загальноосвітній, професійний та культурний рівні людини-працівника, її економічного мислення, декваліфікація значної частини найманих працівників унаслідок масового безробіття, відсутність належних умов праці для значної кількості зайнятих, критичний стан здоров'я більшості населення, відсутність відтворення переважної більшості населення та ін.

У сфері техніко-економічних відносин внутрішніми загрозами є: низька частка торгівлі України машинами, устаткуванням, готовими виробами (інформаційно та інтелектуально насиченою продукцією), ліцензіями, інжиніринговими та управлінськими послугами, незначна участь у міжнародному поділі праці та ін. У

межах технологічного способу виробництва – низька продуктивність праці, висока енергомісткість, матеріаломісткість, фондомісткість продукції; значна частка технологічного способу виробництва, що базується на ручній праці (понад 40%), на машинній праці, але з низькою якістю техніки (майже 50%), та надзвичайно низька – способу виробництва, що базується на автоматизованій праці неналежної якості (менше 10%), тобто технологічна відчуженість працівників від засобів виробництва, відсутність могутніх національних компаній, спроможних конкурувати з іноземними ТНК, глибока екологічна, продовольча криза та ін.

У сфері організаційно-економічних відносин – низький рівень та якість маркетингових досліджень, особливо міжнародних, упровадження досконалих організаційних структур (дивізіональної та ін.) управління підприємствами, управлінського апарату на мікро- і макрорівнях, добір кадрів здебільшого не за професіональними ознаками, корумпованість державних чиновників та ін. У межах відносин економічної власності – посилення соціально-економічного відчуження найманих працівників від власності на засоби виробництва та його результати, від управління власністю, наближена до тотальної приватизації кланово-номенклатурною елітою державної власності, в т.ч. стратегічних об'єктів, необґрунтоване руйнування навіть рентабельних колективних сільськогосподарських підприємств, диспаритет цін на харчову продукцію, відсутність якісної реалізації власності на робочу силу у формі заробітної плати (через це вона не виконує своїх функцій), соціальних виплат та ін., узурпація трудової колективної власності директорським корпусом та іншими представниками економічної еліти, високий рівень економічної злочинності, значна диференціація доходів найбідніших і найбагатших верств населення. У межах суспільного способу виробництва – конфлікт між продуктивними силами і відносинами економічної власності, передусім між потребами та інтересами людини-працівника і відносинами економічної власності, потребами в розвитку науки та економічною власністю, низький рівень розвитку економічної (доріг, водогонів та ін.) та соціальної (закладів освіти, охорони здоров'я та ін.) інфраструктури, мізерний рівень доходів переважної більшості населення та ін. У межах господарського механізму домінування ринкових важелів



саморегулювання економіки, переважання адміністративних важелів над економічними, відсутність конструктивної структурної, інвестиційної, інноваційної, фінансової, грошово-кредитної, аграрної, цінової та інших форм економічної політики, а також механізму використання економічних законів, всебічного розвитку людини. У межах економічного способу виробництва – високі темпи інфляції, значна частка тіньової економіки (до 50%), великий державний борг (з урахуванням невиплат трудових заощаджень – понад 130 млрд. грн.), зовнішній борг, низька конкурентоспроможність країни, відсутність національного економічного демократичного планування та ін.

Механізм зменшення основних економічних ризиків – послідовність застосування різноманітних способів зменшення глибини та гостроти найважливіших видів ризиків підприємницької діяльності. Такими ризиками у сфері безпосереднього виробництва та обміну є матеріально-технічні, профільно-технологічні, постачальницько-збутові, виробничі, кредитні.

Для зниження матеріально-технічних ризиків потужні і передові вітчизняні компанії спільно із зарубіжними підприємствами створюють підприємства, об'єднання, домагаються державної підтримки (у разі стабільного попиту на певний вид продукції) та ін. Знизити, а відтак і уникнути профільно-технологічних ризиків можна за умови: диверсифікації виробництва через розширення нових технологій і видів продукції; диверсифікації постачання; збору економічної інформації про можливих постачальників, зокрема про освоєння нових видів техніки і технологій; розширення й підтримання особистих контактів з ними; купівлі акцій підприємств-постачальників, створення страхових резервів основних комплектуючих виробів та ін.

Для усунення постачальницько-збутових ризиків необхідні: диверсифікація постачання та розширення складу постачальників; створення фінансових резервів; залучення традиційних постачальників до діяльності підприємства або компанії через укладання договорів участі в прибутках або придбання частини акцій; створення регіональних систем страхування господарсько-комерційних операцій і розробка засобів перестраховування; розвиток заставних операцій; диверсифікація виробництва; активне використання всіх видів і форм маркетингу; поліпшення якості

продукції; розробка довготермінової стратегії виробництва та маркетингових досліджень; отримання часткової або повної передоплати; створення і підтримка системи контролю за виконанням договорів на рівні місцевих органів та ін.

Механізм формування ринкової вартості товарів – спосіб конкретного перетворення суспільної вартості окремого товару в межах сфери безпосереднього виробництва у суспільну вартість всієї маси товарів в процесі руху капіталу у всіх сферах суспільного виробництва, передусім в єдності.

**Висновки.** Інтерес до розробки теоретичних проблем управління у вчених і практиків – управлінців був викликаний перш за все об'єктивною необхідністю наукового аналізу закономірностей розвитку сфери управління державної, господарської та соціально – культурною діяльності в період науково – технічної революції і соціальних перетворень за умовами розвиненого суспільства. Особливе значення набуває в державному управлінні доцільність принципу надання компетенції вирішення кожного питання на локальних і місцевих рівнях. Тому доцільно обґрунтовувати поняття «органічні функції» в процесі державного управління, що включає ті завдання, до вирішення яких повинні бути визначені конкретні повноваження органів влади та установ, які звісно затверджуються положеннями та іншими нормативно-правовими актами розпорядчого характеру в системі державного управління та виконуватися більш компетентно.

Як перспективи подальших досліджень визначено необхідність деталізації питань щодо класифікації, складу, структури та функціонування механізмів державного управління як принципової частини системи державного управління. Тому розвиваючи напрям дослідження категорії механізму державного управління якістю в державному управлінні, варто акцентувати увагу на сучасних підходах розкриття змісту її базового поняття – «механізм управління».

#### **Список використаних джерел:**

1. Кабаков Ю. Конструктор систем управління організацією / Ю. Кабаков // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2010. – № 2. – С. 61 – 67.
2. Королюк Ю. Г. До питань сутності та співвідношення понять «механізм» і «механізм управління» в галузі науки

«Державне управління» / Ю. Г. Королюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 7. – С. 80 – 84.

3. Оболенський О. Ю. Системна концепція категорії «механізми державного управління» / О. Ю. Оболенський, Ю. Г. Королюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 10. – с. 80.

4. Шаповал В. Міжнародна практика і досвід технічного регулювання / В. Шаповал // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2011. – № 2. – С. 16 – 22.

**УДК 332.64**

**Непиталюк Антон Васильович,  
викладач кафедри економічної теорії,  
фундаментальних та соціально-  
гуманітарних дисциплін  
Вінницький кооперативний інститут  
Черненко Наталя Сергіївна, викладач  
кафедри економічної теорії,  
фундаментальних та соціально-  
гуманітарних дисциплін  
Вінницький коопативний інститут  
Кушнір Олена Юріївна, викладач  
кафедри фінансів, обліку та аналізу  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту**

## **ЗЕМЕЛЬНІ РЕСУРСИ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Ринок земель сільськогосподарського призначення є важливою складовою національного ресурсного ринку. Від рівня розвитку земельних відносин прямо залежить національна економічна безпека, а також фінансово-господарська ефективність діяльності суб'єктів аграрного бізнесу, що зрештою відображається в макроекономічних відтворювальних пропорціях. Реалізація інтересів усіх учасників зазначеного ринку можлива лише за умови, що вартість земельних ресурсів буде адекватно оцінена. Метою даної статті є вивчення вітчизняної практики оцінки земель аграрного призначення та пошук шляхів її вдосконалення.

Визначення вартості землі та формування ринкової ціни на земельні ділянки аграрного призначення базується на оцінці сільськогосподарських земель, яка традиційно проводиться за двома напрямками: 1) за параметрами, що характеризують природні якості і властивості оцінюваного ресурсу (так зване бонітування ґрунтів); 2) за параметрами, які розкривають соціально-економічну цінність земель (власне економічна оцінка). Країни, в яких земельні ресурси залучені до ринкового обігу, мають індивідуальні оціночні підходи, проте всюди вихідними даними виступають урожайність культур та затрати на їх вирощування, що є підґрунтям для розрахунку грошової оцінки землі, земельного податку, орендної плати тощо. При вивченні вітчизняного досвіду провадження грошової оцінки земель (із застосуванням різних методик) авторами виявлено ряд специфічних аспектів, що значно ускладнюють процес такої оцінки. Для вдосконалення української практики оцінки земельних ресурсів запропоновано скористатися перевагами іноземного досвіду оціночної діяльності, а також застосувати декілька щонайменше дві методики оціночні одночасно.

The market of agricultural land is an important part of the national resource market. The national economic safety and efficiency of financial and economic activity of agricultural businesses depend on the development level of the land ownership relations, which is ultimately reflected in the macroeconomic ratios. In order to provide the realization of interests of all market participants, value of land resources should be adequately assessed. The aim of this paper is to examine national practices of land evaluation in order to improve them. Land valuation and market price formation are based on the agricultural land assessment, which is traditionally held in two directions: 1) assessment of the parameters that characterize natural qualities and properties of the estimated resource (the so-called quality of soil); 2) valuation of the parameters revealing the social and economic land value (the actual economic assessment). The countries where land resources are involved in market turnover have their individual valuation approaches, but all over the world the productivity of crops and their cultivation costs (which are the basis for calculating the monetary value of land, land tax, rent etc.) form the original data of the assessment process. In the study of national experience of monetary evaluation of land (using different methods) the authors identify some specific issues complicating the

assessment process. To improve the evaluation practices of land resources in Ukraine it is offered to take advantages of the international evaluation experience, using at least two evaluation methods.

**Keywords:** market of agricultural land, infrastructure of the land market, agricultural land valuation, methods of land valuation, financial and economic efficiency.

Земельний ринок є важливою складовою національного ресурсного ринку. Залучення земель до вільного та ефективного ринкового обігу є об'єктивною вимогою сьогодення. Функціонування агропідприємств прямо залежить від обсягу та структури належних їм земельних ресурсів, а також свободи як власне щодо купівлі-продажу земель, так і щодо специфічних прав стосовно здійснення аграрного виробництва. Питання формування земельного ринку тісно пов'язане з питаннями забезпечення національної економічної (в т. ч. продовольчої) безпеки, тому потребує особливих уваги та регулювання з боку держави.

Штучне вилучення земельних ресурсів агропризначення з ринкового обігу знижує загальну ефективність національного виробництва. З одного боку, незадоволеними залишаються інтереси аграріїв, що мають реальні наміри щодо здійснення виробничої діяльності, проте позбавлені можливості придбання необхідних земельних ресурсів; з іншого – порушуються права та інтереси власників земель, які не мають змоги та інтенцій займатися аграрним виробництвом, але позбавлені права продавати не використовувані ділянки. Зрештою, руйнується виробничий потенціал країни, недоотримується врожай, викривлюється структура та кон'юнктура національного ринку аграрної продукції, погіршуються результативні показники фінансово-господарської діяльності українських агропідприємств, що в свою чергу скорочує податкові надходження до бюджетів різних рівнів та негативно впливає на соціально-економічну динаміку. Виправлення ситуації можливе лише за умови ефективного залучення земель сільськогосподарського призначення до ринкового обігу, а це відбудеться лише в тому разі, якщо земля (як виробничий ресурс та специфічний товар) буде адекватно оцінена. Тому вдосконалення методології вартісної оцінки землі є перспективним та важливим напрямком дослідження.

Наукові уявлення про земельні ресурси та їхню роль в аграрному виробництві сформовані класиками політекономії

У. Петті, Ф. Кене, А. Смітом, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сеєм, Дж. С. Міллем, К. Марксом та іншими. Земельні відносини цікавили практично всіх значимих економістів XIX-XX століть, тому оригінальні судження щодо земельних ресурсів та їх ринку у своїх працях відобразили теоретики минулого: Л. Вальрас, К. Віксель, Дж. М. Кейнс, Дж. Б. Кларк, Ф. Ліст, А. Маршалл, К. Менгер, Л. Мізес, Ф. Найт, В. Ойкен, В. Парето, А. Пігу, В. Репке, Дж. Робінсон, Ф. фон Хайек, Е. Чемберлін, Й. Шумпетер та інші. Оскільки дослідження вказаних науковців стосувалися господарських систем, де інститут приватної власності на засоби виробництва, в т. ч. й на землю, розвивався еволюційним шляхом, їх науковий доробок потребує адаптації до сучасних українських господарських реалій, тому що для нашої держави характерним було тривале вилучення земель з ринкового обігу та руйнування традиції приватного землеволодіння. Питання побудови національної концепції раціонального землекористування за умов ринку набуло актуальності зі здобуттям нашою державою незалежності. Оцінці й використанню земельних ресурсів та формуванню ринку землі в Україні присвячені праці В. Амбросова, Г. Башнянина, Ю. Білика, П. Веденічева, П. Гайдуцького, А. Даниленка, М. Калінчика, О. Кашенка, О. Крисального, М. Лавейкіна, М. Лендела, І. Лукінова, В. Месель-Веселяка, І. Михасюка, Б. Пасхавера, С. Плетенецької, І. Розумного, П. Саблука, М. Ступеня, А. Третяка, М. Федорова, О. Царенка, О. Шпичака, А. Юрченка, В. Ярмоленка та інших. Питання оцінки земельних ресурсів в контексті ринкових перетворень в Україні та розробки методології формування адекватної ціни на землю (в т. ч. із застосуванням зарубіжного досвіду) є актуальними та потребують додаткового вивчення. Суттєвого вдосконалення вимагає комплекс оціночних заходів, що має ґрунтуватися на поєднанні кількох традиційних методів земельної оцінки, прийнятих у світовій практиці.

Метою даної статті є вивчення вітчизняної практики оцінки земель агропризначення та пошук шляхів її вдосконалення на основі узагальнення та імплементації іноземного досвіду.

Земля в агровиробництві виступає однією із найважливіших продуктивних сил, будучи одночасно знаряддям та предметом праці. Як і будь-який інший засіб виробництва, вона повинна мати відповідну вартість, а отже, і ціну. Визначення реальної вартості

землі як ресурсу є одним із центральних питань на етапі становлення ринку сільськогосподарських земель, оскільки від цього залежить соціально-економічна ефективність функціонування зазначеного ринку. Встановлення адекватної сучасним умовам вартості землі має суттєве значення для оптимізації оподаткування та приватизації земельних ділянок, укладання майнових угод стосовно купівлі-продажу та прав оренди на вторинному ринку, розробки та реалізації інвестиційних проектів, отримання кредитів під заставу земельних ділянок тощо.

Аналізуючи розподіл земель в нашій державі (табл. 1), можна зазначити, що площа аграрних угідь на кінець 2017 року становила 42 726,4 тис. га (з них 32 541,3 тис. га – рілля), тобто 70,8 % загальної площі України [1].

В структурі ж власності переважали землі громадян (15 706,4 тис. га) та землі недержавних аграрних підприємств (19 809,9 тис. га), які разом склали 83,1 % земельних угідь.

Враховуючи той факт, що згідно даних Державної служби статистики України на 1 листопада 2017 року 42 052 вітчизняні підприємства використовували в своїй діяльності сільськогосподарські угіддя загальною площею 19 922,7 тис. га, слід зазначити, що вони значно різнилися за обсягом використовуваних земель.

Таблиця 1

Загальна земельна площа та розподіл сільськогосподарських угідь за землевласниками та землекористувачами у 2017 році (складено авторами за матеріалами [2])

(на кінець року; тис. га)

	Загальна земельна площа	Усі сільськогосподарські угіддя	з них		
			рілля	сіножаті	пасовища
Усього земель	60 354,9	42 726,4	32 541,3	2 406,4	5 434,1
Землі агропідприємств і громадян	37 747,6	36 453,3	31 131,9	1 570,6	2 830,2
Землі користувачів інших категорій	22 607,3	6 273,1	1 409,4	835,8	2 603,9

Злагожене функціонування аграрного сектору економіки можливе лише в тому разі, якщо основний виробничий ресурс агропідприємств – земля – буде адекватно оцінений.

Визначення вартості землі та формування ринкової ціни на неї базується на оцінці земель агровиробничого призначення. Така

оцінка здебільшого проводиться за двома напрямками:

1) за якісними параметрами, що характеризують природні властивості ресурсу (так зване бонітуванням ґрунтів);

2) за параметрами, які розкривають суспільно-економічну цінність земель агропризначення (у чому полягає власне економічна оцінка).

Економічна оцінка землі як природного ресурсу і засобу виробництва в народному господарстві здійснюється за показниками, що характеризують продуктивність земель, ефективність їх використання та доходність з одиниці площі. На відміну від оцінки властивостей землі як природного тіла, вона відбиває суспільно-економічну значимість даного виробничого ресурсу. Задачею та метою економічної оцінки землі є вивчення цінності її властивостей як засобу виробництва, зокрема, родючості ґрунтів.

Відповідно до законодавства, економічна оцінка земель різного цільового призначення проводиться для порівняльного аналізу ефективності їх використання. Згодом дані економічної оцінки служать першоосновою для грошової оцінки земельних ділянок різного цільового призначення. У процесі економічної оцінки визначають економічний ефект від використання неоднакових за якістю земель із врахуванням різного рівня продуктивності праці, застосовуваної для їх обробки.

Залежно від цілей і завдань економічну оцінку земель поділяють на загальну і часткову. Визначення об'єктивних параметрів родючості та показників, які характеризують ефективність використання землі при досягнутому рівні інтенсивності землеробства та панівному техніко-технологічному укладі передбачається загальною оцінкою. Часткова ж оцінка вимагає визначення рівня ефективності вирощування конкретних аграрних культур на ґрунтах різних типів.

Проведення земельної оцінки в Україні регламентоване положеннями Земельного кодексу України від 25 жовтня 2001 року (зі змінами та доповненнями). Стаття 201 зазначеного Кодексу визначає наявність нормативної та експертної грошової оцінки земельних ділянок (залежно від призначення та порядку проведення) і сферу їх застосування в економічному обігу земель. Також у цій статті вказується, що грошова оцінка землі проводиться на рентній основі, тобто залежно від прибутковості



певної земельної ділянки [3].

Раніше в Україні при здійсненні цивільно-правових угод щодо землі для визначення розміру земельного податку та в багатьох інших випадках використовували дані грошової оцінки земель, в основу якої закладався рентний дохід, який створювався при виробництві зернових культур і визначався за даними економічної оцінки, проведеної ще в 1988 році. За умов інфляції рентний дохід обчислювався в натуральних одиницях (центнерах зерна) і при визначенні грошової оцінки переводився у вартісний вираз за поточними реалізаційними цінами. Здійснення нормативної грошової оцінки земель агропризначення регламентувалося Методикою грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів, затвердженою Постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 1995 року № 213 та відповідним Порядком грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів, затвердженим Наказом від 27 листопада 1995 року № 76/230/325/150. Вказані Методика та Порядок використовувалися при здійсненні нормативної грошової оцінки земель з метою регулювання цивільно-правових відносин, визначенні ставок земельного податку, ціноутворенні на земельні ділянки, обліку сукупної вартості основних виробничих засобів, визначенні розміру внеску до статутних фондів акціонерних товариств, кооперативів, об'єднань тощо.

Застосування економічної оцінки земель (використовуваних для виробництва зернових культур) для здійснення грошової оцінки зазначених ресурсів мало раціональне обґрунтування, адже зернові вирощуються майже на всіх типах ґрунтів. Використання ж показників економічної оцінки земель за 1988 рік традиційно пояснювалося тими обставинами, що саме в 1986–1988 роках сільське господарство України (на той момент – агропромисловий комплекс УРСР) характеризувалося найоптимальнішими умовами функціонування. Але слід особливо відмітити, що після 1988 року економічна оцінка земель не проводилася. Адекватність здійснюваної за названою методикою оцінки земель викликала сумніви як у теоретиків, так і у господарників-практиків.

Постановою Кабінету Міністрів України від 16 листопада 2016 р. № 831 було затверджено нову Методику нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення [4],

що стало важливим кроком на шляху становлення національного аграрного ринку. Слід особливо відмітити, що ця Методика не передбачає застосування коефіцієнтів функціонального призначення (така практика існувала раніше). Замість цього нормативна грошова оцінка визначається на базі нормативів капіталізованого рентного доходу на землях аграрного призначення. Сітка нових нормативів диференційована залежно від виду агроугідь та природно-сільськогосподарського району в межах області.

Отже, відповідно до нинішньої практики інформаційною базою для нормативної грошової оцінки земель агропризначення, у т. ч. земель під господарськими будівлями і дворами, є відомості Державного земельного кадастру (кількісна і якісна характеристика земель, бонітування ґрунтів, економічна оцінка земель), документація із землеустрою. Нормативна грошова оцінка земель аграрного призначення визначається відповідно до нормативу капіталізованого рентного доходу на землях сільськогосподарського призначення природно-сільськогосподарських районів Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя згідно з додатком до згаданої Постанови та показників бонітування ґрунтів шляхом складання шкал нормативної грошової оцінки агровиробничих груп ґрунтів природно-сільськогосподарських районів.

Складення шкал нормативної грошової оцінки агровиробничих груп ґрунтів агроугідь природно-сільськогосподарського району (ріллі, багаторічних насаджень, сіножатей, пасовищ, перелогів) здійснюється за формулою (1):

$$G_{agr} = G_y * B_{agr} : B, \quad (1)$$

де  $G_{agr}$  – нормативна грошова оцінка агровиробничої групи ґрунтів відповідного аграрного угіддя природно-сільськогосподарського району, грн. за га;

$G_y$  – норматив капіталізованого рентного доходу відповідного сільгоспугіддя природно-сільськогосподарського району Автономної Республіки Крим, області, міст Києва та Севастополя, грн. за га;

$B_{agr}$  – бал бонітету агровиробничої групи ґрунтів відповідного агроугіддя природно-сільськогосподарського району;

$B$  – середній бал бонітету ґрунтів відповідного аграрного угіддя природно-сільськогосподарського району Автономної

Республіки Крим, області, міст Києва та Севастополя.

Нормативна грошова оцінка окремої земельної ділянки сільськогосподарського призначення здійснюється за формулою (2):

$$Г_{зд} = \sum (П_{agr} * Г_{agr}) + П_{нsg} * Г_{нsg}, \quad (2)$$

де  $Г_{зд}$  – нормативна грошова оцінка земельної ділянки сільськогосподарського призначення, грн.;

$П_{agr}$  – площа агровиробничої групи ґрунтів сільськогосподарського угіддя, га;

$П_{нsg}$  – площа неаграрних угідь (земель під господарськими шляхами і прогонами, полезахисними лісовими смугами та іншими захисними насадженнями, крім тих, що віднесені до земель лісогосподарського призначення, земель під господарськими будівлями і дворами, земель під інфраструктурою оптових ринків сільськогосподарської продукції, земель тимчасової консервації тощо), га;

$Г_{нsg}$  – норматив капіталізованого рентного доходу неаграрних угідь на землях сільськогосподарського призначення, грн. за га.

Якщо виробничі групи ґрунтів угідь на земельній ділянці аграрного призначення не визначено, застосовується норматив капіталізованого рентного доходу відповідного угіддя природно-сільськогосподарського району Автономної Республіки Крим, області, міст Києва та Севастополя згідно з додатком до Постанови.

Особливо слід відзначити, що нормативна грошова оцінка земель сільгосппризначення наразі регулюється виключно на рівні Методики, затвердженої Кабінетом Міністрів України. Такий крок повинен зробити оцінку зрозумілою та прозорою, що має позитивно позначитися на учасниках агроринку, який перебуває на стадії формування.

Загалом, український підхід до оцінки земель слід коригувати з урахуванням позитивного іноземного досвіду. Прикладом для наслідування можуть стати національні системи оцінювання земельних ресурсів, застосовувані в раїнах зі сталою ринковою економікою, де інститут грошової оцінки земель існує давно, а його виникнення тісно пов'язане із загальними процесами еволюції ринкових відносин, виникненням та утвердженням приватної власності на землю й майно, формуванням правових засад існування ринку нерухомості тощо [5].

У країнах з ринковою економікою застосовуються

загальновизнані підходи до оцінки землі сільськогосподарського призначення. Всі вони базуються на принципах аналізу кон'юнктури ринку, обрання найкращого і найефективнішого варіанту використання земель, передбачення очікуваних змін та додаткової продуктивності землі.

В більшості країн розрізняють нормативну оцінку, що виконує виключно фіскальні функції і спрямована на визначення розмірів земельного податку, та ринкову (експертну), що застосовується при здійсненні трансакцій (купівля-продаж, застава, успадкування тощо).

За кордоном земельна ділянка, як правило, розглядається невід'ємною складовою частиною цілісного майнового комплексу агропідприємства і оцінюється разом із будівлями і спорудами, які безпосередньо розташовані на ній.

Традиційно до нормативної оцінки забудованих земель, земель сільськогосподарського використання та земель лісового фонду застосовується диференційований підхід.

Національна специфіка оціночної діяльності заслуговує ретельного вивчення. Наприклад, нерухоме майно в США в усіх штатах оцінюється за дійсною ринковою ціною та за однаковим зразком з порівнюваним майном. Дійсна ринкова ціна – це ціна продажу майна за умови бажання покупця і продавця, якщо між ними немає особливих відносин. Однаковий зразок означає, що майно, яке порівнюється в дійсній ринковій ціні, необхідно порівняти в його оціненій вартості. Таким чином, дійсна ринкова ціна є базою як для оцінки нерухомості з метою її продажу, застави, оренди та інших трансакцій, так і для визначення нормативної бази оцінки з метою оподаткування майна [6].

Широко застосовуваним методом економічної оцінки земель в США є метод оцінки земель за величиною чистого доходу від реалізації агропродукції. Визначення чистого доходу в такому разі ґрунтується на розрахунку вартості валової продукції, обліку затрат на насіння, обробіток, удобрення ґрунтів і транспортування продукції до ринків збуту тощо. При визначенні безпосередньої величини грошової оцінки землі в США практикується поєднання трьох підходів – за даними земельного ринку (ринковий аналоговий підхід), за доходністю земель (доходний підхід), а також за затратами (затратний підхід).

За умов оцінки землі з позицій ринкового аналогового підходу

виконують аналіз цін, які історично склалися при купівлі-продажу земель з певними характеристиками. В такому випадку методика заснована на екстраполяції (із відповідними коригуваннями відомих цін одних земельних ділянок по відношенню до інших), що дозволяє виявити найсприятливішу ціну об'єкта оцінки.

Оцінка земель за доходністю ґрунтується на аналізі очікуваного доходу від ділянки. Величина грошової оцінки визначається капіталізацією очікуваного щорічного чистого доходу від земельного виробничого ресурсу. Практичне ж ускладнення в даному випадку полягає у визначенні достовірних вихідних даних, особливо, обсягу затрат та чистого доходу.

Затратний підхід потребує даних щодо можливої величини витрат на освоєння земель, придатних повністю замінити оцінювальну ділянку. Найчастіше застосовується для оцінки будинків і споруд, а стосовно агроугідь є різновидом ринкового підходу [7].

В оціночній практиці США переважно використовують два або три методи комплексно. Вважається, що цим досягається максимальна об'єктивність оцінки. Така оцінка проводиться один раз в п'ять років. На думку американських авторів, застосування бонітування ґрунтів при оцінці земель для оподаткування дозволяє справедливо визначати податкові ставки. Крім того, зазначений метод оподаткування, згідно спеціальних опитувань, є найприйнятнішим та бажаним для фермерів.

Матеріали оцінки земель в США застосовуються для розробки рекомендацій агровиробникам з обґрунтування раціональних сівозмін, фермерських планів, заходів з підвищення продуктивності земель тощо.

Методика оцінки земель Канади практично тотожна методиці, застосовуваній в США. Оцінка проводиться за урожайністю агрокультур. Критерієм виступає врожайність пшениці з одиниці земельної площі при загальнозастосовуваній агротехніці. Для оцінки земель за урожайністю інших культур їх врожай за відповідними коефіцієнтами переводять в урожай пшениці.

Подібні методологічні принципи закладені в основу оцінки земель Англії, Франції, Індії, Нової Зеландії та низки інших країн з давньою традицією ринкового обігу земельних ресурсів.

Суттєві новації мали місце на постсоціалістичному просторі. Зокрема, у Польщі державний сектор сільського господарства був

досить потужним і приносив значні прибутки навіть за умов планової командно-адміністративної економіки. Руйнування Ради економічної взаємодії в червні 1991 року і провадження «шокової терапії» призвели численні польські господарства до банкрутства протягом одного аграрного року. Зростання кредитної ставки до 80 % річних збільшило собівартість створеної аграрної продукції майже вдвічі за один виробничий цикл. Продукція втратила конкурентоспроможність як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку. За таких умов було сформовано агентство сільськогосподарської власності державної казни. Разом із землею до нього перейшло рухоме і нерухоме майно агропідприємств. Агентство взяло на себе всі їхні борги загальною сумою понад 20 млрд. злотих.

Від великих господарств було відчужено частину землі для продажу фермерам. Протягом п'яти років 90 % землі, прийнятої агентством в управління, було залучено до аграрного виробництва. З цього обсягу 80 % земельних ресурсів орендувалося у агентства. Орендарями стали переважно фізичні особи. Кошти, що були одержані від оренди, використовувалися агентством відповідно до статуту його діяльності. Принаймні 70 % їх йшло на погашення боргів агропідприємств.

До 10 % земель аграрного призначення в Польщі перебували під безпосереднім управлінням агентства через адміністраторів, найманих за контрактом, що вважалося перехідним заходом. Було встановлено порядок, за яким менеджер протягом одного року мав відновити аграрне виробництво. Якщо у наступному році підприємство не одержувало прибутків, агентство розривало контракт з таким адміністратором, а підприємство переводилося у режим приватизації чи оренди.

12 % земель, переданих агентству, було продано. Купували як невеликі ділянки площею 0,5 га, так і крупні масиви близько 5000 га. Переважне право купівлі надавалося орендарям. Основним стратегічним напрямком орендарів визнавалася подальша купівля, а агентства – продаж землі [9, с. 67–68]. На підставі вартості нерухомих об'єктів, встановленої після оцінювання, ціна нерухомоті, що визначив експерт, виступала базою для:

- стартової ціни торгів (на перших торгах допускалася ціна не нижче за вартість нерухомоті, на других – не нижче за 50 % її вартості);
- ціни нерухомоті без торгів (не могла бути нижчою за її

вартість, яка встановлена експертом); • визначення розміру податкових платежів; • здійснення інших ринкових трансакцій [8].

Замовлення на купівлю землі збиралися і оброблялися заздалегідь, після чого комісія оголошувала торги у певній локації і спрямовувала туди представників агентства. До операції залучалися банки і нотаріальна служба [9, с. 67-68].

У Латвії існує два види грошової оцінки земельних ділянок: кадастрова (нормативна) та експертна (ринкова). Це характерно й для інших країн Балтії. Кадастрова оцінка використовується виключно з метою оподаткування, а експертна – для забезпечення функціонування земельного ринку.

Кадастрову оцінку здійснюють регіональні управління Державної земельної служби Латвії; експертну – сертифіковані експерти, які працюють у фірмах, що мають угоду з Державною земельною службою. Кадастрова вартість об'єктів нерухомості у Латвії визначається фахівцями Державної земельної служби у порядку, передбаченому Кабінетом Міністрів на основі цін на нерухомість в період, що передує року оцінки (за середньою ринковою вартістю для певного цільового використання нерухомого майна на конкретній території). Принаймні один раз на п'ять років виконується масова переоцінка нерухомості. Кадастрова оцінка проводиться диференційовано для забудованих земель, агроугідь та лісів. Експертна оцінка нерухомості здійснюється за методичними підходами, що майже аналогічні до запроваджених у сучасній українській практиці оцінки земель.

Кожна країна має свої методологічні підходи до проведення земельної оцінки, проте повсюдно вихідними даними для економічної оцінки є урожайність культур та затрати, пов'язані з їх вирощуванням. Проведення грошової оцінки землі, визначення ставки земельного податку, величини орендної плати та інші важливі оціночні операції здійснюються, ґрунтуючись на зазначених вхідних даних [10].

На нашу думку, формування національного ринку земельних ресурсів агровиробничого призначення повинне відбуватися з утвердженням прогресивних оціночних практик та з обов'язковим використанням різноманітного оціночного інструментарію. На сьогодні досвід ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення в Україні відсутній, тому поки що унеможлиблюється і застосування аналогового підходу до оцінки вартості земельних

ресурсів. Проте, в разі зняття мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення наголошуємо на необхідності створення централізованого інформаційного масиву, що містив би вичерпні відомості про всі ринкові операції з землею, в першу чергу купівлю-продаж (привласнення-відчуження) та оренду, зокрема, довгострокову.

Вважаємо за доцільне впровадити в Україні практику періодичної переоцінки земельних ресурсів. Особливо гострим є питання вивчення змін продуктивних властивостей земельних ресурсів, що змінили й власника. Оскільки деструктивний вплив господарчих практик нового власника, що може проявитися в падінні врожайності, а згодом – відбитися на національно-економічній (в т.ч. – продовольчій) безпеці, є ймовірним, наголошуємо на необхідності розбудови державою специфічного середовища агроринку, зокрема: створення наглядових інституцій покликаних захищати інтереси всіх учасників цього ринку.

Адекватна сучасним вимогам оцінка землі – необхідна умова ефективного функціонування інституту земельної власності. Цей інститут є основою власницького інституту національної економіки. Інститут власності, що детермінує відносини між суб'єктами в суспільстві, є одним із найважливіших об'єктів державної регуляторної політики [11]. Незаперечним є факт, що розвиток всіх галузей АПК України прямо залежить від впорядкування власницького інституту на землю, і саме завдяки цілеспрямованій державній політиці у цій сфері можна буде утвердити певні позитивні тенденції, що притаманні аграрному ринку, з одночасним усуненням об'єктивно присутніх диспропорцій, характерних його структурі [12].

Отже, земля як найважливіший ресурс аграрного виробництва потребує належної економічної оцінки. Вітчизняна оціночна практика зазнала суттєвих змін. В 2016 році було запропоновано нову Методику нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення, яку почали застосовувати з березня 2017 року. Хоча цю методику не можна вважати досконалою, вона позитивно відрізняється від старої, що спиралася на дані економічної оцінки земель 1988 року. Вважаємо за необхідне узагальнити та впроваджувати елементи зарубіжного досвіду оцінки земельних ресурсів, зокрема досвід накопичений в країнах з ринковою економікою, де земля традиційно включена до



господарського обігу, та в постсоціалістичних країнах Східної Європи та Балтії, що швидко пройшли основні ринкові перетворення. Наголошуємо, що об'єктивно необхідно створити базу даних щодо ринкових операцій із землею сільськогосподарського призначення, яка містила б вичерпну інформацію про продані-придбані земельні ділянки, їх ринкову ціну, якість та родючість ґрунтів, місце розташування тощо. З метою унеможливлення фактів купівлі-продажу ділянок за неринковими цінами така інформація має бути публічною та доступною не лише оціночним компаніям, а й усім громадянам, що прагнуть придбати або продати належну їм земельну ділянку.

У більшості країн світу землі сільськогосподарського призначення знаходяться у приватній власності, але під законодавчим наглядом за їх використанням з боку державних інституцій. Оцінка земель посідає особливе значення у системі державних регуляторів ресурсного ринку. Насамперед, вона необхідна для розрахунку податку з нерухомості та плати за землю. Практично у всіх розвинутих країнах діють системи оцінки землі, які мають за основу її ринкову вартість, орендну плату, капіталізацію прибутків та державний контроль за результатами оцінки. У більшості країн оцінка землі здійснюється тільки державними оцінниками або ж приватними експертами під державним наглядом. Найточніший результат оцінки вартості землі може бути отриманий на основі поєднання ринкового аналогового, витратного та доходного підходів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інфографіка: Зміни в структурі земельного фонду України за 2017 рік) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://land.gov.ua/infografika-zminy-v-strukturi-zemelnoho-fondu-ukrainy-za-2017-rik/>.

2. Сільське, лісове та рибне господарство : Сільське господарство України 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2016/zb/09/zb\\_agriculture\\_2017pdf.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/zb/09/zb_agriculture_2017pdf.zip).

3. Земельний кодекс України від 25.10.2001 № 2768-III (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2768-14/page?text=201>.

4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Методики нормативної грошової оцінки земель

сілськогосподарського призначення» від 16 листопада 2016 р. № 831 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/831-2016-п>.

5. Зінчук Т. Аграрна політика країн ЦСЄ у контексті інтеграції до ЄС: реалії та перспективи для України / Т. Зінчук // Економіка України. – 2006. – № 34. – С. 74 – 88.

6. Федоров М. М. Земельна реформа і розвиток ринку земельних відносин / М. М. Федоров // Економіка АПК. – 2011. – № 7. – С. 55 – 60.

7. Рибалко С. В. Купівля-продаж землі як фактор розвитку аграрного виробництва / С. В. Рибалко, Н. С. Танклевська // Економіка АПК. – 2009. – № 12. – С. 34 – 36.

8. Непиталюк А. В. Теоретичні засади формування і перспективи ринку землі в Україні / А. В. Непиталюк // Глобалізаційні виклики розвитку національних економік – К.: КНТЕУ, 2016. – С. 380 – 390.

9. Парфенова Л. О финансовом обеспечении аграрной программы Польши / Л. Парфенова // Финансы. – 1997. – № 12. – С. 65-68.

10. Саблук П. Т. Розвиток земельних відносин в Україні / П. Т. Саблук. – К.: ННЦ ІАЕ, 2006. – 396 с.

11. Wackowski K. The Paradigm of the State Regulatory Policy / K. Wackowski, N. Gavkalova // Економіка розвитку. – 2016. – № 2. – С. 40-44.

12. Vasylieva N. Economic and mathematical evaluation of Ukrainian agrarian market by branches / N. Vasylieva, I. Vinichenko, L. Katan // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 9 – 10. – С. 41 – 44.

**УДК 536.14**

**Петренко Микола Ілліч, д.е.н.,  
професор, завідувач кафедри фінансів,  
обліку та аналізу  
Якимчук Костянтин Дмитрович, д.е.н.,  
професор  
Вінницький кооперативний інститут**

**МЕТОДИ ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ  
НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРКООПСІЛКИ**

Розглядаються шляхи удосконалення системи управління діяльністю підприємств та організацій споживчої кооперації на базі використання метода бюджетування

The article addresses ways of improving the management of consumer cooperatives, based on Budgeting.

**Ключові слова:** Кількісний аналіз, якісний аналіз, метод бюджетування, програми розвитку, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, бізнес-процес, бізнес-проект, економічна стратегія, фінансовий план, стратегічний аналіз, фінансова діагностика.

**Keywords:** quantitative analysis, qualitative analysis, method of budgeting, program development, external environment, internal environment, business process business draft, economic strategy, financial plan, strategic analysis, financial diagnosis.

Питання бюджетування досліджували автори: Бланк І. А., Затковський І. В., Кузьмін О. С., Мельник О. Г., Савчук В. П., Щиборщ К. В., Кондратьєв В. В., та ін., але ці дослідження мають теоретичний характер. Приклади і проблеми висвітлені недостатньо.

**Постановка проблеми.** В умовах ринкової економіки, експансії великого капіталу на внутрішньому ринку України система споживчої кооперації у конкурентній боротьбі повинна широко використовувати досягнення техніки та науки, нові методи управління всіма процесами характерними для системи. Одним з засобів досягнення цієї мети є метод бюджетування.

**Мета.** Досліджується методика використання системи бюджетування для удосконалення управління підприємствами споживчої кооперації України в ринкових умовах.

**Результати дослідження.** Аналіз організаційної структури споживчої кооперації, умов функціонування та розвитку показав, що система управління потребує суттєвого удосконалення. На наш погляд, це можна досягти шляхом використання методу бюджетування, який дозволяє чітко ув'язати всі економічно – організаційні сторони діяльності системи, дасть можливість в подальшому повністю комп'ютеризувати ці процеси, значно знизивши витрати на управління.

Розглянемо недоліки традиційної системи планування, яка до теперішнього часу застосовується на більшості підприємств, у тому числі і підприємствах та організаціях Укркоопспілки [5, 6]:

- традиційна система планування – процес вкрай трудомісткий, економічні підрозділи продовжують готувати значну кількість документів, при цьому більшість з них не придатна для фінансового аналізу. Крім того, процес планування займає велику кількість часу, що робить його малопродатним для прийняття оперативних управлінських рішень;

- планові дані (показники) значною мірою відрізняються від фактичних, головною причиною такого стану, на наш погляд, є те, що процес планування традиційно починається від досягнутого без врахування стратегічного плану;

- калькуляція собівартості на виробничих підприємствах та громадському харчуванні обраховується на одиницю випуску продукції (послуг), а не одиницю проданої продукції, відсутній поділ витрат на змінні та постійні; при плануванні та аналізі не використовується поняття маржинального прибутку; не аналізується беззбитковість продажів;

- при плануванні не оцінюється ефект операційного важеля, коефіцієнту вкладу на покриття, що не дає змогу визначити запас фінансової міцності підприємства;

- економічне планування традиційно не доводиться до планування фінансового і тому не дає можливості визначити потребу у фінансуванні діяльності підприємства;

- при існуючій системі планування неможливо достовірно проводити сценарний аналіз і аналіз фінансової стійкості підприємства щодо змінених умов діяльності.

Постає питання, чому необхідно запровадити інші системи та механізми планування на підприємствах споживчої кооперації?

По-перше, планувати необхідно для того, щоб розуміти, де, коли, як і навіщо підприємство збирається виробляти і продавати продукцію чи надавати (послуги). По-друге, планувати необхідно для того, щоб підрахувати, які ресурси знадобляться для досягнення поставлених цілей.

По-третє, планувати необхідно для того, щоб досягнути ефективного використання залучених ресурсів, тобто вирішити завдання максимізації показника рентабельності чистих активів підприємства.

В більшості країн світу дуже ефективно для цієї мети використовують бюджетування, складовою частиною якої є формування основного бюджету.

Основний бюджет – це фінансове, кількісно визначене вираження маркетингових і виробничих планів, необхідних підприємству для досягнення визначених цілей. За оцінкою спеціалістів, через те, що підприємства не формують річних бюджетів, вони втрачають за рік до 20% своїх доходів [5, 7].

Метод бюджетування дає можливість оптимізувати розробку наступних основополагаючих документів:

1. Прогнозу звіту прибутків та збитків.
2. Прогнозу звіту про рух грошових коштів.
3. Прогнозу балансового звіту.

Оптимальний шлях впровадження метода бюджетування це компонування процесів у вигляді блоків, які можна використовувати в практичній діяльності, а саме:

- розробка економічної стратегії підприємства;
- розробка операційних бюджетів, як складових основного бюджету;
- розробка та формування загального фінансового бюджету;
- формування основних бізнес-процесів, як складових системи;
- процеси прийняття управлінських рішень на основі бюджетування.

На наш погляд, необхідно і послідовного проводити групування і обробку інформації при впровадженні метода бюджетування в споживчій кооперації по слідкуючим блокам [7, 8]:

Блок 1 розробка економічної стратегії підприємства (див. рис. 1).

Розробки стратегії підприємства, на наш погляд, повинні складатися з наступних етапів:

1. Аналізу діючого стану підприємства, виходячи з постулату підприємство «як воно є» – продукти, функції, діюча система менеджменту, обсягів  $x$  ресурсів (людських, грошових, матеріальних).

2. Зовнішнє середовище «як воно є» – політика, економічна стратегія, технологія, соціальна сфера.

3. Кількісного і якісного аналізу пріоритетів економічного розвитку і об'єктів які підлягають реформуванню.

4. Маркетингових досліджень.

5. Продуктової, функціональної, економічної стратегії підприємства в менеджменті, а також дослідження ресурсної стратегії.

6. Програма розвитку яка повинна включати:

- типові економічні стратегії;
- програму розвитку, яка повинна дати відповідь на те, підприємство «як треба» та зовнішнє середовище «як потрібне» [3, 6].

Взаємозв'язок економічної стратегії підприємства і бізнес-плану в сучасних умовах наведено на рис. 2, 3 яка повинна, на нашу думку, включати наступні складові:

- бізнес-план підприємства;
- аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища;
- чітке формування бізнес-ідеї;
- систему функціонування логістики;
- управлінську та виробничі структури;
- канали забезпечення необхідними трудовими, матеріальними і фінансовими ресурсами;
- стратегічні складові стану економіки і фінансів суб'єкту господарювання;
- стратегічну діагностику та стратегічний аналіз;
- матеріали SWOT – аналізу, які використовуються для прийняття стратегічних рішень у бізнесі та у процесі бюджетування [7].

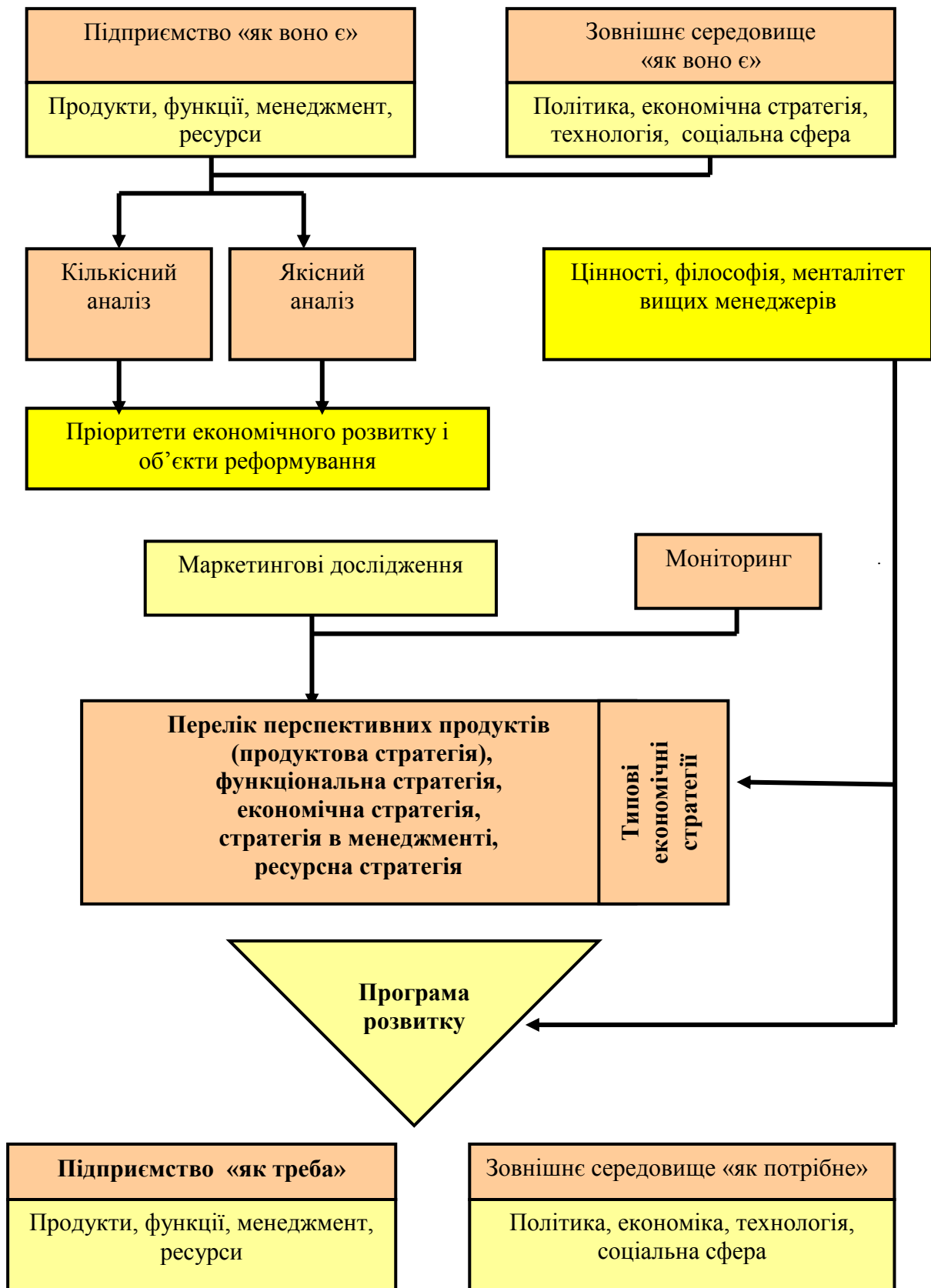


Рис. 1 Основні етапи розробки економічної стратегії підприємства (стратегічне планування)

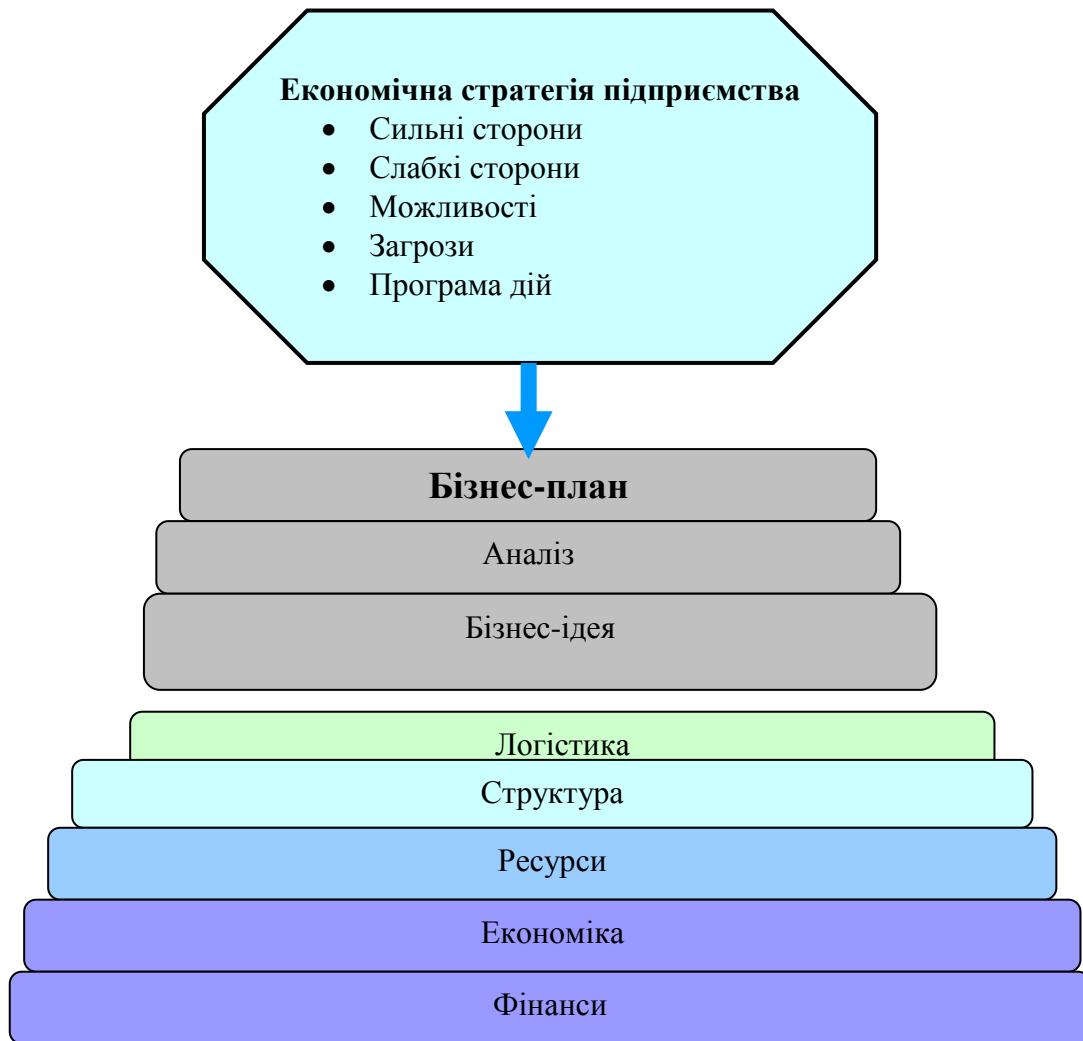


Рис. 2. Взаємозв'язок економічної стратегії підприємства і бізнес-плану в системі бюджетування.

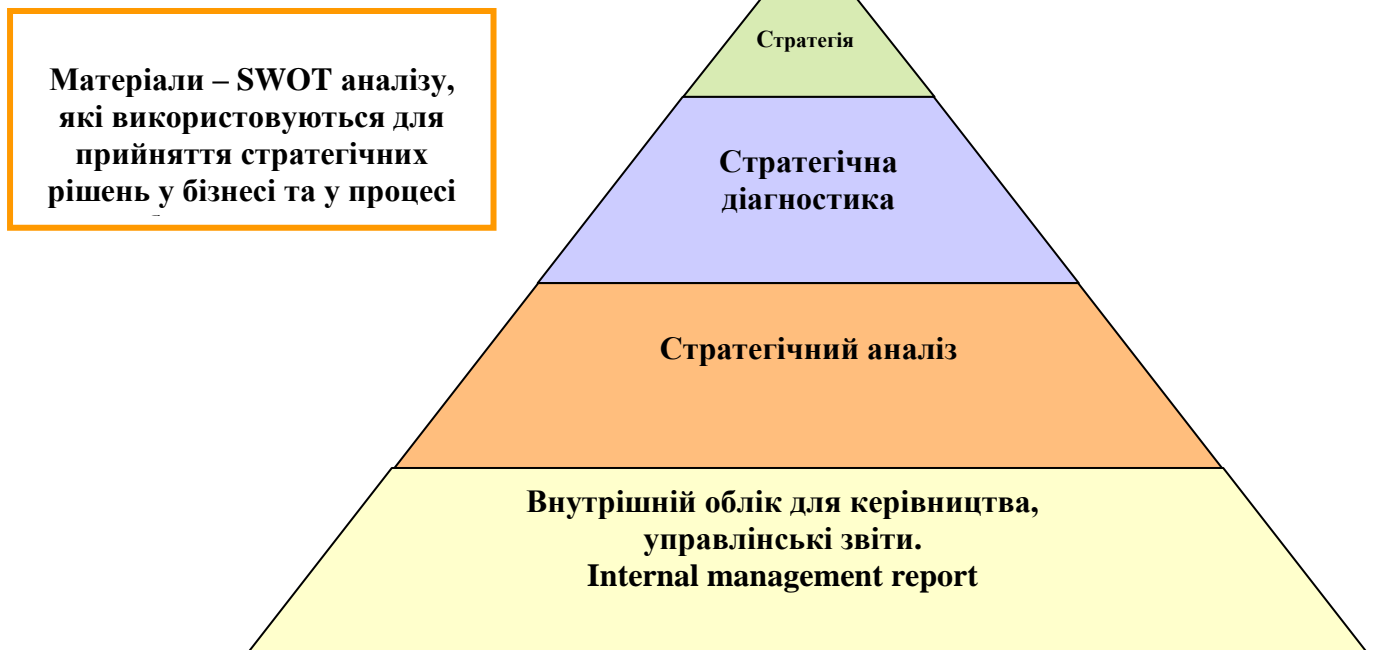


Рис. 3. Стратегічна діагностика як складова стратегічного аналізу.



Стратегічні діагностики як базис стратегії аналізу підприємства використовуються для прийняття стратегічних рішень у бізнесі.

Структура та складові фінансових діагностик та SWOT – аналізу як системи інтегрального аналізу, змістом якого є дослідження характеру сильних і слабких сторін підприємства в контексті окремих внутрішніх факторів, а також позитивного або негативного впливу окремих зовнішніх факторів, які можуть створити кризові явища на підприємстві наступні:

Стратегічна фінансова діагностика підприємства складається з наступних складових:

- ситуаційний економічний і фінансовий аналіз;
- SWOT – аналіз;
- SNW – аналіз;
- управлінський аналіз;
- операційний аналіз;
- аналіз бізнес-процесів підприємства;
- фінансовий аналіз;
- інвестиційний аналіз;
- аналіз використання людських ресурсів.

Дуже важливо, для впровадження системи бюджетування, надати об'єктивну оцінку структури джерел формування майна балансу підприємства ( рис. 4) [4, 6].

<b>Баланс підприємства</b>	
<b>Активи</b>	<b>Пасиви</b>
Поточні активи	Поточні зобов'язання
Довгострокові активи	Довгострокові зобов'язання
	Акціонерний капітал

**Баланс показує:**

1. Економічні ресурси, якими володіє підприємство
2. Наявну структуру джерел фінансування
3. Ліквідність та платоспроможність
4. Можливість підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища

Рис. 4. Напрями по яких здійснюється оцінка фінансового стану підприємства, як складової бюджетування

Бюджет доходів і витрат як один із контурів управління фінансовими коштами підприємства виконує функцію:

- здійснення планування, обліку і аналізу фінансових результатів по об'єктах бюджетування;
- планування, облік і аналіз податків на прибуток;
- визначення рівнів і можливостей повернення кредитів, сплати дивідендів;
- планування, облік і аналіз співвідношення надходжень від реалізації з сумарними витратами, а також змінними і постійними витратами.

Важливе значення має розробка матриці SWOT – аналізу, яка надає можливість урахувати переваги, загрози, недоліки і вибрати найбільш оптимальний шлях.

На наш погляд, для системи споживчої кооперації вона повинна складатися з наступних складових (рис. 5).

Матриця SWOT – аналізу для підприємств системи споживчої кооперації [8].

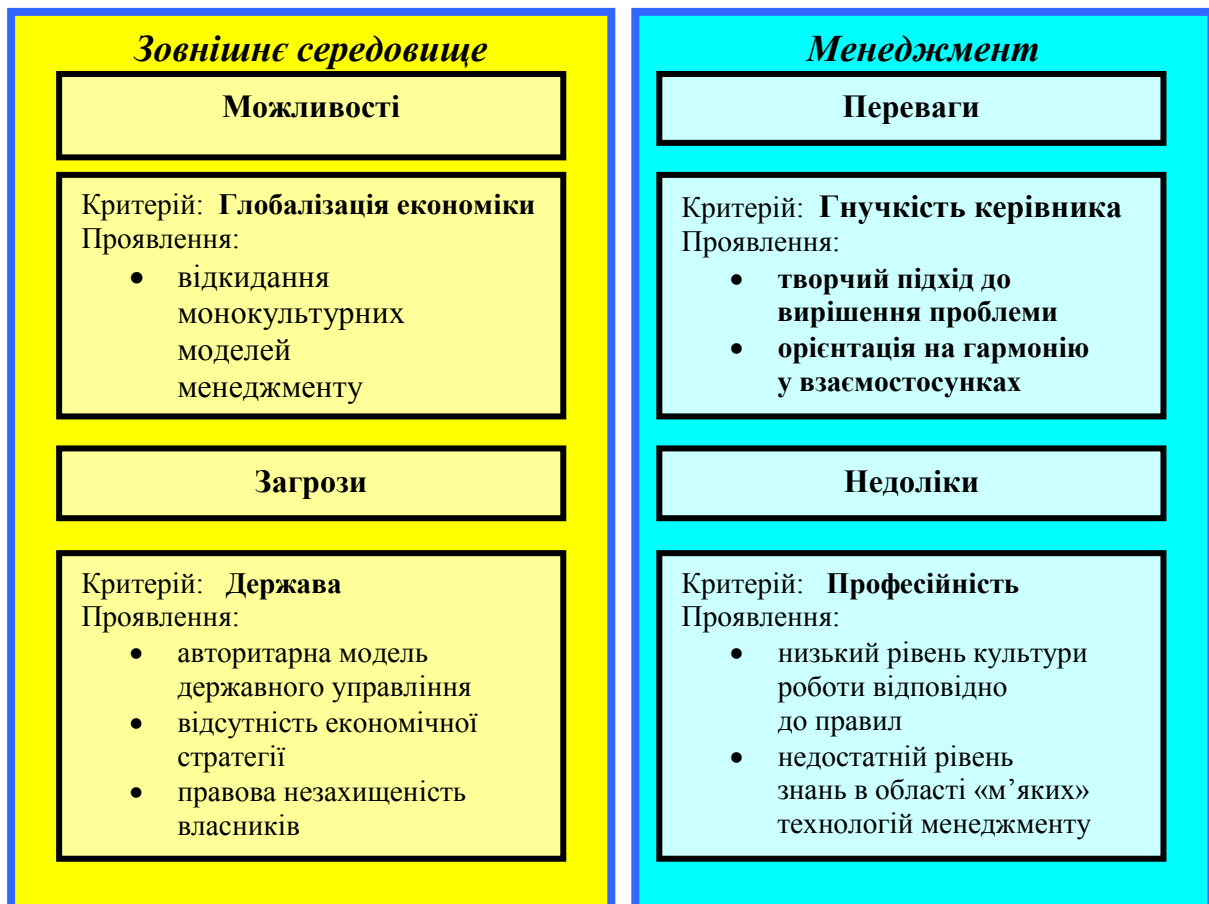


Рис. 5. Матриця SWOT – аналізу для української моделі економіки

## Блок 2. Основні складові системи бюджетування на підприємствах споживчої кооперації

Призначення та технологія (архітектура) системи бюджетного управління [7].

- **Архітектура системи бюджетного управління підприємства** – об'єкти бюджетування, центри фінансового обліку, управлінський облік, бюджети і бюджетна звітність, основні функції бюджетування, організаційні ланцюги
- **Система бюджетування підприємства** – управління фінансовими результатами, фінансовими потоками, процедури планування, обліку регулювання вартісних показників
- **Управлінські звіти системи бюджетування** – фінансові прогнози, фінансові і економічні нормативи для формування бюджетів, фінансові плани і звіти, які застосовуються в системі бюджетування
- **Цикл бюджетного управління** – збір фінансових пропозицій, розробка фінансового плану, організація діяльності підприємства (компанії) в рамках прийнятого бюджету, фінансовий контроль і аналіз, регулювання виконання бюджетних показників
- **Бюджетна система підприємства** – сукупність бюджетів (бюджетних форматів), об'єктів бюджетування і бюджетних регламентів, які здійснюють послідовність, правила, строки і відповідальність за розрахунки бюджетів підприємства, формування звітів, аналіз виконання бюджетів та прийняття рішень
- **Бюджет** – фінансовий документ, який представляє у систематизованій формі на завданому інтервалі часі планові значення статей бюджету
- **Об'єкти бюджетування** – об'єкти підприємства (компанії), по яких здійснюється планування, облік, аналіз і контроль виконання бюджетів підприємства
- **Бюджетні регламенти** – документи, які використовуються в систематизованій формі процедур планування, обліку, аналізу і контроль бюджетів підприємства (компанії)

Рис. 6. Ключові поняття архітектури системи бюджетного управління на підприємстві.

Важливе значення для впровадження системи бюджетування має цикл самого процесу управління бюджетним процесом, який повинен включати [8]:

- збір і аналіз інформації;
- розробку всіх видів бюджетів;

- механізм організації контролю за виконанням бюджетів;
- перелік бюджетної звітності;
- бюджетний контроль і аналіз створеним бюджетним комітетом;
- бюджетне регулювання, коректировку бюджетів.

На нашу думку, управлінський цикл процесу бюджетування на підприємствах споживчої кооперації повинен включати наступні складові:

- збір і аналіз економічної, фінансової та аналітичної інформації;
- операційні бюджети (кошториси), які включають: бюджет руху грошових коштів, бюджет доходів і витрат, зведений (загальний) бюджет;
- фінансову звітність про виконання бюджетів, звіт про рух грошових коштів як складової підсумку фінансової діяльності окремого підприємства, прогнозний баланс підприємства;
- механізм коректировки і мотивації безумовного виконання всіх бюджетів підприємства.

*Цикл системи бюджетування підприємства (організації)*

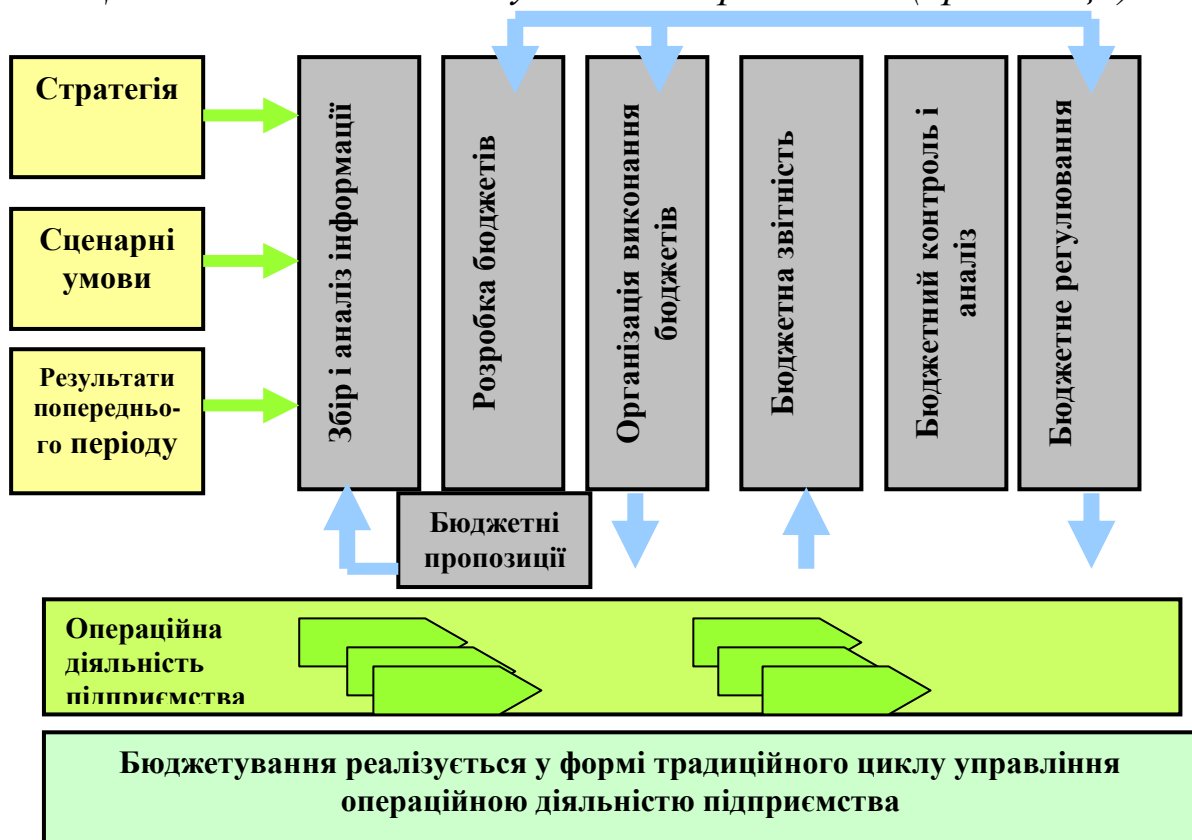


Рис. 7. Цикл системи бюджетного управління на підприємстві (організації).

Слід пом'ятати, що управлінський цикл бюджетування повторює традиційні етапи циклу управління всіма процесами, які пов'язані з управлінням фінансами [3, 7].

Такий підхід дає можливість оптимізувати задачі перед підприємством, а саме:

1. Аналітичні задачі: постановка цілей; аналіз альтернатив; переосмислення бізнесу.

2. Задачі фінансового планування (основна задача) – змусити забезпечити планування і тим самим прогнозувати майбутнє підприємства.

3. Задачі фінансового обліку (основна задача) змусити обчислювати і обмірковувати найкращі дії в минулому і тим самим допомагає приймати правильні рішення у майбутньому.

4. Задачі фінансового контролю (основна задача) – дозволяє порівняти поставлені цілі і отримані результати, виявити слабкі і сильні сторони.

5. Фінансові рішення в рамках повного процесу планування, бюджетування – кількісна, фінансова частина бізнес-плану.

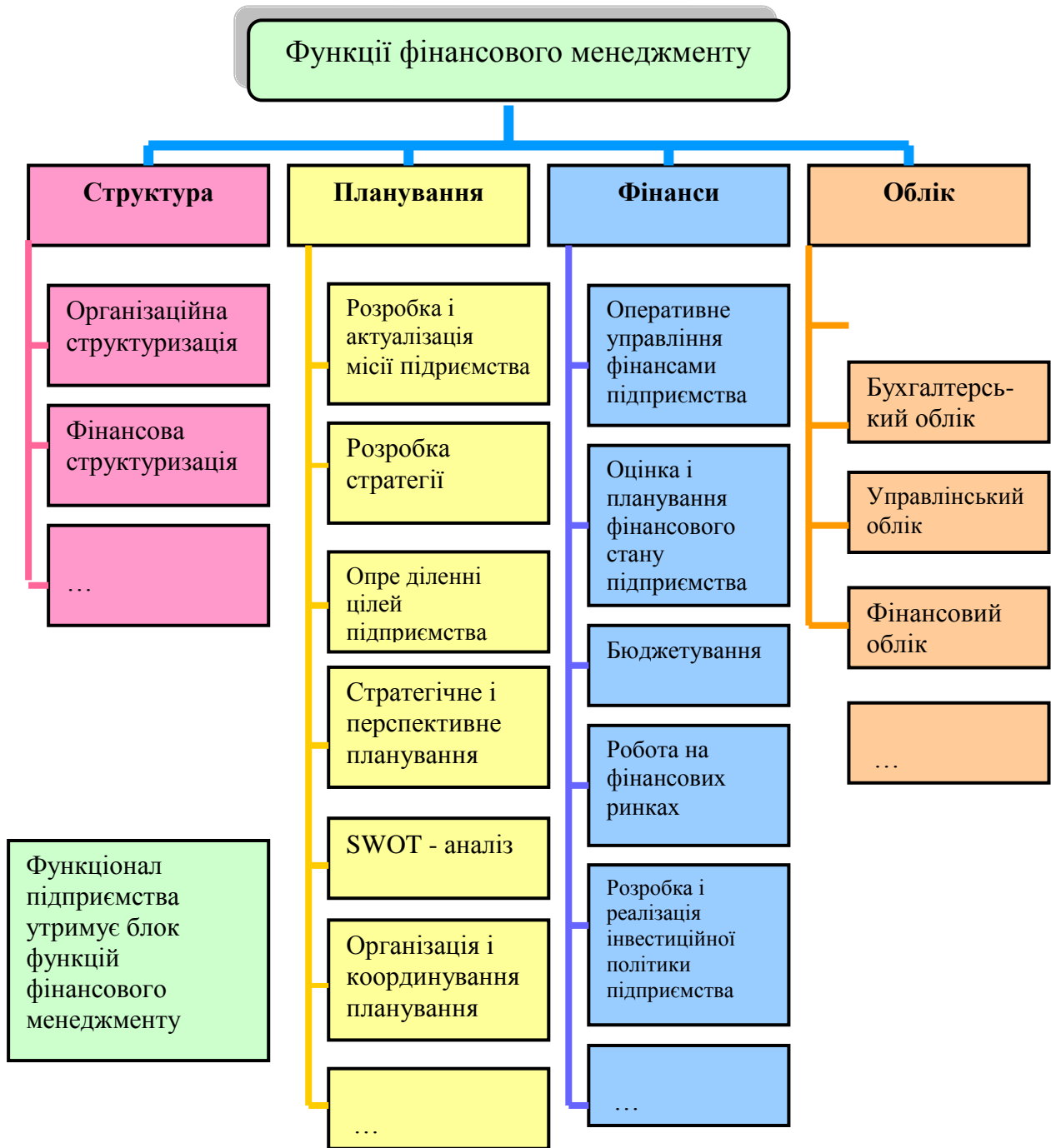
6. Мотиваційна задача – осмислення прийняття плану, якість поставлених цілей, відповідність за зрив, стимулювання за виконання і т.п.

7. Кординаційна задача – координація функціональних блоків планування.

8. Комунікаційна задача – погодження планів окремих підрозділів, знаходження компромісів, закріплення відповідальних виконавців.

Функціональна модель процесу бюджетування, як функція фінансового менеджменту підприємства має наступну структуру [7].

Розглянемо приклад функціонування бюджетування діючого підприємства (організації).



**Які моделі використовують при організації бюджетування на підприємстві?**

- Функціональні моделі
- Моделі регламентів
- Моделі відповідальності

Рис. 8. Основні функції фінансового менеджменту на підприємстві у процесі бюджетування



Рис. 9. Основні функції системи бюджетування на діючому підприємстві

Конкурентна стратегія підприємства (корпорації) виживання та завойовування лідерських позицій.



Рис. 10. Конкурентні стратегії підприємства (організації) при завоюванні лідерських позицій на ринку

**Висновки:** 1. Запровадження системи бюджетування на підприємствах та організаціях споживчої кооперації дасть змогу запобігти традиційних недоліків у системі планування, формування доходів і витрат, оптимального та раціонального використання фінансових, матеріальних та трудових ресурсів.

2. Підвищити рівень кваліфікації працівників економічних підрозділів підприємств, покращити рівень бухгалтерського та фінансового обліку.

3. Покращити достовірність інформації та терміни її надання.

4. Оптимізувати змінні та постійні витрати, розробляти прогностні баланси та фінансові показники.



**Список використаних джерел:**

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента, в 2-х томах. – К.: Наука-центр, 2004.
2. Винниченко М. М. Оцінка ризику в в бюджетуванні // Фінанси України. – 2012. – № 7. – С. 90-96.
3. Коммерческое бюджетування / Бочаров В. В. – СПб 5.: Питер, 2013. – 368 с.
4. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Бюджетування на підприємстві. – К.: Кондар, 2008. – 312 с.
5. Савчук В. П. Практическая енциклопедія. Фінансовий менеджмент. – 3-е изд. – К.: Companion Group, 2008. – 888 с.
6. Щиборщ К. В. Бюджетування деятельности промышленных предприятий России. – М.: ДиС, 2010.
7. 7 НОТ менеджмента. Настольная книга руководителя / Под ред. Кондратьева В. В. – 7-е изд., переработ. и дополн. – М.: Эксмо, 2008. – 976 с.
8. Финансовый менеджмент. Carana Corporation. – US AID. – М.: ССUR, 1997. – 602 с.

**УДК 640.43**

**Пітик Оксана Вячеславівна, к.е.н.,  
завідувач кафедри харчових технологій  
та ресторанного обслуговування  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту  
Мамонов Петро Данилович, к.т.н., доцент  
кафедри маркетингу та підприємництва  
Вінницький кооперативний інститут**

**ОСОБЛИВОСТІ ПРИХОВАНОГО МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ  
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Анотація.** Досліджено механізми прихованого маркетингу, що застосовуються в роботі закладів ресторанного господарства. Розглянуто вплив впровадження маркетингових механізмів на поведінку споживачів та ефективність діяльності закладів.

**Abstract.** mechanisms of hidden marketing, used in the restaurant industry are investigated. Influence of marketing mechanisms

introduction on consumer behavior and efficiency of the institutions' activities is considered.

**Ключові слова:** ресторанний бізнес, прихований маркетинг, маркетингові механізми.

**Keywords:** restaurant business, hidden marketing, marketing mechanisms.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан ринку ресторанних послуг характеризується жорсткими умовами конкуренції серед закладів, тому головним завданням перед ними постає проблема виживання в цих умовах та боротьба за споживачів. Для того, щоб ресторан був успішним, керівник (ресторатор) повинен знати – що таке маркетинг ресторанного бізнесу і вміти грамотно використовувати в ньому маркетингові інструменти. Ресторанний маркетинг – це сфера маркетингу, яка враховує особливості, можливості і потреби ведення ресторанного бізнесу. Маркетинг ресторанного бізнесу вже перестав бути модною тенденцією, а став усвідомленою необхідністю ринку послуг.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Особливості маркетингу у сфері ресторанного обслуговування вивчали у своїх працях різні науковці, такі як В. Бондаренко, Т. Василько, Р. Грей, О. Карпюк, Л. Коваленко, Р. Майстро, Д. Мацеха, А. Расулова, В. Сидорчук, І. Сокирник, Ю. Романовська, О. Шевченко тощо. Проте механізми прихованого маркетингу у ресторанному бізнесі України є недостатньо дослідженими.

**Метою статті** є дослідження механізмів прихованого маркетингу, що застосовуються в роботі закладів ресторанного господарства та розгляд впливу їх впровадження на поведінку споживачів та ефективність функціонування закладу.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Ресторанний бізнес об'єднує в собі мистецтво і традиції, механізми діяльності і досвід маркетологів, філософію обслуговування та концепцію формування потенційної аудиторії. Щороку конкурентна боротьба у сфері ресторанного бізнесу посилюється, що змушує провідних фахівців закладів продумувати не тільки основну стратегію і стиль діяльності ресторану, але і деталі, що додають закладу унікальність і неповторність. Тільки при формуванні грамотно розробленої концепції і послідовного комплексного впровадження всіх її складових, гарантований успіх у розвитку діяльності ресторану. Для того щоб точно знати, куди і як рухатися в ресторанному

бізнесі, потрібно вивчити ринок, особливості поведінки відвідувачів та їхні уподобання, купівельну спроможність, а також знати, що мотивує цільову групу споживачів ресторанних послуг.

Найпростіший спосіб привертати до себе клієнтів – це смачна трапеза, розвинена інфраструктура, добрий сервіс, які мають адекватний рахунок. Але в умовах конкурентної боротьби для залучення клієнтів та стимулювання збуту ресторатори використовують різні маркетингові механізми.

Прихований маркетинг – один з найефективніших видів реклами, тому що людина не сприймає його як рекламу. Іншими словами, почувши подібну інформацію людина буде сприймати її як правду, а не як рекламну інформацію. Що стосується «нерекламних джерел», то це можуть бути як звичайні люди, так і заяви заслужених науковців, чиновників, знаменитостей. Але подається ця інформація не в рекламних роликах, а, наприклад, у звичайному інтерв'ю. Головна відмінність прихованого маркетингу полягає в тому, що так покупцеві не нав'язується якийсь товар чи сервіс, а значить і протидії не буде. Прихований маркетинг лише пропонує щось як варіант. А значить у покупця змінюється мотивація покупки того чи іншого товару. Споживачі втомилися від нав'язливого маркетингу і прихований маркетинг дає їм ілюзію того, що вони повністю самі приймають рішення.

Ресторанні послуги є досить специфічними через наявність безпосереднього контакту персоналу з клієнтами, унаслідок чого задоволеність клієнтів багато в чому залежатиме від роботи персоналу, підвищення ефективності якої можна добитися через налагодження взаємовідносин всередині закладу. Розробляючи маркетингові стратегії у закладах ресторанного господарства, необхідно усвідомлювати, що задоволеність клієнтів буде тим вища, чим більш працівник буде ініціативним, привітним, здатним запропонувати страву чи їх асортимент та схилити клієнта замовити, переконати в його цінності для закладу тощо. А для цього працівник сам має бути максимально зацікавленим у просуванні свого закладу, його продукції та послуг [4].

До сучасних маркетингових механізмів відносяться нейромаркетинг, Ambient-реклама, event-маркетинг, але українські ресторани тільки починають робити перші кроки у цьому напрямку. Ключовим завданням нейромаркетингу є прогнозування споживчого вибору у певному ринковому середовищі. Наприклад,

креативні рекламники встановили білборд із зображенням біфштекса – шматка стейка на виделці, який пахне смаженим м'ясом (штат Північна Кароліна, США). Насправді, аромат поширюється завдяки потужному вентилятору, встановленому позаду білборда, який видуває повітря на картриджі з відповідним запахом у періоди зниження попиту споживачів – з 7 до 10 ранку, та з 16 до 19 години вечора.

Ambient-media – реклама у міському, житловому або офісному середовищі при використанні об'єктів навколишньої інфраструктури як носіїв маркетингової інформації. Основним завданням Ambient-реклами є не охоплення аудиторії, а налагодження якісного, емоційного контакту з потенційним споживачем. Наприклад, для реклами нового меню сніданку кафе Caribou Coffee (м. Міннеаполіс, США) було використано несподіваний креативний хід – обладнати зупинки громадського транспорту рекламними банерами, стилізованими під імпровізовані грубки, в яких підігрівалися смачні сандвічі, і від яких, до того, ж виходило тепло, тому що в них були вбудовані обігрівачі. Це справляло великий емоційний вплив на людей та формувало стійкі асоціації, пов'язані з брендом.

SMM (social media marketing) – маркетинг у соціальних мережах, метою якого є створення лояльної до бренду спільноти і підвищення його впізнаваності серед аудиторії потенційних клієнтів. У рамках даної послуги профільними спеціалістами створюється сторінка або спільнота компанії-замовника в соціальній мережі, проводяться заходи із просування і прихованого маркетингу. При цьому робота ведеться з тією соціальною мережею (або декількома з них), яка здатна дати найбільшу віддачу для бізнесу.

Маркетингова інформаційна технологія Buzz-marketing передбачає створення ажіотажу, галасу, наприклад, навколо нового ресторану, унікальних послуг на конкретному ринку тощо. Надзвичайно перспективною маркетинговою технологією для закладів ресторанного бізнесу є «word-of-mouth» advertising – реклама, що передається задоволенням від придбання товару чи послуги споживачем колу своїх знайомих. Визначальну роль у формуванні думки про конкретний заклад мають створена атмосфера, якість продукції та послуг, рівень кваліфікації та компетентності працівників. У ресторанному бізнесі існує правило:

якщо гостеві сподобалось у закладі, то він поділиться позитивними враженнями з 10 близькими, друзями, колегами, якщо – ні, то – з 100 знайомими [6].

Одним з найважливіших елементів прихованого маркетингу є розробка меню, яке заохотить клієнта замовити більше та повернутися до закладу знов. Меню – не просто прейскурант цін, це складний маркетинговий інструмент, який підштовхує клієнта до певного вибору. Найефективніший спосіб управління меню – регулярний технічний аналіз, за допомогою якого визначаються страви, що втратили свою популярність і потребують удосконалення або виключення чи просто заміни способу представлення позицій цих страв у меню.

На рішення клієнта впливає шрифт, опис страв та продумана фотографія.

Курсив, приміром, асоціюється з якістю. Тоді як складний стиль оформлення може навіть вплинути на смакове сприйняття їжі. На вибір клієнта позитивно впливають ностальгічні вислови та назви, які асоціюються з натуральністю продукту, формують уяву про особливість страви: м'ясо за традиційним рецептом, домашні пельмені, сьомга на вугіллі, хрустка картопля.

Досить ефективний опис страв з пишномовними чуттєвими епітетами: «Це не просто пудинг, – це бельгійський шоколадний десерт, политий вершками з молока англійських корів, який тане в роті», а «Домашнє печиво з цукіні, як у вашої бабусі» звучить куди привабливіше, ніж «печиво з кабачків». Згадка про ферму, де виростили овочі, або назва породи свиней додають довіри до походження продукту, сприймаються споживачем як ознака якості, навіть якщо ці назви вигадані [1].

Апетитні зображення їжі відіграють дедалі більшу роль з переходом ресторанного бізнесу в цифрову епоху. Ми дедалі частіше замовляємо їжу в інтернеті через смартфони або інтерактивні дисплеї за столом.

Безперечно, дуже важливим є те, у якій формі буде виступати Ваша реклама, та як Ви донесете її до споживача. Реклама може бути прийнята як позитивними емоціями, так і негативними. Звичайно, ці емоції будуть розповсюджені не тільки на саму рекламу, а, в першу чергу, на товар, який вона ілюструє. Тому, в рекламі широко застосовують фотографію. За допомогою цього прийому, споживач може побачити, що йому пропонують.

Фудстайлинг – це окремий напрямок рекламної фототворчості, присвяченої якісній фотозйомці їжі, страви, продуктів харчування. Робота фуд-стиліста починається ще до зйомок: він може розробляти рецепти та брати участь у купівлі продуктів. Вже на самій зйомці фуд-стиліст викладає в кадрі підготовлений продукт та слідкує за його станом.

До механізмів прихованого маркетингу відносяться відгуки про заклад ресторанного господарства в Інтернет-мережі. Представникам закладу доцільно обов'язково відповідати на відгуки і не тільки позитивні, адже робота з негативом може бути досить ефективною: енергію активного клієнта можна направити в потрібному напрямку, що він став потенційним адвокатом бренду.

В сучасному інформаційному просторі, залишаючи відгуки під замовлення, можна отримати чималі кошти, але власникам ресторану варто створити такі умови, щоб відвідувачі самі писали коментарі про заклад.

Турбуючись за реальні відгуки необхідно враховувати деякі правила:

- Люди більше активно пишуть відгуки одразу. Запропонуйте десерт у подарунок за відгук прямо на місці. Відвідувач в такій ситуації нікуди не поспішає, він чекає замовлення і йому немає причин Вам відмовити. Досить звичною є пропозиція знижки, але цим вже нікого не здивуєш.

- Варто продумувати сценарії відгуків – доцільно отримувати коментарі на різні теми. Одним клієнтам можна запропонувати оцінити який сервіс, іншим послуги для дитячих свят, кухню чи дизайн.

Якщо заклад невеликий або нещодавно відкрився, справжніх відгуків буває недостатньо. Тому в світі конкурентної боротьби розглядається варіант звернення до спеціально підготовлених людей. Щоб потенційний клієнт повірив правдивості відгука, варто оглядово згадати про назви страв, ім'я офіціанта, скільки часу тривало очікування замовлення. Не обов'язково занадто хвалити заклад, головне повністю не зміщувати акценти в негативну сторону. Наприклад, можна зауважити про завжди зайняті столики у вихідні дні – з однієї сторони це скарга, з іншої – людина може зробити висновок, що ресторан настільки популярний, що в ньому часто немає місць і їх потрібно бронювати заздалегідь.

**Висновки.** Отже, прихований маркетинг – це комплекс заходів, направлених на формування стійкого позитивного іміджу підприємства серед всіх цільових аудиторій. За допомогою технологій прихованого маркетингу можна сформуванати інтерес покупців до особливостей продукту, його переваг та налагодити процес комунікації між людьми, які вже скористалися продуктом.

Але не дивлячись на сучасні інноваційні маркетингові механізми, основною стратегією для успішного ресторанного бізнесу є створення закладу, орієнтованого на потреби та вимоги споживача, у якому клієнт є основною особою і все відбувається саме для більш повного задоволення його потреб.

#### **Список використаних джерел:**

1. Грей Р. Хитрощі ресторанних меню: як нас змушують замовляти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-fut-42100075>.

2. Гугул О. Я. Нейромаркетинг як інструмент дослідження поведінки споживачів у системі маркетингових інновацій підприємства / О. Я. Гугул, Д. М. Зінчук / БізнесІнформ. – 2014. – № 4. – С. 437-440.

3. Мацеха Д. С. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / Д. С. Мацеха, С. А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – №5. – Т. 2. – С.43-47.

4. Михайлова М. В. Удосконалення комплексу маркетингу закладів ресторанного господарства з урахуванням специфіки ресторанних послуг / М. В. Михайлова // БізнесІнформ. – 2013. – № 8. – С. 215-219.

5. Подольна В. В. Особливості просування закладу у сфері ресторанного бізнесу / В. В. Подольна // Ефективна економіка. – 2017. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5479>

6. Расулова А. М. Сучасні маркетингові комунікації в управлінні підприємствами ресторанного бізнесу / А. М. Расулова // Інноваційна економіка. – 2015. – № 4. – С. 215-220.

УДК 338.43.01

**Ярова Юлія Михайлівна, викладач  
кафедри маркетингу та підприємництва  
Вінницький кооперативний інститут**

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПІДГРУНТЯ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ СЕКТОРА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**Анотація.** Стаття присвячена проблемам і перспективам розвитку малого підприємництва, в статті розглянуто потенціал розвитку малого підприємництва, підгрунття формування сектору малого підприємництва, В статті розглянуто поняття «підприємництво», розкрито потенціал розвитку малого підприємництва в сучасних умовах.

**Ключові слова:** потенціал, мале підприємництво, підприємницька діяльність, підприємництво, малий бізнес.

**Abstract.** The article is devoted to problems and prospects of development of small entrepreneurship. the article considers the potential of small business development, the basis for the formation of the small business sector. The article describes the concept of definition “entrepreneurship”, the potential of small entrepreneurship development in modern conditions is revealed.

**Keywords:** potential, small entrepreneurship, entrepreneurial activity, entrepreneurship, small business.

**Постановка проблеми.** Вагомість підприємницької діяльності суб'єктів малого бізнесу в структурі національного господарства та динамічність її розвитку під впливом істотної кількості факторів зумовили постійну і підвищену увагу дослідників до різних її аспектів, мале підприємництво розглядається з нестабільними фінансовими та політичними умовами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у дослідження сектора малого підприємництва зробили Р. Кантільйон, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, А. Маршалл, а на початку ХХ ст. – М. Вебер, В. Зомбарт, Й. Шумпетер, Ф. Хайек та інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття.** Важливість дослідження сектору малого підприємництва на місцевому рівні, зокрема сільських територіях, зумовлюється перш за все значною різницею



в наявності природних та фінансових ресурсів у різних частинах країни [5,с.15]. Відповідно, при уточненні сутності потенціалу малого підприємництва важливо враховувати й аспекти та особливості функціонування і розвитку цього сектору економіки на сільських територіях.

**Метою роботи.** Головною метою є оцінка тенденцій розвитку та реалізації потенціалу сектору малого підприємництва.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Одним з важливих і найбільш динамічніших елементів ринкової системи господарювання, що забезпечує структурно збалансований розвиток і високу конкурентоспроможність економічних господарських комплексів, формування конкурентно-ринкового середовища є сектор малого підприємництва. Розвиток малого підприємництва одночасно засвідчує й високий рівень демократичних засад державного устрою та інвестиційну привабливість для іноземних інвесторів.

Дослідженням феномена малого підприємництва науковці світу займаються понад 200 років. У підсумку узагальнення результатів досліджень функціонування сектору малого підприємництва обґрунтовано існують підстави стверджувати, що його роль в системі національного господарства реалізується через вплив на темпи економічного зростання і формування ВВП, створення передумов для структурної передумови і модернізації економіки та економічних відносин, насичення внутрішнього ринку товарами та послугами, вплив на демонополізацію та усунення інших деформацій і диспропорцій розвитку економіки, реалізацію низки важливих соціальних функцій і завдань (рис. 1.1).

Поняття «підприємництво» в науковий обіг вперше увів Р. Кантільйон, який за результатами систематичного аналізу підприємництва стверджував, що це особлива економічна функція, де існує елемент ризику [3,с.95].

Підприємництво – це комплекс особливих функцій, які виконуються в економіці, спрямований на забезпечення розвитку і вдосконалення господарського механізму, постійне оновлення економіки господарюючих суб'єктів, створення інноваційного поля діяльності [1, с.17].

Важливе місце в формуванні теорії підприємництва посідають праці Й. Шумпетера, однією з головних заслуг якого є творче переосмислення результатів досліджень у цій сфері і створення

власної теорії еволюції суспільного розвитку, в центрі якої – сектор малого підприємництва як «двигун» прогресуючого циклічного розвитку цивілізації [4,с.112].



Рис. 1.1. Базові функціональні напрями формування та реалізації потенціалу малого підприємництва (авторська розробка)

В Господарському Кодексі України (ст. 42) законодавчо визначено термін «мале підприємництво» як самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [2]. Таким чином наголошується не лише на комерційних та економічних результатах діяльності, але й на соціальних, що важливо в контексті усвідомлення і розуміння всіх складових потенціалу малого підприємництва, зокрема коли мова йде про реалізацію потенціалу на територіях з нижчим рівнем соціально-економічного розвитку. Адже саме малому підприємству притаманні соціальні джерела активізації колективної праці, побудовані на особливих відносинах та специфічному соціально-психологічному кліматі, що не характерне для великих корпоративних форм господарювання.

На думку В. Кредісова, етимологічними критеріями малого підприємства є не тільки відносно невеликі розміри підприємства та масштаби господарської діяльності, але й аспекти

ризик, інноваційності, економічної відповідальності, завдання персоніфікованих і гнучких управлінських підходів з метою отримання максимального підприємницького прибутку з одиниці затраченого капіталу [6, с.7].

Таким чином, можна стверджувати, що змістові характеристики поняття сектора малого підприємництва у значній мірі дозволяють ідентифікувати важливі компоненти його потенціалу. Причому, коли мова йде про макроекономічні характеристики потенціалу сектора малого підприємництва, то тут чи не найперший план виходить така важлива складова, як інноваційна. Фактично малі підприємства стають суб'єктами, яким більш властива функція ризику відносно спроби впровадження нововведень, а також і спроможність адаптувати до вимог і потреб ринку нові товари і послуги.

Узагальнюючи подані визначення, можна наголосити, що в процесі формування теоретико-методичних засад малого підприємництва кристалізуються три домінуючі напрями реалізації потенціалу цього сектору національної економіки:

- 1) економічний, в рамках якого передусім слід виділяти інноваційну, ресурсну, фінансову та ін. компоненти;
- 2) соціальний з впливом представників малого бізнесу на зайнятість населення, формування і реалізацію його трудового потенціалу тощо;
- 3) політико-суспільний з елементами формування середнього класу, демократизації суспільства, розвитку територій, де функціонують представники малого бізнесу, ін.

Сектор малого підприємництва розвивається інтенсивно та ефективно там, де виявляється найбільше сприяння реалізації переваг малих підприємств. Зокрема передусім це такі види діяльності як торгівля, послуги, дрібна промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт. Ці особливості також і позначаються на специфічних характеристиках формування та реалізації потенціалу сектору малого підприємництва в системі національного господарства та його просторово-територіальних сегментах.

Термін «потенціал» у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова «potentia» і означає «приховані можливості», які у виробничій практиці завдяки праці можуть перейти в реальну дійсність. У Короткому словнику іноземних слів

під терміном «потенціал» вважається «ступінь потужності (приховані можливості) у якому-небудь відношенні...».

У найбільш загальному тлумаченні термін «потенціал» означає наявність у відповідного суб'єкта економічних відносин прихованих можливостей, що ще не проявилися, але беззаперечно існують, або хисту до діяльності у відповідних сферах.

Світовий досвід говорить про те, що мале підприємництво вважається тим сектором економіки, який здатний швидко робити нові робочі місця і давати громадські гарантії, гнучко відгукуватися на збалансування попиту і пропозиції на ринках ресурсів, впливати на повсякденне життя людей через орієнтацію на задоволення споживчого попиту населення, створювати мотивацію органів районного самоврядування до виконання громадських функцій в інтересах населення та гарантувати соціальний контроль. У той же час, слід додати, що здійснення даної необхідної суспільної функції можливо тільки лише в умовах суспільної відповідальності влади, створюючи сприятливе бізнес-середовище, нормативно-правове поле і інвестиційний клімат функціонування підприємницьких структур.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Узагальнюючи вищенаведене, потенціал розвитку малого підприємництва необхідно трактувати як сукупність умов функціонування суб'єктів малого підприємництва та ресурсів, якими вони розпоряджаються та до яких мають доступ, що дозволяють у максимально повній мірі досягти системно і структурно збалансованих результатів розвитку сектору малого підприємництва та його високої ролі в системі господарського комплексу території.

#### **Список використаних джерел:**

1. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основи підприємництва / Навчальний посібник // Л.І. Донець, Н.Г. Романенко – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.

2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 №436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

3. Экономическая энциклопедия. Политическая экономика / Гл. ред. А.М. Румянцев, – М.: Сов.энцикл., 1975. – Т. 2. – С. 95.

4. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита,

процента и цикла конъюнктуры / Перевод с немецкого; общ.ред. А. Г. Милитковского. – М.: Прогресс, 1982. – 455.

5. Корнецький А. О. Формування та реалізація регіональної політики розвитку малого підприємництва: монографія.– Дніпро, УМСФ, 2016. –140 с.

6. Кредісов В. А. Організаційно-економічні форми підприємництва та проблеми його розвитку / В. А. Кредісов // Менеджмент. – 2008. – № 10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Menedzhment/2008\\_10/kredisov.htm](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Menedzhment/2008_10/kredisov.htm).

УДК 658.8:005.21

**Ясько Тетяна Юріївна, викладач  
кафедри товарознавчих дисциплін та  
комерційної діяльності  
Терещук Ольга Олексіївна викладач  
кафедри товарознавчих дисциплін та  
комерційної діяльності  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту**

## **ПРИНЦИПИ ТА ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Анотація.** Призначення стратегічного маркетингу полягає у взаємоузгодженні маркетингових цілей із можливостями підприємства, вимогами споживачів, використанні слабких позицій конкурентів і власних конкурентних переваг.

**Ключові слова.** Позиція, конкурент, бізнес, підприємство, ринок, сегмент, стратегія.

**Abstract.** The purpose of strategic marketing is to reconcile marketing objectives with the capabilities of the enterprise, consumers' requirements, the use of competitors' weak positions and their own competitive advantages.

**Keywords.** Position, competitor, business, enterprise, market, segment, strategy.

**Постановка проблеми.** Стратегічний підхід маркетингу до ведення бізнесу все більше стає основою формування конкурентної стратегічної перспективи підприємства в сучасних умовах.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Стратегічний маркетинг трактують як систему організації діяльності підприємства із розробки виробництва і збуту товарів і надання послуг на основі комплексного вивчення ринку і реальних запитів покупців. У всьому світі прийнято починати бізнес із стратегічного плану маркетингу.

**Метою статті** є вивчення практики стратегічного маркетингу вітчизняних підприємств, систематизація принципів та інструментів його реалізації, визначення альтернатив маркетингових стратегій охопту базового ринку, які використовуються вітчизняними підприємствами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У роботах видатних українських науковців Н. Куденко, З. Шершньова, С. Оборська розглядається сутність та зміст стратегічного маркетингу, його методи та методологія, можливості застосування вітчизняними підприємствами.

**Виклад основного матеріалу.** Основою побудови маркетингової стратегії є сегментація ринку. Маркетингова сегментація формує сукупність принципів і базових рішень, пріоритетних цілей і напрямків діяльності, що визначають характер змістовних маркетингових рішень та дій підприємства. Правильне виділення ринкового сегмента – половина комерційного успіху, пошук груп споживачів на ринку, котрі ставлять конкретні вимоги до певного виду товару чи послуги. Вона ж допомагає обрати найбільш доцільні ринкові сегменти, задоволення потреб яких допоможе підприємству підвищити прибуток. Щоб бути ефективною, маркетингова стратегія повинна ґрунтуватися на глибокому знанні ринку, а здійснення її вимагає відповідних планів проникнення на ринок. Практика маркетингової ринкової діяльності в Україні свідчить, що маркетинг вітчизняних підприємств не може бути схожим на американський, європейський чи інший. У ньому повинні віднайти відображення такі чинники, як національна специфіка функціонування комерційної сфери, напрями розвитку вітчизняної економіки та основні ринкові тенденції, стійка тенденція виходу з кризи вітчизняної економіки, нестабільність зовнішнього середовища, інтенсифікація глобальної конкуренції, скорочення життєвих циклів товарів та послуг, розвиток технологічних та інформаційних мереж тощо.

Стратегічний маркетинг передбачає розробку системи маркетингових стратегій. Будь-яка маркетингова стратегія — це система дій, які спрямовані на досягнення маркетингових цілей на цільових ринках. Кожна з маркетингових стратегій має відповідати низці вимог, які перелічені нижче. Маркетингова стратегія має бути чітко визначеною; маркетингові стратегії повинні бути конкретними; вони повинні бути обґрунтованими, тобто мати наукове підґрунтя щодо їх формування та реалізації; стратегії мають бути раціональними, тобто витрати, що пов'язані з реалізацією стратегії повинні бути виправданими за рахунок очікуваного результату. Існуючі інструменти, методики й алгоритми стратегічного аналізу та розробки відповідних маркетингових стратегій, які відомі світовій практиці, ще не набули належного поширення у вітчизняному бізнесі з врахуванням сучасних умов[1].

Стратегія спеціалізації по клієнту – це коли фірма визначає межі свого ринку широко за функціями і вузько за клієнтами. Фірма зосереджує увагу на потребах визначеної групи клієнтів.

Змішана стратегія – коли фірма диверсифікує свою діяльність: пропонує різні функції і або обслуговує різні групи споживачів.

Обравши ту або іншу стратегію базового охопту ринку підприємство повинне наповнити її конкретним змістом – відповідним товаром або товарним асортиментом, тобто групою товарів, тісно пов'язаних між собою хоча б по одній з ознак: спільне застосування; загальний сегмент ринку; загальний канал розподілу; схожий діапазон цін, наявність та кількість існуючих потенційних клієнтів.

Результат сегментації – це виявлення конкретних груп споживачів з однаковими чи близькими споживчими вимогами до товару.

Стратегічне планування, його логіка спираються на певні закономірності, що отримали назву принципів планування. Під принципом планування слід розуміти об'єктивну категорію науки планування, виступаючу в якості відповідного основоположного поняття, що виражає сукупну дію низки законів розвитку як об'єкта планування, так і самої практики планування, і визначального завдання, напрям і характер складання, можливості виконання планових завдань, а також перевірки їх виконання [2].

Стратегічне планування є центральним елементом системи управління суспільством, організацією, і для нього загальнозначущими є чотири загальні принципи управління, до яких відносяться:

- 1) принцип єдності економіки і політики при пріоритеті політики;
- 2) принцип єдності централізму і самостійності;
- 3) принцип наукової обґрунтованості та ефективності управлінських рішень;
- 4) принцип поєднання загальних і локальних інтересів при пріоритеті інтересів більш високого рангу і стимулювання особистої та колективної зацікавленості у виконанні управлінських рішень.

Стосовно до стратегічного планування названі принципи мають наступний зміст [1].

1. Принцип єдності економіки і політики при пріоритетності політики, змістом якого є вимога, згідно якої розробники прогнозів, стратегічних програм і планів повинні виходити з цілей політики, наміченої на реалізацію відповідними суб'єктами управління. Політика - це не що інше, як організаційно оформлена система інтересів відповідних спільнот людей. Вона виражає їхні стосунки між собою і з державою, напрямок цієї діяльності у бік, що дозволяє реалізувати ці інтереси. В системі інтересів центральне місце займають економічні інтереси, вони є визначальними в порівнянні з усіма іншими, і в цьому сенсі політика є концентрованим вираженням економіки. Крім цього, для безперешкодного розвитку економіки потрібні відповідні політичні умови, необхідно держава з усіма своїми інститутами, органами влади. Отже, без пріоритетного початку політики в управлінні економікою остання не може успішно розвиватися, чим і визначається співвідношення між економікою і політикою. На мікрорівні власники комерційних суб'єктів формують політику, визначальну напрям їх розвитку, розподіл фінансових результатів діяльності у відповідності зі своїми інтересами.

2. Принцип єдності централізму і самостійності полягає в тому, що підготовлювані регулюючими органами проекти рішень у формі прогнозів, стратегічних програм і планів, з одного боку, повинні базуватися на інформації про наміри господарюючих суб'єктів, враховуючи їх інтереси, а з іншого - забезпечувати вплив



на них у потрібному для суспільства напрямку. В рамках фірми централізм і самостійність у стратегічному плануванні знаходять своє конкретне застосування в наданні своїм філіям максимально можливої свободи господарської діяльності, в тому числі і в плануванні, але в рамках загальної стратегії розвитку фірми.

3. Принцип наукової обґрунтованості та ефективності прогнозів, стратегічних програм, планів означає необхідність врахування в процесі їх складання таких вимог:

а) дотримання всієї системи законів розвитку суспільства, що визначають зміст і напрям окремих елементів і сфер діяльності. Розробляючи прогнози проектів стратегічних програм і планів, необхідно виходити з сутності, змісту та форм прояву в практичній діяльності економічних законів ринкового господарства, законів розвитку соціальних відносин і законів розвитку науки і техніки;

б) глибоке вивчення і практичне використання в плановій роботі досягнень сучасної вітчизняної та зарубіжної науки і техніки в цілях своєчасного здійснення структурної перебудови економіки;

в) уміння на основі широкого використання економічних інструментів орієнтувати фірми на своєчасне технічне переозброєння і оновлення виробництва, на гнучку сприйнятливість досягнень наукового прогресу та швидке реагування на постійно мінливі потреби суспільства;

г) забезпечення в процесі стратегічного планування органічної єдності стратегічних і тактичних планів, програм і прогнозів;

д) підвищення ступеня достовірності планово-облікової інформації, що є інформаційною базою для розрахунків показників прогнозів, стратегічних програм і планів;

е) постійне вдосконалення технології розробки всіх планових документів;

ж) забезпечення комплексного використання всіх інших елементів методології стратегічного планування.

4. Принцип поєднання загальних і локальних інтересів при пріоритеті інтересів більш високого рангу і стимулюванні особистої та колективної зацікавленості у виконанні завдань стратегічних програм і планів означає, по-перше, об'єктивну необхідність органічного ув'язування інтересів різних класів, соціальних верств, колективів комерційних організацій і окремих працівників в єдину систему і забезпечення в процесі управління стратегічних цілей програм і проектів планів, а також підготовку

заходів, що сприяють їх досягненню. По-друге, при регулюванні виробничих процесів, що відбуваються в національній економіці, за допомогою федеральних і регіональних цільових комплексних стратегічних програм і планів, вирішення цих проблем на основі пріоритету зміцнення безпеки суспільства і інших загальнолюдських цінностей. По-третє, створення (за допомогою системи економічних стимулів, у вигляді різноманітних форм заробітної плати, премій, податкових і кредитних пільг, забезпечення необхідними матеріальними ресурсами) особистої та колективної зацікавленості працівників в успішному виконанні планових завдань.

Застосування стратегічного підходу до маркетингової діяльності фірм – це не просто данина управлінській моді, що своїми багатообіцяючими результатами захоплює підприємців, а основна життєва потреба яку, вже посправжньому відчують національні виробники [4]. Це обумовлено не лише об'єктивними чинниками, як, зокрема, неадекватна очікуванням ефективність матричної практики стратегічного аналізу та безуспішна практика розробки маркетингових планів на основі типових варіантів, яка досить широко популяризувалась.

Важливе значення у скороченні використання стратегічного маркетингу відіграє фінансово-економічна криза, яка торкнулась і України. З іншого боку ситуація, що склалася, дає шанс вітчизняним промисловим підприємствам не просто на виживання, а закладає основу для можливого довгострокового розвитку цих підприємств — адже з вітчизняного ринку, за очікуваннями, відійде багато потужних іноземних компаній. Попит на промислову продукцію внутрішнього виробництва істотно зросте. Але використання чи копіювання чужих успішних стратегій не допоможе, оскільки в умовах кризи керівникам підприємств необхідно вміти передбачати результати впровадження обраних стратегічних рішень на основі оцінки ступеня ризику ведення конкретного бізнесу, виявлення конкурентних переваг, розробки стратегії розвитку тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Маркетинг: принципи і функції: Навч. посібник для вищих навч. закладів. – 3-є вид., перероб. і доп. /За ред. О.М. Азарян. – Харків: Студцентр, 2002. – 320 с.

2. Забарна Е. М. Позиціонування бренду як чинника інновативності торгівельної марки / Е. М. Забарна. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.confcontact.com/2007nov/zabarna.htm>

3. <http://www.innovations.com.ua> – Стаття за виступом Василя Мирошниченка, партнера компанії CFC Consulting на відкритій події innovations.com.ua - "Бренд Україна. Виклик для бізнесу" 18 червня, 2010 року.

4. Поліщук Т. В. Перспективні напрямки розробки успішних брендів в Україні / Т. В. Поліщук // Актуальні проблеми економіки. - №7 (97). - 2009. - С. 129-137.

**ЮРИДИЧНІ НАУКИ****УДК 346.14:006.03**

**Васильєва Ірина Миколаївна,  
викладач кафедри товарознавчих  
дисциплін та комерційної діяльності  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту  
Шмагельська Марина Олексіївна,  
завідувач кафедри економічної теорії,  
фундаментальних та соціально-  
гуманітарних дисциплін, к.г.н.,  
Вінницький кооперативний інститут**

**БЕЗПЕКА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ:  
ПРАВОВІ АСПЕКТИ**

**Анотація.** У статті визначено законодавчу базу, яка регулює забезпечення безпеки харчових продуктів в Україні. Названо відмінності між українською та європейською системами регулювання безпечності продуктів харчування.

**Annotation.** In the article the legislative base which regulates securing food products' safety in Ukraine is determined. Differences between the Ukrainian and European systems of adjusting food stuffs' safety are settled.

**Ключові слова:** безпека харчових продуктів, законодавча база, Світова Організація Торгівлі, Європейський Союз.

**Key words:** safety of food products, legislative base, World Trade Organization, European Union.

**Постановка проблеми.** В Україні за останні роки прийнято значну кількість законодавчих актів з питань безпеки харчових продуктів, організаційні та законодавчі засади державного регулювання безпеки та якості харчових продуктів. Нажаль, більшість із них не були належним чином гармонізовані з практикою розвинутих країн. Вони і на теперішній час частково базуються на принципах кінця ХХ століття. Вся законодавча база регулювання безпеки харчових продуктів в Україні має ряд системних проблем.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Законодавчу базу

правового регулювання безпеки продуктів харчування визначено у працях учених-юристів (Віхрова О. П., Мельник О. О., Кравчук С. Й., Галянич М. К.), тому що питання безпеки продуктів харчування регулюється нормами господарського права. Різні аспекти безпеки харчової продукції розглядаються у працях М. А. Хвесика, Г. О. Колесніка, І. І. Лукінова, О. І. Гойчука, С. М. Кваші, П. Т. Саблука, М. Й. Хорунжого.

**Мета дослідження** – охарактеризувати правові засади забезпечення безпеки харчових продуктів в Україні на сучасному етапі та визначити відмінності між законодавством України та європейською системою регулювання безпечності продуктів харчування.

**Виклад основного матеріалу.** Особливою сферою суспільного виробництва є виробництво харчових продуктів, де виробляються товари і надаються послуги для задоволення базової потреби людини – харчування. До цієї сфери відноситься харчосмакова, м'ясо-молочна, мукомольно-круп'яна, лікеро-горілчана, цукрова промисловість тощо. Така продукція безпосередньо споживається населенням, і це висуває особливі вимоги до її якості та безпеки, обумовлює створення державних гарантій дотримання вказаних вимог з метою збереження і зміцнення здоров'я людини, забезпечення її права на належну якість та безпеку харчових продуктів. Крім того, виробництво, обіг і реалізація окремих видів продуктів, зокрема, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, цукру, мають істотну специфіку чи особливе значення, що зумовило прийняття спеціальних законодавчих актів.

Правове забезпечення безпечності та якості харчових продуктів найбільш повно визначено у Законі України від 23.12.1997 р. в редакції від 06.09.2005 р. «Про безпечність та якість харчових продуктів» (надалі – Закон) з щорічними змінами і доповненнями. Цей Закон регулює відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями (постачальниками) та споживачами харчових продуктів, що виробляються, знаходяться в обігу імпортуються і експортуються. Дія цього Закону не поширюється на тютюн і тютюнові вироби та спеціальні вимоги до харчових продуктів, пов'язані з наявністю у них генетично модифікованих організмів чи їх компонентів, що є предметом регулювання спеціального законодавства, а також на харчові продукти, вироблені для особистого споживання.

Відповідно до ст. 3 Закону – державне забезпечення безпечності та якості харчових продуктів з метою захисту життя і здоров'я населення від шкідливих факторів, які можуть міститися у харчових продуктах, здійснюються шляхом: встановлення обов'язкових параметрів безпечності для харчових продуктів; встановлення мінімальних специфікацій продуктів у технічних регламентах; встановлення санітарних заходів і ветеринарно-санітарних вимог для потужностей (об'єктів) та осіб, які зайняті у процесі виробництва, продажу (постачання), зберігання (експонування) харчових продуктів; забезпечення безпечності нових харчових продуктів для споживання людьми до початку їх обігу; встановлення стандартів для харчових продуктів з метою їх ідентифікації; забезпечення наявності нових харчових продуктів для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктах і дієтичних добавках заявлених особливих характеристик та їх безпечності для споживання людьми, зокрема особами, які мають особливі дієтичні потреби; інформування та підвищення обізнаності виробників, продавців (постачальників) і споживачів стосовно безпечності харчових продуктів та належної виробничої практики; встановлення вимог щодо знань та умінь відповідального персоналу виробників, продавців (постачальників); встановлення вимог щодо стану здоров'я відповідального персоналу виробників, продавців (постачальників); участі у роботі відповідних міжнародних організацій, які встановлюють санітарні заходи та стандарти харчових продуктів на регіональному і світовому рівнях; здійснення державного контролю на потужностях (об'єктах), де виробляються та переробляються продукти, що становлять значний ризик для здоров'я і життя людей; здійснення державного нагляду з метою перевірки виконання виробниками та продавцями (постачальниками) об'єктів санітарних заходів вимог цього Закону; виявлення порушень та здійснення необхідних заходів щодо притягнення до відповідальності осіб, які не виконують положення цього Закону» [1].

Відносини між органами виконавчої влади, операторами ринку харчових продуктів та споживачами харчових продуктів і визначає порядок забезпечення безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, що виробляються, перебувають в обігу, ввозяться (пересилаються) на митну територію України та/або вивозяться (пересилаються) з неї регулює Закон України «Про

основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» (редакція від 04.04.2018, підстава 2042-19) [2]. Фактично, цей закон передбачає введення в Україні європейської моделі системи гарантування безпеки та якості продуктів харчування, що базується на процедурах НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points – аналіз небезпечних чинників і критичні контрольні точки). НАССР – це система для ідентифікації, оцінки, аналізу та контролю ризиків, що є важливими для безпечності харчових продуктів. Це науково обґрунтований, раціональний і систематичний підхід до ідентифікації продукції, оцінювання та контролю ризиків, які можуть виникнути під час виробництва, перероблення, зберігання та використання харчових продуктів.

Правові та організаційні засади державного контролю, що здійснюється з метою перевірки дотримання операторами ринку законодавства про харчові продукти, корми, здоров'я та благополуччя тварин, а також законодавства про побічні продукти тваринного походження під час ввезення (пересилання) таких побічних продуктів на митну територію України визначає Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» (прийнятий від 18.05.2017) [3].

Україна, як і більшість країн світу, дотримується стандартів на харчові продукти, закріплені у Кодексі Аліментаріусі (Codex Alimentarius) – збірник схвалених і поданих в однаковому вигляді стандартів на харчові продукти на міжнародному рівні, розроблених в 1962 р. Продовольчою та Сільськогосподарською організацією ООН та Всесвітньою Організацією Охорони здоров'я, спрямованих на захист здоров'я споживачів і гарантування чесної практики в торгівлі ними.

Українське законодавство з питань регулювання безпечності продуктів харчування містить чимало внутрішніх суперечностей й не відповідає нормам Європейського Союзу (ЄС). Наприклад, у п. 2 ч. 1 ст. 14 Закону України «Про захист прав споживачів» (від 12 травня 1991 р. № 1023-ХІІ) сказано: «У разі відсутності нормативних документів, нормативно-правових актів, що містять обов'язкові вимоги до продукції, використання якої може завдати шкоди життю, здоров'ю споживача, навколишньому природному середовищу, а також майну споживача, відповідні органи

виконавчої влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані негайно заборонити випуск і реалізацію такої продукції». Ця норма фактично означає, що всі стандарти є обов'язковими, а це суперечить міжнародним угодам. Тому, є необхідність створення та поширення належної практики стосовно розробки та впровадження стандартів, де зазначено, що всі вони повинні бути добровільними [4].

З огляду на економічну ситуацію в Україні, дуже важливо звільнити від зайвого адміністративного тягаря й реформувати нормативну базу, адже це сприятиме відродженню галузі та підвищить безпечність продуктів харчування для споживачів [5]. Українська система правового регулювання безпечності харчових продуктів досі не відповідає вимогам Світової Організації Торгівлі (СОТ), і більшість країн світу її не визнають. Застосування застарілих інструментів регулювання помітно підриває експортний потенціал України, знижує конкурентоспроможність її сільського господарства та харчової галузі. Сьогодні Україна може експортувати продукцію тваринництва лише до обмеженого кола країн (переважно це країни СНД та Африки), а експорт молочної продукції до ЄС та інших країн з розвинутою економікою не перевищує 11,6% її загального експорту [6].

Формулювання правових норм у різних нормативних актах українського законодавства є непослідовним та нечітким. Існує багато розбіжностей у формулюваннях між законодавчими актами України та ЄС. Наприклад, численні посилання в українському законодавстві (70 згадувань лише в Законі України «Про безпечність та якість харчових продуктів») на «якість» у світлі міжнародних норм, якими стандарти якості визначаються не обов'язковими, створюють перешкоди для участі України в міжнародній торгівлі [6]. Законодавством встановлюється дублювання контролю та перевірок різними регуляторними органами щодо одних і тих самих видів продукції, тоді як в ЄС підхід до контролю безпечності харчових продуктів ґрунтується на аналізі ризику (інтегральний підхід «від лану до столу»).

Законодавча база регулювання безпечності харчових продуктів в Україні складається з низки фрагментарних законів, окремі положення яких дублюються. Для всієї законодавчої бази регулювання безпечності харчових продуктів в Україні характерні такі системні проблеми:



1) законодавство, що регулює безпечність харчових продуктів, є суперечливим, несистемним, і має прогалини в питаннях регулювання. Відсутні ефективні засоби, які б забезпечували його дотримання. Це сповільнює процес його гармонізації із продовольчим законодавством ЄС;

2) сучасна міжнародна система регулювання безпечності харчових продуктів (НАССР) хоча і згадується в декількох законодавчих документах, але не має ефективних механізмів упровадження. Наприклад, Україна включила посилання на НАССР до деяких законодавчих документів, але насправді державні службовці не підготовлені для здійснення контролю вимог системи НАССР, і не можуть, відповідно, визначати, чи діє система належним чином;

3) українське законодавство, що регулює безпечність харчових продуктів, не відповідає міжнародним зобов'язанням перед СОТ, які взяла на себе Україна. Це може спонукати членів СОТ звернутися до Ради СОТ із вирішення суперечок і застосувати до України певні санкції [6].

Прийняття Україною європейської системи регулювання безпечності продуктів харчування в цілому не забезпечило реалізацію та розв'язання таких найважливіших питань:

1. Гармонізація підзаконних актів із головним принципом – покладення основної відповідальності за безпечність харчових продуктів на виробника.

2. Підхід до контролю безпечності харчової продукції заснований на аналізі ризику.

3. Ефективність системи відстеження продукції.

4. Чітко визначена цивільна і кримінальна відповідальність виробника за виготовлення небезпечних продуктів.

**Висновки з постановкою проблеми на подальше дослідження.**

Правове забезпечення безпечності та якості харчових продуктів найбільш повно визначено у Законі України «Про безпечність та якість харчових продуктів», Законі України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Останній – часто називають євроінтеграційним, оскільки він побудований на принципах та вимогах до безпечності харчових продуктів, які діють в ЄС, а саме європейська система безпечності харчових продуктів визнана однією з найкращих в

світі. Європейський споживач є найбільш захищеним. Українське законодавство з питань регулювання безпечності продуктів харчування містить чимало внутрішніх суперечностей і не зовсім відповідає нормам Європейського Союзу (ЄС) та вимогам Світової Організації Торгівлі (СОТ). Законодавча база регулювання безпечності харчових продуктів в Україні складається з низки законів, які потребують значного доопрацювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2809-15>.

2. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»: (редакція від 04.04.2018, підстава 2042-19) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/97>.

3. Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин». – Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017. - № 31. - С.343.

4. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга (ISO 22000:2005, IDT): ДСТУ ISO 22000:2007 [чинний від 01.08.2007] – Київ: Держспоживстандарт України, 2007, 39 с. – (Державний центр інформаційних ресурсів України).

5. Віхров О.П. Господарське право. Спеціальна частина. Навчальний посібник / О. П. Віхров – К.: Видавничий дім «Слово», 2006. – С. 103 – 111.

6. Якість і безпека харчових продуктів: тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., 16-17 листопада 2017 р. / Національний університет харчових технологій; М-во освіти і науки України. – К.: НУХТ, 2017. – 362 с.

7. K. Vitalle (ed.), Environmental and Food Safety for South-East Europe and Ukraine, NATO Science for Peace and Security.

УДК 341.7. 94 (477)

**Маньгора Таміла Василівна,  
к.ю.н., доцент кафедри права  
Вінницький кооперативний інститут**

## **А. ЯКОВЛІВ – ПОСОЛ УНР В АВСТРО-УГОРЩИНІ**

**Анотація.** Розглянуто дипломатичну діяльність А. Яковліва як посла УНР в Австро-Угорщині.

**Ключові слова:** А. Яковлів, дипломатична діяльність, посол УНР.

**Annotation.** The article deals with the problem of diplomatic activity of A. Yakovliv as the UNR's ambassador in Austria-Hungary.

**Key words:** A. Yakovliv, diplomatic activity, UNR's ambassador.

**Постановка проблеми.** Українська дипломатія часів Української Народної Республіки – це ще одна невивчена сторінка нашої історії. Дипломатична діяльність в Україні в часи визвольних змагань 1917-1923 рр. була надзвичайно активною. Потрібно було знайти порозуміння і визначення пріоритетних напрямів державної політики. Слід зазначити, що дипломатична діяльність УНР починалася ще до її проголошення, що значно полегшувало майбутню діяльність української дипломатії.

Серед тодішніх дипломатів був і Андрій Іванович Яковлів – відомий український громадський і політичний діяч, учений-правознавець, історик українського права, член Центральної і Малої Рад, директор канцелярії Центральної Ради. У квітні 1918 р. А. Яковліва було призначено надзвичайним послом УНР до Австро-Угорщини.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Дипломатичній діяльності А. Яковліва присвячені праці Д. Веденєєва, А. Петрика, Я. Попенка, В. Соловйової.

**Мета дослідження:** проаналізувати дипломатичну діяльність А. Яковліва як посла УНР в Австро-Угорщині.

**Виклад основного матеріалу.** У процесі міжнародного визнання Української Народної Республіки, особливо після підписання Берестейського договору, постало питання про створення дипломатичних представництв України. У статті IV-й цього документа зазначалося, що «дипломатичні і консульські зносини між сторонами, що укладають договір, почнуться зараз по ратифікації мирного договору. Для можливого найбільшого

допущення консулів обох сторін застерігаються окремі умови». Навесні 1918 р. у складі Міністерства закордонних справ (МЗС) розпочав свою роботу консульський відділ на чолі з досвідченим урядовцем О. Суховерським [3, с. 24].

Німеччина та її союзники прислали до Києва дипломатичних представників: Німеччина – посла, барона фон Мумма; Австро-Угорщина – посла, графа Форгача; Болгарія – посла, проф. Шиманова; Туреччина – посла Ахмед-Мухтар-Бея.

Перші постійні дипломатичні представництва УНР запроваджуються в країнах Четверного союзу. 16 березня 1918 р. до Німеччини вирушив тимчасовий представник УНР, член УЦР О. Севрюк, а 17 березня 1918 р. призначення тимчасовим представником в Туреччині отримав член УЦР М. Левицький [2, с. 85]. До Болгарії, пізніше, вже за гетьмана П. Скоропадського – О. Шульгин, а до Австро-Угорщини – А. Яковлів.

Призначення А. Яковліва було несподіванкою для нього. Запропонував йому стати послом до Австро-Угорщини – М. Грушевський, який вважав, що «Андрій Іванович має перевагу перед іншими вже тому, що знає теоретично міжнародне право, що він – правник та ще й адвокат. Цього аж досить, щоб розпочати кар'єру дипломата» [7, с. 2]. Основне завдання, яке ставилося перед дипломатом у Відні – ратифікація Австро-Угорщиною Брестського мирного договору, яку австрійці навмисно відклали. М. Грушевський перед поїздкою дав ряд практичних порад, рекомендував познайомитись з послами: Євгеном Петрушевичем, що був головою клубу українських послів в парламенті, з послом К. Левицьким та з міністром здоров'я, професором І. Горбачевським [7, с. 2].

21 квітня 1918 р. в окремому вагоні 2-ого класу, разом з трьома урядовцями А. Яковлів виїхав до Відня. До свого вагону він запросив Д. Дорошенка, який в літературних справах їхав до Львова. На кордоні в Підволочиську пересіли в австрійський потяг, переповнений пасажирами і доїхали до Львова. Пізно увечері 23 квітня делегація приїхала до Відня. Допоміг облаштуватися у Відні професор Степан Смаль-Стоцький [7, с. 2].

На наступний день А. Яковлів найняв помешкання для посольства УНР, що складалося з салону, двох спалень та купальні в готелі «Брістоль», у центрі Відня. В цей же день, неофіційно, до зустрічі з міністром закордонних справ, А. Яковлів поспілкувався з

місцевими кореспондентами, розповів їм про Київ, про Україну взагалі, та подав деякі факти біографічного характеру. Протягом наступних днів А. Яковлів відвідав президента українського посольського клубу Є. Петрушевича в будинку парламенту, де він, як лідер українських послів, мав свій кабінет, познайомився з його сином, що закінчив недавно університет, знав німецьку й французьку мови і запросив його на службу, як дипломатичного секретаря. Також дипломат зустрівся з депутатами австрійського парламенту К. Левицьким та М. Васильком. Василько мав серед австрійсько-угорських політичних кіл багато зв'язків та вплив і не раз допомагав А. Яковліву на посаді посла. Під час зустрічі українських депутатів австрійського парламенту, яку організував Є. Петрушевич, А. Яковлів познайомився з міністром І. Горбачевським, Б. Левицьким, К. Трильовським та іншими, які щиро цікавилися подіями в Україні [8, с. 2].

На початку травня 1918 р. МЗС Австро-Угорщини погодилося прийняти українського посла. Фон Флотов призначив йому день і годину побачення. Призначеного дня, взявши з собою молодого Петрушевича, А. Яковлів зустрівся із заступником міністра закордонних справ фон Флотов, міністр виїхав до Румунії на переговори. Фон Флотов не привітливо прийняв А. Яковліва і заявив, що він не є повноправним послом. А. Яковлів, тоді рішуче зауважив, що у Відні він має таке становище і такі права, які має в Києві посол Австро-Угорської держави, граф Форгач [8, с. 2]. Причиною негативного відношення до А. Яковліва були події, які сталися в Україні, пов'язані з державним переворотом і приходом до влади гетьмана П. Скоропадського.

В першому гетьманському уряді портфель міністра закордонних справ належав Н. Василенкові, який, хоч і був українець, належав до російської партії кадетів, співпрацював в російському часописі «Киевская Мысль». Приймавши міністерство, Н. Василенко в першу чергу відкликав послів, призначених Центральною Радою, в тому числі й А. Яковліва, але не повідомив звільнених, тому послі ще кілька місяців залишались на своїх постах, не знаючи, що вони вже позбавлені дипломатичних уповноважень. Про звільнення А. Яковлів довідався через свого кур'єра, якого він вислав на початку червня до Києва за новинами. Отже, з самого початку дипломатичної діяльності, його статус був двоякий: він вважав себе повноправним послом УНР в Австро-

Угорщині, а між тим, формально не мав вже жодних прав представляти УНР, яка вже перестала існувати. А. Яковлів не знав, але про це було добре поінформоване австрійське МЗС, яке теж чомусь не вважало за потрібне його інформувати і не забороняло йому й далі виконувати функції посла. Заступник міністра, фон Флотов і міністр граф Буріян, приймали від А. Яковліва заяви, дипломатичні ноти, але нічого не відповідали, в розмові обмежувались різними обіцянками [8, с. 2]. Щодня він відвідував МЗС, чекаючи відповіді.

А. Петрик вважає, що однією з причин відставки А. Яковліва був конфлікт, який виник майже відразу між послом та секретарем посольства і перекладачем Боднаром. У своїй телеграмі до Києва А. Яковлів просить міністерство звільнити посадовця, аргументуючи це повною відсутністю в нього кваліфікації та навиків спілкування у «відповідному високому товаристві». На місце секретаря посол просив призначити свого знайомого – українця-емігранта М. Троцького – редактора «Вісника», що видавався за кошти української громади Відня. М. Троцького призначили, проте, ситуація в колективі амбасадри залишалася напруженою. У свою чергу, співробітники (імовірно це були Боднар та Косинин, звільнені з ініціативи посла) повідомляли про «недостойну» поведінку посла А. Яковліва. Після повернення до Києва, колишні дипломатичні працівники продовжували зводити наклеп на Андрія Івановича. Вони доповідали у Міністерстві про те, що «посол п'є і гуляє у Відні в різному невідповідному товаристві принижуючи гідність посла Української Держави». Ця інформація стала відомою послу Австро-Угорщини в Україні – графові Форгачу, який на офіційному прийомі у гетьмана П. Скоропадського розповів голові держави про чутки і порадив відкликати А. Яковліва. Д. Дорошенко, як голова дипломатичного відомства і безпосередній начальник посла, запросив його до Києва і запропонував перейти на роботу до Міністерства, очоливши Департамент Чужоземних зносин. А. Яковлів одразу погодився, але за умови, що залишиться у Відні до прибуття нового амбасадора – В. Липинського [4, с. 267].

А. Яковлів, вважає, що ««чистка» серед дипломатичних представників УНР була сприятлива для політики Німеччини відносно України, але в основі підривала самостійність української держави, що була визнана в Берестейському договорі» [8, с. 2].

Крім основного договору з чотирма державами, укладеного в Бересті, нашій делегації вдалося заключити ще таємний договір з Австро-Угорщиною, на підставі якого вона зобов'язалася видати закон про територіальну автономію Галичини й Буковини. Цей договір мав бути ратифікований окремо і М. Грушевський доручив А. Яковліву в першу чергу вимагати його ратифікації. Під час зустрічей з міністром закордонних справ Буріяном А. Яковлів постійно нагадував про цю справу, а він обмежувався обіцянками провести ратифікацію в належний час [9, с. 2].

На ефективності роботи представництва негативним чином позначався незадовільний стан комунікацій між дипзакладом й урядом республіки. Посольству бракувало конкретних директив із Центру та інформаційного матеріалу про становище в Україні. Як ішлося в доповіді А. Яковліва, представництво, незважаючи на попередню домовленість із пресбюро Центральної Ради, практично не отримувало української преси. «Без часописів, повідомляв посол, почуваю себе зовсім одрізаним від України і не маю жодних інформацій». Навіть щоб отримати таку вкрай важливу інформацію, як хід ратифікації Україною Брестської мирної угоди, А. Яковлів змушений був їздити до берлінського посольства УНР [1, с. 50].

Під час зустрічі О. Севрюк надав йому важливу інформацію в справі загальної політики Німеччини щодо України та передав копію таємного договору. В договорі було зазначено, що уряд Австро-Угорщини зобов'язався ратифікувати договір до 20 липня 1918 р., провівши його затвердження через парламент. При цьому О. Севрюк попередив А. Яковліва, що б він нікому у Відні не давав тексту договору, щоб часом зміст його не потрапив до преси, а це викликало б спротив поляків і тоді парламент може відмовитися його схвалити [9, с. 2].

А. Яковлів регулярно повідомляв Київ про посольську діяльність, але МЗС йому не відповідало, що його дуже непокоїло, він не знав, що діється в Києві після перевороту, який там тепер уряд, хто є шефом-міністром закордонних справ, яке його правове становище, чи є він все ще послом, чи, може, вже звільнений. Щоб дістати якісь певні відомості, А. Яковлів в другій половині травня вислав до Києва урядовця – І. Косинина, з листом до МЗС. Урядовець поїхав, довго не було про нього чуток, до Відня він повернувся на початку червня, привізши багато новин, в тому числі

– офіційне повідомлення, датоване ще початком травня місяця, в якому міністр Н. Василенко повідомляв А. Яковліва, що його звільнено з посади посла, але що він має лишатись у Відні та виконувати обов'язки посла до приїзду наступника, якого ще не було призначено. І. Косинин повідомив ще, що на місце Н. Василенка призначено нового міністра – Д. Дорошенка. Одержавши такі відомості, А. Яковлів вирішив поїхати до Києва та з'ясувати, що там діється та що він має робити: чи чекати у Відні свого наступника, чи переїхати до Києва [9, с. 2].

Виїхав до Києва А. Яковлів 7 червня короткою дорогою через Радивилів і 9 червня ранком був уже в Києві. 11 червня 1918 р. А. Яковлів зустрівся з новим міністром закордонних справ Д. Дорошенком, який просив до призначення нового посла повернутися до Відня та виконував обов'язки посла. Андрій Іванович погодився, за умови, що «може почекати не більше місяця, бо його становище звільненого посла у Відні незвичайно тяжке й некорисне для української держави, що справа ратифікації таємного договору та інші важливі справи вимагають рішучих кроків перед австро-угорським урядом» [10, с. 2].

Під час зустрічі А. Яковлів передав Д. Дорошенкові копію таємного договору, якого в міністерстві не було, та два проекти дипломатичних нот: одна торкалась таємного договору та містила вимогу прискорення його ратифікації; друга містила вимогу звільнення українських земель: Холмщини, Підляшшя й частини Волині з-під окупації австрійського війська та передачі їх в управління гетьманського уряду, згідно з мирним договором. При цьому А. Яковлів запропонував, що, коли текст нот буде схвалений Радою Міністрів, тоді один примірник нот Дорошенко передасть в Києві австро-угорському послу, графу Форґачу, а А. Яковлів, повернувшись до Відня, передасть ноти міністрові закордонних справ Буріянові [10, с. 2].

Через деякий час Д. Дорошенко повідомив А. Яковліва про те, що Рада Міністрів схвалила текст обох нот з деякими невеликими поправками та дала згоду на те, щоб він ці ноти передав міністрові, графу Буріянові у Відні, а в Києві вони будуть того ж дня передані послові, графу Форґачу [11, с. 2]. А. Яковлів повертається до Відня і призначеного дня передає обидві ноти графу Буріянові, зазначивши при цьому, що тотожного змісту ноти передаються



послові, графу Форгачу. Міністр прийняв ноти та обіцяв сповістити про відповідь австро-угорського уряду.

З огляду на інформацію про те, що УНР зірвала визначені обсяги поставок хліба, 18 червня 1918 р. С. Буріян доручив австро-угорському послові в Берліні проінформувати союзників про можливе оголошення Австро-Угорщиною Берестейського мирного договору недійсним. Наступного дня подібні повідомлення міністр розіслав також послам у Болгарії та Туреччині [5, с. 125]. Почалося загострення відносин між двома країнами.

З метою оцінки відношення до України, А. Яковлів зробив візити деяким іноземним послам. Був у німецького посла князя Гогенлоє, мав з ним довгу й цікаву розмову, з якої виніс враження, що Німеччина є головним фактором в політиці щодо України, та що політика Австро-Угорщини до найменших подробиць підпорядкована Німеччині, без згоди якої австрійський уряд не може й кроку ступити. Відвідав також послів Болгарії та Туреччини [11, с. 2].

Також А. Яковлів відвідав іспанського генерального консула, що виконував і функції посла Іспанії, який здійснював захист громадян країн Антанти і колишньої Росії. Український дипломат кілька разів був у нього в справі правового захисту українських громадян, та пояснив йому, що тепер існує самостійна Українська Держава, якої він є акредитований посол при австро-угорському уряді, так що тепер захист українських громадян має перейняти українське посольство у Відні. Консул довго сперечався, відстоюючи своє право на опіку громадян колишньої Росії, але нарешті згодився передати захист українців українському послові [12, с. 2].

Під час перебування в Австро-Угорщині, А. Яковлів, сприяв звільненню полонених українців, здійснював реєстрацію всіх полонених по всіх таборах. Бойова Управа Союзу Визволення України, сформована ще у 1917 р. у місті Фрайштадті з ініціативи Д. Донцова [4, с. 266] почала формувати дивізію. Посол УНР, звертаючись до МЗС, пропонував створити Комісію при українському посольстві у Відні, так як Бойова Управа Союзу Визволення України не мала на те офіційного мандату. До функцій інституції мав належати збір інформації про перепис полонених, процес формування українських військових організацій та повернення полонених до України [4, с. 267]. Для того, щоб бути

постійно в курсі всього, що робиться в справі організації полонених українців, повернення їх до України, вважає за необхідність мати тимчасового військового агента, який би знав місце розташування таборів. Запропонував на цю посаду свого брата, курінного I полку дивізії з полонених, що формувався в Володимирі-Волинському – Григорія Яковліва, який мав звання капітана, протягом двох років був в австрійському полоні, утримувався в трьох таборах, знав умови перебування в таборах та майже всіх особисто полонених українських офіцерів. Аргументував це тим, що служба за кордоном потребує особливого довір'я і впевненості, – «на брата ж можу покласти більше ніж на кого» [6, арк. 1].

З метою допомоги українцям, які перебували в Австро-Угорщині, А. Яковлів організував консульський відділ. Громадян Великої України у Відні було мало й консульська праця обмежилась видачею кількох паспортів та посвідок. [11, с. 2].

А. Яковлів, в «Споминах», основною причиною повернення до Києва називає невчасний приїзд нового посла В. Липинського, який мав прибути до Відня до 1 липня 1918 р. та інцидент з нотами Австро-Угорщині, учасником якого був Д. Дорошенко. Не дочекавшись приїзду нового посла В. Липинського, А. Яковлів 10 липня покинув Відень та від'їхав до Києва. Канцелярію посольства залишив на секретаря А. Петрушевича, на підмогу йому залишив урядовця І. Косинина, забезпечивши їх платнею на місяць, заплатив за помешкання в готелі та ще залишив на всякий випадок пару тисяч крон на поточні рахунки в банку [11, с. 2].

#### **Список використаних джерел:**

1. Веденєєв Д. Дипломатія Української держави доби Центральної Ради / Д. Веденєєв // Зовнішні справи. – 2013. – № 2. – С. 46–51.

2. Веденєєв Д. Становлення зовнішньополітичної служби України в період Центральної Ради / Д. Веденєєв // Український історичний журнал. – 1997. – № 3. – С. 79–89.

3. Державний Центр Української Народної Республіки в екзилі: Статті і матеріали. / Гол. редак. Л. Винар; заст. Гол. редак. Н. Пазуняк. Інститут дослідження модерної історії України. – Філадельфія-Київ-Вашінгтон: Фундація імені Симона Петлюри, Веселка, Фундація Родини Фещенко-Чопівських, 1993. – 495 с.

4. Петрик А. Андрій Яковлів (1872–1955): нарис життя та діяльності / А. Петрик // Український історичний збірник. – 2011. – № 14. – С. 261–270.

5. Фартушний Ю. В. Свобода козацтва як вимір свободи нації (за мотивами ранніх творів Андрія Яковліва) / Ю. В. Фартушний // Яковлівські читання. Матеріали наукової конференції, присвяченої пам'яті українського історика, правознавця, громадського і політичного діяча Андрія Яковліва (1872–1955) / Молодіжне історичне товариство ім. А. Яковлева; Українське історичне товариство. – Черкаси, 2000. – С. 6–9.

6. ЦДАВО України, Ф. 3198. Посольство Української Держави в Австро-Угорщині, м. Відень, оп. 1., спр. 1. Листування з Міністерством по внутрішнім адміністративним справам посольства і директивні розпорядження і вказівки міністерства. 5 серпня – 23 листопада 1918 р., 28 арк.

7. Яковлів А. На дипломатичній службі України (Уривки з моїх «Споминів» за 1918–1919 рр.) (1) / А. Яковлів // Свобода. – 1953. – № 82. – 8 квітня. – С. 2.

8. Яковлів А. На дипломатичній службі України (Уривки з моїх «Споминів» за 1918–1919 рр.) (2) / А. Яковлів // Свобода. – 1953. – № 83. – 9 квітня. – С. 2.

9. Яковлів А. На дипломатичній службі України (Уривки з моїх «Споминів» за 1918–1919 рр.) (3) / А. Яковлів // Свобода. – 1953. – № 84. – 10 квітня. – С. 2.

10. Яковлів А. На дипломатичній службі України (Уривки з моїх «Споминів» за 1918–1919 рр.) (4) / А. Яковлів // Свобода. – 1953. – № 85. – 11 квітня. – С. 2.

11. Яковлів А. На дипломатичній службі України (Уривки з моїх «Споминів» за 1918–1919 рр.) (5) / А. Яковлів // Свобода. – 1953. – № 86. – 14 квітня. – С. 2.

12. Яковлів А. На дипломатичній службі України (Уривки з моїх «Споминів» за 1918–1919 рр.) (6) / А. Яковлів // Свобода. – 1953. – № 87. – 15 квітня. – С. 2, 4.

**ГУМАНІТАРНІ НАУКИ****УДК:92(477):327 «1920/1930»**

**Коваль Андрій Володимирович, к.і.н.  
кафедра економічної теорії,  
фундаментальних та соціально-  
гуманітарних дисциплін  
Вінницький кооперативний інститут**

**ТОРГОВЕЛЬНІ ЗВ'ЯЗКИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ  
УСРР У ПЕРІОД ЗАПРОВАДЖЕННЯ НЕПУ  
(ПОЧ. 1920-Х РР.)**

Досліджується процес налагодження міжнародних зв'язків українських кооперативних союзів у 20-ті роки ХХ століття.

In the article the process of establishing connections of Ukrainian Cooperative Unions in the 20–th of the ХХ -th century is explored.

**Ключові слова:** кооперація, кооперативний союз, економіка, міжнародні зв'язки, торгове представництво, Укоопспілка.

**Key words:** Cooperative System Cooperative Union, economics, international connections, trade representative union.

**Мета.** Дослідження процесу налагодження міжнародних зв'язків українських кооперативних союзів у 20-ті роки ХХ століття.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Кооперація, як економічне та історичне явище привертала увагу багатьох дослідників. У радянський період було чимало зроблено для збору статистичних даних про результати торговельної діяльності споживчої кооперації України, проаналізовано позитивні й негативні наслідки її впровадження в господарську практику. Це праці П. Височанського, О. Гречка, Є. Дешко, С. Зарудного, П. Кожаного, А. Лозового та ін. Але зазначений комплекс літератури відзначається класово-партійним підходом. Дослідження окремих аспектів політики більшовиків стосовно української кооперації, у тому числі зовнішньоторговельної діяльності, здійснювалися вітчизняними та російськими науковцями і дослідниками з діаспори протягом 1950-1990-х рр.

**Результати дослідження.** Розвиток країни завжди залежить від багатьох напрямків, одним із яких є зовнішньоторговельні відносини. Розвиваючи цей напрямок, країна може на етапі становлення або відновлення економічного господарства отримати необхідну підтримку у вигляді готових продуктів різного призначення та інвестицій. Саме цього потребувала економіка УСРР після встановлення комуністичного режиму на її території.

Зовнішня торгівля УСРР на початку 1920-х років зіткнулася з низкою проблем, які постали перед нею. Нещодавно закінчилася Перша світова війна, в країні тільки закінчилася громадянська війна, внаслідок чого був встановлений комуністичний режим більшовиків. Європа та весь Західний світ був налаштований проти комуністичної держави, в яку входила УСРР. Антанта створила економічну блокаду проти Радянської держави. Все більшого масштабу набувала соціально-економічна криза, яка виливалася в політичну нестабільність.

Населення країни в основному було аграрне, селяни за останні роки перевели своє господарство повністю на самозабезпечення, внаслідок між містом та селом майже не було товарообміну. Будь-який товар був дефіцитним через те, що майже нічого не вироблялося, підприємства не працювали або були зруйновані. Для їх відновлення потрібні були нові машини та устаткування, яке можна було імпортувати за кордону.

Західний світ не визнавав комуністичний режим, який було встановлено після падіння Російської імперії, та відмовлявся йти на співпрацю. Більшовики звернули увагу на кооперацію, в якій залишилися зв'язки та авторитет в Європі ще з довоєнного часу. Але тут з'явилися проблеми: стара кооперація до складу якої входили представники Дніпросоюзу, Українбанку, Централу, виступала проти встановлення зв'язків з новою українсько-радянською кооперацією. Натомість вони обіцяли умови відновлення царської Росії дуже великі поставки товарів у Старий світ, але весь Західний світ був виснажений Першою світовою війною, окрім того економіка цих країн потребувала відновлення, тому їх ніхто не підтримав.

Західні торговельні та виробничі громади розглядали українську кооперацію як потенційного партнера в експортно-імпортних операціях на території колишньої Російської імперії,

адже з більшовиками вони не хотіли співпрацювати через нестійкий валютний стан радянського карбованця.

Перехід країни до непу суттєво підвищив значення міжнародних економічних зв'язків для української кооперації. Вітчизняним кооператорам доводилося враховувати, що економіка України перебувала у найтяжчому стані. Селяни потребували промислових товарів та сільськогосподарського реманенту, чого не вистачало на внутрішньому ринку, у свою чергу дрібним виробникам необхідна була сировина, яку в той час привозили лише з-за кордону. Реалізуючи за кордоном сільськогосподарські продукти, споживча кооперація купувала на зарубіжних ринках предмети першої необхідності, промислові вироби, галантерею, нитки, взуття, залізо, цвяхи тощо.

Налагоджувати контакти із західноєвропейськими партнерами щодо експорту та імпорту товарів і сільгосппродукції вітчизняні кооператори почали відразу ж після проголошення непу.

З весни 1921 року були поновлені експортні заготівлі споживчої кооперації України. Однак у цій справі виникло ряд проблем, які негативно впливали на розгортання закордонної діяльності вітчизняної споживчої кооперації. Кожна угода кооперації УСРР щодо заготівлі, збуту чи закупівлі імпортних товарів ретельно контролювалася державою під кутом зору політико-класової доцільності. Підтвердженням цього є заборона Наркомзовнішторгу РСФРР, за підписом наркома Л.Б. Красіна (березень 1921 року), щодо налагодження будь-яких торговельних контактів між українськими та румунськими кооператорами. Причиною цього слугував той факт, що серед румунських кооператорів, з якими проводила переговори Вукоопспілка, виявилися білоемігранти [7].

Інша проблема полягала у тому, що західноєвропейські партнери, отримуючи від вітчизняних кооператорів продукти сільського господарства та сировину, не завжди дотримувалися угоди щодо розрахунків з ними необхідними для селян товарами. Так було у випадку з італійськими кооператорами, коли ті у квітні 1921 року прислали на ім'я ВУКС пароплав з електротоварами, які вона не замовляла [8].

Негативно впливали на відродження експорту продукції з України і стихійні товарообмінні операції селян у прикордонній зоні з Польщею та Румунією. Про це 22 липня 1921 року йшлося на

засіданні особливої комісії з палива і продовольства при РНК УСРР. Було вирішено категорично заборонити селянам самотійно здійснювати продаж зернохліба та інших сільськогосподарських продуктів на кордоні, щоб унеможливити стихійний і несанкціонований витік збіжжя та інших продуктів [15].

Попри всі труднощі Вукоопспілка доклала багато зусиль для організації експортно-імпортних операцій. Вона почала відкривати свої самотійні представництва за кордоном, хоча це не зовсім влаштовувало існуючу владу. У червні 1921 року перша делегація Вукоопспілки виїхала до Чехословаччини, а вже у вересні в Празі відкрилося представництво ВУКС. У середині самої системи споживчої кооперації був створений експортний фонд, хоча він і складався переважно із старих запасів сировини. Згідно з рішенням правління Вукоопспілки у травні 1921 року при товарообмінному управлінні ВУКС був створений експортний відділ, який здійснював загальне керівництво експортно-імпортними операціями.

Характерною особливістю експортних заготівель споживчої кооперації у 1921 року було те, що в перші місяці переходу до непу з огляду на складну економічну ситуацію в республіці вона вивозила переважно старі запаси сировини, які зберігалися на складах, у тому числі паркет, вироби кустарних промислів, прядиво, тютюн, хміль, коноплі, патоку. Так, Полтавською губспілкою до червня 1921 року було направлено до Одеси з метою подальшого збуту та кордоном 11 вагонів конопель і 3 вагони паркету.

З весни 1921 року експорт до Європи складався з лісоматеріалів, зокрема дуба, вільхи, осики, дощок, шпал. Їх охоче купували англійські, французькі, німецькі, бельгійські, голландські підприємці. Згідно з договором з Наркомземом від 22 серпня 1921 року, Вукоопспілка розпочала експортну заготівлю насіння городніх культур [1].

За обсягом експорту лікарських рослин Україні тоді належало одне з перших місць. Найважливішими ринками збуту були міста Гамбург і Лейпціг. Експортні заготівлі лікарських рослин проходили активно. Так, протягом весни-літа 1921 року найбільше їх заготували: Кременчуцька губспілка – 1830 пуд., Полтавська – 1576 пуд., Одеська – 836 пуд., Київська – 445 пуд.[2].

Неврожай та голод, що посилювалися в Україні з кінця літа 1921 р., без сумніву, впливали на експортні заготівлі споживчої кооперації. Однак експортна діяльність споживчої кооперації протягом другої половини 1921 р. поступово ставала більш стабільною та визначеною. Цьому сприяв ряд факторів. У той період почався процес визнання Радянської Росії з боку капіталістичних країн. Без сумніву, це дало поштовх для активізації експортно-імпоротної діяльності споживчої кооперації.

З огляду на зацікавленість держави у відродженні експортної діяльності більшовикам довелося вжити ряд заходів щодо матеріальної підтримки цього напряму роботи заготовельних організацій. Так, на Політбюро ЦК КП(б)У 23 вересня 1921 р. вирішили клопотатися перед РПО РСФРР про виділення для УСРР експортного фонду в 50 млн. крб., що на той час було значною сумою [13]. Архівні документи засвідчують, що 23 листопада 1921 року Рада зовнішньої торгівлі при РНК УСРР ухвалила рішення: за проведені експортні заготівлі сировини для державних потреб Вукоопспілка могла розраховувати на певну винагороду натурою, яку дозволялося реалізувати за кордоном на підставі положення про взаємовідносини між ВУКС і Наркоматом зовнішньої торгівлі УСРР (УНКЗТ) [11].

Водночас восени 1921 року більшовики ухвалили ряд директив, які певним чином обмежували експортні заготівлі української кооперації. Через брак експортної сировини між заготівельними організаціями точилися суперечки. З огляду на це 25 листопада 1921 року Українська економічна рада (УЕР) ухвалила рішення про концентрацію експортних товарів старої заготівлі. Спеціальній комісії з представників Наркомату юстиції та інших відомств доручили протягом тижня виробити положення про передачу всієї заготовленої експортної сировини і товарів державному відомству – Укрзовнішторгу. Таким чином, активізація експортно-імпоротної діяльності ряду заготовельних організацій спричинила конкуренцію між ними, зокрема між Укрзовнішторгом та Вукоопспілком [9].

Суперечливою виявилася постанова ВУЦВК і УЕР від 30 листопада 1921 року «Про державну заготівлю сировини» [6]. Заготівля сільськогосподарської сировини для експорту покладалася в першу чергу на Уповнаркомзовнішторг. Безпосередньо сама ВУКС та її місцеві організації мали здійснювати заготівлю сировини для потреб внутрішнього ринку та



експорту в порядку залучення споживчої кооперації державними органами до товарообміну. Товарні фонди та склади для збереження експортної сировини, які належали Наркомпроду, протягом місяця мали перейти до Української ради народного господарства та Наркомату зовнішньої торгівлі, а значно менша частина товарних фондів – до Вукоопспілки.

Під тиском регулюючих органів у кінці 1921 року Вукоопспілка мала укласти угоду з УНКЗТ щодо закордонної діяльності та збуту експортної продукції. Відтак закордонні операції в галузі реалізації сировини та закупки необхідних промислових товарів ВУКС була зобов'язана проводити за угодою із відповідним закордонним представництвом Зовнішторгу. У тих країнах, де функціонували представництва Зовнішторгу УСРР або РСФРР, Вукоопспілка не мала права організувати самостійні представництва, а об'єднувала їх із представництвами Зовнішторгу. Усі сировинні й грошові ресурси УНКЗТ і Вукоопспілка були зобов'язані об'єднувати, не втрачаючи при цьому своєї внутрішньої самостійності [10]. Безперечно, це обмежувало самостійні кроки кооператорів за кордоном і підпорядковувало їм дії конкуруючій організації – Наркомату зовнішньої торгівлі.

До тієї продукції, що вивозилася кооператорами в перші місяці непу, протягом другої половини 1921 року, додалися пух, перо, фанера, мінеральні добрива, вапно, кислоти, вощина, щетина, шкіра рогатої худоби, вовна, висівки, насіння буряків, кістки, цибуля, кінський волос, роги, копита, кишки, хутро, сушені овочі та фрукти. Крім цього, з метою реклами та розширення експортних замовлень Вукоопспілка направила на кооперативні виставки в Прагу, Лейпціг та Лондон вироби кустарної промисловості з дерева, кераміку, вишивки майстрів Полтавщини, Київщини, Волині, Поділля. Завдяки реалізованій за кордоном експортній продукції ВУКС змогла до кінця 1921 року закупити необхідні товари, у тому числі медикаменти, сільськогосподарський реманент, одяг тощо [3].

Оскільки вивозити продукти харчування у період наростання голоду споживча кооперація не могла, протягом другої половини 1921 року місцеві кооперативні організації відшукували таку сировину, яка користувалася найбільшим попитом за кордоном, але водночас не зменшувала продовольчі запаси України. Наприклад, Одеська губспілка активно заготовляла для подальшого експорту

заячі шкурки, овчину, пух, перо, кишки, дурман, шерсть, щетину, кінський волос тощо [5].

Споживча кооперація мусила виконувати державні завдання щодо заготівлі експортної сировини. Наприклад, кооператори Полтавщини заготовляли смушки за завданнями Зовнішторгу УСРР в обмін на шкіру та сіль. У жовтні 1921 року Полтавська губспілка уклала угоду з губернським відділом Губзовнішторгу на заготівлю 10 тис. штук овчини за гроші. Подільська губспілка на замовлення Подільського відділення УНКЗТ активно заготовляла на експорт кустарні вироби [14].

Поступове розгортання обсягів та масштабів експортно-імпоротної діяльності Вукоопспілки спонукали її до створення в січні 1922 року спеціального відділу експорту та імпорту. З осені 1922 року місцеперебуванням головного представництва ВУКС став Берлін, а його відділення діяли у Відні, Варшаві та Лондоні. Тоді ж було відкрито представництво ВУКС у Константинополі. На початку 1922 року Вукоопспілка організувала спеціальні прикордонні контори в Шепетівці, Волочиську та Одесі, на які покладалися обов'язки переправки товарів через кордон [4].

**Висновки.** Отже, українська радянська кооперація на початковому періоду впровадження Непу, зіткнулася з багатьма проблемами, які перешкоджали вільному виходу на європейський простір. Країни Європи не хотіли визнавати владу більшовиків на теренах колишньої Імперської Росії, але багатьом торгово-промисловим колам, потрібно було знаходити нові ринку збуту для подальшого розвитку. Саме таким ринком, вони бачили територію де було встановлено владу більшовиків. Європейські країни згодилися співпрацювати з кооперативними організаціями при умові натурального розрахунку, через те, що в радянській державі існувала висока інфляція, яка не давала змогу проводити товарно-грошові відносини.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аліман М. В. Історія споживчої кооперації України / М. В. Аліман, С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей та ін. – Львів: Інститут Українознавства НАН України, 1996. – С.219.
2. Андреев В. Н. Итоги заготовки кооперацией лекарственных растений / В. Н. Андреев // Кооперативный бюллетень Вукоопспилки. – 1921. – 16 ноября.

3. Внешняя торговля Украины в 1921 г. – Еженедельник НКВТ. – 1922. – № 1. – С.10.
4. Зовнішня торгівля кооперації // Кооперативний бюллетень Вукопспилки. – 1922. – 13 марта.
5. Отчет Одесской районной конторы Наркомвнешторга. 1920-1922. – Одесса, 1922. – С. 51.
6. Сборник узаконений и распоряжений рабоче-крестьянского правительства Украины. – 1921. – №24. – С 844-845.
7. ЦДАВО України – Ф.2. – Оп.2. – Спр.86. – арк. 12.
8. ЦДАВО України – Ф.2. – Оп.2. – Спр.86. - арк. 28.
9. ЦДАВО України. – Ф.1. – Оп.2. – Спр.119. – арк. 127.
- 10.ЦДАВО України. – Ф.2. – Оп.2. – Спр.36. – арк. 44.
- 11.ЦДАВО України. – Ф.2. – Оп.2. – Спр.36. – арк. 1.
- 12.ЦДАВО України. – Ф.2. – Оп.2. – Спр.5. – арк. 51.
- 13.ЦДАВО України. – Ф.2. – Оп.2. – Спр.6. – арк. 51.
- 14.ЦДАВО України. – Ф.2. – Оп.2. – Спр.86. – арк. 71.
- 15.ЦДАВО України. – Ф.296. – Оп.1. – Спр.131. – арк.169.

**УДК: 334.78:305-055.2**

**Ладаняк Інна Анатоліївна, к.і.н.,  
завідувач кафедри суспільно-гуманітарних  
та правознавчих дисциплін  
Ткачук Н. П., викладач  
кафедри суспільно-гуманітарних  
та правознавчих дисциплін  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту**

## **ГЕНДЕРНА ПОЛІТИКА У РОЗБУДОВІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ЗГОРТАННЯ НЕПУ**

**Анотація.** У статті досліджена гендерна політика у споживчій кооперації в період згортання НЕПу, зокрема висвітлені причини незначного залучення жінок до роботи у системі споживчої кооперації України, а саме: неосвіченість в цілому та незнання кооперативної грамоти.

**Abstract.** The article deals with the gender policy in consumers' cooperation during the period of disamantling the new economic policy (NEP), in particular the reasons for the women's minor involvement in the system of consumers' cooperation in Ukraine are considered, such as lack of education on the whole as well as of cooperative knowledge.

**Ключові слова:** гендер, споживча кооперація, нова економічна політика (НЕП).

**Key words:** gender, consumers' cooperation, new economic policy (NEP).

Згортання НЕПу вплинуло на розвиток споживчої кооперації. І у світлі завдань, що стояли перед нею в період занепаду НЕПу – це участь жіноцтва у її діяльності.

Неабияку роль відіграла I Всеукраїнська нарада жінок-кооператорок, що відбувалась 13-15 серпня 1929 року. Не лише в Україні ця нарада була першою, а у цілому Радсоюзі та й усьому світі. Цей захід був визначний. Листи надійшли на його адресу мало не від десяти закордонних кооперативних об'єднань.

До останніх перевиборів керівних органів в усій споживчій кооперації (і робітничій, і сільській) жінок у правліннях та ревкомісіях було усього 373, з яких 334 у робкоопах, а у правліннях – усього 39. До того, у них бракувало грамотності [1, с. 2].

Правління ВУКСу розробило й затвердило відповідні заходи щодо організації кооперативної освіти, яка мала будуватися так: технікуми, як вищі навчальні заклади; кооперативні школи, як заклади середньо-спеціальної освіти; тимчасові курси, як форма підготовки і перепідготовки спеціалістів усіх рівнів [2, с. 358]. Особливе місце відводилося організації курсів для підготовки працівників масових професій, через які мали забезпечити систему такими кадрами, як продавцями, обліковцями, заготовачами тощо.

Жінки, закінчивши школи або курси кооперативної грамоти, працювали на заводі. Тим паче, що програма для курсів була простою та короткою, орієнтована на перепідготовку відповідальних працівників робітничої кооперації та апарату райспоживспілок. Вони протягом 104-х годин мали опанувати нововведення з питань обліку, статистики та організації товарообігу, громадського харчування тощо. Майже третина годин відводилося вивченню технології організаційно-кооперативної роботи та культурно-освітній діяльності спілок і споживчих

товариств [3, арк. 104].

Однак значна кількість проблем споживчих товариств виникала через відсутність кваліфікованих інструкторів, здатних навчити малоосвічений кооперативний апарат основам діловодства, бухгалтерського обліку тощо. А тим часом були скарги на заводах, що нікого було висувати на керівні посади. Окрім того, заробітна плата представницям надавалась мізерна, набагато менша, ніж чоловікам. Наприклад, працював інструктором молодий хлопець, якому платили 120 крб., коли стала на цю роботу жінка, їй платили лише 90 крб. А бувало й таке, що робітниця-висуванці платили у кооперативі 30-40 крб., коли на заводі вона заробляла 60-70 крб.

Чоловіча упередженість щодо жінок була дуже відчутною. Але обвинувачувати тільки чоловіків не потрібно, подекуди й самі жінки до кооперативної роботи ставились байдуже. Часом і обрані до правління чи ревкомісії працівниці не брали у роботі участі.

Тому першочерговим завданням кооперації було більше уваги та коштів приділяти культурно-освітній діяльності, особливо серед жінок. Адже на той час в Україні налічувалось 4 мільйони неписьменних жінок.

«Кооперація має поширювати кооперативну та загальну освіту через масову роботу (радіо, кіно, лекції, доповіді), засновувати кооперативні гуртки, школи, курси, обслуговувати всі побутові потреби тих, хто працює: засновувати центри матері та дитини, дитячі консультації, майданчики, ясла, санаторії, притулки, дбати про побутове розкріпачення жіноцтва через громадські організації тощо, боротися з алкоголізмом, зокрема відриваючи культурні чайні...» [4, арк. 3].

Зроблено для цього чимало в останні роки НЕПу. Наприклад, 1925-1926 рр. через масову роботу до кооперації залучена 641 тисяча осіб, а у 1927-1928 рр. – вже 2380. У 1929 р. в Україні відкривалося 167 кооперативних дитячих садків, 84 дитячих ясел, 380 їдалень, 15 культурних чайних [4, арк. 3].

Більше коштів виділялося кооператорами на культурно-побутову роботу. Також важливим завданням кооперації було просування книжки серед працівників споживчої кооперації.

Таким чином, в період згортання НЕПу зусиллями радянської влади були здійснені значні кроки щодо ліквідації неписьменності жіноцтва та налагодження професійної кооперативної освіти.

**Список використаних джерел:**

1. Завдання споживчої кооперації і жіноцтва [ред. ст-тя] // Комунарка України, 1929. – № 32. – С. 2.

2. Ф. Р-122. Вінницький центральний робітничий кооператив. 1923 – 1939 рр. Спр. 37. Циркуляри Всеукраїнської кооперативної спілки. 5 жовтня 1925 р. – 21 вересня 1926 р. 116 арк.

3. Ладаняк І. А. Культурно-освітня діяльність споживчої кооперації Поділля в 1925-1927 рр. / І. А. Ладаняк // Література та культура Полісся.- Вип. 66: Соціальні аспекти історико-культурного розвитку Полісся й України / відп. ред. і упор. Г. В. Самойленко. – Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2011. – С.353-362.

4. Більше уваги й коштів на культурно-побутову роботу [ред. ст-тя] Комунарка України, 1929. – № 32. – С. 3.

**УДК 378.016:51**

**Тямушева Наталія Володимирівна,  
викладач кафедри загальноосвітніх  
дисциплін та фізичного виховання  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту**

## **ФОРМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИМІРІВ**

**Анотація:** В статті проаналізовано сутність математичної компетентності. Розкрито основні напрями формування математичної компетентності, необхідної для майбутньої професійної діяльності студентів.

**Abstract:** The article analyzes the essence of mathematical competence. The basic directions of formation of mathematical competence, necessary for the future professional activity of students are revealed.

**Ключові слова:** компетенція, компетентність, математична компетентність, економічна компетентність.

**Keywords:** competence, competency, mathematical competence, economic competence.

**Постановка проблеми.** Наша держава перебуває на етапі докорінних змін усіх державницьких сфер, поміж яких і національна освіта. Відбувається природне оновлення системи національної освіти, яке спричинене двома чинниками: входження

нашої держави до Європейського культурного простору та змінами адміністративно-професійних умов функціонування закладів освіти. Актуальним є питання щодо підготовки висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, яким притаманна економічна компетентність, які здатні до ризику та прийняття ефективних і самостійних рішень. У нову добу розвитку людства необхідний фахівець, який здатен не лише оволодіти знаннями, а й зуміти застосовувати їх на практиці, швидко адаптуватися до нестандартних ситуацій.

Важливою проблемою наразі постає питання створення необхідних умов для набуття майбутніми спеціалістами необхідних компетентностей, що дадуть можливість творчо та ефективно взаємодіяти в міжособистісних відносинах і таким чином досягати статусу конкурентоспроможних фахівців та компетентних громадян як у професійній сфері, так і соціальному контексті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення наукових джерел дало змогу зазначити, що проблемами формування професійної компетентності майбутніх спеціалістів, зокрема економічного напрямку, як в Україні, так і за кордоном, присвячували свої наукові дослідження М. Б. Євтух, О. С. Падалка, О. Л. Онуфрієва, Г. А. Дмитренко, В. І. Саюк, Т. І. Бурлаєнко, К. Ю. Тушко, Н. В. Овсюк. Питання математичної компетенції як складової частини компетентнісного підходу досліджували у своїх працях С. А. Раков. Можна із впевненістю сказати, що в сучасних умовах, майбутні фахівці різних галузей потребують серйозної математичної підготовки, чим визначається місце математики в системі вищої освіти. Отже, у цілому питання формування математичних компетентностей в умовах сучасних вимірів потребує подальшого дослідження.

**Метою статті** є аналіз поняття математичної компетентності, різних підходів до її характеристики, визначення напрямів формування математичної компетентності майбутніх спеціалістів економічної сфери діяльності.

**Виклад основного матеріалу.** Національна стратегія розвитку освіти на 2012 – 2021 роки ставить за мету підвищення доступності якісної, конкурентоспроможної освіти для громадян України відповідно до вимог інноваційного сталого розвитку суспільства, економіки, кожного громадянина; забезпечення особистісного розвитку людини згідно з її індивідуальними

здатками, здібностями, потребами на основі навчання упродовж життя [1]. І тому сучасні заклади освіти потребують створення освітнього простору, спрямованого на виховання конкурентноспроможної особистості, котра зуміє розробляти свої життєві плани, самостійно використовувати знання для розв'язання проблем. Американський консультант у галузі менеджменту Пітер Друкер сказав: «Час, що наближається, – це епоха інтелектуального працівника, який, крім формальної освіти, володіє ще й практичним застосуванням знань та навичками неперервного навчання» [2].

Для успішної участі в сучасному суспільному житті студенти повинні володіти певним набором економічних знань, побудованих на володінні певними прийомами математичної діяльності і навичками їх застосувань до розв'язування практичних задач. Перебудова математичної освіти, посилення практичної спрямованості курсу математики, дозволяє в його рамках зрозуміти роль математики в світі, в якому він живе, висловлювати обґрунтовані математичні судження та використовувати математичні знання для задоволення пізнавальних і практичних потреб.

Теоретичний аналіз проблеми формування математичних компетентностей спрямовує до головних понять дослідження: «компетенція», «компетентність», «математична компетентність». «Компетенція» розглядається як питання, в яких людина добре обізнана, володіє пізнанням та досвідом; коло повноважень посадової особи [3]. «Компетенція» – відчужена від суб'єкта, наперед задана соціальна норма (вимога) до освітньої підготовки студента, необхідна для його якісної продуктивної діяльності в певній сфері [4].

Виділимо такі характеристики компетенцій: ефективне використання здібностей, що дає змогу плідно здійснювати навчальну діяльність згідно зі встановленими вимогами; володіння знаннями, вміннями й досвідом, необхідними для виконання самостійної пізнавальної діяльності; розвинута співпраця з іншими студентами в навчальному процесі; інтегроване поєднання знань, здібностей і установок, оптимальних для виконання навчальної діяльності в освітньому середовищі; здатність робити що-небудь ефективно в широкому форматі контекстів з високим ступенем саморегулювання, саморефлексії, самооцінки [5].



«Компетентність» – набута інтегральна характеристика особистості, що зумовлює можливість здійснювати деяку діяльність на основі використання знань навчального і життєвого досвіду відповідно до засвоєної системи цінностей [4]. «Компетентність» – це володіння необхідними компетенціями, які містять особистісне ставлення людини до предмета діяльності [6]. Таким чином, компетентність формується та розвивається в процесі певної (професійної або життєвої) діяльності.

На думку відомого науковця та дослідника С. А. Ракова «Математична компетентність» – це спроможність особистості бачити та застосовувати математику в реальному житті, розуміти зміст і методи математичного моделювання, будувати математичну модель, досліджувати її методами математики, інтерпретувати отримані результати, оцінювати похибку обчислень. Математична компетентність визначається рівнями навчальних досягнень, для яких суттєвим є набуття математичних умінь. До математичних умінь належать уміння: математичного мислення; математичного аргументування; математичного моделювання; постановки та розв'язування математичних задач; презентації даних; оперування математичними конструкціями; математичні спілкування; використання математичних інструментів.

Для формування математичної компетентності розробляються завдання, що формують в студентів уміння: визначати проблеми, які можуть бути розв'язані засобами математики; формулювати ці проблеми мовою математики; розв'язувати їх із використанням математичних знань та методів; інтерпретувати здобуті результати, враховуючи поставлену проблему; формулювати й записувати остаточні результати розв'язання поставленої проблеми. Сучасні дослідження показали, що інколи випускник, який уміє добре відтворювати інформацію, «але розучився думати», не вміє знаходити самостійне творче рішення в складних ситуаціях, таким чином спостерігається розрив між вимогами, що ставляться перед людиною в процесі навчання, та тими, які постають у реальному житті [7].

Можна виділити такі напрями формування математичних компетентностей: побудова та дослідження найпростіших математичних моделей реальних об'єктів, процесів та явищ; володіння необхідною оперативною інформацією для розуміння постановки математичної задачі; володіння технікою обчислень;

уміння проектувати та здійснювати алгоритмічну, а також евристичну діяльність, використовуючи математичний матеріал; уміння працювати з формулами; уміння будувати та читати графіки функціональних залежностей, досліджувати їх властивості; уміння класифікувати та конструювати геометричні фігури на площині і у просторі; уміння оцінювати шанси настання тих чи інших подій, міру ризику під час того чи іншого рішення, обирати оптимальний варіант.

Сучасне застосування математики в економічних дослідженнях, що дозволяє пояснити минуле, побачити майбутнє та оцінити наслідки своїх дій, потребує великих зусиль та є фундаментом для отримання економічних знань. Питання практичного застосування математичних механізмів в сучасних аспектах економіки є надзвичайно актуальним для сучасної освіти. Усвідомлення студентами необхідності використання математичних знань в практичній економічній діяльності підвищує їх мотивацію до вивчення цієї дисципліни і дозволяє бачити міжпредметні зв'язки. Відповідно, формування економічної компетентності в студентів відбувається у процесі набуття різноманітних економічних знань, розвитку умінь та навичок, управління і розв'язання проблемних ситуацій, що виникають у навчальному процесі та житті студентів. Розвиток економічної компетентності не тільки відображає глибину знань з математики та економіки в студентів, але й допомагає підвищити рівень їхніх навичок, умінь, удосконалити свої особистісні якості.

**Висновок.** Наразі велика кількість майбутніх економістів, потребує серйозної математичної підготовки, яка давала б можливість математичними методами досліджувати широке коло нових проблем, застосовувати сучасну обчислювальну техніку, використовувати теоретичні досягнення в практиці. Для цього, щонайменше, необхідним є отримання студентами чіткого уявлення про те, що таке математика і математична модель, в чому полягає математичний підхід до вивчення явищ реального світу, як його можна застосовувати і що вони можуть дати.

Таким чином, математична компетентність – це вміння бачити та застосовувати математику в реальному житті, розуміти зміст і методи математичного моделювання, вміння будувати математичну модель, досліджувати її методами математики, інтерпретувати отримані результати, оцінювати похибку обчислень. Саме це, на

нашу думку, є суттєвим кроком на шляху досягнення нової якості математичної освіти.

### Список використаних джерел:

1. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012 – 2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.meduniv.lviv.ua/files/info/nats\\_strategia](http://www.meduniv.lviv.ua/files/info/nats_strategia)
2. Друкер П. Эффективное управление предприятием / Пітер Друкер; пер. с англ. – Москва : Вильямс, 2008. – 224 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови: уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К. : Ірпінь, ВТФ Перун, 2009. – 1736 с.
4. Енциклопедія освіти / Академія педагогічних наук України: гол. ред. В.Г. Кремень. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
5. Топузов О. Компетентнісний підхід до навчання / О. Топузов, Л. Вішкініні // Географія та основи економіки в школі. – 2011. – № 5. – С. 34–37.
6. Горобець С. А. Теоретичні засади проблеми формування професійної компетентності майбутнього фахівця економіста / С. А. Горобець // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2007. – Вип. 31. – С. 106 – 109.
7. Нові підходи до викладання математики в 2017-2018 н.р. в умовах реформування вітчизняної освіти. Методичний лист МОШПО – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://solod.pp.ua/features/2014-06-25-09-39-35/133-new-way-17-18>.

УДК 378.147

**Павлюк Віта Анатоліївна, к. філол. н.,  
доцент кафедри економічної теорії,  
фундаментально-економічних та  
соціально-гуманітарних дисциплін  
Вінницький кооперативний інститут**

## **МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «УКРАЇНСЬКА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ» У СТУДЕНТІВ НЕФІЛОЛОГІЧНОГО НАПРЯМУ ОСВІТИ**

**Анотація.** У статті розглянуто методику викладання дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» у

студентів нефілологічного напрямку освіти, зокрема застосування певних методів та прийомів для покращення професійного мовлення: навчання української фахової лексики, термінології з урахуванням інтерференції і транспозиції російської мови.

**Abstract.** The article examines methodology of teaching professionally-oriented course of the Ukrainian language to students of non-philological specialities, in particular the use of certain methods and techniques to improve professional speaking skills: studying Ukrainian professional vocabulary, as well as terminology considering interference and transposition of the Russian language.

**Ключові слова:** професійне мовлення, метод, прийом, пізнавальний метод, термінологічна лексика, студенти нефілологічного напрямку освіти.

**Key words:** professional speaking, method, approach, cognitive method, terminology, students of non-philological specialities.

**Постановка проблеми.** Науково-технічний прогрес, перебудова соціально-економічної системи, ринкова економіка в країні потребують від студента, майбутнього фахівця, не тільки знання свого фаху, а й високого рівня володіння професійним мовленням. Уміння спілкуватися мовою професії підвищує ефективність праці, дає змогу краще орієнтуватися в конкретній професійній ситуації та здобувати нові знання.

Труднощі, які виникають під час опрацювання тексту банківського, бухгалтерського, товарознавчого, комерційного, митного спрямування, зумовлені дефіцитом навчальної та науково-економічної літератури українською мовою, незнанням лексики, термінології фаху. Розуміння науково-навчального тексту починається з оволодіння термінологічною лексикою, яка організовує мовну структуру наукового тексту, несе в собі центр ваги повідомлення, значною мірою впливає на формування інформаційної основи висловлювання, сприяє усвідомленому засвоєнню фахових дисциплін, підвищує ефективність спілкування у подальшій професійній діяльності, яка вимагає застосування української мови у виробничій сфері [1]. У зв'язку з цим викладачам необхідно застосовувати різноманітні методи та прийоми навчання в ході підготовки до заняття, враховуючи його дидактичну мету, характер змісту навчального матеріалу з метою формування мовленнєвої компетентності фахівця.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Методи і прийоми, які використовуються у роботі над професійним мовленням студентів, аналізуються у багатьох працях закордонних та сучасних фахівців, зокрема Н. Тоцької, М. Махмутова, І. Лернера, М. Скаткіна, А. Федорова, Л. Бархударова, О. Біляєва, М. Успенського та інших, але практично немає студій, присвячених опануванню мови професії, зокрема її лексики, термінології, вміння вільно володіти і послуговуватися нею в умовах впливу російськомовного середовища для студентів нефілологічного напрямку освіти.

**Мета дослідження.** Проаналізувати методика роботи над професійним мовленням студентів нефілологічного напрямку освіти, зокрема застосування певних методів та прийомів для покращення професійного мовлення: навчання української фахової лексики, термінології з урахуванням інтерференції і транспозиції російської мови.

**Виклад основного матеріалу.** Мова тісно пов'язана з професійною діяльністю кожної людини. Для вільного володіння усною та писемною формами професійного спілкування студенти нефілологічного напрямку освіти повинні мати чималий активний лексичний запас фахової термінології, бо мовленнєва специфіка даного стилю спілкування визначається насамперед великою кількістю термінів, що активно обслуговують сферу професійно-виробничої діяльності.

Лінгвістами-філологами доведено, що спеціальні галузеві терміни становлять пона 60 % професійної лексики фахівця [4], решту посідає загальнонаукова термінологія та загальноповсякденні лексеми. Крім того, термінологічна лексика має велике значення для науково-виробничої комунікації, сприяючи її інтелектуалізації, полегшує процес засвоєння знань та реалізації їх у майбутній фаховій діяльності, поглиблює як фахові знання студентів, так і творчі [4].

Швидкість удосконалення та підвищення рівня володіння професійним мовленням студентів нефілологічного напрямку освіти залежить від правильності добору тих чи інших методів та прийомів навчання.

Метод навчання – це основний спосіб взаємодіяльності студентів та викладача, спрямованої на досягнення певної дидактичної мети. Прийом навчання – це складовий компонент

методу, який спрямовує студентів на вирішення часткових дидактичних завдань.

Внутрішньо, логічно методи реалізуються через аналіз і синтез, поєднання індуктивної і дедуктивної форми мислення, зовні – словесними, наочними і практичними способами діяльності викладача й студентів у вигляді дидактичних і методичних прийомів [4].

Важливою для теорії навчання студентів є концепція І. Лернера та М. Скаткіна, за якою методи навчання визначаються на основі загального змісту пізнавальної діяльності, а прийоми – конкретними діями у ході застосування цих методів. Найбільш вдалою з позицій системного підходу є класифікація Ю.Бабанського, побудова якої складається із елементів опосередкування, регулювання та контролю:

- 1) методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності;
- 2) методи стимулювання та мотивації учіння;
- 3) методи контролю та самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності [13].

При виборі методів навчання необхідно керуватися такими критеріями:

1. Відповідність методів принципам навчання.
2. Відповідність цілям і завданням навчання.
3. Відповідність змісту даної теми.
4. Відповідність навчальним можливостям студентів: віковим (фізичним, психологічним); рівню підготовки (освіченість, розвиненість, вихованість), особливостям групи.
5. Відповідність наявним умовам і відведеному часові для навчання [13].

В основі типології пізнавальних методів лежить рівень розумової активності студентів, а тренувальних методів – зміст мовленнєвої діяльності у процесі формування тих чи інших умінь. Першочерговим завданням викладачів є формування всебічно розвиненої, суспільно активної особистості, яка здатна самостійно поповнювати знання, розв'язувати важливі життєві проблеми, орієнтуватися в швидкому потоці інформації.

Планування розділів, тем матеріалу, визначення відповідності годин на їхнє вивчення має бути підпорядковане виробленню у студентів системних знань, формуванню не часткових (у межах

одного розділу чи теми), а загальних умінь для розвитку пізнавальної самостійності. Системне застосування пізнавальних завдань на заняттях не лише дисциплін гуманітарного профілю, а й фахових поглиблюють зацікавленість до вивчення української професійної лексики, розширенню словникового запасу.

Мовець може говорити багато, але використовувати одні й ті ж слова. Часто студенти орієнтуються лише на писемний стиль, тобто послуговуються книжними словами. На жаль, не кожен може доречно вживати крилаті слова, вирази. Ознака низької мовної культури – вживання тавтологічних сполучень. При вживанні термінів є необхідним пояснювати їх значення, добирати синоніми.

Синонімічні засоби мови мають глибоко національний характер. Вони свідчать про специфіку мови. Уміле їх використання дозволяє розкрити те чи інше поняття у всій його повноті. Незнання синонімічних можливостей призводить до помилок. Часто виникають ускладнення, коли в російській мові на позначення певних понять існує одне слово, а в українській мові – декілька. Тут потрібно бути уважними, тому що заміна однієї букви може вплинути на значення слова та всього тексту (замісник і заступник; квиток і білет; наступний і подальший; положення, становище і стан; суспільний і громадський).

Пізнавальні методи широко застосовують при доречності вибору того чи іншого слова. Незначна різниця у вимові паронімів спричиняє труднощі у їх засвоєнні, призводить до неправильної заміни одного слова іншим (адрес, адреса; виборний, виборчий; дипломат, дипломант, дипломник; особистий, особовий; показчик, показник). Тому формування пізнавальної самостійності студентів є невід'ємною частиною піднесення культури мовлення, і в цьому особлива роль належить пізнавальному методу.

Під час формування навичок зв'язного мовлення широко використовується творчий метод, який тісно поєднується з репродуктивним (коли студенти дослівно відтворюють запропонований текст). Творчий метод реалізується у творчих завданнях, спрямованих на здобуття вмінь чітко висловлювати думку українською мовою. І тут студенти досить часто послуговуються суржилом замість правомірного вживання українських слів (в адресу замість на адресу, в сім часів замість о сьомій годині, по приказу замість за наказом, послати по пошті замість надіслати поштою, лицьовий рахунок замість особовий

рахунок, налічні гроші замість готівка, оприходування замість оприбуткування). Джерелом неправильного слововживання може бути нерозрізнення слів російської та української мов, що звучать схоже, але мають різні значення (міжмовні оніми): рос. неделя (7 днів тижня) і укр. неділя (сьомий день тижня), рос. заказывать (замовляти) і укр. заказувати (забороняти).

Важливим у формуванні пізнавальної активності є також метод експерименту, який ґрунтується на мислительних прийомах. Він передбачає перебудову мовного об'єкта пізнання, вилучення його з одного середовища і включення в інше, у результаті чого змінюються взаємозв'язки об'єктів, що врешті-решт сприяє глибшому пізнанню їхньої природи.

Метод вправ (вступних, пробних, тренувальних, творчих, контрольних) – один із найважливіших практичних методів навчання, основний засіб формування навичок і вмінь, які слід постійно контролювати, розвиваючи у студентів уміння здійснювати самоконтроль.

Метод аналогії використовується для організації самостійної пізнавальної діяльності студентів: здобуття нових знань, їхня систематизація, розвиток інтуїції, уяви. У науковій фаховій літературі, текстах документів, мовленнєвих ситуаціях цей метод дає можливість вибрати синтаксичні конструкції, фрази відповідно до конкретного змісту, мети, характеру висловлення.

Фахова термінологія:

рос. ценные бумаги – укр. цінні папери, вексель, камбіо;

рос. оплата наличными деньгами – укр. оплата готівкою, пагамент;

рос. предприниматель – укр. підприємець, франчайзі.

Термінологія ділового мовлення:

рос. специалист – укр. фахівець, спеціаліст;

рос. стоимость – укр. вартість, ціна;

рос. аргумент – укр. аргумент, підстава, мотив, доказ;

рос. процент – укр. процент, відсоток.

Аналізуючи запропоновані варіанти, студенти доходять висновку, що висловлювання мають синонімічну специфіку, не змінюючи свого змісту. Таким чином, демонструються можливості вибору фраз залежно від характеру висловлювання.

Суть проблемного методу полягає в такій організації навчального процесу, коли студенти, розв'язуючи пошукове



завдання, нашоувхуються на щось нове, не зрозуміле з першого погляду. Вийти із створеної проблемної ситуації допомагає викладач, ставлячи запитання евристичного характеру. Ефективність такого методу полягає в тому, що він, як і метод евристичної бесіди, спрямований на активізацію розумової діяльності студентів, привчає їх аналізувати матеріал, робити на основі аналізу правильні висновки.

Розповідь як метод навчання – це зв'язний усний виклад змісту навчального матеріалу, ілюстрований яскравими, переконливими прикладами. Саме завдяки розповіді є можливість послідовно і систематично викладати матеріал, виділяти головне у виучуваній темі, економно використовувати час заняття. Розповідь повинна бути змістовною, логічною, супроводжуватися демонстрацією таблиць, схем та іншої наочності.

Застосування перелічених методів забезпечує активність у формуванні пізнавальної діяльності, тобто озброює студентів інструментами пізнання, вчить працювати над термінологічною, діловою та професійною лексикою, що поглиблює знання з обраного фаху та вдосконалює мовленнєві здібності.

Кожному методу відповідають ті чи інші прийоми навчання. Їх можна поділити на дві групи: дидактико-практичні та предметні.

Прийоми дидактико-методичної групи спрямовані на засвоєння нового матеріалу. Вони мають відповідати меті, етапу, методу навчання. До них належать різноманітні прийоми пояснення, включаючи зіставлення, аналіз, узагальнення, систематизацію знань. Предметні прийоми пов'язані з певною темою і визначаються нею, наприклад прийом з'ясування значення слова за допомогою словників. Наприклад:

- банківська термінологія: єврокард – міжнародна кредитна картка з правом використання в країнах-учасниках європейської банківської системи;
- бухгалтерська термінологія: ажур – ведення бухобліку, при якому записи у рахункових книгах робляться у день здійснення операції;
- термінологія менеджменту: ліцензія – дозвіл державного органу на здійснення певної господарської діяльності;
- термінологія товарознавства та комерційної діяльності: сконто – спосіб розрахунку за товар зі знижкою за негайну оплату;

- товарознавчо-митна термінологія: ембарго – накладання державної заборони на ввезення іншими державами чи вивезення золота, іноземної валюти чи інших товарів.

Довідкова література допоможе у виборі тих слів, що характеризуватимуть відносини між організаціями, підприємствами, установами, точніше розкриватимуть зміст документів, що стосуються майбутнього фаху.

Приєм перекладу. Мовний аналіз сучасних перекладів документів, наукових текстів викликає застереження щодо їхніх нормативних форм. Насамперед впадає в око значення невідповідність слів в оригіналі та в перекладі. Часто вживаються русизми, скальковані словосполучення, невдало побудовані синтаксичні конструкції, порушуються граматичні, стилістичні норми сучасної мови, що є результатом буквального перекладу. Переклад – це порівняння двох систем. При перекладі з російської мови необхідно врахувати, що багатозначні російські слова не обов'язково відтворюються багатозначним українським словом. Наприклад, російське слово *военный* перекладається двома прикметниками *воєнний* і *військовий*. Чим більше студенти порівнюватимуть різні форми та мовні засоби, тим уважнішими вони будуть до обох мов (української та російської).

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Методика викладання українського професійного мовлення для студентів нефілологічного напрямку освіти має поєднувати процес навчання і виховання засобами української лексики, термінології із залученням даних різних наук відповідно до навчально-виховної мети, цілеспрямоване використання різнопланових методів та прийомів для розвитку навичок професійного мовлення та письма.

Перспективи подальшого дослідження убачаємо в глибшому студіюванні методики роботи над професійним мовленням студентів нефілологічного напрямку освіти.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бондаренко Г.П. Методика навчання студентів економічних спеціальностей української наукової термінології в умовах східного регіону України: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Бондаренко Галина Петрівна. – К., 2008. – С. 3 – 5.

2. Даниленко В.П. Лингвистическое изучение терминологии и культуры речи / В.П. Даниленко // Актуальные проблемы культуры речи. – М., 1971. – С. 28 – 32.

3. Кияк Т. Р. Педагогіка: зб. наук. пр. Лингвистические аспекты терминоведения: учебное пособие / Т. Р. Кияк. – К.: УМКВО, 1989. – 103 с.

4. Ляшук Н. П. Проблеми формування фахової мовної компетентності студента вищого технічного закладу південного регіону України / Н. П. Ляшук // Прикладні питання педагогіки. Педагогіка: зб. наук. праць. – Вісник СевНТУ. – Вип. 104. – Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2010. – С. 59.

5. Махмутов М. Современный урок. / М. Махмутов. – М., 1985. – С.43.

6. Мацько В. Українська мова у вищій школі України / В. Мацько // Дивослово. – 1996. – № 11. – С.24 – 26.

7. Мацько Л. Матимемо те, що зробимо / Л. Мацько // Дивослово. – 2001. – № 9. – С. 2-3.

8. Михайлюк В. Переклад у формуванні культури ділового мовлення / В. Михайлюк // Дивослово. – 1999. – № 5. – С. 26 – 28.

9. Михайлюк В. Переклад у формуванні культури ділового мовлення / В. Михайлюк // Дивослово. – 1999. – № 7. – С. 26 – 29.

10. Паламар Л. М., Кацавець Г. М. Мова ділових паперів: Практ посібник. / Л. М. Паламар., Г. М. Кацавець. – К.: Либідь, 2000. – 296 с.

11. Російсько-український словник термінології / В. Гейченко, В. Завірюхін, О. Зеленюк та ін. – К.: Наук. Думка, 1998.

12. Русанівський В. Роль мови в житті суспільства / В. Русанівський // Українська мова та література в школі. – 1973. – № 9. – С. 55.

13. Сметанський М. І. Педагогіка (тези лекцій) / За ред. М.І.Сметанський. – Вінниця, 1997. – 100 с.

14. Тоцька Н. Методика роботи викладачів вищого технічного навчального закладу над українським професійним мовленням студентів / Н. Тоцька // Дивослово. – 2003. – № 1. – С. 62 – 65.

**ТЕХНІЧНІ НАУКИ****УДК 664.66**

**Дем'янова Наталія Борисівна, викладач  
кафедри харчових технологій та  
ресторанного господарства  
Фіногєєва Світлана Миколаївна,  
викладач кафедри харчових технологій  
та ресторанного господарства  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту**

**РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБІВ З ДРІЖДЖОВОГО  
ТІСТА, ЗБАГАЧЕНИХ ПЕКТИНОВИМИ РЕЧОВИНАМИ**

**Анотація:** У статті досліджується специфіка використання пектинових сполук в харчовій промисловості. Розглядається технологія приготування конкретного виробу з дріжджового тіста з додаванням до нього пектину. З'ясовано, які процеси відбуваються під час його приготування, виявлено позитивний вплив пектинових речовин на готовий виріб.

**Abstract:** The article explores the specificity of the use of pectin compounds in the food industry. The preparation technology of a specific product from a yeast dough with the addition of pectin to it is considered. It was found out what processes occur during its preparation, the positive influence of pectin substances on the product itself was revealed.

**Ключові слова:** пектинові речовини, хлібобулочні вироби, харчування, радіоактивні метали, дріжджове тісто, органічні кислоти, вітаміни, макро- і мікроелементи.

**Key words:** pectin substances, bakery products, nutrition, radioactive metals, yeast dough, organic acids, sugars, vitamins, macro- and microelements.

**Постановка проблеми.** Інтенсифікація життя, забруднення навколишнього середовища знижують опір організму щодо шкідливих впливів, тому для здоров'я людини стало надзвичайно важливим не тільки повноцінність харчування, але і його профілактична та детоксифуюча функція. Гальмом для максимального використання харчових продуктів у різних раціонах харчування є недостатнє вивчення їхнього складу і функціональних

властивостей, а також недостатнє освічення населення при вільному виборі окремих інгредієнтів їжі та впливі їх у комплексі на механізм метаболізму і фізіологічні процеси в організмі здорової та хворої людини. У зв'язку з цим потребують удосконалення традиційні методи обробки харчових продуктів з метою розробки способів, які б мали найбільшій оберігаючий вплив на склад сировини, а також удосконалення рецептур страв. Це буде сприяти кращому перетравленню їжі та засвоєванні нутрієнтів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Хліб і хлібобулочні вироби споживають щодня, тому дуже важливо, щоб саме з ними в організм надходили речовини, які сприяють виведенню радіонуклідів і важких металів. Вивченню технологій виробів з дріжджового тіста, збагачених пектиновими речовинами присвятили свої наукові праці провідні вчені у цій галузі, зокрема Удворгелі Л. І. описувала про удосконалення технології хлібобулочних виробів із використанням пектиновмісних порошків (ПВП) для надання їм функціональних властивостей, вивчала їх хімічний склад і технологічні властивості ПВП, вплив пектиновмісних яблучного та бурякового порошків на в'язкість і формоутримувальну здатність [6].

Д.т.н., професор Донченко Л. В. довела, що застосування пектинового екстракту з плодів кормового гарбуза в якості біологічно активної добавки дозволяє розширити асортимент хліба функціонального призначення з підвищеною сорбційною здатністю, визначила якісні характеристики пектинового екстракту, що підтверджують його технологічну значимість як радіопротектора і детоксиканта у виробництві функціональних продуктів [2].

**Метою статті** є дослідження збагачених дріжджових виробів пектиновими речовинами та впливу пектину на енергетичну, біологічну та харчову цінність цінності хлібобулочних виробів.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Пектинові речовини входять до складу кліткових стінок рослин, становить до 52% кліткової маси. У чистому виді це аморфні порошки з відтінками від білого до жовтого, коричневого або сірого кольору. Вони практично без запаху, володіють сильними гігроскопічними властивостями, важко розчиняються у воді.

Одним із основних ефектів терапевтичного впливу пектинових речовин – це їхня детоксикуюча дія щодо катіонів

важких і радіоактивних металів. Крім того, потрапляючи у кишечник, пектинові речовини посилюють кислотність середовища, бактерицидно впливають на хвороботворні бактерії.

Пектин виводить токсини й важкі метали, знижує алергійний вплив, регулює обмін речовин та функції органів травлення. Карагінани сприяють виведенню важких металів з організму. виявляють антивиразкову й антиліпемічну активність. Крім того, встановлено, що пектини виявляють лікувальну дію при виразці шлунку регулюють вміст холестерину, Тож збільшувати виробництво продуктів, забезпечених пектином, необхідно не лише для лікувально-профілактичного харчування тих, хто працює в умовах підвищеного радіоактивного фону чи контактує з важкими металами, а й для масового споживання [1].

Хлібобулочні вироби – це щоденний продукт харчування людей різного віку. Хлібобулочні вироби забезпечують потреби людини в основних поживних речовинах у таких об'ємах: вуглеводах – на 40–45%, у тому числі в цурках – 5 % і харчових волокнах – на 50–60%; білках – на 30–35%, у тому числі рослинного походження – на 80–82%; жирах – на 8–12%.

Технологічна схема процесу приготування дріжджового виробу з додаванням пектину зображена на рис.1.

Для приготування булочки здоби звичайної з додаванням пектинового порошку тісто готують опарним способом тому, що вироби містять у своєму складі велику кількість здоби. Пектинові речовини додаються до тіста разом з другою частиною борошна, так як мають важливі властивості у приготуванні: розчинність, набухання, в'язкість. Завдяки цим властивостям при додаванні їх в тісто покращується його водопоглинальна здатність та еластичність, збільшується об'єм і формостійкість хліба.

Дріжджі розводяться у воді, температура якої дорівнює 35-40°C, для кращої їх активації та ефективного проходження бродіння опари та тіста.

Механічна обробка тіста під час поділу, округлення, надання заготовці певної форми позитивно впливає на його структурно-механічні властивості. Внаслідок подрібнення пор під час механічної обробки утворюється рівномірна мікропориста структура. Вона, а також тонка плівка, що утворюється на заготовці при обробленні, добре утримують газоподібні сполуки на наступних етапах технологічного процесу, сприяють одержанню

виробів з гарним об'ємом, світлішим м'якушем, тонкостінною, рівномірною пористістю.

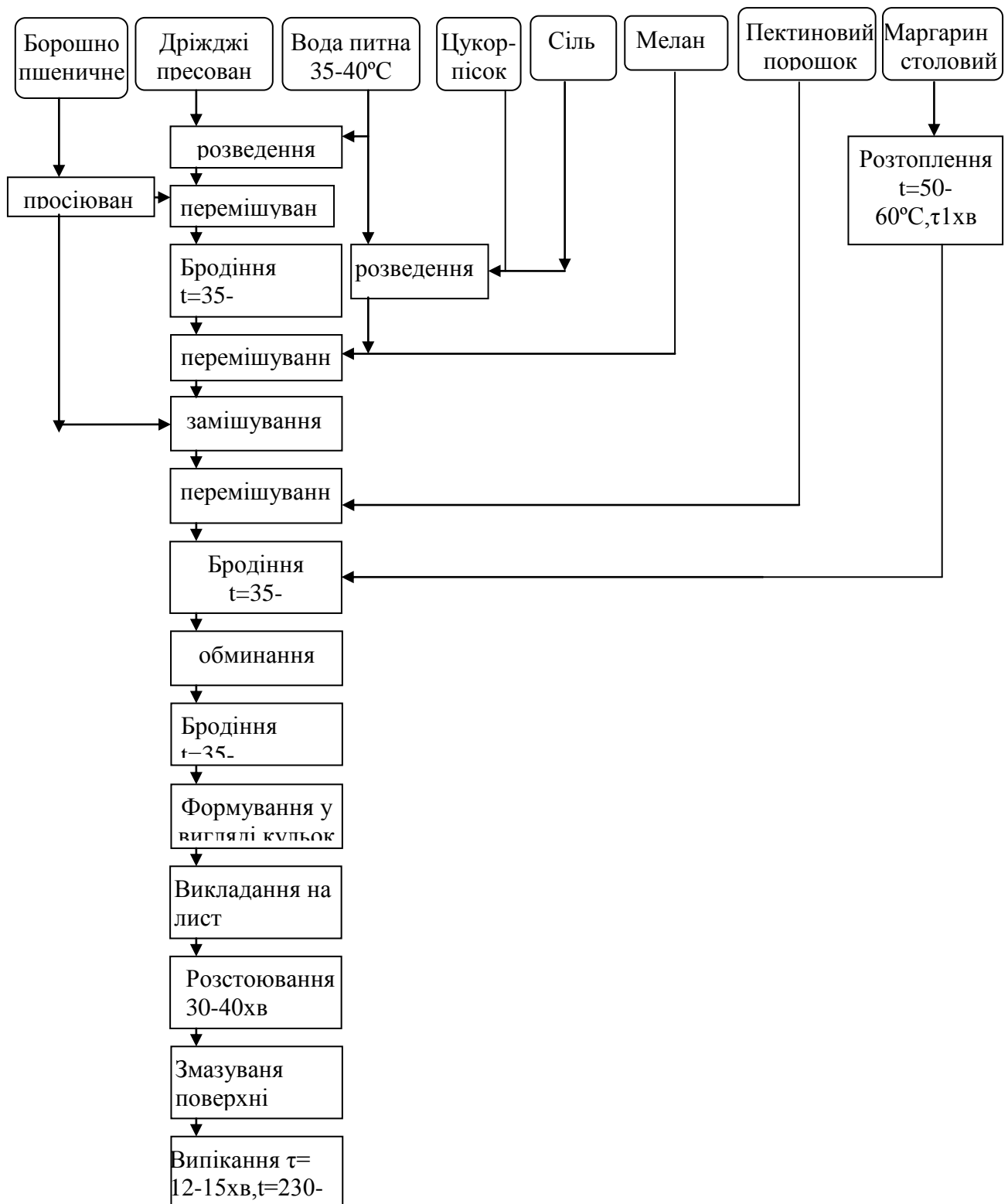


Рис. 1 Технологічна схема борошняного виробу «Булочка здобна з пектином»

Початкова температура бродіння опари ( $28 \pm 2^\circ\text{C}$ ) є нижчою, ніж температура бродіння тіста ( $30 \pm 2^\circ\text{C}$ ). Це пов'язане з тим, що в

опарі мають бути оптимальні умови для розмноження дріжджових клітин, а в тісті – для їх високої бродильної активності.

Метою оброблення тіста є виготовлення тістових заготовок певної маси і форми, а також розпушення їх перед посадкою у піч. Поділ тіста на шматки має забезпечити одержання тістових заготовок з масою, яка з урахуванням затрат на наступних етапах технологічного процесу (випікання, охолодження і зберігання) дозволить одержати готові вироби заданої маси.

Під час технологічної операції округлення, шматки тіста набувають круглої форми. Внаслідок пружно-еластичного і пластичного характеру деформації тістової заготовки при округленні в ній відбувається рівномірне розподілення і часткове видалення диоксиду вуглецю, змінюються фізико-механічні властивості її структури. Поверхневий шар заготовки ущільнюється, зменшується його газопроникність. На тістовій заготовці утворюється тонка поверхнева плівка. Ця плівка сприяє підвищенню газотримуючої здатності тіста під час остаточного вистоювання, покращенню об'єму і пористості виробів.

Випікання є заключним етапом виготовлення хлібобулочних виробів, під час якого тістова заготовка перетворюється у виріб, придатний до споживання. У процесі випікання остаточно формується об'єм виробів, закріплюється їх форма, утворюється скоринка і м'якушка, забарвлюється поверхня, формується смак і аромат.

Перетворення тістової заготовки у готовий виріб обумовлюють теплофізичні, мікробіологічні, колоїдні, біохімічні, хімічні процеси, що відбуваються у ній при випіканні.

Характерною ознакою готовності виробу є колір його скоринки. Тістова заготовка в пекарській шафі прогрівається. Починаючи з її поверхні. На початку прогрівання при досягненні поверхнею заготовки 60°C поверхневий шар темнішає. Це явище пояснюють клейстеризацією крохмалю на поверхні тістової заготовки. При досягненні поверхнею температури 100°C і вище скоринка все більше забарвлюється. Однією з причин потемніння скоринки є карамелізація цукрів і продуктів гідролізу крохмалю під дією високої температури і зневоднення скоринки. Але основною причиною забарвлення є утворення темнозабарвлених сполук внаслідок реакції меланоїдиноутворення.



Таблиця 1

**Органолептична оцінка булочки здобна з пектином**

Показники	Виріб-аналог	Дослідний зразок
Колір скоринки	Світло-коричневий	Світло-коричневий
Колір м'якуша	Світлий	Світлий
Смак	Властивий даному виробу, безсторонній	Властивий даному виробу, безсторонній
Запах	Властивий даному виробу, безсторонній	Властивий даному виробу, безсторонній
Консистенція	Пухка	Пухка
Вид на розрізу	Рівномірно пориста	Рівномірно пориста
Зовнішній вигляд	Форма кругла, без тріщин	Форма кругла, без тріщин

Таблиця 2

**Розрахунок рецептури булочки здобної з пектином**

Сировина	Масова частка сухих речовин, %	Булочка здобна		Булочка здобна з пектином	
		в натурі, г	в сухих речовинах, г	в натурі, г	в сухих речовинах, г
Борошно пшеничне вищого гатунку	85,5	578	494,6	566	479,4
Борошно (на підпил)	85,5	32,2	27,6	32,2	27,6
Цукор-пісок	99,85	103	102,8	102,8	102,6
Маргарин столовий	84,0	143	120	143	120
Меланж	27,0	84,6	22,8	84,6	22,8
Сіль харчова	96,5	50	48,25	50	48,25
Дріжджі(пресовані)	25,0	24,6	6,15	24,6	6,15
Меланж (для змазування)	27,0	23	6,21	23	6,21
Пектин	92	-	-	11,6	10,6
Всього сировини		1037	828,31	1037	828,31
Вода		206		206	
Маса напівфабрикату		1243		1243	
Вихід		1000		1000	

Проведені досліді свідчать про позитивний вплив пектинової добавки на якість готового продукту. Добавляння 2% пектину збільшує об'ємний вихід булочок на 8,2 і 10,3 % відповідно порівняно з контрольним зразком. Пористість виробів зросла на 1,7 і 2 %.

Для обґрунтування раціонального режиму приготування тіста досліджувався процес кислотонакопичення. Встановлено, що цей процес відбувається швидше у зразках з вмістом пектину. Це дає змогу дещо скоротити тривалість бродіння, а отже, і весь технологічний процес.

Досліджували також вплив пектиновмісних добавок на збереження свіжості булочних виробів. Виявлено, що вони позитивно впливають на цей процес – значно повільніше зменшувалась вологість виробів при зберіганні.

**Висновки.** Таким чином, отримані результати свідчать, що внесення до рецептури дріжджових виробів пектину, його екстракту і концентрату, пюре, порошку, пектиновмісний цукру дозволить отримати вироби з покращеними органолептичними, фізико-хімічними показниками та пролонгованими термінами зберігання. А освоєння нового виду хлібобулочних виробів дасть змогу розширити асортимент і зняти певною мірою дефіцит продуктів профілактичного харчування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Берегова І. Пектини і карагінани як важливі й корисні продукти нового покоління / І. Берегова // Харчова і переробна промисловість. – 2006. – № 1 (317). – С. 26–27.
2. Донченко Л. В. Использование пектинового экстракта из кормового арбуза в технологии хлеба / Л. В. Донченко, Н. В. Сокол, Л. Г. Влащик // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2016. – № 3. – С. 3–7.
3. Дробот В. І. Технологія хлібопекарського виробництва/ В. І. Дробот. – К.: Логос, 2002. – 365 с.
4. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания. – М. : Экономика, 1982. – 720 с.
5. Черевко О. І. Процеси і апарати харчових виробництв: підручник / О. І. Черевко, А. М. Поперечний. – 2-е видання, доп. та випр. – Х. : Світ Книг, 2014. – 495 с.
6. Удворгелі Л. І. Удосконалення технології хліба з використанням пектиновмісних порошків : дис. . канд. техн. наук : 05.18.01 / Л. І. Удворгелі; Національний університет харчових технологій. – Київ, 2004. – 192 с.

УДК 339.166.8 : 658.62(075.8)

**Вознюк Таїса Костянтинівна, к.е.н.,  
завідувач кафедри товарознавчих  
дисциплін та комерційної діяльності  
Дехтярьова Людмила Степанівна,  
викладач кафедри товарознавчих  
дисциплін та комерційної діяльності  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту**

## **ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА МЕТОДИ ВИЯВЛЕННЯ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ**

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню питань щодо виявлення фальсифікованих товарів, які надходять на ринки їх продажу, внаслідок чого може виникнути загроза життю і здоров'ю споживачів.

**Annotation.** The article is devoted to the research of issues concerning the detection of counterfeit goods entering the markets for sale, which may threaten consumers' life and health as a result of the goods' consumption.

**Ключові слова:** товар, контроль, метод, фальсифікація, ринок.

**Keywords:** commodity, control, method, falsification, market.

**Постановка проблеми.** Після підписання Україною угоди про асоціацію з ЄС наша держава відкрила свої ринки для імпортованих товарів, внаслідок чого збільшилась кількість підприємств, що працюють за міжнародними угодами. Суттєво збільшилась швидкість оновлення і поповнення асортименту товарів на сучасному ринку. У зв'язку з цим питання контролю походження товару, захисту споживачів від неякісних, фальсифікованих, а іноді явно небезпечних товарів, є надто актуальними.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження теоретичних, методичних та прикладних аспектів щодо контролю товарів за рівнем відповідності встановленим стандартам дістали значного розвитку в роботах вітчизняних вчених: Дубініної А. А., Овчиннікової І. Ф., Павлової В. А., Рижкової Г. А., та інших [3].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте подальшого дослідження вимагає визначення контролю і

методів виявлення процесів фальсифікації товарів на ринку їхнього продажу.

**Метою статті** є дослідження напрямів і сфер контролю товарів, а також обґрунтування методів виявлення їхньої фальсифікації за різноманітними ступенями.

**Виклад основного матеріалу.** На теперішній час є важливими такі поняття, як якість, конкурентоспроможність, надійність, безпечність товарів.

Ставлення споживачів і виробників суттєво змінилося до якості товарів і послуг. Якість виступає основою конкурентоздатності. Для забезпечення якості необхідні такі чинники як відповідна матеріальна база, зацікавлений, кваліфікований персонал і чітке управління якістю, що тісно пов'язане з теорією інформації, патентно-ліценційною діяльністю, маркетингом.

Система менеджменту якості, побудована відповідно до ISO 9001:2000, націлена на виявлення й попередження появи невідповідної продукції, однак вона не гарантує надходження на ринок безпечної продукції [1]. Створення інтегрованої системи менеджменту відповідно до вимог стандарту ISO 9001 і принципів НАССР дає гарантію відповідності продукції вимогам і забезпечує її безпеку для споживача [2].

Одним із основних конституційних прав громадянина, реалізація якого вимагає встановлення певних гарантій, є право споживачів-громадян на придбання товарів належної якості. Проголошення Конституцією України права громадян на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на інформацію про якість харчових продуктів зобов'язує державу, органи місцевого самоврядування створити організаційно-правові, соціально-економічні та примусово-владні гарантії збереження цього права. Водночас усі громадяни і юридичні особи зобов'язані дотримуватися встановлених щодо цього права правил. Таким чином, держава встановила певні гарантії, і усі закони та інші нормативно-правові акти мають відповідати наведеній конституційній нормі.

Проблема багатогранного вивчення властивостей товарів на сучасному стані формування вільного ринку в Україні, встановлення їхньої натуральності, виявлення фальсифікованих товарів є занадто актуальною. Незважаючи на те, що в Україні прийнято Закон України «Про захист прав споживачів» [3], а в кожній області створено товариства споживачів, кожен споживач

залишається один на один у протистоянні з виробниками й підприємствами різного рівня.

Конкуруючі фірми намагаються якомога повніше задовольняти потреби споживачів і отримати від них більше грошей. Всесвітньо відомі фірми намагаються одержати максимум грошей від споживача за свій якісний товар, але на ринку є й фірми, що шляхом оманливого споживачів бажають одержати гроші за неякісний, а іноді й фальсифікований товар.

У період формування ринкових відносин, приватизації торговельних та промислових підприємств збільшується ймовірність появи фальсифікованих товарів. Фальсифікація (або підробка) товарів існує протягом багатьох століть, однак тепер фальсифікатори використовують для підробки товарів сучасні досягнення науки та техніки. В Україні підробляють і продають продукцію відомих вітчизняних та закордонних фірм. У зв'язку з актуальністю проблем щодо виявлення справжності, ідентифікації і особливо, фальсифікації товарів необхідна розробка різних програм на забезпечення безпеки товарів і захисту споживачів.

Оскільки фальсифікація товарів проводиться з корисливою метою і спрямована на одержання незаконних прибутків, то для різних суб'єктів ринкових відносин наслідки виготовлення, реалізації і використання фальсифікованих товарів є, як правило, негативними.

Дубініна А. А. та Овчиннікова І. Ф. відзначають фальсифікацію товарів у вигляді економічних наслідків, шкоди здоров'ю, моральних збитків. Для припинення незаконної діяльності фальсифікаторів необхідний постійний контроль за якістю реалізованого товару починаючи від сировини, напівфабрикатів і закінчуючи готовою продукцією [6, с. 28].

На сьогодні покупець має можливість вибрати товар із великої різноманітності товарів з однаковими (або близькими) функціональними властивостями та уміти вибрати товар з оптимальними властивостями і який найбільшою мірою задовольнить його потреби [4, с. 12-15].

Створення конкурентного середовища на вітчизняному ринку товарів, підвищення якості, конкурентоспроможності та надійності товарів є необхідним кроком для підвищення життєвого рівня населення і забезпечення його якісними товарами.

Забезпечення високої якості товарів на всіх етапах товаропросування потребує оцінювання їх відповідності до вимог нормативних документів-технічних регламентів, стандартів, технічних умов, контрактів [5, с. 131].

Ідентифікація товарів є важливою дією при оцінці якості та встановлення їх відповідності еталоном або вимогам, які передбачаються в нормативній або іншій документації. Термін «ідентифікація» (від лат. *identifico* – ототожнюю) – трактується як ототожнювання, встановлення відповідності товару, наявності співпадання чогось з чимось. Відповідно термінологічного словника, термін «ідентифікація» це визначення відповідності показників якості харчових продуктів і продовольчої сировини показникам, встановленим у нормативній та технічній документації виробника харчових продуктів чи наведеними в інформації про ці продукти, а також визначення відповідності харчових продуктів і продовольчої сировини у звичайній загальній назві з метою сертифікації.

Ідентифікація вимагає багатосторонніх досліджень товарознавцями-експертами, а також висококваліфікованими вченими-експертами. Оскільки результати ідентифікації того чи іншого виробу аналізуються і на основі цього аналізу роблять відповідні висновки, то такий процес можна назвати «ідентифікаційною експертизою». Це пояснюється ще й тим, що без проведення ідентифікаційної експертизи не можна встановити групу товару, його код за ТН ЗЕД.

Основними завданнями ідентифікації на сучасному етапі є:

- розробка основних понять, структури, норм і правил у сфері ідентифікації товарів;
- розробка спеціальних критеріїв, які будуть використовуватися для цілей ідентифікації однорідних груп, видів і найменувань товарів;
- удосконалення стандартів та іншої нормативної документації з включенням до неї показників якості, які необхідні при ідентифікації;
- розробка методів ідентифікації товарів і в першу чергу експрес-методів, які б дозволяли визначати асортиментну належність товару з досить високим ступенем ймовірності.

До засобів ідентифікації товарів відносять нормативні документи (стандарти, ТУ тощо), які регламентують показники

якості та можуть бути використані для цілей ідентифікації, а також технічні документи, у тому числі товаросупровідні (сертифікати, накладні, посвідчення якості, маркування, упаковка та ін.). Для продуктів харчування важливим засобом ідентифікації є маркування, яке містить всю інформацію про товар і яку можна використати з метою ідентифікації (найменування, вид, сорт товару, хімічний склад, сировина тощо). До інформаційних засобів ідентифікації відноситься штрихове кодування.

Фальсифікація (від лат. falsifico – підробляю) – це дії, які спрямовані на обдурювання отримувача (або споживача) шляхом підробки об'єкту купівлі-продажу з корисливою метою. В широкому розумінні фальсифікацію можна розглядати як дії спрямовані на погіршення споживчих властивостей товару або зменшення його кількості при зберіганні найбільш характерних показників, які не є суттєвими для споживача. Фальсифікація харчових продуктів найчастіше проводиться шляхом надання їм окремих найбільш типових ознак, наприклад, зовнішнього вигляду або кольору при загальному погіршенні або втраті інших найбільш значимих властивостей харчової цінності, в тому числі і безпеки.

Об'єктами фальсифікації є: товари, послуги, грошові знаки, документи, інформація, фінансова та бухгалтерська документація, маркувальні та ідентифікаційні знаки, історичні факти, погляди та висловлення видатних особистостей та інше. При фальсифікації продовольчих товарів підробляється одна або декілька характеристик товару, що дозволяє виділити такі види фальсифікації: асортиментна (видова); якісна; кількісна; вартісна; інформаційна; комплексна. Кожний із перерахованих видів фальсифікації, має свої засоби підробки товарів.

До основних засобів фальсифікації продовольчих товарів відносять: додавання води; додавання більш дешевих компонентів за рахунок більш цінних; часткова заміна натурального продукту чужерідними добавками; введення різних харчових добавок; часткова або повна заміна продукту харчовими відходами; додавання консервантів, антиокислювачів та антибіотиків без їхнього зазначення при маркуванні товару. Відобразимо види фальсифікації товарів та їх взаємозв'язок у відповідності до характеристик у вигляді рисунка (рис. 1).

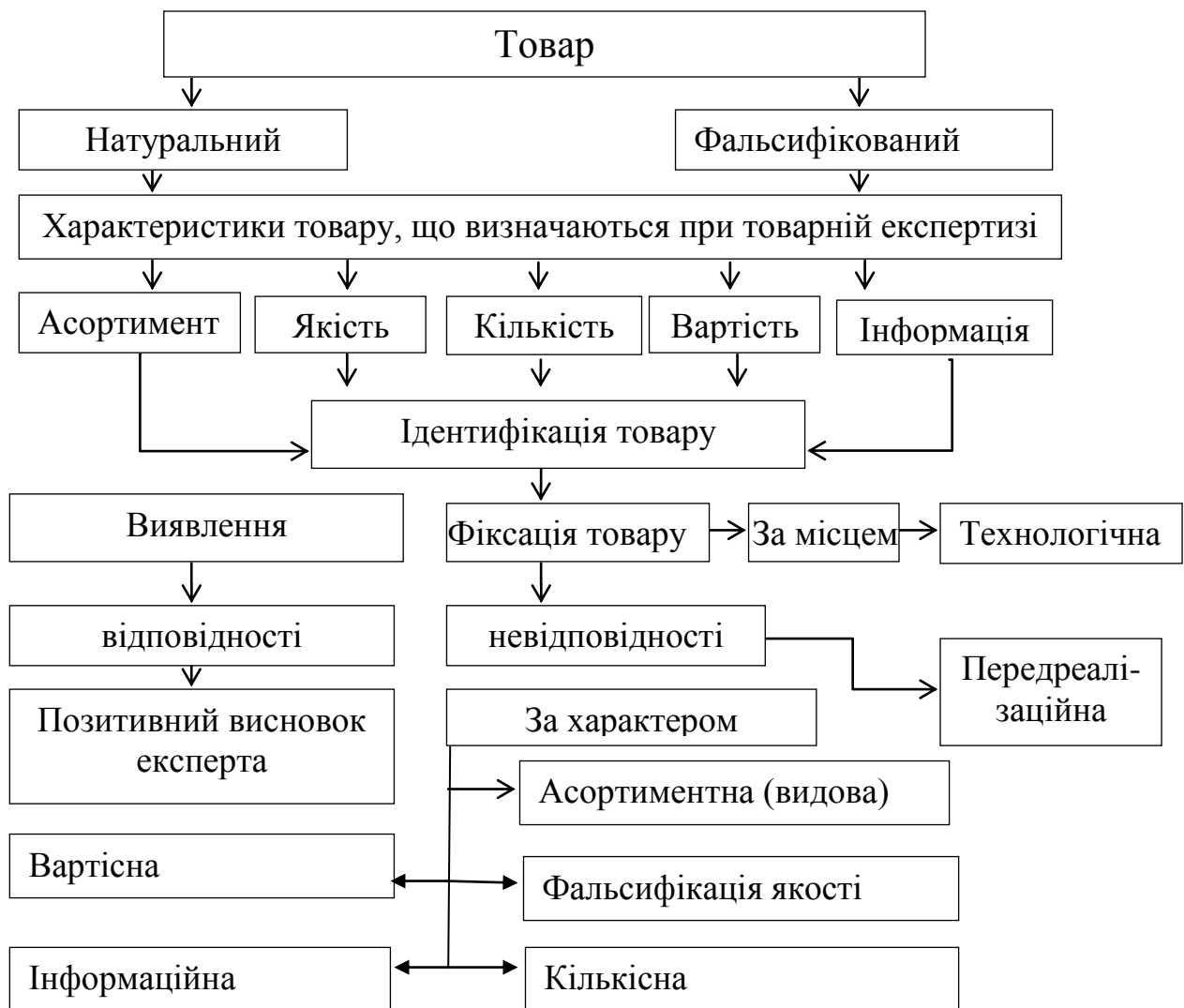


Рис. 1. Взаємозв'язок видів фальсифікації товарів за їхніми характеристиками.

При визначенні фальсифікації харчових продуктів використовують органолептичні та вимірювальні (фізико-хімічні) методи. Для більш точної характеристики якості при виявленні підробок іноді використовують декілька методик або навіть методів: композиційно-морфологічний аналіз – мікроскопія, рентгенофазова спектроскопія; методи розділення та вимірювання – газова та рідинна хроматографія, капілярний електрофорез; аналіз слідів елементів – атомна емісійна, адсорбційна, рентгеноелектронна спектроскопія, елементно-ізотопна мас-спектрометрія індуктивно зв'язаної плазми, нейтронно-активаційний аналіз; біохімічне тестування – ферментативний аналіз, генно-мононуклеотидне картирування; методи ідентифікації компонентів – спектроскопія GMP, інфрачервона спектроскопія з Фур'є-



перетворенням; методи аналізу складу (компонентного, структурно-групового, фрагментного) – мас-спектрометрія, GMP високого розподілу сигналів, інфракрасна спектроскопія; аналіз стабільних ізотопів - мас-спектрометрія ізотопних відношень, кількісний GMP [5, с. 168].

Ідентифікація виконує різні функції, але не завжди в нормативних документах, на маркуванні та в інших засобах інформації вказуються необхідні для ідентифікації показники.

Основними функціями ідентифікації є:

- інформаційна – доводить до суб'єктів необхідну інформацію;
- вказувальна – ототожнює зразок товару з певним найменуванням, сортом, типом, партією;
- управлінська – є елементом системи управління якістю продукції;
- підтверджує відповідність видової характеристики товару даним, вказаним у інформаційних засобах.

**Висновки і перспективи щодо подальших досліджень.**

Вищезазначені процедури контролю і методи виявлення фальсифікатів у найбільшій мірі застосовуються на практиці підприємств, що спрямовані на виявлення чинників і показників відповідності товарів вимогам стандартів, і призначені мінімізувати потрапляння їх у роздрібну торговельну мережу, щоб убезпечити споживачів від настання ризиків щодо їх споживання. Ці напрями контролю і методи виявлення фальсифікатів на ринку продажів товарів мають високу практичну цінність, які призначені не лише для перевірочних процедур, але і сприяння їх безпечності у споживанні, а також поліпшенні фізико-хімічних властивостей сировини, що використовуються для виробництва відповідно до споживчих потреб.

Таким чином, контроль, ідентифікація та процес виявлення фальсифікації – це сукупність організаційно-структурних методик, процесів і ресурсів, необхідних для гарантування забезпечення якості і безпечності споживачам при споживанні товарів, які відповідають вимогам стандартів.

**Список використаних джерел:**

1. Система управління якістю. Вимоги (ISO 9001 : 2008, IDT): ДСТУ ISO 9001:2009. – [Чинний від 2010-01-01]. – К.: Держстандарт України, 2010. – 34 с.

2. HACCP System Certification according to DS 3027:1998 standard [Electronically recourse]. – Access mode: <http://www.cqs.cz/english/ds.php>.

3. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

4. Павлова В. А. Комерційне товарознавство : навчальний посібник / В. А. Павлова, Г. А. Рижкова, Л. А. Гончар, В. М. Орлова, О. Р. Сергеева, О. В. Кузьменко. – К.: Кондор, 2012. – 286 с.

5. Назаренко Л. О. Експертиза товарів : слайд-курс (Розділ «Експертиза продовольчих товарів») [текст] навч.посіб. / Л. О. Назаренко– К.:Центр учбової літератури, 2013. – 312 с.

6. Дубініна А. А. Методи визначення фальсифікації товарів. Підручник. / А. А. Дубініна, І. Ф. Овчиннікова, С. О. Дубініна та ін. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. – 272 с.

**УДК 004.9:640.43**

**Гльницька Юлія Броніславівна, викладач  
Вінницький кооперативний інститут  
Ліпінська Катерина Василівна, викладач  
Коледж економіки і права  
Вінницького кооперативного інституту**

## **DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**Анотація.** Сучасний світ характеризується все більшою глобалізацією і поширенням сучасних технологій. ІТ-продукти стають більш доступними і входять у повсякденне життя все більшого кола людей. Зрозуміло, що інформаційні технології застосовуються і в бізнес-сфері. Особливо актуальними їх застосування є у ресторанному господарстві, оскільки сучасні технології допомагають автоматизувати процеси ведення бізнесу та підвищити його конкурентоспроможність

**Abstract.** The modern world is characterized by increasing globalization and spread of modern technology. IT products are becoming more and more accessible and entering everyday life of an increasing number of people. It is clear that information technologies are

applied in the business sector as well. Particularly relevant is their use in the restaurant industry, since modern technologies help automate business processes and increase competitiveness of a business.

**Ключові слова:** IT-технології, цифрові технології, ресторан, споживачі.

**Keywords:** IT technologies, digital technologies, restaurant, consumers.

**Постановка завдання.** Цифрові технології стрімко та впевнено увійшли в наше повсякденне життя. Ми дивимось погоду, перевіряємо затори, обстежуємо здоров'я, спілкуємось із друзями, розраховуємось у магазинах і навіть закупаємо продукти, використовуючи гаджети.

Не оминула така діджиталізація й ресторанний бізнес. Так, стейк в меню і цифрові технології пов'язані набагато міцніше, ніж здається на перший погляд: поки кухар творить черговий кулінарний шедевр, рутинну роботу з ведення бізнесу беруть на себе (частково, а іноді навіть повністю!) цифрові технології.

Однією з розвиваючих тенденцій у ресторанному бізнесі є використання додатків для замовлення та доставки їжі онлайн. Особливо ці додатки користуються популярністю у любителів попоїсти чогось смачненького, використовуючи новітні технології. Нижче наведені характерні особливості найбільш популярних українських on-line сервісів.

*eda.ua* – український on-line-сервіс, в якому зібрані служби доставки їжі з ресторанів, кафе, on-line-супермаркетів і магазинів в єдину систему. У сервісі вже зібрано значну кількість найпопулярніших ресторанів і магазинів, що дозволяє вибрати і замовити бажану їжу НЕ «копаючись різними сайтами». Окрім того, сервіс підтримується мобільними додатками для Android і IOS, що повинно ще більше спростити процес.

Додатки зроблені у відповідності зі стилем операційної системи і виглядають добротно. Після першого включення додаток пропонує вибрати місце доставки. Місто визначається автоматично, а натиснувши на компас збоку, можна уточнити свій район. На даний момент доступні такі міста: Київ, Дніпро, Харків та Одеса [1].

Загалом же сервісом *Eda.ua* та його мобільним додатком користуватись доволі зручно. До того ж, очевидно, що додаток буде розвиватися. Зараз йому не вистачає підтримки облікових записів,

текстового пошуку та (іноді) стабільності роботи. Проте і без цього користуватися ним набагато зручніше, ніж тримати в телефонній книзі з півдесятка номерів ресторанів та адрес сайтів [2].

Хочеш забронювати столик у ресторані – використай свій обліковий запис у соціальній мережі, скориставшись ресторанним чатботом.

Ресторанний чатбот<sup>1</sup> (Waitron Bot) – це зручний та простий чатбот для замовлення, розроблений для соціальної мережі Facebook Messenger. За допомогою даного сервісу клієнти можуть з легкістю переглянути меню, забронювати столик, та зробити замовлення зі свого телефону. А замовлення автоматично з'являться у системі прийому замовлень. І все це без участі працівників ресторану [3].

Даний тренд набув популярності у 2018 році, так як більшість ресторанів використовують всесвітню павутину для просування свого бізнесу. Зручністю замовлення їжі за допомогою соціальних мереж також є те, що не потрібно встановлювати додаткове, часом дороговартісне програмне забезпечення.

Вартим уваги для замовлення та доставки їжі on-line є український сервіс Mister.Am. *Mister.Am* має як мобільну так і веб версію. Даний сервіс дозволяє замовити актуальні страви із відомих закладів: Челентано, Chicken Hut, Піцца парк, Хінкальня, Картопляна Хата, CELENTANO Slice&Coffee [4].

Однією із корисних функцій додатку є можливість побачити світлини із зображенням страв, як вони виглядатимуть, коли замовник їх отримає від кур'єра. Для зручності користувачів розробники передбачили розподіл страв за тематичними категоріями.

Усі системи on-line-замовлень передусім покликані задовольнити потреби клієнтів, не зважаючи на те, який метод вони оберуть, чи особисто отримуватимуть їжу з самого ресторану, чи нададуть перевагу доставці, головне – замовники робитимуть це з легкістю та комфортом.

**Висновки.** Враховуючи сучасні тенденції – цифрові технології – інвестиції, які є вигідними як для ресторанного бізнесу, так і для їхніх клієнтів.

---

<sup>1</sup> Чатбот – це комп'ютерна програма, яка є альтернативою живого спілкування. Він набув популярності завдяки можливості підтримки клієнтів для автоматизації нескладних завдань та надання миттєвих відповідей до стандартних запитань. Також його застосовують для залучення клієнтів, зібрання їхніх думок та маркетингових стратегій.

У світі постійно відкриваються сотні нових ресторанів, разом з тим велика кількість закладів виходять з бізнесу назавжди. У цій боротьбі необхідно розвиватися та вдосконалюватися, виходячи із реалій сучасного життя. Сервіси онлайн замовлення їжі – інвестиція, варта уваги у ресторанному бізнесі.

### **Список використаних джерел:**

1. Огляд мобільного додатку eda.ua для замовлення їжі з великих ресторанів і магазинів України. *FreeCentre.com.ua*. Режим доступу: <https://is.gd/J1biNg>.

2. Як замовляти їжу зі смартфона. *techtoday.in.ua*. Режим доступу: <https://techtoday.in.ua/reviews/yak-zamovlyati-yizhu-zi-smartfona-47265.html>.

3. Waitron bot. Ресторанний чатбот для facebook messenger. Режим доступу: <https://waitronbot.com/>

4. Жити в Чернівцях. Зручна доставка їжі одразу з кухні ресторану: сервіс Mister.Am нарешті відкрився в Чернівцях. Режим доступу: <http://changeua.com/cv/zruchna-dostavka-yizhi-odrazu-z-kuhni-restoranu-servis-mister-am-nareshti-vidkrivsyah/>.

**До відома авторів**  
**Редакція Наукового вісника Вінницького кооперативного**  
**інституту запрошує до співпраці**

**Вимоги до рукописів**

Збірник наукових праць містить матеріали основних результатів наукових досліджень науково-педагогічних працівників Вінницького кооперативного інституту, інших наукових установ та навчальних закладів.

До друку приймаються статті, що мають науково-практичну цінність. Автор має право представити наукову статтю, яка раніше не публікувалася.

Відповідальність за якість та зміст статті несуть автор та рецензент.

До друку подаються на електронну адресу e-mail: [vatra@vki.vin.ua](mailto:vatra@vki.vin.ua) матеріали у форматі MS Word 97-2003. Стаття українською, польською або російською мовами (обсяг 7-10 сторінок тексту, формат А4, інтервал 1,5, кегель 14, шрифт Times New Roman, поля з усіх боків – 20 мм).

**Структура статті:**

- індекс УДК у верхньому лівому кутку сторінки;
- прізвище та ініціали автора (авторів) мовою статті з зазначенням наукового ступеня, вченого звання та місця роботи (по правому краю);
- назва статті (по центру) мовою статті;
- анотація мовою статті;
- ключові слова мовою статті;
- анотації та ключові слова англійською мовою (якщо стаття виконана не українською мовою – анотація українською обов'язкова);
- основний текст статті;
- список використаних джерел.

**Згідно з вимогами Президії ВАК України від 15.01.03 №7-05/1 основний текст статті повинен мати такі структурні елементи:**

- постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями;
- аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання поданої проблеми і на які покликається

автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;

- формування мети дослідження статті;
- виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
- висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у зазначеному напрямку.

*Твердження авторів статей можуть не завжди співпадати з поглядами редакційної колегії збірника наукових праць. Матеріали, що не відповідають зазначеним вимогам, не розглядаються.*

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
ВІННИЦЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО ІНСТИТУТУ**

**ВИПУСК 8/2018**

**Відповідальний за випуск: Прицюк Л. А., к.е.н., проректор з науково-методичної роботи Вінницького кооперативного інституту**