

**МІЖНАРОДНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-  
КОНФЕРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ**  
*www.economy-confer.com.ua*

# Модернізація національної економіки країни: шляхи виходу із кризи

*Збірник тез доповідей  
міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції*

**26 травня 2017 р.**



Тернопіль  
2017

**"Модернізація національної економіки країни: шляхи виходу із кризи":** матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2017. – 127 с.

УДК 330 (063)  
ББК 65я431

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Модернізація національної економіки країни: шляхи виходу із кризи», які оприлюднені на інтернет-сторінці [www.economy-confer.com.ua](http://www.economy-confer.com.ua)

*Наші збірники матеріалів науково-практичних інтернет-конференцій включаються до наукометричної бази даних "РІНЦ / RSCI".*

Адреса оргкомітету:  
46001, Україна, м. Тернопіль, а/с 71  
тел. +380977547363  
e-mail: [economy-confer@ukr.net](mailto:economy-confer@ukr.net)

Оргкомітет економічної наукової інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. В збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірність несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерело є обов'язковим.

## ЗМІСТ

### Економіка та підприємництво

<i>Artamonova Anna Andryivna, Obiziuk Vladyslav Mykolaiovych</i> <b>BUSINESS DECISION-MAKING PROCESS ON SHORT-TERM FINANCIAL PLANNING.....</b>	<b>8</b>
<i>Булгаков Андрій Валентинович</i> <b>ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ.....</b>	<b>10</b>
<i>Дмитрівська Вікторія Ярославівна, Хачатрян Валентина Валентинівна</i> <b>ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>13</b>
<i>Дяченко Олена Володимирівна</i> <b>АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗМІННИХ ЕКОНОМІКО – ПОЛІТИЧНИХ ФАКТОРІВ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....</b>	<b>15</b>
<i>Єрмак Світлана Олександрівна, Осадча Ольга Вікторівна</i> <b>СТАБІЛІЗАЦІЙНА ПРОГРАМА ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ.....</b>	<b>19</b>
<i>Задорожна Катерина Іванівна</i> <b>РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>21</b>
<i>Котелевець Дмитро Олександрович</i> <b>АНАЛІЗ СПОЖИВЧОГО РИНКУ ОЛІЄЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК.....</b>	<b>24</b>
<i>Нікітенко Ю.О., Ламбіна Т.Д.</i> <b>ДИНАМІКА СПАДУ І ЗРОСТАННЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ, ВИХІД КРАЇНИ З ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ.....</b>	<b>27</b>
<i>Рубаняк Анастасія Юріївна</i> <b>РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ В ЕФЕКТИВНОМУ ВПРОВАДЖЕННІ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>30</b>

<i>Сироїзко Катерина Вікторівна</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	32
<i>Смирнова Ірина Іванівна</i> КОУЧИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ МЕТОД РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	36
<i>Цветнова Оксана Володимирівна</i> ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ СТРАТИФІКАЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	38
<u>Менеджмент. Маркетинг</u>	
<i>Гнус Олена Ярославівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРНО-АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	41
<i>Дулин Ігор Степанович, Макар Оксана Павлівна, Ільницька Галина Ярославівна</i> ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	43
<i>Лема Галина Володимирівна, Олексів Ігор Богданович</i> КОРПОРАТИВНЕ НАВЧАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	46
<i>Ніколаєва Вікторія Василівна, Баштова Ольга Андріївна</i> УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	47
<i>Ніколаєва Вікторія Василівна, Бруханська Анастасія Вікторівна</i> ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	50
<i>Оліярник Ірина Орестівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРЕНЕТ.....	52
<i>Стоволос Надія Борисівна</i> РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ ТА МЕХАНІЗМИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ.....	55

*Дуганець Наталія Вікторівна, Мельник Ганна Юріївна* ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....58

*Ковальова Альона Анатоліївна, Августова Олена Олександрівна* МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНСЬКІЙ ПРАКТИЦІ.....61

*Ніколайчук Надія Павлівна, Августова Олена Олександрівна* ЗНАЧЕННЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ АУДИТУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....64

*Приймачук Сергій Васильович, Чухліб Алла Василівна* АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА РИНКУ МОЛОКА УКРАЇНИ.....66

*Судак Наталія Володимирівна, Задерака Наталія Миколаївна* НЕОБХІДНІСТЬ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА.....69

*Шепітко Наталія Сергіївна* ДИНАМІКА ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ЧОЛОВІКІВ ТА ЖІНОК В УКРАЇНІ.....71

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

**Hassan Ali al-Ababneh** RELEVANCE OF FUZZY LOGIC IN THE ECONOMY.....74

*Бердник Михайло Геннадійович, Кроковна Марія Андріївна* МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНИХ ПОРТФЕЛІВ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ.....76

*Дума Людмила Василівна* РЕГУЛЮВАННЯ МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ДИСПРОПОРЦІЙ З УРАХУВАННЯМ ПОДАТКОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....77

*Лисенко Віталій Русланович* ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ  
МОДЕЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЧИМ  
ПІДПРИЄМСТВОМ.....79

*Самофат Єлизавета Андріївна* ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ  
МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМ МАСОВОГО  
ОБСЛУГОВУВАННЯ.....80

Банківська справа.  
Фінанси, грошовий обіг та кредит

*Доброскок Стефанія Сергіївна* ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ  
УКРАЇНИ.....82

*Мєсєчко Ірина Миколаївна* ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ  
БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ  
ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ.....84

Податкова система. Бюджетна система.  
Правові відносини в економічній системі

*Богма Олена Сергіївна* ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ  
ДОПУЩЕНЬ МОДЕЛІ СТРАТЕГІЧНОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ  
БЮДЖЕТНИМ ПРОЦЕСОМ.....89

*Дмитрієва Оксана Миколаївна, Кутаренко Наталія Ярославівна*  
ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ-  
ПІДПРИЄМЦІВ В УКРАЇНІ.....91

*Пішенін Олександр Сергійович* ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ЗА  
ФОРМУВАННЯМ ОПОДАТКОВАНОГО ПРИБУТКУ  
ПІДПРИЄМСТВ.....96

*Хіміч Катерина Іванівна, Шевчук Анастасія Валеріївна*  
СУЧАСНИЙ СТАН АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В  
УКРАЇНІ.....98

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

*Бесараб Світлана Олексіївна* УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....102

*Буняк Надія Михайлівна* ІННОВАЦІЙНА ЕКОСИСТЕМА ЯК СУЧАСНА ПАРАДИГМА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....106

*Грїбїніченко Олена Павлівна, Лободзинська Тетяна Петрівна* МОЖЛИВОСТІ BIGDATA В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІКОЮ УКРАЇНИ.....107

Світова економіка та міжнародні відносини

*Королева Наталія Вадимовна, Левченко Александр Сергеевич* ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕНЕВОГО ОБОРОТА ЭЛЕКТРОННЫХ ОТХОДОВ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ.....110

*Мальцева Валентина Федоровна* КРИЗИС, КАК ФАКТОР МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В УКРАИНЕ.....111

*Шолом Аліна Сергіївна* МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ В РАМКАХ СИСТЕМИ ГАТТ/СОТ.....114

Економічна наука та освіта

*Бабовал Надія Ростиславівна* СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....118

*Леоненко Петро Михайлович* ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА ОСНОВА СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ НА ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ (ДРУГА ПОЛОВИНА ХІХ - ПОЧАТОК ХХ СТОЛІТТЯ).....122

*Поснова Тетяна Вікторівна* ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....125

## **BUSINESS DECISION-MAKING PROCESS ON SHORT-TERM FINANCIAL PLANNING**

*Artamonova Anna Andryivna*

student, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

*Obiziuk Vladyslav Mykolaiovych*

student, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Short-term financial planning is critical for a company to properly conduct its operating activity, meeting its short-term liabilities. The actuality of the thesis is that short-term planning and management are frequently where new hires start out in a corporation, especially in finance and accounting. Moreover, such planning is especially important for small businesses, and a lack of adequate short-term financial resources frequently results for small firms in a business failure. Thus, financial managers should know what they have to do with the excess money and how to deal with cash shortfalls.

Firstly, it is important to determine the difference among short-term, medium-term and long-term plans must be outlined. Short-term usually involves processes that show results within a year. Companies aim medium-term plans at results that take several years to achieve. Long-term plans include the overall goals of the company set four or five years in the future and usually are based on reaching the medium-term targets.

Furthermore, we must admit that there are some aspects that short term planning helps to solve. The manager should plan the amount of cash and inventory that company should have and the amount of credit company may extend to clients.

Thus, the managers consider such short-run operating activities as collecting raw materials, producing the products, gaining the income. That is why it is expedient to define the terms of operating cycle and cash cycle.

The operating cycle is the time between the arrival of inventory and the date when cash is collected from receivables. It is clear that cash is usually paid out before it is collected.

Meanwhile, the cash cycle starts when cash is paid out for materials and ends when cash is collected from accounts receivable. The longer the cash cycle, the more the need for financing.

If company buy inventory, sell its product, collect payment, and pay suppliers in one day, it means that the company have a cash cycle of zero days.

Additionally, the cash cycle may be simply represented by the following formula:



*Cash cycle (days) = Average days in inventory +  
+ Average collection period -  
- Average payment period*  
where,

$$\text{Average days in inventor} = \frac{\text{Inventory at start of year}}{\text{Daily cost of goods sold}}$$

$$\text{Average collection period} = \frac{\text{Receivables at start of year}}{\text{Average daily sales}}$$

$$\text{Average payment period} = \frac{\text{Payables at start of year}}{\text{Daily cost of goods sold}}$$

It must be outlined that common sources of short-term borrowing are operating loans, letter of credit and other sources. It's important to note that short-term interest rates are normally lower than long-term rates. This means that it's generally more expensive to use long-term borrowing than short-term borrowing.

Operating loans from banks are the most common way to finance temporary cash deficits. It is an agreement where the company can borrow up to a certain amount for a given period. Operating loans can be unsecured or secured by collateral.

Interest is charged on the loan and is set by the bank. Banks lend mainly to low-risk borrowers. This is why they often decline risky business loans. Many loan requests that banks turn down come from small businesses, particularly startups. These startups then often turn to alternative financing sources.

Financial institutions may require collateral for a loan, such as property, accounts receivable, or equipment. These are called secured loans. For secured loans, the interest rate charged is often less than with unsecured loans.

The other type is letters of credit and they allow borrowers to pay off a balance and borrow funds as needed. This differs from a short-term loan where the borrower receives a lump sum of cash and can borrow more only after the short-term loan is repaid.

In addition, companies use a variety of other sources of short-term funds such as short-term notes issued by highly rated firms, banker's acceptances that are similar to commercial paper except that they are guaranteed by a bank in exchange for a fee charged by the bank.

Furthermore, strategies for reducing cash flow problems must be noticed and they are as follows:

- Decrease cash cycle time. Help reduce the chances of cash flow problems;
- Cash reserves;
- Maturity hedging. It is usually better to avoid financing long-lived assets with short-term borrowing.

In conclusion, the nature of the firm's short-term financial planning problem is determined by the amount of long-term capital it raises. A firm that issues large amounts of long-term debt or common stock, or that retains a large part of its earnings, may find it has permanent excess cash. In such cases there is never any problem paying bills, and short-term financial planning consists of managing the firm's portfolio of marketable securities. A firm holding a reserve of cash is able to buy itself time to react to a short-term crisis. This may be important for growth firms that find it difficult to raise cash on short notice.

#### **References:**

1. Principles of corporate finance (10<sup>th</sup> ed.) / Brealey R., Myers S. & Allen F. McGraw-Hill/Irwin: New-York, 2011, p. 969

---

Науковий керівник: Жолнерчик Ганна Юріївна; кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

## **ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ**

***Булгаков Андрій Валентинович***

студент Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Оптимізація структури капіталу є одним з найбільш важливих і складних завдань фінансового управління. Оптимальна структура капіталу – це таке співвідношення використання власного та позикового його видів, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності та коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість [1].

Одним з механізмів оптимізації структури капіталу підприємства є фінансовий леверидж. Фінансовий леверидж – об’єктивний фактор, що виникає з появою позикового капіталу в обсязі використовуваного підприємством капіталу, що дозволяє йому отримати додатковий прибуток на власний капітал і використання підприємством позикового капіталу, що впливає на зміну рентабельності власного капіталу [2].

Ефект фінансового левериджу – відображає рівень додатково одержуваного прибутку на власний капітал (приріст рентабельності власного капіталу) при різній частці використання позикового капіталу і розраховується за формулою:

$$E_{\text{фл}} = (1 - d_{\text{Нпп}}) \times (Pa_{\text{б}} - \text{ВарПКсерзв}) \times \frac{\text{ПК}}{\text{ВК}}, \quad (1)$$

де  $d_{\text{Нпп}}$  – ставка податку на прибуток, коеф.;

$Pa_{\text{б}}$  – валова рентабельність активів (відношення валового прибутку до середньої вартості активів), %;

ВарПКсерзв – середня вартість позикового капіталу, %;

ПК – середня сума використовуваного підприємством позикового капіталу;

ВК – середня сума власного капіталу підприємства.

Ефект фінансового левериджу було розраховано на прикладі ТОВ «Союз» за нинішніх умов (варіант А), а також за умов зміни питомої ваги власного та позикового капіталу (варіанти Б, В, Г, Д) (табл. 1).

Таблиця 1

Формування ефекту фінансового левериджу за різних умов

№	Показник	Варіанти різного співвідношення власного та позикового капіталу				
		А	Б	В	Г	Д
1	Середня сума використовуваного капіталу в розглянутому періоді, тис. грн, з неї	259937	259937	259937	259937	259937
	середня сума власного капіталу	3806,5	13806,5	103806,5	129968,5	155962,2
	середня сума позикового капіталу	256130,5	246130,5	156130,5	129968,5	103974,8
	співвідношення позикового капіталу до власного	67,29	17,83	1,50	1,0	0,6
2	Сума прибутку (без обліку витрат на сплату відсотків за кредит), тис. грн	23607	23607	23607	23607	23607
3	Рентабельність активів (без обліку витрат по сплаті відсотків за кредит), %	9,08	9,08	9,08	9,08	9,08
4	Середній рівень відсотків за кредит, %	14,67	14,67	14,67	14,67	14,67

5	Сума відсотків за кредит, сплачена за використання позикового капіталу, тис. грн	37574,34	36107,34	22904,34	19066,38	15253,10
6	Сума прибутку підприємства з урахуванням витрат по сплаті відсотків за кредит, тис. грн	1775,00	3064,20	16267,2	20165,16	23918,44
7	Ставка податку на прибуток, %	18	18	18	18	18
8	Сума податку на прибуток, тис. грн	333,00	766,05	4066,8	5026,29	5979,61
9	Сума чистого прибутку, тис. грн	1331,00	2298,15	12200,4	15078,87	17938,83
10	Рентабельність власного капіталу (фінансова рентабельність), %	34,97	16,65	11,75	11,60	11,50
11	Приріст рентабельності власного капіталу у зв'язку з використанням позикового капіталу (фінансовий леве́ридж), %	-282,10	-74,74	-6,31	-4,19	-2,80

Отже, можна дати певні рекомендації, яких доцільно дотримуватися підприємству у ситуації, що склалася. По-перше, це поступовий приріст питомої ваги власного капіталу у загальній вазі джерел фінансування. Власний капітал виступає чи не найголовнішим інструментом фінансової стійкості підприємства та забезпечує високий рівень платоспроможності у майбутньому. На плановий період варто встановити питому вагу власного капіталу у як мінімум 5%, використовуючи та направляючи на це збільшення усю суму чистого прибутку, що отримало підприємство у минулому році. Доцільним є вже до 2018 року поступово збільшувати питому вагу власного капіталу і з часом довести її до як мінімум 10%.

Ідеальною моделлю для підприємства в умовах сьогодення повинно стати повне покриття за рахунок власного капіталу та довгострокового позикового капіталу його короткострокових зобов'язань.

#### **Список використаних джерел:**

1. Економіка малого підприємства: навч. посіб. рекомендовано МОН / Васильців Т.Г. — К., 2013. — 446 с.
2. Фінансовий леве́ридж. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://techtrend.com.ua/index.php?newsid=19096>.

---

Науковий керівник: Бавико Олександр Євгенович, доктор економічних наук, доцент, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

## ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСІВ ПІДПРИЄМСТВА

*Дмитрівська Вікторія Ярославівна*

студентка, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

*Хачатрян Валентина Валентинівна*

кандидат економічних наук, доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

В наш час, у період переходу до ринкової економіки, а також її покращення, розвиток підприємств в Україні потребує додаткової уваги. Регулювання внутрішнього середовища на підприємствах повинно проводитись не тільки керуючими органами фірми, але й державою. Відновлення та посилення нормативного регулювання фінансів підприємств з метою уникнення їх банкрутства є на сьогодні актуальним завданням.

Проблематикою розвитку підприємств в Україні, дослідженням фінансової стабільності підприємств займалися такі вчені як Жук І.Л., Неживець О.М., Белік Ю.В., Неживець О.М., Карлін М.І., Кошембар Л.О., Кравцова Т., Кравцова Т.М., Лазар В.Л., Ластовецький А., Онищенко В., Покатаєва О., Саваріна О., Селезень С.В. та інші. Але залишається відкритим питання саме вивчення окремих конкретних методів державного регулювання фінансів підприємств.

Державне регулювання в ринкових умовах являє собою законодавчо оформлену систему зовнішнього впливу на фінанси підприємств. Воно визначає порядок утворення, розподілу і використання централізованих фондів фінансових ресурсів, які служать одним із джерел фінансування підприємств. Фінанси підприємств служать головним інструментом державного регулювання економіки. З їхньою допомогою здійснюється регулювання відтворення виробленого продукту.

Ринкова економіка значно посилює роль фінансів підприємства в забезпеченні високої ефективності виробництва. В умовах жорсткої конкуренції і широкої фінансової незалежності суб'єктів господарювання будують свою діяльність на основних принципах комерційного розрахунку: саморегулюванні, самофінансуванні, самоокупності. Мета комерційного розрахунку – досягнення максимального прибутку з мінімальними витратами ресурсів і найменшим ризиком[1].

Державний фінансовий контроль являє собою сукупність дій органів державної влади спрямованих на попередження та усунення фінансових правопорушень та неефективного використання державних фінансів[2]. Система регулювання повинна враховувати дію об'єктивних економічних законів, в першу чергу – закону вартості, закону попиту і пропозиції,

закону грошового обігу та ін., гарантувати свободу конкуренції і підприємництва. Але ця свобода повинна мати визначені межі щоб не виникав ринковий хаос і не створювались протиріччя між інтересами підприємств і інтересами суспільства, держави. Тому система регулювання повинна поширюватись на всі ланки фінансів підприємств. Мова йде, по-перше, про цілеспрямоване регулювання фінансових потоків підприємства для реалізації його зовнішніх і внутрішніх фінансових відносин, по-друге, про регулювання процесів створення і використання грошових фондів для забезпечення господарської діяльності підприємства, розрахунків за зобов'язаннями та інших цілей.

Основними напрямками державного регулювання фінансової діяльності підприємств є: податкова система, ціноутворення, зовнішньоекономічна діяльність, грошовий обіг, кредитування, форми платежів і розрахунків, організація обігу цінних паперів, бюджетне фінансування, склад і компетенція органів державного управління у вирішенні фінансових питань, державні гарантії, ліцензування окремих видів діяльності.

Всім відомо, що головним методом збільшення державного бюджету є податки, які сплачуються і громадянами, і підприємствами. Але держава не в силах достатньо контролювати підприємства, і існують декілька способів втекти від сплати податків. На мою думку, держава повинна створити стабільну нормативно-правову базу контролю фінансів підприємств, з адекватними умовами для ведення українського бізнесу. З метою створення режиму максимального сприяння для розвитку бізнесу передбачається обмежити повноваження і функції контролюючих органів, порядок і спростити порядок ліцензування видів діяльності, розробити закон про реорганізацію та ліквідацію юридичних осіб, що забезпечує захист прав кредиторів, власників підприємств і організацій.

Отже, державне регулювання підприємств відіграє значну роль у розвитку країни. Ринкова економіка значно посилює роль фінансів підприємства в забезпеченні високої ефективності виробництва. Я вважаю, що в умовах стабільності, держава повинна зменшувати тиск на підприємства, а в умовах кризи – посилювати свій вплив, шляхом кредитування, податків та іншими методами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мельник Ю.А. Державне регулювання фінансів підприємств. – [Електронний ресурс] / Ю.А. Мельник // XIII Міжнародна наукова інтернет-конференція «Соціум. Наука. Культура». – Режим доступу: <http://intkonf.org/melnik-yua-derzhavne-regulyuvannya-finansiv-pidpriemstv/>
2. Хомутенко В.П. Державний аудит як форма фінансового контролю: сутність та інституційні особливості [Електронний ресурс] / В. П.

Хомутенко, А. В. Хомутенко // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2011. - № 2. - С. 124-130. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed\\_2011\\_2\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2011_2_22)

## **АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗМІННИХ ЕКОНОМІКО – ПОЛІТИЧНИХ ФАКТОРІВ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ**

*Дяченко Олена Володимирівна*

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, Сумський національний аграрний університет

Кризовий стан соціально - політичного життя України вимагає максимально уважного ставлення до такої галузі народного господарства як аграрний комплекс, який є, по-перше, запорукою і основою національної продовольчої безпеки, а також практично єдиною стабільною та стабілізуючою галуззю економіки. Саме тому питання дослідження різноспрямованого впливу зовнішніх та внутрішніх факторів економічної, політичної та соціальної сфер життя набувають актуальності у сучасній науці.

Достатньо вагомий вплив на розвиток підприємств аграрної сфери в Україні мають наступні фактори зовнішнього середовища: світові ціни на енергоносії; зміни світової кон'юнктури ринку основних видів сільськогосподарської продукції; участь держави в міжнародних процесах та організаціях тощо.

Чи не більш значною мірою на аграрні підприємства впливають фактори державного рівня, до яких можна віднести: державне регулювання (податкова система, стан нормативно-правової бази, інвестиційний клімат); коливання курсу національної валюти; внутрішньодержавний рівень цін на енергоносії; розвиток інфраструктури; взаємодія з іншими суб'єктами господарювання; ступінь корумпованості державного апарату тощо.

Зрозуміло, що в умовах нестабільності економіко-політичної сфери життя кризові явища мають тенденції до загострення, навіть враховуючи намагання держави провести реформи і зміни в окремих галузях. Це провокує створення невизначеного середовища функціонування більшості підприємств аграрної сфери. Проведемо більш детальне дослідження впливу тих чи інших факторів на функціонування підприємств птахівничої сфери аграрного комплексу України.

Розглядаючи розвиток птахівництва в Україні, можна констатувати, що в цілому по країні спостерігається здебільше позитивна динаміка росту чисельності поголів'я птиці і відповідно покращуються показники

забезпечення потреб населення у продукції птахівництва. Але у той же час існують певні загрози бізнесу у вигляді нестабільних політико - економічних умов, зниження попиту і платоспроможності населення, що значно впливає на можливість отримання прибутку в галузі.

Важливим фактором отримання прибутку від виробництва курячих яєць є ціна їх реалізації. Це достатньо складно прогнозована величина, що може мати коливання як вбік збільшення, так і вбік різкого зменшення протягом року. На коливання реалізаційної ціни на яйце впливає безліч факторів: від макроекономічних, таких як стан експорту українського яйця, до цінової політики компаній – гігантів (Авангард, Овостар тощо), які в силу більшої концентрації та інтеграції виробництва мають більше можливостей до скорочення собівартості, а отже і зниження реалізаційної. Сезонні коливання ціни на куряче яйце також мають місце на українському ринку (див. рис.1). На сьогодні відпускна ціна на куряче яйце продовжує знижуватись, не дивлячись на те, що вона вже є нижчою за граничну собівартість для більшості підприємств, що загрожує зростанню виробництва у майбутньому.

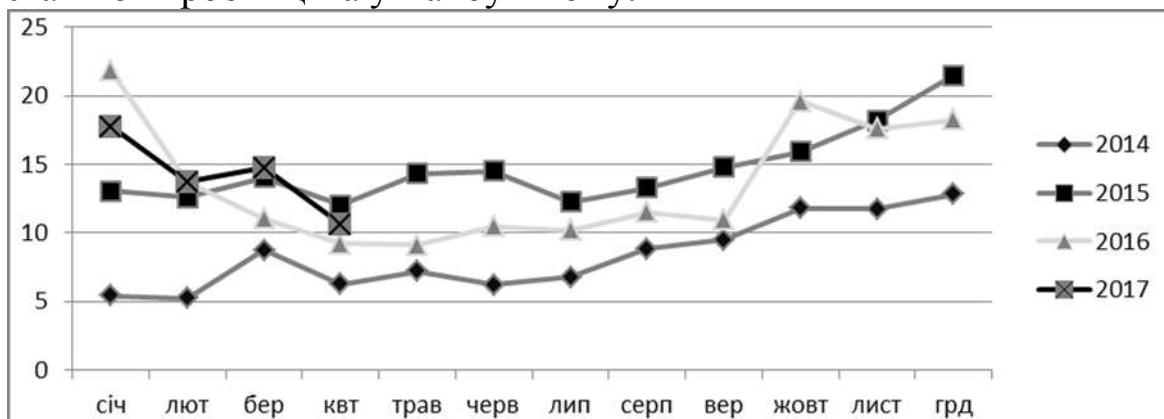


Рис.1 Динаміка цін на яйце куряче в Україні

Заслуговує на увагу експортний потенціал галузі. Відомо, що українська продукція птахівництва користується попитом в багатьох країнах Азії, Африканського континенту, Європі. Найвищим попитом м'ясо птиці користується в Іраку, Казахстані та Нідерландах. В 2015 року експорт м'яса птиці з України становив 190 тис.т.; у 2014 році цей показник становив 175 тис.т, що на 30 тис.т більш, ніж в 2013 році.



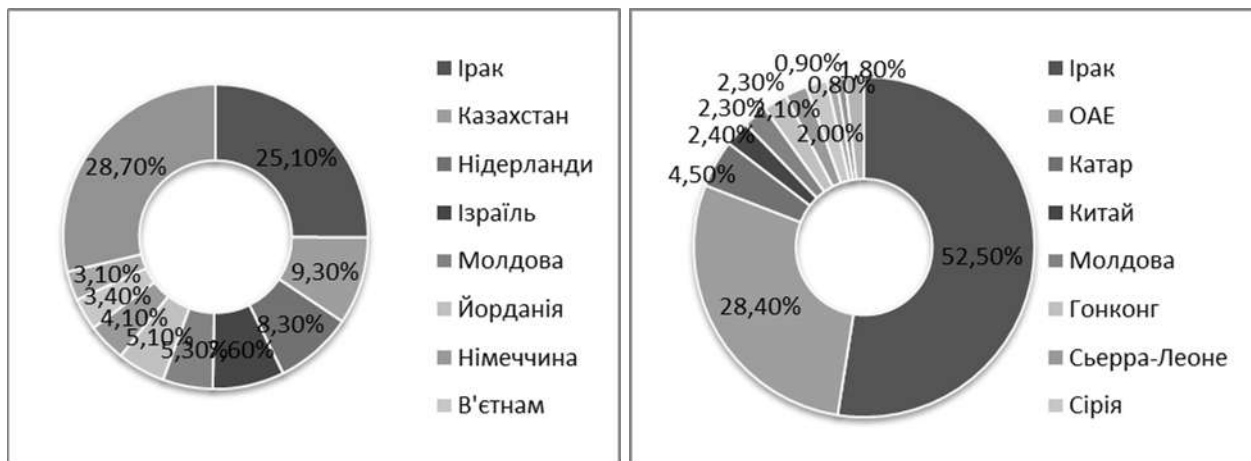


Рис.2 Основні країни – імпортери м'яса птиці (1) та свіжих пташиних яєць (2) з України.

За останні роки Україна також суттєво збільшила експорт яєць. У 2015 році Україна експортувала 59291,8 т яєць у шкаралупі - свіжих, консервованих або варених, а також 3312,7 т продуктів переробки яєць - маються на увазі яйця без шкаралупи, яєчні жовтки свіжі або сушені. Приємно відмітити, що останнім часом Україна розвиває напрямок переробки яєць з наступним експортом готових яйце-продуктів, що є досить позитивною тенденцією.

Основними країнами-імпортерами свіжих яєць з України були: Ірак (28277,3 т), Об'єднані Арабські Емірати (19178,5 т), Молдова (2231,6 т). За два місяці 2016 року на зарубіжні ринки було вивезено 5252 т свіжих яєць і 603 т продуктів переробки. Основними країнами, куди здійснюється експорт яйце-продуктів це країни Близького Сходу. Також розширилися взаємозв'язки з цього приводу із країнами африканського континенту. Україна також отримала квоту на експорт яєць та яєчних продуктів до Європейського союзу. На сьогоднішній день у нас атестовано 2 підприємства які займаються яйцепереробкою, це ТОВ «Імперово Фудс» и ГК «Овостар Юніон». Також в 2016 році Україна отримала право експортувати яйця класу «А», тобто яйця, що відносяться до споживчих, але на сьогодні ми не маємо жодного підприємства, яке атестовано. Зараз деякі компанії займаються модернізацією виробничих потужностей для того, щоб отримати це право експорту.

Існують певні загрози експорту курячого яйця, який може скорочуватись внаслідок поганої епідеміологічної ситуації в окремих районах України. Так, внаслідок епідеміологічної ситуації в Україні з пташиного грипу деякі країни – експортери відмовились закупати куряче яйце від українських товаровиробників (в січні 2016 року Міністерство сільського господарства Ізраїлю зупинило імпорту яєць з України). Також був втрачений ринок Іраку, на який припадало майже 50% зовнішніх поставок в 2015 році. Причиною стало загострення конфлікту і проблема з

перетином турецько-іракського кордону. Після втрати експорту весь обсяг надійшов на українські прилавки. Скорочення експорту збільшує пропозицію на внутрішньому ринку.

Спосіб уберегтися від надлишку яєць – це їх переробка в яєчний порошок, у якого більш тривалий термін зберігання. Але, потужностей з переробки недостатньо, щоб впоратися з усім обсягом виробництва яєць. Враховуючи, що собівартість виробництва яйця зросла в останні роки (особливо це стосується невеликих птахофабрик), а рентабельність різко впала, посилення пропозиції яйця на внутрішньому ринку та падіння ціни на яйце може сприяти подальшому зниженню економічної ефективності виробництва яєць в невеликих підприємствах.

Не менш вагомий вплив на ціноутворення та прибутковість продукції птахівництва мають такі чинники як коливання курсу національної валюти, коливання цін на товари, що імпортуються. Сьогодні багато засобів виробництва, зокрема молодняк, інкубаційне яйце, ветеринарні препарати, обладнання та інше, прив'язані до долара, а це означає, що витрати птахівництва зростатимуть, особливо це стосуватиметься середніх і невеликих птахо господарств, які не є експортерами. Ті українські компанії, що отримують валюту від експорту, не мають таких серйозних ризиків.

Наступне, що впливає на собівартість підприємств, що виробляють продукцію птахівництва – політико-економічна ситуація в Україні. Наприклад, більшість птахогосподарств України завжди комплектувались молодняком птиці з кримським ДП УОППЗ ім. Фрунзе, що є репродуктором другого порядку. Однак в результаті політичних змін останніх років, підприємства змушені шукати інших партнерів, в тому числі і за кордоном: у Польщі, Німеччині, Словенії, Голландії та ін. Зрозуміло, що рівень цін за курча за кордоном значно вище - 75 - 80 євроцентів, в порівнянні з 8 грн у кримського постачальника у минулому. А оскільки курс євро в Україні виріс майже втричі за останні роки, то й найменше коливання валютних курсів б'є по виробникові, збільшуючи собівартість продукції.

Підвищення тарифів за використання води, електроенергії, тепла тощо також спровокувало збільшення витрат підприємств по цим статтям, що відобразилося на зростанні собівартості продукції. Підвищення вартості води, електроенергії, газу впливає на роботу галузі птахівництва, яка ніколи не мала сильного лобі в уряді та не була дотаційною, попри проблеми, що в ній є.

Це все доводить, що в умовах невизначеності досить складно підприємствам зберегти рівень ефективності, що гарантував би розширене відтворення і отримання прибутку. А тому завданням вчених, економістів, політиків має стати звернення уваги на функціонування аграрного

комплексу та превалювання рішень конкретних проблем над популістськими.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дем'яненко М.Я. Проблемні питання державної політики фінансової підтримки сільського господарства. / М.Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2011р. - №7.- С. 67-72.
2. Колос Н. Від здібностей – за потребою // «Наше птахівництво» № 3 (33), - травень 2014р., - с. 6 – 9.
3. <http://www.poultryukraine.com/>
4. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

### **СТАБІЛІЗАЦІЙНА ПРОГРАМА ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ**

#### ***Єрмак Світлана Олександрівна***

кандидат економічних наук, доцент, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

#### ***Осадча Ольга Вікторівна***

студентка магістратури, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

Під час настання кризи на підприємстві перед власниками постає вирішення дуже непрості проблеми: як вивести бізнес з ситуації, що склалася, та у майбутньому не допустити помилок своєї діяльності щодо функціонування підприємства. Важливо мати вміння і можливості передбачити кризу, що наступає, бути готовим до неї і готовим подолати її наслідки. Це обумовлює важливість антикризового управління у діяльності кожного підприємства.

Основна роль в системі антикризового управління відводиться широкому використанню механізмів фінансової стабілізації. Це пов'язано з тим, що успішне застосування цих механізмів дозволяє не тільки зняти фінансовий стрес загрози банкрутства, а й значною мірою позбавити підприємство від залежності використання позикового капіталу, прискорити темпи його економічного розвитку [1].

Серед основних інструментів антикризового управління підприємством можна виділити стабілізаційну програму. Сутність стабілізаційної програми полягає в маневруванні коштами з ціллю зменшення різниці між їх надходженням та витрачанням[2]. У

стабілізаційну програму повинен входити комплекс заходів, спрямованих на відновлення платоспроможності підприємства, таких як:

- оптимізація організаційної структури та складу витрат;
- управління асортиментом і ціноутворенням;
- управління оборотним капіталом (дебіторська заборгованість, запаси, грошові кошти, ліквідні цінні папери, поточні пасиви);
- оптимізація чисельності персоналу (скорочення персоналу);
- оптимізація системи матеріального стимулювання;
- реструктуризація та оптимізація активів і зобов'язань і т.д.

Перш ніж займатися розробкою стабілізаційної програми, необхідно провести детальний аналіз господарсько-фінансової діяльності підприємства і оцінити можливість настання банкрутства.

На сьогоднішній день існує безліч як західних, так і вітчизняних моделей прогнозування банкрутства підприємств. В якості вихідних даних у всіх моделях використовуються значення бухгалтерського балансу (Звіт про фінансовий стан, Форма №1) й «Звіту про фінансові результати» (Звіт про сукупний дохід, Форма №2). На прикладі ПМП «Політ» було застосовано різні алгоритми оцінки ризику банкрутства за найбільш відомими моделями (табл. 1).

Таблиця 1

Показники ймовірності банкрутства ПМП «Політ» за 2015-2016 роки

Модель	2015 рік	2016 рік
"Z - рахунок Альтмана"	5,3	5,9
Модель Таффлера	0,47	0,51
Модель Ліса	0,04	0,039
Чотирьохфакторна модель Спрінггейта	1,6	1,1
Модель Чессера	0,19	0,36
Двофакторна модель Федотової	-1,9	-1,7
Модель Бівера	0,17	0,2
Система показників і їх рейтингова оцінка Л.В. Донцової і Н.А. Нікіфорової	3 клас	3 клас

Отже, майже за всіма з цих методик досліджуване підприємство можна признати платоспроможним. Така оцінка відповідає результатам комплексного аналізу фінансово-господарської діяльності, оптимістичні показники відновлення платоспроможності пояснюються гарною

структурою активів підприємства та відсутністю позикових коштів.

Тому для зберігання фінансової рівноваги на підприємстві та зміцнення його фінансового стану у якості головного напрямку стабілізаційної програми може бути рекомендована мобілізація внутрішніх резервів:

- проведення реструктуризації активів підприємства;
- сукупність заходів, пов'язаних зі зміною структури та складу активів балансу;
- перетворення в грошову форму наявних матеріальних та фінансових активів підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Файнова Н.А. Диагностика банкротства и антикризисное управление на предприятии / Н.А. Файнова // Молодой ученый. – 2013. – № 11. – С. 488-490.
2. Боронос В.Г. Управління фінансовою санацією підприємств: навчальний посібник / В.Г. Боронос, І.Й. Плікус, І.М. Кобушко. – Суми: Вид-во СумДУ, 2010. – 437 с.

## **РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

*Задорожна Катерина Іванівна*

аспірантка Херсонського національного технічного університету

На сьогодні однією з найбільш динамічно розвиваючих галузей економіки стало зростання впливу і ролі туризму. Унікальність розвитку інституту туризму полягає в тому, що жодна інша галузь економіки не володіє таким величезним потенціалом зростання (припускає широку розгалуженість і різноманіття послуг), генерування прибутку і залучення населення в виробництво (зайнятність).

Туризм сприяє розвитку і прогресу господарської діяльності багатьох регіонів та сприяє підвищенню їхнього соціально-економічного рівня, оскільки спираючись на світовий досвід, наприклад історії економічного розвитку Сінгапуру [1], чимало світових економічних регіонів ставлять внутрішній туризм на провідне місце по прибутковості.

З цього приводу О.Г. Зима зазначає, внесок туризму у світовій ВВП оцінюється приблизно у 5%., а у вирішення проблеми зайнятості трохи вище – близько 6-7% від загальної кількості робочих місць по всьому світу. Частка туризму у ВВП становить близько 2% для країн, де туризм є

порівняно невеликим сектором, та більш ніж 10% для країн, де туризм є важливим елементом економіки» [2].

Однак слід констатувати, що туризм і санаторно-курортна сфера не отримали в Україні належного розвитку упродовж останніх десятиліть. Дослідниками неодноразово зауважувалось, що розвиток туризму може істотно вплинути на вихід країни з глибокої соціально-економічної кризи, згладити наслідки соціальної напруженості шляхом створення нових робочих місць, а також створити необхідні умови для відновлення моральних і фізичних сил населення, що визначає основу для підвищення продуктивності праці та економічного зростання.

У низці сучасних класифікацій туризму по цілям і функціях вживаються поняття «соціальні мотиви туризму» та «туризм із соціальними цілями». У контексті цього мова йде про звичайні поїздки для спілкування з друзями, однодумцями, з міркувань престижу і підтримки соціального статусу та про туризм, який пов'язаний з приналежністю до тих, чи іншим соціальних груп, і передбачає організацію контактів між їхніми представниками. Здебільшого соціальний туризм розрахований на людей зі звичайними туристськими потребами і мотивами та низьким прибутком.

Питання впливу розвитку туризму на проблеми управління людськими ресурсами, політику зайнятості, відтворення здоров'я як соціально-ринкового ресурсу життєздатності економіки є на сьогоднішній день найбільш значимими і в той же час найменш дослідженими.

Слід зазначити, що в країнах Європейського Союзу соціальний туризм асоціюється з бідними, а тому асоціюється з низькою прибутковістю бізнесу. Споживачами соціального туризму є люди, які потребує пільг соціального характеру.

Особливу увагу в проблемах розвитку соціального туризму заслуговує осмислення здорового способу життя та збереження здоров'я, у зв'язку із збільшенням навантажень на організм людини: складне громадське і особисте життя, екологічні, психологічні, техногенні, політичні та інші проблеми провокують серйозні негативні порушення в стані здоров'я.

У контексті інституційного розвитку соціального туризму як напряму підтримки здорового способу життя, вкрай важливим є осмислений підхід і до організації нових лікувальних програм, розширення оздоровчих послуг, для яких потрібні нові кадри, і не тільки медичні, а також основною проблемою залишається пошук способів та інструментального комплексу його стимулювання.

У сьогоднішній системі комерційного підприємництва існує ґрунтовно розроблений інструментальний комплекс. Одним з яких є модель, що дозволяє полегшити розуміння особливостей послуги (у тому

числі і туристичної). Передусім йдеться про модель «менеджменту послуги», яка була запропонована американським фахівцем Р. Норманном [3]. Іншим може бути інструмент, який дозволяє розвивати послуги в умовах економічної моделі регіону та споживчого сегмента, до якого відноситься такий міждисциплінарний підхід як маркетинг.

Якщо економічні галузі та їх підгалузі поділяються на бюджетні (державні) і комерційні (приватні), у зв'язку з цим продукти та послуги, вироблені суб'єктами економічної діяльності відповідних галузей також можна класифікувати за ознакою фінансування. У цьому сенсі туристичну послугу можна класифікувати як комерційну і не комерційну (соціальну).

Комерційний туризм можна визначити як вид туризму, що передбачає організацію відпочинку за рахунок власних коштів туриста. Відповідно послуга на ринку соціального туризму – це туристична послуга, яка повністю або частково здійснюється за рахунок бюджетних коштів, що виділяються державою на соціальні потреби.

При розробки системи маркетингового розвитку соціального туризму слід пам'ятати, що ринок соціального туризму розуміють як сектор туристського відпочинку де покупці отримують субсидії з коштів, що виділяються державою.

При розвитку регіонального туристичного маркетингу важливо враховувати, що туризм – це складна система, симбіоз економіки, політики, екології та культури. Для досягнення позитивного маркетингового ефекту необхідна тісна координація маркетингу різних організацій і підприємств.

Таким чином, в систему маркетингу в туризмі інтегровані різні інституційні одиниці між якими повинний існувати найтісніший взаємозв'язок.

Аналіз туристичного маркетингу робить істотний внесок у вирішення проблем розвитку соціального туризму. Перш за все, слід врахувати, що коштів, які виділяються з різних державних, регіональних бюджетів, а також соціальних фондів буде не достатньо, щоб покрити витрати в цьому сегменті ринку. Все це вказує, на складні проблеми існування і розвитку сегмента соціального туризму.

Однак, проведений аналітичний огляд проблеми соціального туризму та туристичної діяльності в цілому, підказує деякі можливі напрямки розвитку соціального туризму, які багато в чому сприяють зменшенню навантаження на соціальні фонди, а також місцеві та регіональні державні бюджети. Таким підходом є передача на взаємовигідних і ринкових умовах часткового фінансово-ресурсного навантаження комерційному сектору.

З цього випливає, що використання сегменту споживачів соціального туризму дає позитивний результат для розвитку попиту на

всьому ринку туристичних послуг. Насамперед, йдеться про поширення думки про той чи інший туристичний продукт у різних соціальних колах.

Таким чином, економіко-соціальний інститут туризму необхідно розуміти не тільки як сектор туристського відпочинку, де покупці отримують субсидії з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби. Використовуючи сучасні маркетингові підходи, розгалужену систему державних і комерційних відносин (не тільки в межах регіону), і розвиваючи різні рівні маркетингу можна отримати позитивний результат для розвитку внутрішнього і зовнішнього ринку туризму як галузі економіки.

### **Список використаних джерел:**

1. Куан Ю Ли «Сингапурская история. Из «третьего мира» – в первый» / Ли Куан Ю. – Москва : МГИМО (У) МИД России, 2002. – С. 36.
2. Зима А.Г. Развитие международного туризма / А. Г. Зима // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 20.
3. Карлоф Б. Деловая стратегия / Б. Карлоф. – Москва : Экономика, 1991. – С. 217.

---

Науковий керівник: Савіна Галина Григорівна, доктор економічних наук, професор, Херсонський національний технічний університет

## **АНАЛІЗ СПОЖИВЧОГО РИНКУ ОЛІЄЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК**

***Котелевець Дмитро Олександрович***

аспірант, Запорізький національний університет

В умовах глобалізаційних процесів економічного простору важливість та актуальність підвищення конкурентоспроможності підприємства та адекватної сучасним реаліям її оцінка залишається основною запорукою його життєдіяльності.

Олієжирова галузь характеризується високою концентрацією виробництва, що позитивно впливає на рівень її ефективності. Понад 70 % загального обсягу продукції комплексу припадає на великі підприємства, а мала переробка становить менше 2 %.

Водночас, незважаючи на економічну привабливість і великий потенціал, динамічному розвитку комплексу перешкоджає нестабільність виробництва олійного насіння, що може призвести до послаблення позицій вітчизняної олієжирової галузі на зовнішніх продовольчих



ринках. Соняшник – друга за популярністю культура після пшениці. Його вирощують більше 40% сільськогосподарських підприємств всіх форм власності, на які припадає до 80% всього валового збору. Господарства населення забезпечують виробництво цієї культури на рівні 20 %.

Важливим елементом при оцінюванні рівня конкурентоспроможності переробних підприємств в АПК є аналіз споживчого ринку олієжирової продукції. З цією метою нами проведено маркетингові дослідження в Південному регіоні (Херсонська, Миколаївська та Запорізька області). Так, згідно анкетування було опитано 950 чоловік різного віку та достатку і було виявлено таку загальну тенденцію – споживачі віддають перевагу соняшниковій олії порівняно з іншими видами рослинних олій.

Більшість з опитаних респондентів регулярно купує соняшкову олію - 88%. Частка кукурудзяної становить – 6%, оливкової – 4% та соєвої олії становить - 2% (рис 1).

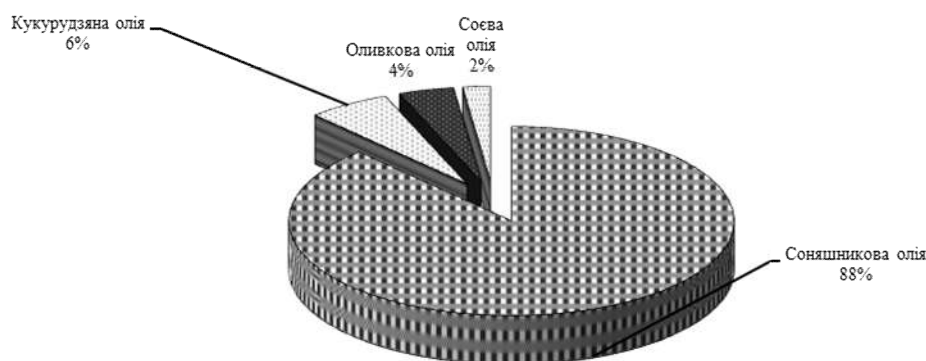


Рис.1. Переваги у споживанні олії

Основну роль зіграли національні традиції української кухні. Оливкова олія дорожча, і значно перевищує ціну соняшникової олії, але корисних властивостей цього продукту набагато більше. Тому 19% респондентів іноді купують оливкову олію, 25% - кукурудзяну і 12% - соєву.

Лідером виявилася олія «Олейна» (позначилася масивна рекламна кампанія). На другому місці торгова марка «Чумак», яку в своїх відповідях назвало 55% опитаних. Згадки наступних марок йдуть з великим розривом від лідерів: наприклад, масло «Гурман» згадали лише 9%.

Серед споживачів 63% опитаних вважають більш приємною на смак рафіновану олію, обирають через відсутність запаху і смаку, а також за те,

що воно не пригорає при смаженні. Нерафіновану олію використовують, якщо хочуть відчутти традиційний смак деяких страв, присмак масла для яких вважається невід'ємним атрибутом.

На ринках більше купують нерафіновану олію, а в супермаркетах навпаки – рафіновану (в 3 рази частіше). У магазинах типу cash & carry - мінімальний відсоток покупки нерафінованої олії. Багато хто з респондентів вважає: нерафінована олія продається тільки на розлив.

У ході дослідження були виявлені основні фактори впливу при виборі рослинної олії. При шести варіантах відповідей на перше місце респонденти поставили високу якість продукту. Також однією з важливих якостей рослинної олії респонденти вважають корисність для здоров'я і гарний смак.

Незважаючи на ціну, респонденти готові купувати продукт, що має вищезгадані властивості. Постійна наявність у продажі і популярність тої чи іншої марки виявилися найменш важливими факторами в порівнянні з перерахованими вище.

Покупці схильні недооцінювати популярність і «розкрученість» марки, так як більше купують саме те, що знають найкраще. Також було виявлено пріоритети в частоті і кількості одноразової покупки (рис.2).

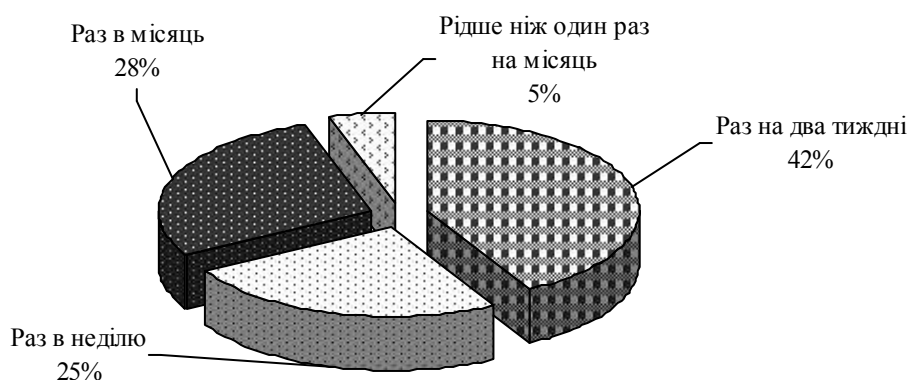


Рис. 2. Частота покупки рослинного масла

Більшість респондентів купують упаковку ємністю 1 літр, а найбільша частота покупки складає 1 раз на 2 тижні (рис.3).

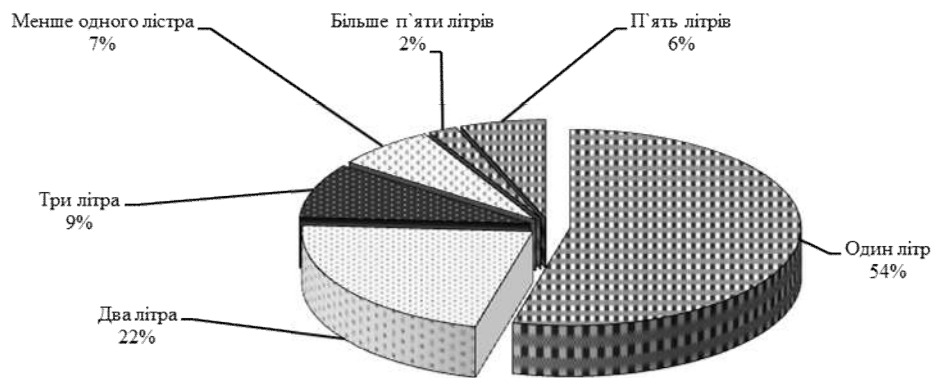


Рис. 3. Об'єми покупки

Таким чином, можна стверджувати, що українські споживачі при виборі рослинної олії достатньо обізнані про присутність на ринку різних торгових марок, сприйнятливі до реклами і піклуються про корисність продуктів, які вживають в їжу. Це необхідно взяти до уваги при оцінюванні рівня конкурентоспроможності переробних підприємств, а також удосконаленні механізму його підвищення, щоб найбільш повно задовольнити запити споживачів і як наслідок - підвищити власні прибутки.

---

Науковий керівник: Череп А.В., доктор економічних наук, професор, Запорізький національний університет

## ДИНАМІКА СПАДУ І ЗРОСТАННЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ, ВИХІД КРАЇНИ З ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

***Нікітенко Ю.О.***

Кременчуцький національний університет імені Михайла  
Остроградського

***Ламбіна Т.Д.***

Кременчуцький національний університет імені Михайла  
Остроградського

Метою дослідження є економічна ситуація по регіонам яка склалась за 2015, проаналізувати чому економіка України зараз перебуває в гіршому стані, а ніж на початку світової кризи 2008-2009 року.

Актуальність теми полягає в тому, що розподіл ВВП нерівномірний по всій Україні, а також фінансування регіонів з бюджету не економічно-доцільно розподілене, в результаті чого деякі області перенасиченні економічними показниками, а де які йдуть повністю в занепад.

Розгляду тенденцій і особливостей розвитку і спаду економіки України на регіональному і місцевому рівнях, виявленню основних

чинників, які впливають на його ефективність, й причин, що стримують процес ефективного розвитку економіки, присвячено праці В. Левицького, Г. Цихановського, О. Білімовича.

В Україні зараз скалась важка економічна ситуація спричинена бойовими діями в зоні АТО, а також відокремлення Криму, відповідно до цього можна прорахувати відсоток ВВП за 2016, перший квартал, це тільки 8/10 докризового показника. Зменшилось промислове виробництво майже на 3/4, а нинішній експорт дорівнював 7/10 експорту 2008. Через цю ситуацію знизився середньостатистичний дохід українця, що теж негативно відбивається на економіці України. Середня заробітна плата в середньому на сьогодні складає 190 \$, а у 2008 приблизно 250\$. Уряд України збільшив мінімальну заробітну плату, але якщо переводити цю суму в іноземну валюту, можна побачити, що все рівно ситуація не покращилась, а навпаки. За 2016 мінімальна заробітна плата дорівнює 49 \$, а під час 2008 вона була 71 \$.

Однак якщо розглядати економіку України по регіонах можна спостерігати, що не всі регіони ідуть в занепад, а навпаки деякі почали активний економічний розвиток. Щоб зрозуміти яка склалась ситуація на теперішній час, варто розглянути динаміку регіонів за 8 років, з початку світової кризи і до сьогодні.

Загалом по Україні ВВП у 2015, менший на 10,7 %. Донизу загальнодержавні показники тягнуть Південний Схід, зокрема такі регіони як Запорізька – 17,2 %, Полтавська – 18,6%, Харківська – 10,9%, Івано-Франківська – 8, 3%. Зростати почали регіони: Тернопільська + 26,2%, Кіровоградська +24,9%, Житомирська + 23,4%. Вінницька + 18,9 %. (Розрахунки за даними Держкомстату)[2]. Саме на основі цих показників надалі наводитиметься інформація про ВВП (рис. 1.).

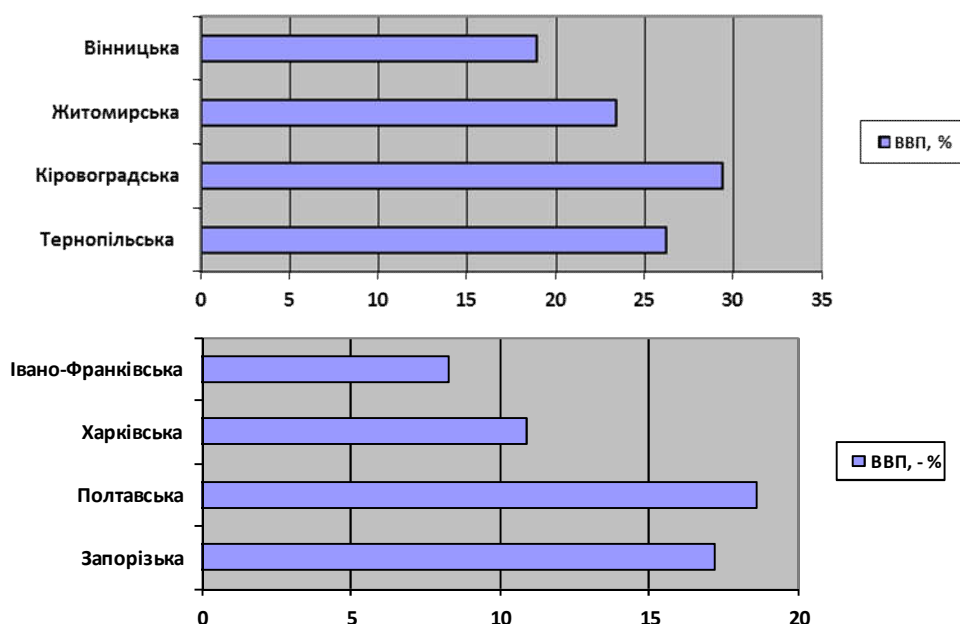


Рис.1. Динаміка ВВП по регіонам, %, за 2016 рік.

Проаналізувавши дані, можна помітити, що є області економіка яких перебуває в занепаді мають вищий рівень розвитку порівняно з більшістю тих, які стрімко зростають, останні поки що лише зменшують відрив.

В результаті проведених досліджень ми бачимо, що ті регіони які були з 2004 налаштовані на вступ в ЄС мають стрімкий економічний розвиток, а ті регіони які сумують за СРСР, повністю деградують і тягнуть економіку України вниз. Також ще однією проблемою в Україні нерівномірний розподіл доходів регіонів, а значна частина прибутків виводиться за межі окремих областей, і за межі країни загалом за допомогою схем трансферного ціноутворення.

У регіонах із найвищими темпами економічного зростання показники офіційної зайнятості одні з найнижчих, інфраструктура і далі деградує, відповідно значна частина жителів шукає засоби для існування за їхніми межами, але неможна казати, що уряд це ігнорує навпаки, якщо розглянути “План пріоритетних дій Уряду на 2016 рік”, то навпаки на меті стоїть забезпечення зростання рівня життя громадян і підвищення якості завдяки сталому економічному розвитку, що є великим кроком до досягнення Європейський економічних показників.

Підсумовуючи все вище сказане, можна зробити висновок для того щоб покращити економічну ситуацію в цілому , варто отриманий ВВП розподіляти таким чином щоб в одному місці не було надмірного скупчення ресурсів, а також забезпечити райони які зараз в економічній кризі новими технологіями та трудовими ресурсами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Крамар О. Тиждень /О. Крамар. – Київ :Український тиждень, 2016 – 8 с.
2. Державна служба статистична України [електронний ресурс] :[веб-сайт]. – Електронні дані . – Держстат України, 1998-2016. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (дата звернення 09.09.2016) – Назва з екрана.
3. Проект. План пріоритетних дій Уряду на 2016 рік [електронний ресурс] :[веб-сайт]. – Електронні дані . – Кабінет Міністрів України, 2016.- Режим доступу: [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua) (дата звернення 03.10.2016) – Назва з екрана.

---

Науковий керівник: Бала В.В., доцент кафедри економіки, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

## РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ В ЕФЕКТИВНОМУ ВПРОВАДЖЕННІ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Рубаняк Анастасія Юріївна*

студентка, Чернівецький торговельно-економічний інститут, Київський національний торговельно-економічний університет

Глобальні процеси ХХІ ст. знаменуються мобільністю та динамічним розвитком, а інформація стає потужним владним ресурсом. Інформація в сучасному світі вже стала засобом і ціллю повноцінної життєдіяльності та набуває чітких рис реальної влади, яка вплетена в усі сфери функціонування суспільства.

Процеси інформатизації та глобалізації проникли в усі галузі та сфери нашого життя, роблячи їх сучасними та активними учасниками у просторі теперішнього інформаційного суспільства. Достовірне та своєчасне отримання інформації значно впливає на успішне функціонування суб'єктів господарювання в динамічному ринковому середовищі.

Інформація є головною та найважливішою основою всіх логістичних операцій, адже саме вона супроводжує матеріальний потік та є тією ланкою, що поєднує постачання, виробництво і збут.

Інформаційна логістика оперує комплексом економічної інформації в горизонтальному та вертикальному напрямках, з внутрішньою та зовнішньою координацією, та потребує відповідної інфраструктури. Під інформаційною інфраструктурою логістичної системи розуміють сукупність взаємопов'язаних засобів та методів, що забезпечують підготовку інформації, а саме: збір даних та їх первинна обробка, контроль достовірності, зберігання та передача інформації, її оновлення, корегування та презентація [1, с. 198].

Завданням інформаційної логістики є розробка найоптимальніших інформаційних систем та їхнє подальше впровадження з урахуванням особливостей постачання, виробництва та розподілу підприємств за допомогою методів моделювання.

Будь-яка інформаційна система поєднує в собі впорядковані взаємопов'язані елементи (підсистеми) та володіє певною сукупністю інтегративних якостей.

Організація зв'язків між підсистемами логістичних інформаційних систем може істотно відрізнятись від організації традиційних інформаційних систем, оскільки в логістиці інформаційні системи повинні забезпечувати всебічну інтеграцію всіх елементів системи керування матеріальними потоками, їх оперативну й надійну взаємодію [2, с.288].

Логістику можна вважати істотним чинником реалізації заходів, спрямованих на підвищення економічної ефективності виробництва та збуту. У центрі матеріального потоку, яким ефективно керують, повинен перебувати потік інформації, тобто сукупність циркулюючих у логістичній системі, між логістичних систем із зовнішнім середовищем та повідомлень необхідних для контролю за логістичними операціями.

Інформація тримає логістичну систему матеріального потоку “відкритою” в розумінні здатності пристосуватися до нових умов. Для забезпечення гнучкої, орієнтованої на споживача, логістичної системи необхідно, щоб фізична система функціонувала паралельно до інформаційної системи. Звідси випливають завдання безпосереднього контролю за рухом матеріальних і товарних потоків, інтеграції до нього тих частин інформаційної системи, котрі здебільшого працюють відособлено [3, с. 608].

Завдяки діяльності інформаційної логістики при обміні постачальницькими даними підвищується ефективність керування запасами. Обмін постачальницькими даними поширюється на ряд фірм — постачальників і транспортних компаній, дозволяє виробнику зменшити витрати, пов'язані з забезпеченням діяльності повного логістичного ланцюга в торгівлі. Підвищивши її ефективність — торговельна фірма безсумнівно одержує відчутну економію, що поділяється у визначених пропорціях між трьома сторонами: виробником, постачальником і транспортною компанією, компенсуючи витрати на створення і утримання сучасних інформаційних систем, що дозволяють отримувати додатковий прибуток від їхнього використання.

Побудова логістичної інформаційної системи є складним процесом, оскільки вона повинна бути індивідуальною для кожного підприємства з урахуванням певного обсягу покладених на неї завдань. Для раціональної розробки такої системи необхідно своєчасно сформулювати модель на рівні підприємства. Для цього потрібна достатня кількість деталізованих даних, які можна отримати лише за допомогою інтегрованої інформаційної системи матеріально-технічного постачання. Інформаційна система тут є важливим компонентом логістичної структури, яка пов'язує її в єдине ціле та призначена для координації постачання, виробництва та збуту.

Отже, аналізуючи визначення інформаційної логістики можна сказати, що даний вид логістики є найбільш актуальним в сучасному просторі розвитку виробничо-господарських процесів, оскільки саме він може принести такі зміни як: скорочення складування, покращене керування запасами, прискорене транспортування, заміна складування готової продукції складуванням сировини та напівфабрикатів та інше. Впровадження сучасного інформаційно-логістичного інструментарію

дасть змогу підприємствам реалізувати власні бажання, досягнути успіху та йти в одну ногу з епохою інноваційних інформаційних технологій.

### **Список використаних джерел:**

1. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.02. – К.: Київський торговельно-економічний університет, 2001.
2. Смирнов І. Г. Логістика: просторово-територіальний вимір: монографія / І. Г. Смирнов. – К.: Обрії, 2004. – 198 с.
2. Родкина Т.А. Информационная логистика. – М.: Экзамен, 2001. – 288 с.
3. Сергеев В.И., Григорьев М.Н., Уваров С.А. Логистика: информационные системы и технологии: учебно-практ. пособ. – М.: Альфа-Пресс, 2008. – 608 с.

---

Науковий керівник: Олійнич Світлана Іванівна, асистент кафедри маркетингу, товарознавства та комерційної логістики, Чернівецький торговельно-економічний інститут, Київський торговельно-економічний університет

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

*Сироїшко Катерина Вікторівна*

студентка, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Малий бізнес є невід'ємною складовою конкурентоспроможного розвитку економіки країни, адже саме завдяки йому забезпечується конкурентне середовище підприємництва, постійно створюються нові робочі місця, зменшується рівень безробіття, відбувається насичення ринку різноманітними товарами та послугами. Саме тому в умовах економічної кризи в Україні є дуже важливим розвиток малого бізнесу, тому що саме він є основою економічного зростання.

Згідно із розділом 5 Закону України від 22.03.2012 №4618-17 «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» суб'єктами малого підприємництва є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня



кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [1].

Малий бізнес складає основу дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного росту, структуру та якісну характеристику внутрішнього валового продукту, ступінь демократизації суспільства; здійснює структурну перебудову економіки, швидку окупність витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця; характеризується високою мобільністю, раціональними формами управління; формує соціальний прошарок підприємців-власників, основу середнього класу; сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції[5].

У структурі вітчизняного підприємництва за даними Державної служби статистики України за 2015 рік спостерігається значна частка малого бізнесу, а саме фізичних осіб-підприємців (далі – ФОП) – суб’єктів малого підприємництва. Структуру суб’єктів господарювання та розподіл за їх розміром подано на рисунках 1 та 2.

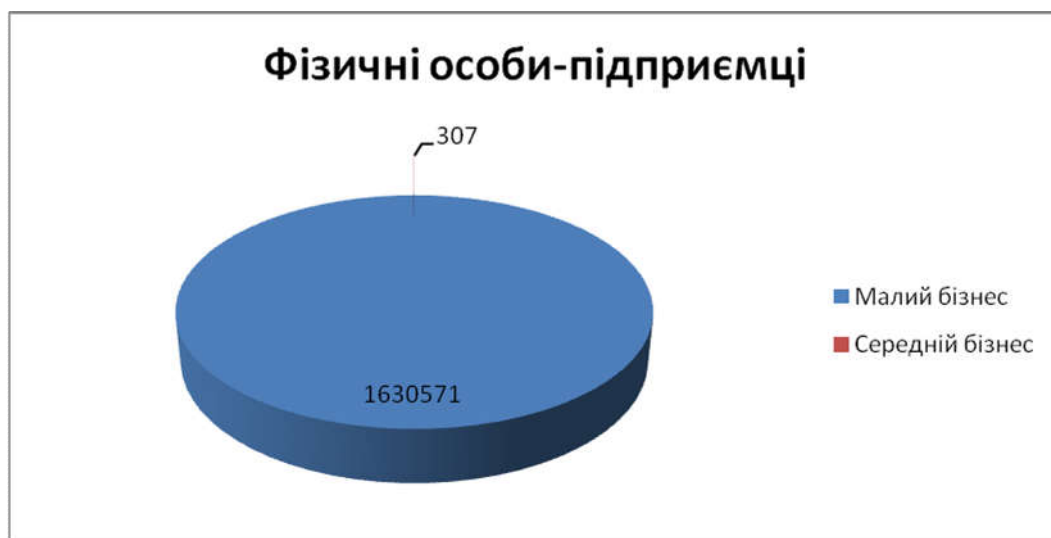


Рис.1. Кількість ФОПів з розподілом за їх розміром у 2015 році, одиниць.

Примітка. Складено на основі [2].

Якщо розглядати структуру підприємств та ФОПів окремо, то можна побачити таку картину: серед підприємств – 95,45% займає малий бізнес, 4,43% - середній бізнес та всього лише 0,12% - великий бізнес; серед ФОПів – 99,98% займає малий бізнес та лише 0,02% - середній бізнес. Якщо порівнювати структуру саме малого бізнесу, то встановлено, що малі підприємства складають 16,74%, а ФОПі – 83,26%.



Рис.2. Кількість підприємств з розподілом за їх розміром у 2015 році, одиниць.

Примітка. Складено на основі [2].

Щоб охарактеризувати стан малого бізнесу в Україні, потрібно перш за все проаналізувати його в динаміці та порівняти дані. На рис.3 подано кількість суб'єктів господарювання малого бізнесу за період з 2010 по 2015 роки.

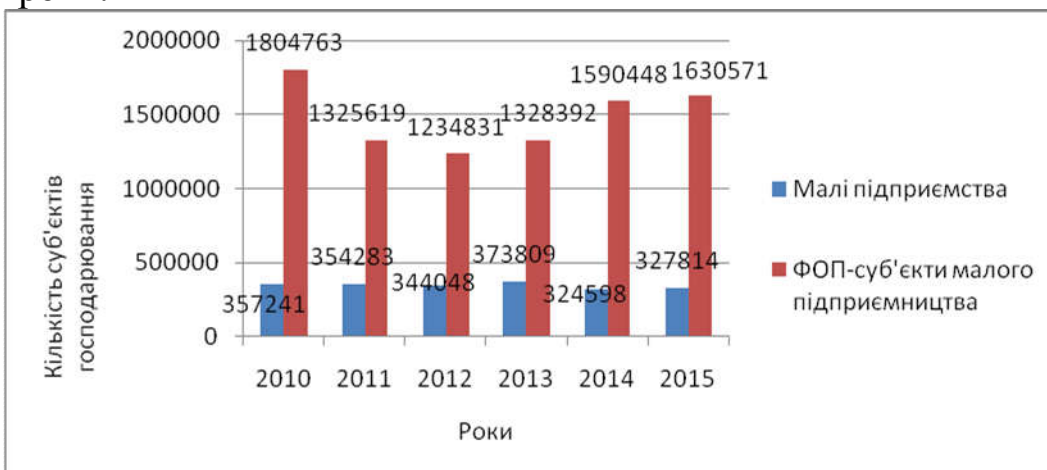


Рис.3. Кількість суб'єктів господарювання малого бізнесу, одиниць.

Примітка. Складено на основі [2].

У 2015 році кількість ФОП порівняно з 2014 роком збільшилась на 2,5%, а порівняно з 2010 роком зменшилась на 9,65%. Кількість малих підприємств у 2015 році порівняно з 2014 роком збільшилась на 0,99%, а порівняно з 2010 роком зменшилась на 8,24%.

Основними проблемами розвитку малого бізнесу є:

- ✓ надмірний податковий тиск;
- ✓ відсутність забезпечення необхідної нормативно-правової бази щодо розвитку малого бізнесу;
- ✓ відсутність необхідного управлінського персоналу з відповідними знаннями та кваліфікацією;

- ✓ складність в отриманні кредитів;
- ✓ незадовільний інвестиційний клімат у країні;
- ✓ обмеженість чи повна відсутність матеріально-технічних ресурсів через відсутність стартового капіталу для ведення бізнесу;
- ✓ наявність кризи на ринку, а отже і проблеми зі збутом продукції на внутрішньому ринку.

Для подолання цих проблем потрібно вжити таких заходів:

- створення відповідної нормативно-правової бази;
- систематизація нормативно-правової бази щодо чинної системи оподаткування доходів суб'єктів малого і середнього бізнесу [3];
- покращення інформаційного забезпечення малих підприємств [4];
- фінансування державою пріоритетних напрямів розвитку малого бізнесу;
- сприяння кооперації підприємств малого бізнесу для впровадження інноваційних технологій та розширення виробничих можливостей;
- підвищення кваліфікації управлінського персоналу, а також набуття ним зарубіжного досвіду, здійснення підготовки та перепідготовки кадрів;
- спрощення механізму реєстрації суб'єктів господарювання тощо.

Отже, малий бізнес має велике значення для економіки країни і потрібно вжити всіх можливих заходів, щоб створити таке середовище, в якому він буде розвиватись, адже, на мою думку, саме він допоможе Україні вийти з кризового стану, зменшити інфляцію та безробіття та перш за все покращити загальний добробут суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Конституція України. Закон України "Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні" № 4618-VI від 22.03.2012// Офіційний вісник України. – 2012. – №30.
2. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Вернік В.М. Проблеми та перспективи розвитку малого і середнього бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / І.М. Цуркан, В.М. Вернік. – 2010. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com/>.
4. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України [Електронний ресурс] / О.І. Тимченко // Ефективна економіка. – 26.05.2015. – №6. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/>.

5. Проблеми становлення та особливості розвитку малого бізнесу [Електронний ресурс] //Аграрний сектор України. – Режим доступу: <http://agroua.net/>.

---

Науковий керівник: Кутаренко Наталія Ярославівна, кандидат економічних наук, асистент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

## **КОУЧИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ МЕТОД РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Смирнова Ірина Іванівна*

кандидат економічних наук, доцент, Донбаська державна машинобудівна академія

Спад виробництва в базових галузях промисловості зумовив істотне скорочення попиту на людські ресурси. Звідси мотивація персоналу підприємств є обов'язковою умовою успішного подолання кризової ситуації. Досягти поставленої мети можна тільки при створенні умов забезпечення кар'єрного і професійного зросту працівників, коли кожен чітко бачить свої перспективи розвитку. Вкладені інвестиції в персонал підприємства при розробці системи розвитку та навчання персоналу, яка відповідає вимогам часу, завжди виправдовують себе.

Перспективним методом підвищення творчого й інтелектуального потенціалу персоналу є коучинг. Останнім часом з'являється все більш робіт стосовно дослідження коучингу, як універсального інструменту, що об'єднує в собі різні методики і техніки, які дають нові можливості впливу на результати діяльності окремих працівників і підприємства в цілому.

Особливе значення мають роботи одного з родоначальників коучингу –Тімоті Голві, який запропонував нову методологію розвитку персоналу і професійного зростання в різних областях діяльності на основі принципів спортивної гри і його послідовника Джона Уітмора, який ввів термін «коучинг». Коучинг в цих роботах розглядається як ефективна технологія управління персоналом і інструмент досягнення цілей [1-3].

У сучасних умовах різноманіття трактування поняття коучингу пов'язане з тим, що коучинг з'явився порівняно нещодавно і є деякі складнощі в його розумінні, як феномена, що працює з внутрішнім світом людини. Так Е.Парслоу визначає, що це система принципів і прийомів, сприяючих розвитку потенціалу особи і групи, спільно працюючих людей, а також що забезпечують максимальне розкриття і ефективну реалізацію цього потенціалу [3].

Останнім часом коучинг набуває все більшої популярності як стиль управління. Це дозволяє створювати середовище, в якому максимально розкривається потенціал персоналу і росте його внутрішня мотивація до праці.

Коучинг можна розглядати також як метод розвитку особистості, оскільки він стимулює розвиток усвідомленості по відношенню не тільки до мети, але і до всіх робочих процесів, сприяє розкриттю і якнайповнішому застосуванню унікальних особистих якостей кожного робітника. Проте, питання застосування коучингу, як сполучної ланки між системою мотивації та системою формування і розвитку персоналу, вивчено недостатньо.

На наш погляд не можна залишати без уваги і той факт, що в якості мотиваційного чинника повинно розглядатися і стиль лідерства на підприємстві, рівень компетентності керівника, який може виступати для підлеглих працівників як коуча, реалізуючи технології розвитку персоналу, формування корпоративної культури, побудови стратегій.

Коучинг-підхід застосовується до всіх співробітників компанії, але особливо коучинг є необхідним для таких категорій, як: керівники, успішні співробітники, менеджери та працівники, яким необхідні нові навички.

Коучинг як сучасний метод розвитку персоналу і його навчання сприяє не тільки розкриттю внутрішнього потенціалу працівника, але і підвищенню мотивації. В даний час, поза сумнівом, застосування такого підходу актуально.

#### **Список використаних джерел:**

1. У.Тимоти Голви. Работа как внутренняя игра: Фокус, обучение, удовольствие и мобильность на рабочем месте / Голви У.Тимоти. Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 252 с.
2. Уитмор Дж. Внутренняя сила лидера: Коучинг как метод управления персоналом / Джон Уитмор. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 309 с.
3. Парслоу Э. Коучинг в обучении: практические методы и техники / Э. Парслоу, М. Рэй. – СПб.: Питер, 2003. – 204 с.

# ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ СТРАТИФІКАЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

*Цветнова Оксана Володимирівна*

старший викладач, Індустріальний інститут ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

Вивчення соціальної трансформації суспільства пов'язано, насамперед, із «визначенням стану елементів і зв'язків всередині структури, а також з оцінкою її яка передбачає характеристику змісту та спрямованості соціальних процесів» [2]. Зміст і спрямованість соціальних змін визначають вектор розвитку суспільства.

Питання про нерівність є фундаментальним для сучасних суспільств. Соціальне розшарування - одна з центральних проблем соціології, навколо неї велось й ведеться безліч наукових та ідеологічних суперечок. Головними при цьому виступають відмінності у власності, владі і статусі. [1].

Складні трансформації в економічній, політичній, культурній, соціальній сферах обумовили зміни в розумінні стратифікації суспільства. В Україні почало формуватися суспільство з новим співвідношенням класів і соціальних груп, збільшилася різниця в доходах, статусі, культурі, посилилася поляризація суспільства, зросла нерівність.

Специфікою цього процесу є зміни економічної та соціальної природи, що відбуваються шляхом руйнування старих і створення нових структур та інститутів. Змінюються форми і відносини власності, політичної влади й управління, система правосуддя, лад і побут. Процес трансформації українського суспільства являє собою безліч складно переплетених економічних, політичних і соціальних процесів. Однак, що на що перетвориться або від чого до чого відбувається перехід, поки до кінця не з'ясовано.

Українська модель переходу до ринкового господарства мала стихійний, науково необґрунтований характер. Лише сьогодні можна констатувати наявність наукових шкіл, напрямів, котрі вивчають проблеми трансформації та відповідні характеристики соціуму. У межах економіки та соціального менеджменту ці питання розглядаються у працях таких українських вчених, як З.Варналій, В.Геєць, В. Дорофієнко, Л.Дмитриченко, Є.Панченко, Е. Лібанова, І.Лукінов, О.Фінагіна, В.Савчук. Більшість науковців характеризують ринкову трансформацію в Україні як суто інверсійного типу та наводять такі положення, що пояснюють цю думку.

1. У розвинених країнах світу, які завжди беруться до уваги, коли йдеться про ринкове господарство, вже давно функціонує не суто ринкова,

а змішана економіка. Ніхто із серйозних дослідників цього не заперечує.

2. У колишньому СРСР також існувала не суто адміністративна, а змішана економіка, яка включала в себе такі товарно-грошові відносини, що доповнювали і певним чином формували директивно-планові зв'язки [3].

В українському суспільстві весь простір соціальної стратифікації визначався практично одним показником, а саме матеріальним (капітал, дохід, власність) при різкому зниженні компенсаторних функцій інших критеріїв соціальної диференціації. Ось чому стратифікаційні процеси сприяли не інтеграції суспільства, посиленню солідарності, а збільшенню поляризації, соціальній нерівності, аномії. Трансформація соціальної структури вимагала системного перетворення інститутів власності і влади, а для цього необхідний значний час.

Разом із тим, відновлення моделі економічного зростання на основі зміни типу суспільного відтворення, форм нагромадження багатства й уявлень про критерії ефективності економіки наштовхується на серйозні перешкоди, а саме:

технологічну багатоукладність вітчизняної економіки, постійне відтворення застарілих технологічних укладів;

відсутність ефективних власників і дієвих механізмів стимулювання інноваційної активності;

деформовану галузеву структуру, засновану на домінуючому розвитку сировинної складової економіки;

існування застарілих неформальних інститутів, пов'язаних із попереднім господарським досвідом.

Стратегічним пріоритетом розвитку вітчизняної економіки на сучасному етапі повинен стати перехід до людиноцентричної моделі суспільного прогресу та перетворення людського ресурсу в його інтелектуальній, інноваційній та інформаційній складових на пріоритетний напрям капіталовкладень.

Особливо слід визначити та окреслити як висновок, що в системі трансформаційних процесів та перетворень в Україні відсутні положення та концепції:

формування новітнього соціального середовища та корегування процесів ринкової асиметрії в системі доходів та володіння майном;

регулювання стихійних ринкових процесів стратифікації;

діагностування соціальних конфліктів і соціальних стратифікаційних станів;

наукові дослідження з питань адаптування найкращих світових моделей соціального устрою на підставі формування середнього класу;

формування національних шкіл соціального менеджменту саме з питань економічного та соціального регулювання стратифікаційних

процесів за умов поширення стандартів інформаційного суспільства та інформаційної економіки.

**Список використаних джерел:**

1. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Социология. – М.: ИНФРА-М. – 2004. - С. 213.
2. Заславская Т.И. Социоструктурный аспект трансформации российского общества//Социол. исслед. - 2001. - № 8. - С. 5.
3. Палейко Т. Й., Мельник Л. Е., Макаренко П. Н. Рынок и государство: поиск оптимума: Монография. – К.: Наук. Думка. - 1998. – 186 с.



## ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРНО-АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

*Гнус Олена Ярославівна*

студентка, Львівський національний університет імені Івана Франка

В основі організації діяльності підприємств роздрібною торгівлі, формування і використання ресурсів, а також створення механізму, що забезпечує ефективність усіх цих процесів, лежать функції, які виконує господарюючий суб'єкт. На думку Т.В. Андросової, такими функціями торгівлі є інформаційна, стимулююча, контактна, виробнича, комерційна, організаційна, фінансова та ризикова [1, с. 45]. Виконуючи вказані функції, підприємства роздрібною торгівлі організовують діяльність, яка включає відповідно комерційну, виробничу, фінансову, організаційно-управлінську й інші види діяльності. Здійснюючи господарську діяльність підприємство роздрібною торгівлі досягає певного рівня конкурентоспроможності, яка забезпечується насамперед асортиментною політикою.

Сьогодні в конкурентних умовах розвитку ринку значну увагу слід приділити таким особливостям товарно-асортиментної політики як [2]:

– основним в асортиментній політиці підприємств роздрібною торгівлі є своєчасне реагування на зміни в споживчому попиті, для якого характерні всі особливості попиту: нееластичність, цінова чутливість (цінова еластичність попиту), нестійкість ;

– як і для будь-якого підприємства, діяльність якого орієнтована на споживчий ринок, асортиментна політика підприємств роздрібною торгівлі базується на відмінностях потреб різних сегментів споживачів. Для кожної групи споживачів є свої вимоги до якості, надійності, функціональності, ціни та інших показників, визначальних під час вибору товару;

– для формування асортименту, який відповідає вимогам будь-якого ринку, слід виходити з тих чинників, які є визначальними під час вибору для споживача.

Основними завданнями товарно-асортиментної політики підприємств роздрібною торгівлі є [3]:

1) задоволення запитів споживачів - одна з основних принципів маркетингу, що відповідає завданню глибокої сегментації і диференціації ринку виробництва і забезпечує тісний зв'язок з споживачами;

2) оптимальне використання технологічних знань підприємства;

3) оптимізація фінансових результатів підприємства;

4) завоювання нових покупців шляхом розширення сфери застосування існуючої виробничої програми (такий підхід досить консервативний, оскільки вміщує короткострокові результати і передбачає подовження життєвого циклу застарілих видань з допомогою перебування нових ринків збуту;

5) дотримання принципів гнучкості з допомогою диверсифікації сфер діяльності підприємства;

6) дотримання принципу синергізму, який передбачає розширення областей виробництва та послуг підприємства, пов'язаних між собою певною технологією.

Процес формування асортименту товарів на підприємстві складається з трьох етапів. На першому етапі встановлюється груповий асортимент товарів, чим визначається асортиментний профіль підприємства. На другому етапі формування товарного асортименту визначається структура групового асортименту підприємства, тобто встановлюється кількісне співвідношення окремих груп товарів. На третьому етапі визначають розгорнутий асортимент товарів, тобто здійснюють підбір конкретних різновидів товарів у межах кожної товарної групи.

Формування товарно-асортиментної політики відбувається з урахуванням цілого ряду факторів: стан попиту та очікування споживачів, технологічні можливості підприємства, наявність аналогів товарів на ринку збуту і т.п.

Тому можна виділити такі проблеми управління асортиментом:

- потреби покупців швидко змінюються, тому підприємство вимушене постійно оновлювати свій асортимент, що підвищує вимоги до техніко-технологічної бази;

- на підприємствах роздрібно́ї торгівлі не налагоджена система управління асортиментом через складність прогнозування зміни попиту споживачів і відсутність методик оптимізації асортименту;

- відсутні чіткі критерії підприємств роздрібно́ї торгівлі та інструменти формування оптимального асортименту підприємств;

- жорстка конкуренція призводить до того, що нова продукція не встигає окупи́ти інвестиції в її виробництво та просування.

Отже, формування асортименту є складним і безперервним процесом. Оптимальний асортимент є індивідуальним для кожного підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, фінансових та інших ресурсів. На формування асортименту впливають безліч факторів як загальних, так і специфічних для кожного підприємства. Не врахувавши ці фактори, підприємству не вдасться сформувати ефективний асортимент.

### **Список використаних джерел:**

1. Андросова Т. В. Торгівля в ринковій економіці / Т. В. Андросова. – Харків : ХДУХТ, 2001. – 120 с
2. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 294 с.
3. Кузнєцов П. В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки / П. В. Кузнєцов, І. А. Парфентенко, Д. П. Балагула // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2015. - Вип. 49. - С. 198-204.

---

Науковий керівник: Бортнік Надія Василівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, Львівський національний університет імені Івана Франка

## **ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

### ***Дулин Ігор Степанович***

кандидат економічних наук, Національний університет “Львівська політехніка”

### ***Макар Оксана Павлівна***

кандидат економічних наук, Національний університет “Львівська політехніка”

### ***Ільницька Галина Ярославівна***

кандидат економічних наук, Національний університет “Львівська політехніка”

Сьогодні в багатьох країнах, і перед усім в економічно розвинутих, екологічному туризму приділяється все більше зростаюча увага. Актуальність теми полягає в тому, що екотуризм, несе в собі великий рекреаційний потенціал. Завдання перед кожною державою полягає в тому, щоб якнайбільш раціонально та ефективно використовувати його в природоохоронних цілях.

Вивченням розвитку екологічного туризму займаються вітчизняні вчені у галузі туризму, зокрема і екологічного: О.Бейдик, В.Смельянов, В. Явкін, І.Добрянська, О.Дмитрук, С.Дмитрук, Ю.Зінько, Т.Сиаль В., Харічков С., С.Махлинець, Л.Тебляшкіна, М.Рутинський, Г.Міллер та ін.

Екологічний туризм включає всі види туризму, орієнтовані на збереження природного довкілля, зокрема заповідних ландшафтів,

налагодження гуманних стосунків з місцевим населенням та органами самоврядування, поліпшення фінансово-економічного благополуччя регіонів.

У найбільш загальному розумінні екологічний туризм, є формою активного відпочинку з екологічно значущим наповненням - особливий інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності людей, що будують свої взаємовідносини з природою та іншими людьми на основі взаємної вигоди, взаємоповаги та взаєморозуміння.

На думку Г.Міллера екологічний туризм, чутливий до навколишнього середовища, що включає вивчення природного і культурного навколишнього середовища і має на меті поліпшення стану в цьому середовищі.

Стратегічна мета екологічного туризму - лімітована потребами збереження довкілля рекреаційна діяльність (мандрівки, екологічні екскурсії, екоосвіта тощо). Одне із основних завдань екотуризму - навчити людей любити і поважати природу, розуміти її закони, ставитися до неї свідомо і дбайливо. Туристичні готелі, кемпінги, курорти, які розташовані серед незайманої природи і де приділяють належну увагу питанням екології, збереженню природного ландшафту та культурної спадщини, стають все більш популярними і залучають нових, екологічно свідомих і підготовлених туристів.

Серед основних передумов зародження екотуризму провідну роль займає посилення через масовість туризму, антропогенного навантаження на природні і культурно-історичні туристські ресурси.

Враховуючи прогнозовані Усесвітньою туристською організацією (ВТО) показники розвитку туризму в ХХІ столітті, стає очевидним наростання суперечностей в питанні задоволення туристського попиту і раціонального використання туристських ресурсів.

Україна багата на різноманітні природні туристичні ресурси, що є важливою передумовою розвитку екологічного туризму. Це кліматичні, біологічні, гідрологічні, ландшафтні ресурси, джерела мінеральних вод, лікувальні грязі та ін.

Розвиток екотуризму в Україні при наявності потужної екотуристської бази стримують політично-економічні й організаційні причини. До числа економічних причин відносяться:

- 1) відсутність необхідного початкового капіталу для фінансування робіт із створення екоцентрів, що приступили б до проробки всього комплексу питань, що відносяться до формування цільових програм екологічних подорожей;

- 2) незначність інвестицій в інфраструктуру екотуризму, що позначається на стані готельного, транспортного обслуговування туристів;

3) відсутність засобів на проведення рекламної компанії з метою притягнення уваги потенційних туристів до відвідання тих територій, що мають у своєму розпорядженні певну інфраструктуру для прийому, розміщення й обслуговування туристів.

Екотуризм слабо розвинутий в Україні як напрямок внутрішнього туризму -у нас ще не сформувався попит на даний напрямок туризму, дуже мало свідомих екотуристів, готові витратити кошти, час і сили на спілкування з природою та її захист. Наслідком цього є слабкий розвиток туристської пропозиції, у результаті чого нечисленні види внутрішнього екотуризму часто відносять до активного, паркового, пригодницького, екстремального та навіть соціального туризму, тобто такого, що необхідно підтримувати з державних засобів.

Підсумовуючи вище наведене можна визначити що екологічний туризм як інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності спрямований на гармонізацію відносин між туристами, туроператорами, природним середовищем та місцевими громадами, що реалізується через екологізацію всіх видів туристської діяльності, охорону природи, екологічну освіту та виховання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Воробйова О.А., Харічков С.К. Розвиток рекреаційно-туристичної діяльності на територіях природно-заповідного фонду України / Воробйова О.А., Харічков С.К. // - О. ІПРЕЕД НАНУ, 2009. - 36 с.
2. Бочкарёва Т.В. Экотуризм: анализ существующего международного опыта/Т.В. Бочкарёва [Электронный ресурс] - 2010. Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/bochkareva.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/bochkareva.htm).
3. Смаль В. Туризм і сталий розвиток / В. Смаль, І. Смаль // Науковий вісник Львівського ун-ту ім. І. Франка. Серія: Географія. - 2005. - №32. - С. 163-173.
4. Зінько Ю.В. Проблеми зрівноваженого туризму у національних парках України / Ю.В. Зінько, В.І. Гетьман // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/zinko5.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/zinko5.htm).

## КОРПОРАТИВНЕ НАВЧАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Лема Галина Володимирівна*

кандидат економічних наук, Національний університет «Львівська політехніка»

*Олексів Ігор Богданович*

доктор економічних наук, Національний університет «Львівська політехніка»

Сучасним підприємствам стає дедалі важче конкурувати між собою, оскільки доступність ресурсів на ринку є однаковою для кожного з них. В умовах сьогодення важливим чинником успішного функціонування підприємства є його акцент на проблемах професійного та корпоративного навчання.

Система професійного навчання персоналу на підприємстві спрямована на приведення рівня кваліфікації працівників у відповідність до вимог виробництва, оптимальне задоволення особистих інтересів працівників, пов'язаних із самореалізацією, підвищення ефективності їхньої праці тощо. Під професійним навчанням розуміють процес цілеспрямованого формування у працівників спеціальних знань, розвиток необхідних навичок і вмінь, що дають змогу підвищувати продуктивність праці, максимально якісно виконувати функціональні обов'язки, освоювати нові види професійної діяльності. Професійне навчання включає первинну професійну підготовку і підвищення кваліфікації працівників відповідно до потреб підприємства.

На сьогодні багато вчених займаються визначенням особливостей професійного навчання працівників підприємств в процесі розвитку їх компетенцій. Так, Л. Семів [3, с. 218], основною метою професійного навчання персоналу як одного із ключових чинників розвитку їх компетенцій вважає підтримання необхідного рівня кваліфікації працівників підприємств з урахуванням вимог виробництва і перспектив його розвитку; підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг підприємства на основі використання знань і досвіду застосування сучасних технологій, ефективних методів організації праці, виробництва та управління персоналом підприємства; створення умов для професійного зростання, самореалізації працівників в умовах ринкової економіки на основі підвищення мотивації до праці, використання новітніх програм, засобів та технологій навчання тощо.

В основі корпоративного навчання лежить ідея командного підходу до процесу навчання, тоді як професійне навчання спрямоване на

конкретну особистість. Командний підхід корпоративного навчання має суттєві переваги (можливість вчитися один у одного; результативне передавання знань, вмінь та навичок, що забезпечить максимальне їх використання в практичній діяльності; сприяє формуванню потреби в освоєнні нових знань та вмінь тощо), які спрямовані на досягнення цілей підприємства.

Потреба у корпоративному та професійному навчанні працівників визначається відповідно до стратегії розвитку підприємства та напряму діяльності підрозділу. Своєю чергою, вітчизняні та зарубіжні підприємства повинні сприяти підвищенню корпоративно-соціальної відповідальності перед своїми працівниками.

Основними напрямками, в яких підприємства повинні бути соціально відповідальними є, насамперед, створення для персоналу відповідних умов та рівня оплати праці; стимулювання працівників внаслідок впровадження сучасних методів удосконалення корпоративної культури, що дає можливість професійного розвитку; забезпечення високих стандартів безпеки праці тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баюра Д.О. Корпоративна соціальна відповідальність як складова підвищення ефективності системи корпоративного управління / Д.О. Баюра // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 113-114. – 2009. – С.60-63.
2. Семів Л.К. Управління персоналом в умовах економіки знань: монографія / кол. авт.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л.К. Семів. – К.: УБС НБУ, 2011. – 406 с.

## **УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

### ***Ніколаєва Вікторія Василівна***

старший викладач кафедри маркетингу, Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

### ***Баштова Ольга Андріївна***

студентка, Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

Управління продажем продукції і його вдосконалення є одним із важливих важелів досягнення високої ефективності як безпосередньо маркетингової діяльності, так і діяльності підприємства загалом. Тому в нинішніх умовах воно набуває вагомого значення і актуальності.

Проблема управління продажем тісно пов'язана з багатьма важливими науковими проблемами маркетингу, зокрема комплексом маркетингу (товарною, ціною, збутовою та комунікаційною політикою), маркетинговим управлінням загалом, дослідженням ринку.

До питань сутності продажу та управління системою продаж на підприємствах привернута увага ряду як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Це, зокрема, такі, як Б. Адамс, Л.А. Брагіна, В.В. Бурцев, В. Вертоградов, І. В. Волохов, Н. Головкіна, Д. Джоббер, Ж. Ламбен, Д. Ланкастер, І.Р. Лошенюк, Р. Лукич, М.А. Окландер, О. Скриптунова, Н. Стівенс, та ін. В їхніх роботах висвітлюється ряд важливих питань, що стосуються управління продажем, його прогнозування, стимулювання, оцінки праці торгових працівників та ін.

Продаж – це багатоступінчастий процес перемовин, у якому задіяні продавець і потенційний покупець і які мають на меті вироблення умов купівлі-продажу товарів, що завершуються підписанням відповідного документа, який чітко визначає цілі зацікавлених сторін».

Продаж відрізняється від збуту та реалізації, хоча між ними існує певний зв'язок. У системі маркетингу він відіграє пріоритетну роль, визначає його зміст. Завдяки продажу вироблені вироби потрапляють зі сфери виробництва у сферу споживання. Існують різні види продажу, які класифікуються за рядом ознак, зокрема за такими, як виконувані продажем функції, орієнтація продавців, тривалість контактів зі споживачами, етапність продажу та обсяги продажу. Знання видів продажу дає змогу торговому персоналу активно впливати на покупців та досягати поставлених цілей [1].

Управління продажем є одним із важливих інструментів у забезпеченні високої ефективності маркетингової діяльності. Воно є підвидом маркетингового менеджменту, що включає послідовний ланцюг дій, починаючи від пошуку покупців і завершуючи укладанням з ними договору купівлі - продажу, а також дій, що забезпечують ефективність процесу продажу, з метою задоволення потреб клієнтів цільових ринків та отримання прибутку.

В. П. Пилипчук, О. В. Данніков вважають, що управління продажем є системою відносин у сфері товарно-грошового обміну між економічно і юридично вільними суб'єктами ринку збуту, які реалізують свої комерційні потреби / інтереси, шляхом найбільш ефективного задоволення платоспроможного попиту та врахування вимог ринку [2].

На думку Д. Штефаніч, О. Дячун - між продажем і збутом товарів існує відмінність. Продаж - це процес перемовин між зацікавленими сторонами (продавцем і покупцем), який завершується підписанням договору купівлі-продажу товарів, що чітко визначає їхні цілі. Збут - це система виробничо-господарських і торговельно-збутових дій,



спрямованих на просування товарів із сфери виробництва у сферу торгівлі або споживання [3].

І. В. Волохов вважає, що управління продажем можна розглядати як один із видів організаційної (маркетингової) діяльності, спрямованої на встановлення і досягнення цілей продажу, за допомогою адаптації та гнучкого реагування на зміну умов зовнішнього середовища [4]. Можна погодитися з тим, що управління продажем спрямоване на досягнення цілей продажу.

Проведена оцінка ефективності управління продажем продукції (послуг) фізичної - особи підприємця, який працює на ринку мобільного зв'язку дозволила запропонувати рекомендації щодо використання маркетингових інструментів у діяльності підприємця та ефективних маркетингових рішень щодо управління продажем мобільних телефонів та аксесуарів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дячун О. Продаж у системі маркетингу: природа, функції та види / О. Дячун // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - 2016. - Вип. 3. - С. 106-112. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu\\_2016\\_3\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2016_3_12)
2. Пилипчук В. П. Маркетингові аспекти управління продажем / В. П. Пилипчук, О. В. Данніков // Формування ринкової економіки [Електронний ресурс] : зб. наук. праць. – Спец. вип. : у 2 ч. Економіка підприємства: теорія і практика / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана" ; відп. ред. А. Ф. Павленко. – К. : КНЕУ, 2010. – Ч. 1. — С. 371–382.
3. Штефанич, Д. Управління продажем, його функції та об'єктна орієнтація / Дмитро Штефанич, Ольга Дячун // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - 2016. - Вип. 2. - С. 124-132.
4. Волохов І. М. Управління продажем товарів та послуг [Електронний ресурс] /І. М. Волохов [та ін.]. – Режим доступу: [Ukrdok.com.ua/text/24371/index-1.html](http://Ukrdok.com.ua/text/24371/index-1.html).

## ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

### *Ніколаєва Вікторія Василівна*

старший викладач кафедри маркетингу, Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

### *Бруханська Анастасія Вікторівна*

студентка, Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

Перехід України до ринкових відносин обумовив необхідність пристосування підприємств до нових умов впровадження і господарювання нових управлінських функцій, у тому числі маркетингу. Особливістю розвитку маркетингу на українських підприємствах можна назвати його чужорідний характер по відношенню до сформованих елементів системи управління. У той же час маркетинг є необхідним інструментом управлінської діяльності в умовах ринкової економіки, що формує конкурентоспроможність підприємства.

Інтегровані маркетингові комунікації спрямовані на забезпечення послідовності повідомлень і використання додаткових засобів масової інформації. Інтегрованим маркетинговим комунікаціям присвячено ряд досліджень закордонних та вітчизняних вчених. Зокрема дана тематика розглядалася Дж. М. Лэйхіффом, Бернетом Дж., Дергачовою В.В., Заплатинським В.М., Карлом Полані, Ковальовим Г.Д., Майерсом Ф., Шарковим Ф.І. Проте дослідження питання сутності та принципів реалізації інтегрованих маркетингових комунікацій в Україні та усьому світі, ще не досить добре висвітлено в освітній і фаховій літературі. Усе це свідчить про актуальність теми, а відтак зумовило вибір напряму дослідження [1, с 384].

Як приклад ефективної комунікативної політики на B2B ринку по наданню послуг, можна проаналізувати маркетингову діяльність інформаційного агентства ТОВ «Українські новини». Назване агентство вже понад двадцять років успішно працює на ринку по наданню інформаційних послуг, займає одну з лідируючих позицій на ринку за обсягом генерації власних новин, виробляє фото- і відеорепортажі, гострі публікації та інтерв'ю з відомими ньюсмейкерами. Серед клієнтів компанії – всі провідні українські ЗМІ, політичні партії, найбільші українські бізнес-структури та консалтингові компанії [2].

Серед ефективних маркетингових напрямків діяльності ТОВ «Українські новини» можна назвати активну участь у різноманітних

тематичних виставках і форумах для представників ЗМІ та журналістів, таких як, Міжнародний Форум журналістів «Нова Україна» та інші.

Участь у виставковій діяльності підприємства дозволяє:

- укладати контракти по наданню послуг;
- встановлювати контакти з потенційними покупцями та партнерами;
- проводити аналіз конкурентів;
- вивчати ситуацію в галузі;
- вивчати сучасні тренди у сфері надання інформаційної продукції;
- підвищенню іміджу компанії.

Більшість контрактів підприємства укладаються або безпосередньо під час участі у виставках, або через кілька днів після їх закінчення. Це найдешевший спосіб встановлення нових контактів, адже на тематичних виставках присутня здебільшого цільова аудиторія підприємства. Це найкоротших шлях для розвитку ділової комунікації.

Досить вагомим місцем у системі маркетингових комунікацій ТОВ «Українські новини» займають прямі продажі, здебільшого за рахунок таких засобів комунікації, як телефон та інтернет [2]. В умовах обмеженої кількості потенційних клієнтів компанія не витрачає на це багато ресурсів. Згідно досліджень проведених всередині компанії приблизно 25% зроблених дзвінків потенційним клієнтам є успішними, а це означає, що протягом наступного місяця після встановлення контакту компанія укладає контракт на надання послуг. Успішність близько 25% є дуже гарним показником для розглянутого виду комунікації, а отже його доцільно застосовувати.

Також, ТОВ «Українські новини» у своїй політиці просування активно використовує рекламу, до якої відносяться такі інструменти: реклама в Інтернеті, реклама в пресі, Publicrelations. Оцінити ефект інструментів окремо досить важко, але всі засоби маркетингових комунікацій формують інтегровану систему, яка безпосередньо впливає на його конкурентоспроможність.

Не менш важливим є те, що значна частина інформаційного продукту ТОВ «Українські новини» є доступною для іноземних клієнтів, таких як ЗМІ, посольства, державні та комерційні компанії, адже виходить трьома мовами – українською, англійською та російською. Це у свою чергу надає перспективи встановлення маркетингових комунікацій з клієнтами за межами України[3].

Отже, можна зробити висновок, що маркетингові комунікації підприємства, яке працює, як на B2C (B2C - Бізнес для споживача, англ. Business-to-Consumer), так і B2B (B2B - «Бізнес для бізнесу», англ. Business-tobusiness) ринку, є в більшості випадків є основою його конкурентоспроможності, і можуть забезпечити конкурентну перевагу. При цьому, як свідчить аналіз діяльності інформаційного агентства ТОВ

«Українські новини», обирати стратегію маркетингових комунікацій необхідно залежно від багатьох факторів, після проведення детального аналізу галузі. Підприємства не завжди в змозі застосовувати весь комплекс маркетингових комунікацій, та й це часто буває недоцільним. Використовуючи комплекс заходів по з планування маркетингових комунікацій, що був представлений у цій статті, а також враховуючи описаний досвід комунікативної політики розглянутого підприємства як нові, так і існуючі підприємства мають змогу значно поліпшити свої конкурентні позиції на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. – К.: ООО “Експерт”, 2001. – 384 с.
2. Офіційний сайт ТОВ «Українські новини» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukranews.com/>
3. Пономарьова Н.М., Пономарьов А.М. Новітні підходи до сучасних маркетингових комунікацій / Н.М. Пономарьова, А.М. Пономарьов // Globalinternationalscientificanalyticalproject. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.GISAPportal/> [06.05.2017].

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРЕНЕТ**

### ***Оліярник Ірина Орестівна***

студентка, Львівський національний університет імені Івана Франка

Реклама в готельному бізнесі є цілеспрямованим поширенням інформації про готельний продукт з метою інформативного впливу на споживача для просування й продажу готельного продукту, сприяючого появі в покупця заінтересованості та бажання купити даний готельний продукт [1].

Для реклами готельних послуг характерні всі риси, властиві рекламі, проте вона має ряд специфічних рис, які засновані на особливостях самих послуг і особливостях готельного бізнесу [1]. Готельну рекламу характеризують інформаційна повнота і відповідальність за достовірність наданої інформації, вона відрізняється емоційністю і переконливістю. Цільова аудиторія готельної реклами роз'єднана географічно, у зв'язку з чим в рекламі поєднуються національні особливості приймаючої країни і інтернаціональний характер реклами. Не можна також не відзначити, що на ринку готельних послуг реклама як маркетинговий інструмент відіграє значну більшу роль, ніж на товарному ринку. Для того, щоб провести ефективну рекламну кампанію в готелі, необхідно враховувати

особливості його роботи, а також загальні закономірності готельного бізнесу [4].

Успіх рекламної діяльності готелю доволі простий: для того, щоб заробляти більше потрібно давати своїм гостям більше, створювати їм свято, генерувати позитив й організовувати події, тобто готель повинен стати «фабрикою емоцій». Варто наголосити, що у місті де розташований готель, повинно активно й ефективно працювати програма маркетингу дестинації, а окремі івент-агенції повинні займатись організацією фестивалів, чемпіонатів та інших подій, які можна зробити самотужки командою.

Розвиток технологій, а, особливо, всесвітня мережа Internet дає змогу представити свої послуги ширше, оскільки, через Internet найлегше отримати інформацію з будь-якої точки земної кулі. Рекламувати своє готельне підприємство можна за допомогою таких інструментів як [2; 3]:

- реклама в Yandex, Google, портали;
- контекстна реклама, яка дасть точні відповіді на запити відвідувачів, що шукають послуги конкретного готелю;
- соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram, You Tube).

Сьогодні соціальні мережі перетворюються в повноцінний канал продажів, і це, безумовно, змінить світ реклами. В той час, коли конкуренти борються ціною за клік в контекстній рекламі, можна отримувати десятки клієнтів щодня практично безкоштовно. Користувачі такої соціальної мережі, як Facebook є платоспроможною частиною населення, яка є основним споживачем готельних послуг, тому можна за допомогою постів поширювати інформацію про компанію. Алгоритм Facebook побудований таким чином, що чим більше «Like» та «Share» збирає пост, тим більша кількість друзів його побачать, оскільки в середньому 15-30% друзів бачать опубліковані матеріали [3].

Для того, щоб збільшити активність на сторінці у Facebook підприємства, слід розміщувати протягом дня мінімум чотири записи, на наступні теми:

- інформація про місто (наприклад, «Доброго ранку усім!» + фото з краєвидом міста);
- реклама (наприклад, «А ви вже відчули справжній комфорт? Ні? Так завітайте в готель»);
- анекдоти, цікавинки (смішні фото та цікаві побажання); цитати або факти про готель, фільми;
- акції (наприклад, «При проживанні 5 днів + 1 день в подарунок»); конкурси (наприклад, «Розмісти фото з тегом готелю, та отримай подарунок»); розіграші (наприклад, «Поділись записом та отримай шанс виграти вихідні у місті з проживанням у нас»);

- інформація про події, фестивалі міста (допоможе зацікавити користувачів відвідати місто);
- оголошення додаткових послуг: ресторану, бару, сауни, салону краси (додавши фото-звіт);
- фото персоналу, інтер'єру та номерів;
- привітання учасників сторінки з державним чи церковним святом;
- інформація про візити знаменитостей або поважних осіб (дозволить готелю підтримати образ бренду та підсилити його привабливість);
- опитування (залучить користувачів до активності сторінки готелю);
- обмін постами з іншими офіційними сторінками соціальної мережі;
- стимулювання користувачів, зацікавлюючи скільки у день/місяць/рік було відвідувачів (наприклад, «А Ви знаєте, що сьогодні у нас було найбільше відвідувачів у місяць?»);
- доступ для відвідувачів сторінки, щоб могли ділитись враженнями, а також фото;
- розміщення анонси івентів, які проходять, тобто розмістити попереднє коротке повідомлення, узагальнення про проведення окремої широкомасштабної акції, яка має відбутися найближчим часом, зі стислим викладом змісту;
- відео-відгуки клієнтів (Дозволить викликати більше довіри, ніж тексти невідомого походження. До того ж, клієнти самі будуть поширювати такі ролики. Це стосується не лише соціальної мережі Facebook, а також – You Tube);
- смайли та хеш-теги. Використання хеш-тегів зробить публікації доступними всім, кому цікавий пост, оскільки, пост стає доступний людям з такими ж інтересами, навіть якщо вони не підписані на оновлення сторінки готельного підприємства. Якщо правильно підібрати хеш-теги, вдасться залучити тисячі потенційних користувачів, «шанувальників» та клієнтів.

Отже, просування готельного продукту в мережі Інтернет загалом та через соціальні мережі, зокрема, є досить перспективним інструментом на сьогодні, що дає великі можливості для розвитку бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Іванченко Р. Г. Реклама: Словник термінів / Всеукраїнський фонд сприяння розвитку книго-видання та преси / Р. Г. Іванченко. – Київ: Б.в., 1998. – 205 с.
2. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
3. Ляхорская Татьяна. Интернет-маркетинг и социальные сети: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://propel.ru/pub/135.php>

4. Миронов Ю.Б. Маркетинг в туризмі //Ю.Б. Миронов/: Опорний конспект лекцій.: Дрогобич: ДДПУ, 2005.

---

Науковий керівник: Бортнік Надія Василівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, Львівський національний університет імені Івана Франка

## **РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ ТА МЕХАНІЗМИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ**

***Стоволос Надія Борисівна***

кандидат економічних наук, Сумський національний аграрний університет

Соціальна політика розглядається як діяльність держави, інших економічних суб'єктів, спрямована на забезпечення гідних умов життя і праці. Соціальна політика висловлює кінцеві цілі і результативність соціальної ринкової економіки. З одного боку, ефективна соціальна політика є однією з основних цілей соціально-ринкової економіки, а з іншого – фактором, оскільки зростання добробуту, рівня життя сприяє підвищенню її результативності.

Крім цього, економіка висуває підвищені вимоги до рівня освіти, кваліфікації, здоров'ю, культурі населення. Все це обумовлює прискорений розвиток соціальної сфери, а так само говорить про взаємозв'язок економічної та соціальної політик держави.

Суть соціальної політики в тому, щоб сприяти оптимальному розвитку умов і способу життя членів суспільства, удосконалювати соціальні зв'язки і відносини між ними, забезпечувати необхідну соціальну диференціацію і одночасно запобігати розриви в рівні життя різних верств населення.

Пріоритетом в області соціальної політики названі інвестиції в людину. Поставлені стратегічні цілі соціальної політики: створення умов для реалізації громадянами прав на освіту, поліпшення здоров'я, збереження і розвиток культурного потенціалу, створення цивілізованого ринку праці, посилення адресності соціальної підтримки, забезпечення стійкості пенсійної системи.

Поставлені цілі можуть бути досягнуті за допомогою здійснення комплексу заходів, які забезпечать прийнятні життєві стандарти для всіх категорій населення:

- стабілізацію розвитку соціальної сфери на основі зростання реальних доходів, рівня життя;
- реалізацію програми структурних перетворень, в тому числі реформування монополій і розвиток приватного сектора;

- оптимізацію регулюючих функцій держави в економіці;
- реалізацію податкової реформи, бюджетної політики; стримування інфляції.

У перехідний період передбачається:

- замінити більшість пільг адресною формою соціальної підтримки;
- передати на регіональний і муніципальний рівні значну частину повноважень щодо визначення розмірів і форм надання соціальної допомоги;
- поступово перевести пільги різних категорій населення в форму грошових виплат;
- змінити принципи і джерела фінансування виплат щомісячної допомоги на дитину сім'ям, які мають на нього право;
- розширити ринок соціальних послуг.

Перехід до нової моделі соціальної політики неможливий без ефективних механізмів реалізації адресної соціальної політики. Необхідно сформувати базу даних про одержувачів, розробити ефективні методи перевірки нужденності.

На даному етапі розвитку соціальна політика переорієнтована на сім'ю, забезпечення прав і соціальних гарантій, що надаються сім'ї.

Таким чином, найважливішою метою соціальної політики є забезпечення більш повного задоволення членами суспільства своїх життєвих потреб. У соціальній політиці втілюється турбота суспільства про своїх членів, які потребують підтримки і допомоги. При цьому використовується наявний фінансово-економічний потенціал.

Така допомога, в загальному, вигляді може бути названа соціальною допомогою. Слід зазначити, що соціальна політика покликана забезпечувати задоволення життєвих потреб не всіх людей, а лише тих, які не можуть в силу об'єктивних обставин забезпечити їх самостійно.

Відносно ж працездатних людей, роль соціальної політики полягає в тому, щоб створювати сприятливі умови для людей, що дозволяють їм вирішувати свої проблеми.

Основна маса здорового і працездатного населення повинна сама заробляти прийнятним для суспільства способом кошти для забезпечення своїх життєвих основних потреб, а не розраховувати на те, що все це їм буде давати суспільство за допомогою проведення соціальної політики.

Але, тим не менше, соціальна політика робить регулюючий вплив на багато проблем, в тому числі і на пов'язані з оплатою праці.

Механізми реалізації соціальної політики є підтримка державою або іншими соціальними інститутами певних категорій населення та установ, необхідні для життєдіяльності суспільства і самі не можуть заробляти собі



кошти на існування. Така підтримка необхідна системам освіти, охорони здоров'я, соціального забезпечення.

Існують показники результативності соціальної політики – рівень і якість життя населення. Рівень життя розуміється як сукупність умов життя населення країни, відповідних досягнутому рівню її економічного розвитку. Він визначається економічним, соціальним, політичним ладом суспільства і залежить не тільки від виробництва, а й від розмірів національного багатства і накопиченого особистого майна громадян.

Якість життя є узагальнюючої соціально-економічною категорією, за допомогою якої оцінюється рівень споживання товарів і послуг, можливість задовольнити духовні потреби, здоров'я населення, тривалість життя, умови середовища, що оточує людину. Рівень якості життя населення змінюється в залежності від соціально-економічного становища країни, оскільки вирішити поставлені завдання перед соціальною політикою можна, використовуючи ресурси держави, які воно може направити на їх рішення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ващенко Н.М. Соціальний менеджмент /Н.М. Ващенко.- К.: НІСД, 2015. – 214с.

**ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ У  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

*Дуганець Наталія Вікторівна*

кандидат економічних наук, доцент, Подільський державний аграрно-технічний університет

*Мельник Ганна Юріївна*

студентка магістратури, Подільський державний аграрно-технічний університет

Сільськогосподарське виробництво завжди вважалося особливою сферою підприємницької діяльності у силу наявності особливих ресурсів: землі та живих організмів. При цьому, невизначеність впливу природних факторів та сезонність виробництва впливають на оцінку означених ресурсів. Саме в системі бухгалтерського обліку необхідно чітко визначити вартість біологічних активів та відповісти на запити користувачів обліково-аналітичної інформації.

З 1 січня 2003 року прийнято до практичного використання міжнародний стандарт бухгалтерського обліку «Сільське господарство». Відповідно, з 1 січня 2007 року в Україні набрало чинності Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (далі П(С)БО) 30 «Біологічні активи».

Біологічний актив – тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди [1].

Проблеми обліку та оцінки біологічних активів тваринництва знаходять своє відображення в багатьох наукових публікаціях. Теоретичні та методологічні засади бухгалтерського обліку та оцінки біологічних активів тваринництва досліджували провідні вітчизняні і зарубіжні вчені-економісти: Л.В. Гуцаленко, М.Я. Дем'яненко, В. М. Жук, Г.Г. Кирейцев, В.Г. Лінник, Л.І. Лавріненко, М.Ф. Огійчук, В.М. Пархоменко, Л.К. Сук та інші.

Однак у більшості наукових праць мало уваги приділено саме аспектам оцінки біологічних активів тваринництва за справедливою вартістю у практичній діяльності сільськогосподарських підприємств. Це свідчить про актуальність теми, що зумовило вибір напряму дослідження в науковому і практичному аспектах [2].

В П(С)БО 30 «Біологічні активи» вказується застосування справедливої вартості при оцінці активів, а у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (ст. 4) визначено, що пріоритетною є оцінка біологічних активів, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання – принцип історичної (фактичної) собівартості [3].

Визначення справедливої вартості можна знайти у пункті 4 П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств». Згідно з яким, «справедлива вартість – це сума, за якою може бути здійснено обмін активу або оплата зобов'язання в результаті операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами» [4].

Погоджуємось із думкою Л. С. Голотюка, що «використання справедливої вартості для оцінки активів підприємства сприяє реальнішому відображенню їх вартості в балансі, що дає можливість об'єктивніше проводити аналіз структури майна підприємств. Єдині підходи відображення вартості активів дають можливість порівнювати показники фінансової звітності різних підприємств. Враховуючи ці позитивні сторони справедливої вартості порівняно з фактичною собівартістю, багато країн з розвинутою економікою використовували її для оцінки продуктивних тварин, сільськогосподарської продукції при складанні фінансової звітності ще до введення в дію міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 41 «Сільське господарство» у 2003 р. Незважаючи на позитивні результати використання справедливої вартості для оцінки біологічних активів, досить спірним, на нашу думку, є порядок відображення в обліку фінансових результатів від сільськогосподарської діяльності. Відповідно до вимог П(С)БО 30 у фінансовий результат від основної діяльності підприємства крім фінансових результатів від реалізації сільськогосподарської продукції та біологічних активів, як запасів, включаються також фінансові результати від первісного визнання сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів і фінансові результати від зміни справедливої вартості біологічних активів на дату балансу, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю. Таким чином, при перевищенні справедливої вартості над фактичною собівартістю на підприємстві виникає «віртуальний» дохід, виникнення якого суперечить принципам історичної (фактичної) собівартості та обачності, зафіксованим у Законі про бухгалтерський облік і звітність в Україні. У зв'язку з цим методично неправильним, на нашу думку, є порядок відображення доходів від оцінки біологічних активів за справедливою вартістю на рахунку 71 «Інший операційний дохід» з наступним віднесенням на рахунок 79 «Фінансові результати» і рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» [5]. Більш правильним було б такі доходи відображувати на окремому рахунку, який можна

назвати «Дохід від оцінки біологічних активів тваринництва за справедливою вартістю»[2].

Фактично в Україні немає біржі, ціни якої можна було б брати за основу (як при встановленні курсу національної валюти НБУ) при визначенні справедливості біологічних активів. Альтернативою виступає можливість скористатись послугами оцінщиків.

Згідно зі статтею 5 Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» суб'єктами оціночної діяльності є:

- «суб'єкти господарювання – зареєстровані в установленому законодавством порядку фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, а також юридичні особи незалежно від їх організаційно-правової форми та форми власності, які здійснюють господарську діяльність, у складі яких працює хоча б один оцінювач, та які отримали сертифікат суб'єкта оціночної діяльності;

- органи державної влади та органи місцевого самоврядування, які отримали повноваження на здійснення оціночної діяльності в процесі виконання функцій з управління та розпорядження державним майном та (або) майном, що є у комунальній власності, та у складі яких працюють оцінювачі»[6].

Оцінки справедливої вартості біологічних активів має відповідати критерію об'єктивності, адже це впливатиме на якісні показники фінансової звітності сільськогосподарських підприємств України. А методика є предметом подальших наукових досліджень.

### **Список використаних джерел:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» Затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18.11.2005 р. № 790. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05>.
2. Голотюк Л. С. Проблеми оцінки біологічних активів тваринництва за справедливою вартістю в сільськогосподарських підприємствах. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3699>.
3. Гузар Б.С. Теоретичні і практичні проблеми оцінки біологічних активів за справедливою вартістю. Концепція розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки України. 2009. №5. С. 99-101.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств» від 07.07.1999 № 163. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>.
5. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів Затверджені наказом Міністерства фінансів України від 29.12.2006 р. № 1315. Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/MF06097.html/](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MF06097.html/).

6. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: Закон України. Прийнятий Верховною Радою України 12.07.2001 № 2658-III. (Редакція від 16.01.2016).Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/6\\_NITSB\\_2010/Economics/59940.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_NITSB_2010/Economics/59940.doc.htm).

## **МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНСЬКІЙ ПРАКТИЦІ**

***Ковальова Альона Анатоліївна***

студентка, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ;

***Августова Олена Олександрівна***

кандидат економічних наук, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

В умовах розвитку міжнародної економіки, глобалізаційних процесів, розширення зовнішньоторговельних зв'язків підприємств, збільшення обсягів прямого іноземного інвестування набувають актуальності питання адаптації вітчизняної практики обліку до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та звітності.

В останні роки в Україні відбуваються складні процеси реформування системи бухгалтерського обліку, зумовлені зміною економічної системи й інтеграцією країни до Європейського Союзу. Це вимагає запровадження єдиних світових стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Це дозволить усунути економічні й торговельні бар'єри, активізувати надходження іноземних інвестицій, виходити на світові ринки капіталу, формувати конкурентоспроможне ринкове середовище.

Питання переходу бухгалтерського обліку в Україні на міжнародні стандарти постійно перебуває в полі зору і супроводжується гострими дискусіями та різними підходами до вирішення цього питання та досліджувалися наступними науковцями: Ф. Ф. Бутинець, М. Ф. Огійчук, Л. К. Сук, В. М. Жук, Л. Г. Ловінська, В. Я. Плаксієнко, В. М. Теслюк, О. М. Головащенко та ін.

Метою даного дослідження є обґрунтування адаптації вітчизняної практики обліку до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.

Відповідно до Регламенту Європейського парламенту і Ради ЄС від 19 липня 2002 р. №1606/2002 міжнародні стандарти включають стандарти бухгалтерського обліку та звітності, які застосовуються у державах – членах Європейського Союзу.

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (МСБО) – система принципів, методів та процедур ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності [1]. Що стосується статті 1 Закону України “Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні”, міжнародні стандарти фінансової звітності (далі – міжнародні стандарти) прийняті Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку документи, якими визначено порядок складання фінансової звітності [3, с. 183].

Для України питання гармонізації (і не лише бухгалтерського обліку) є особливо актуальними з огляду на вступ країни до СОТ та наявність Угоди про асоціацію з ЄС. Політичну частину угоди було підписано 21 березня 2014 р, а економічну – 27 червня 2014 р. Вона передбачає глибоку економічну інтеграцію України з ЄС, а також створення глибокої та всеосяжної зони вільної торгівлі [3, с. 7].

За наслідками підписання Україною та ЄС Угоди про асоціацію в Україні виникли якісно нові завдання, яких до цього часу вона не виконувала, оскільки Угода слугуватиме тепер стратегічним орієнтиром для проведення соціально-економічної політики в Україні.

Гармонізація відбувається у різних формах (адаптація законодавства, уніфікація права, імплементація, стандартизація та ін.). Проте в офіційних документах часто використовується термін адаптація. Відповідно до положень Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства ЄС, затвердженої Законом України від 18 березня 2004 р., адаптація полягає у приведенні законів України та інших нормативно-правових актів відповідно до «acquis communautaire». З іншого ж боку, План дій Україна – ЄС безпосередньо свідчить про гармонізацію законодавства. Як показує практика діяльності європейських інтеграційних об’єднань, незважаючи на застосування різних термінів як у праві ЄС, так і в угодах Співтовариства з третіми країнами, йдеться по суті про один і той же процес приведення національного законодавства відповідно до приписів права європейських інтеграційних організацій. Незважаючи на очевидну необхідність узгодження національних систем регулювання обліку з міжнародними стандартами, необхідно підкреслити, що прості спроби вилучення та переносу бухгалтерських принципів інших країн чи механічне використання облікових стандартів Комітету з міжнародних стандартів фінансової звітності не можуть дати бажаних результатів у силу ряду причин [4, с. 84].

З огляду на це, як у наукових колах, так і серед практиків з’явилася стурбованість тим, що за певних обставин національні стандарти можуть утратити сенс, якщо вони повністю відповідатимуть міжнародним стандартам. Сьогодні П(С)БО, хоч і ґрунтуються на МСБО та МСФЗ, усе одно відрізняються від них, зокрема:

- 1) вітчизняні П(С)БО не охоплюють усіх міжнародних;
- 2) П(С)БО не передбачають певних альтернативних методів обліку, встановлених МСБО 8, МСБО 20, МСБО 23, тощо;
- 3) П(С)БО дуже стислі за обсягом і не містять пояснювальних параграфів, які наведено в МСФЗ;
- 4) вітчизняні стандарти вимагають повного розкриття інформації лише від підприємств, що оприлюднюють річну фінансову звітність.

Крім того в одних випадках П(С)БО містять дещо ширші вимоги, ніж МСБО, а в інших, навпаки, – значно вужчі. Єдиним НП(С)БО, який не лише за змістом, а й за номером та назвою узгоджується з відповідним міжнародним стандартом, є П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів». Ці стандарти (міжнародний та національний) містять однакові підходи стосовно перерахунку операцій та статей в іноземній валюті, відображення курсових різниць у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. У той же час прогалиною обох стандартів залишається питання щодо обліку внесків в іноземній валюті до власного капіталу підприємства.

Передусім необхідно враховувати розбіжності у рівні економічного розвитку країн, які виявилися наслідком багатовікових культурних і національних традицій. Існуюча методологія та організація бухгалтерського обліку в Україні недосконалі. У зв'язку з цим, на нашу думку, було б доречним використати досвід зарубіжних країн з врахуванням національних особливостей. Удосконалення методології та організації бухгалтерського обліку та аналізу в Україні призведе до їх наближення до міжнародних стандартів.

Таким чином, гармонізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності України з міжнародними стандартами сприяє уточненню чинних положень (стандартів) бухгалтерського обліку України. Для створення належного забезпечення гармонізації бухгалтерського обліку та фінансової звітності з міжнародними стандартами необхідна розробка системи заходів щодо поліпшення правових засад регулювання бухгалтерського обліку і фінансової звітності; визначення нових методичних підходів до бухгалтерського обліку і фінансової звітності; удосконалення організаційних аспектів регулювання бухгалтерського обліку та звітності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства

фінансів України 7 лютого 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>

3. Нищенко Л. Гармонізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності України з Міжнародними стандартами / Л.Нищенко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2015. – №5. – С. 6-9.

4. Ціцька Н. Є. Етапи впровадження міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні / Н. Є. Ціцька // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. - 2014. - Вип. 46. - С. 182-185.

## **ЗНАЧЕННЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ АУДИТУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

***Ніколайчук Надія Павлівна***

студентка, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

***Августова Олена Олександрівна***

кандидат економічних наук, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

В сучасних умовах, вдосконалення рівня корпоративного управління є одним з найважливіших факторів розвитку вітчизняної економіки, оскільки більша частина підприємств перебуває у кризовому стані внаслідок недостатнього обсягу надходжень інвестиційних ресурсів.

Фундаментальні питання методології і теорії аудиту знайшли відображення в роботах таких зарубіжних та вітчизняних вчених як Р. Адамса, Андерсона, Е. Аренса і Дж. Лоббека, Р. Доджа, Д. Кармайкла, Д. Колдуелл, Р. Монтгомері, Б. Нідлзата, Ф. Бутинець, Н. Дорош, М. Кужельного, О. Петрик, Н. Проскуріна, І. Пилипенко, О. Редько, В. Рудницького, К. Сурніної та інших.

В наукових роботах як зарубіжних, так і вітчизняних вчених досліджується аудит загалом, його зміст, функції, методології застосування тощо, але, на жаль, питанню корпоративного аудиту приділяється дуже мало уваги, тому його дослідження та вивчення є необхідним.

Належний режим корпоративного управління сприяє ефективному використанню корпорацією свого капіталу, підзвітності органів її управління як самій компанії, так і її акціонерам. Це в свою чергу сприяє підвищенню конкурентоспроможності та економічної ефективності, прозорості фінансових та інших операцій, підтриманні балансу інтересів всіх учасників корпоративних відносин.



Корпоративне управління – це по-перше, система звітності перед акціонерами, а по-друге, спосіб управління підприємством. Тому підвищення рівня корпоративного управління є одним із ключових елементів підвищення ефективності підприємства [1, с. 233].

Для того щоб акціонери та інвестори мали можливість оцінити стан корпоративного управління на підприємстві, їм необхідно ознайомитись з висновками та думкою аудитора не лише щодо фінансового стану підприємства, а й щодо стану системи корпоративного управління.

Основні складові практики корпоративного управління, що підлягають аудиту включатають:

- перевірку дотримання законних прав та інтересів акціонерів у відповідності до вимог чинного законодавства, статуту та інших внутрішніх документів компанії;
- структуру акціонерного капіталу;
- роботу органів управління та контролю;
- розкриття компанією інформації про свою діяльність та забезпечення її достовірності;
- дотримання інтересів зацікавлених сторін та інших [2].

На нашу думку, для достовірної та всеохоплюючої оцінки стану підприємства, технологія проведення аудиту корпоративного управління повинна включати в себе наступне:

- отримання інформації про вихідний стан корпоративного управління на основі розгорнутої спеціальної анкети;
- індивідуальні інтерв'ю з членами керівництва компанії (члени правління, ради директорів), великими акціонерами (їх представниками) з метою розуміння і уточнення стратегічних можливостей, інтересів, цілей і альтернатив компанії, їхвзаємозв'язку з системою корпоративного управління ;
- аналіз внутрішніх документів компанії, що регулюють всі компоненти корпоративного управління;
- порівняльний аналіз стану корпоративного управління в порівнянних (з точки зорурозмірів і стратегіїбізнесу) зарубіжних і українських компаніях;
- вироблення рекомендацій комплексного плану поетапного поліпшення практики корпоративного управління на основі стратегії розвитку бізнесу компанії.

Отже, аудит корпоративного управління являє собою комплексну оцінку існуючої в компанії практики корпоративного управління, встановлення її сильних та слабких сторін у відповідності до стратегічних цілей компанії, а також включає в себе підготовку рекомендацій з формування та реалізації комплексного плану заходів по вдосконаленню системи корпоративного управління компанії та її основних компонентів.

### **Список використаних джерел:**

1. Рубітель О. Ю. Аудит корпоративного управління: теоретичні та практичні підходи / О. Ю. Рубітель. // Вісники Чернігівського Національного Технологічного Університету. – 2013. – №3. – С. 232–236.
2. Ліщинський М. Сутність та роль аудиту корпоративного управління в системі управління компанією [Електронний ресурс] / М. Ліщинський // Науковий клуб "SOPHUS". – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [http://sophus.at.ua/publ/2014\\_05\\_22\\_23\\_kampodilsk/sekcija\\_5\\_2014\\_05\\_22\\_23/sutnist\\_ta\\_rol\\_auditu\\_korporativnogo\\_upravlinnja\\_v\\_sistemi\\_upravlinnja\\_kompanieju/63-1-0-995](http://sophus.at.ua/publ/2014_05_22_23_kampodilsk/sekcija_5_2014_05_22_23/sutnist_ta_rol_auditu_korporativnogo_upravlinnja_v_sistemi_upravlinnja_kompanieju/63-1-0-995).

## **АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА РИНКУ МОЛОКА УКРАЇНИ**

### ***Приймачук Сергій Васильович***

студент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

### ***Чухліб Алла Василівна***

кандидат економічних наук, доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

Виробництво молока та ринок молочної продукції всю свою історію був затребуваний та займав особливе місце серед інших ринків харчових продуктів. Завжди, молоко і молокопродукти були одними з основних продуктів харчування, елементами рецептур приготування їжі та компонентом виробництва широкого кола продукції харчової промисловості. Соціальна значимість зазначеного ринку полягає в тому, що молочні продукти займають високу питому вагу серед товарів дитячого харчування, а також важливе місце в підтриманні життєдіяльності українських споживачів з будь-яким рівнем доходу.

За останній час виникла тенденція до зменшення обсягів виробництва молока та зменшення поголів'я через не стабільну ціну на продукцію та порівняно низький рівень рентабельності. (табл.1) [2].

**Динаміка показників виробництва молока в Україні за 2005 – 2015 р.р.**

Рік	Кількість виготовленого молока, т	Кількість корів, тис. голів	Ціна реалізації 1т, грн	Рентабельність 1т, %
2005	24508000	3926,0	1126,9	12,2
2006	17274000	3635,1	1070,2	-3,7
2007	12658000	3346,7	1660,6	13,8
2008	13714000	3095,9	2065,1	4,1
2009	12262000	2856,3	1888,8	1,4
2010	11761000	2736,5	2938,7	17,9
2011	11610000	2631,2	3041,6	18,5
2012	11249000	2582,2	2662,2	2,3
2013	11086000	2554,3	3364,0	13,6
2014	11378000	2508,8	3588,4	11
2015	11488000	2262,7	4347,3	12,6

Так, кількість виготовленої продукції у 2015 році порівняно з 2005 роком зменшилась на 113%, кількість корів, - на 73%. Ціна реалізації збільшилась на 285%, але рівень рентабельності в порівнянні з 2005 роком суттєво не змінився.

Для прогнозування обсягів виробництва соняшнику на найближчі роки необхідно є побудова рівняння тренду [1].

Рівняння лінійного тренду має вигляд:

$$y_t = a_0 + a_1 t; \quad (1)$$

Параметри трендового рівняння визначаються розв'язанням системи двох нормальних рівнянь:

$$\begin{cases} \sum y = f a_0 + a_1 \sum t \\ \sum ty = a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 \end{cases}; \quad (2)$$

Таблиця 2

**Розрахункові дані для аналітичного вирівнювання за прямою валового виробництва молока в Україні**

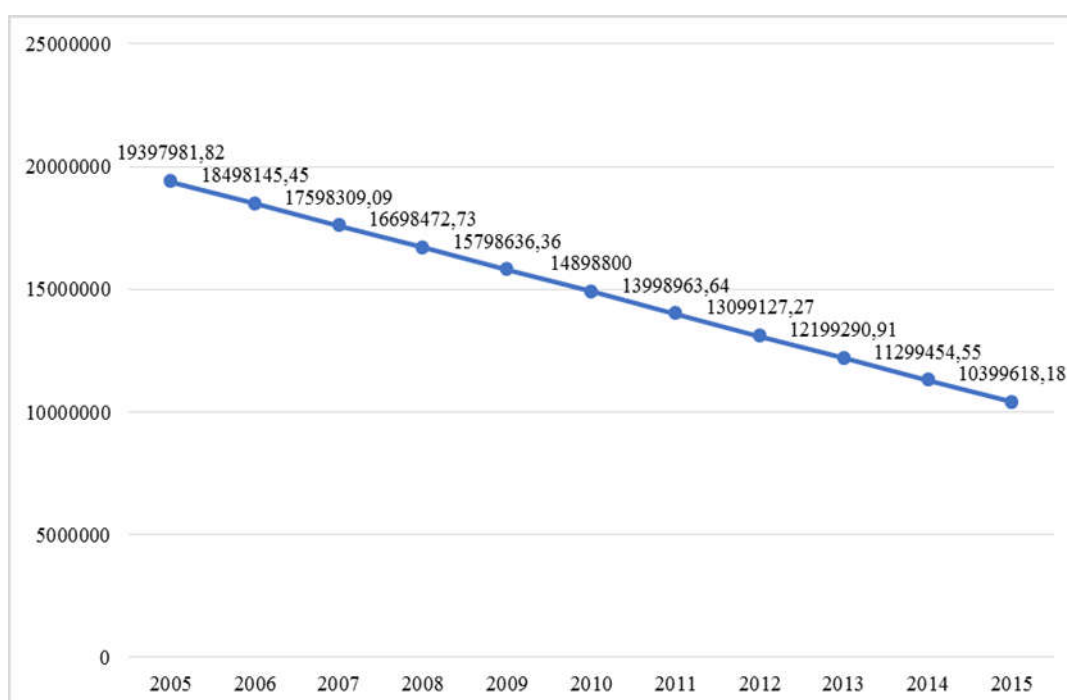
Рік	Кількість виготовленого молока, т	t	t <sup>2</sup>	yt	y <sub>t</sub>
2005	24508000	-5	25	122540000	19397981,82
2006	17274000	-4	16	-69096000	18498145,45
2007	12658000	-3	9	-37974000	17598309,09
2008	13714000	-2	4	-27428000	16698472,73
2009	12262000	-1	1	-12262000	15798636,36
2010	11761000	0	0	0	14898800
2011	11610000	1	1	11610000	13998963,64
2012	11249000	2	4	22498000	13099127,27
2013	11086000	3	9	33258000	12199290,91
2014	11378000	4	16	45512000	11299454,55
2015	11488000	5	25	57440000	10399618,18
Σ	148988000	0	110	-98982000	163886800

Рівняння лінійного тренду набуде вигляду:

$$y_t = 14898800 - 899836,36t;$$

Рисунок 1.

**Динаміка виробництва молока в Україні за 2005-2015 роки, тис. т**



За рівнянням лінійного тренду екстраполяційний рівень виробництва молока у 2017 році становитиме:

$$y_t = 8599945,45; (4)$$

Сучасний ринок молока України, порівняно з розвинутими країнами, програє по головних показниках ефективності виробництва. Тому в усіх без винятку галузях слід вести виробництво на основі науково обґрунтованих, економічно виважених систем і технологій, які максимально враховують природно-кліматичні умови, потенціал регіону і країни у світовій економіці та кращий світовий досвід.

Для стабілізації й розвитку молочних підприємств необхідне створення стратегічної державної програми на основі вертикальної інтеграції або кластерних формувань аграрних і переробних підприємств. З місцевих бюджетів мають надаватися кошти на оновлення виробництва підприємств АПК (за наявності чіткого бізнес-плану технічного переозброєння).

#### **Список використаних джерел:**

1. Лугінін О.С. Статистика: Підручник/ О.С. Лугінін. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 608с.
2. Горкавий В.К. СТАТИСТИКА/ В.К. Горкавий. – К.: Аграрна освіта, 2009. – 411с.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ – Економічні наукові інтернет-конференції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/2386/>

---

Науковий керівник: Чухліб Алла Василівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики та економічного аналізу, Національний університет біоресурсів і природокористування України

### **НЕОБХІДНІСТЬ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА**

***Судак Наталія Володимирівна***

студентка, Національний авіаційний університет, м. Київ

***Задерака Наталія Миколаївна***

асистент, кафедра фінансів, обліку і аудиту, Національний авіаційний університет, м. Київ

Основні засоби – це фонди, які використовуються у виробництві довготривалий час, вони поволі втрачають свою первісну вартість через

фізичне спрацювання та переносять її на продукцію, роботи або послуги за рахунок амортизації.

Питання щодо пошуку шляхів підвищення ефективності використання основних засобів підприємства досліджували і описали у своїх роботах такі економісти, як В.І. Мацибора, Л.О. Пашнюк, В.К. Збарський, А.М. Турило, С.Ф. Покропивний, І.В. Ковальчук та інші.

Ефективне застосування основних засобів відіграє велику роль в розвитку та діяльності будь-якого підприємства. Забезпеченість підприємства основними засобами в необхідній кількості, їх технологічний стан, повніше й ефективніше їх використання впливають на загальний фінансовий стан підприємства, на обсяги виробництва, сприяють підвищенню конкурентоздатності продукції, зростанню продуктивності праці та якості продукції.

Основні засоби є фундаментом матеріально-технічної бази підприємства. Так, виробництво продукції повністю залежить від технічного стану та ефективності використання основних засобів. На сьогоднішній день через відсутність належної підтримки з боку держави у власності більшої частини підприємств залишилися практично повністю фізично та морально зношені основні виробничі засоби. Тому підприємства мають своєчасно вирішувати проблеми щодо поліпшення стану та використання основних засобів, а саме: поліпшувати та осучаснювати їх, усувати простої, збільшувати рівень фондівіддачі та продуктивності роботи устаткування, що дасть можливість збільшити обсяг виробництва та ефективність роботи підприємства.

Існують два основних напрямки підвищення ефективності використання основних виробничих засобів підприємства - екстенсивний та інтенсивний. До екстенсивного належить збільшення часу роботи основних виробничих засобів, до інтенсивного - підвищення віддачі засобів праці на одиницю часу.

Досягти підвищення ефективності використання основних активів підприємства можна такими шляхами:

- поліпшення складу, стану і структури основних засобів підприємства;
- удосконалення організації, управління і планування праці та виробництва;
- підвищення фондівіддачі та продуктивності праці, зниження фондомісткості на підприємстві
- матеріальне та моральне стимулювання праці.

Існуючі сьогодні умови господарювання на підприємствах України потребують ефективного використання виробничого потенціалу, зростання технічного рівня, прискорення та підвищення ефективності відтворення основних засобів.

### Список використаних джерел:

1. Бутинець Т. А. Основні засоби : точка зору економіста / Т. А. Бутинець // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – № 23. – С. 22–36.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" від 27.04.2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>
3. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік: навч. посіб. / І.Б. Садовська, Т.В. Божидарнік, К.Є. Нагірська. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 688 с.

## ДИНАМІКА ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ЧОЛОВІКІВ ТА ЖІНОК В УКРАЇНІ

*Шенітко Наталія Сергіївна*

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

За останній період у всьому світі зросла роль гендерних досліджень. Адже, однією із проблем у сфері оплати праці є забезпечення оптимальної заробітної плати чоловікам та жінкам за рахунок унормування основних факторів диференціації правовими важелями регулювання заробітної плати в Україні. Необхідність гендерного аналізу українського ринку праці стає вельми актуальним на сучасному етапі.

Окремі аспекти гендерної нерівності у розвитку і використанні людського потенціалу активно досліджуються такими вітчизняними вченими, як: Васильченко В.С., Гриненко А.М., Грішнова О.А., Керб Л.П. [1], Лавриненко А.В. [3] та ін.

Гендерна нерівність є одним з проявів соціально-економічної диференціації населення, що зумовлює різні можливості самореалізації жінок та чоловіків у суспільстві. Гендер – це категорія, яка відображає соціальну стать, соціально обумовлену конструкцію, що ґрунтується на біологічних відмінностях між чоловіками і жінками. Аналіз гендерних відносин по суті є аналізом відносин влади статей в економічній, соціальній, політичній сферах життєдіяльності. В Україні як на рівні окремої родини, так і в масштабах усієї країни, має місце гендерний дисбаланс. Гендерна політика відіграє важливу роль у дотриманні соціальної гармонії у суспільстві, забезпеченні соціальної безпеки держави, а також засвідчує рівень її цивілізованості.

На ринку праці України проблеми гендерної нерівності визначаються дисбалансом щодо можливостей доступу жінок і чоловіків до гідної праці, оскільки часто жінки з високим освітньо-професійним

рівнем змушені реалізувати свою трудову активність на менш престижних посадах, що потребують нижчої кваліфікації, менш оплачуються та дають обмежені можливості кар'єрного просування. Державна політика щодо жінок має бути спрямованою на створення таких умов життя, за яких вони могли б своєю працею та силами забезпечити оптимальні можливості для реалізації власного потенціалу і розвитку особистості[1].

В Україні середньомісячна заробітна плата чоловіків за перші 9 місяців 2016 року становить 5789 грн, що на 1488 грн (понад 25%) більше, ніж у жінок – 4301 грн. Такий висновок можна зробити із даних, оприлюднених на сайті Державної служби статистики України. Майже у всіх сферах діяльності чоловіки заробляють у середньому більше за жінок. Середні зарплати жінок є більшими лише у сфері обслуговування (3954 грн у жінок і 3826 грн у чоловіків), у сфері функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури (3609 грн проти 3455 грн). Також невелика різниця в оплаті праці у сфері будівництва - 4292 грн проти 4586 грн і транспортній сфері - 5517 грн проти 5649 грн. Найприбутковішими і для жінок, і для чоловіків виявилися сфери інформації та телекомунікації, фінансової і страхової діяльності. Крім цього, високі зарплати у чоловіків у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку - 7344 грн, але у жінок вдвічі менше - 3520 грн [3].

Основними причинами такої ситуації в Україні є:

- 1) жінки складають близько 80 % всіх працівників у сфері освіти, медицини, культури, а ці галузі сьогодні найменш оплачувані;
- 2) серед керівників більше чоловіків, співвідношення чоловіків та жінок на керівних посадах приблизно 75 % до 25 % (рис. 1);

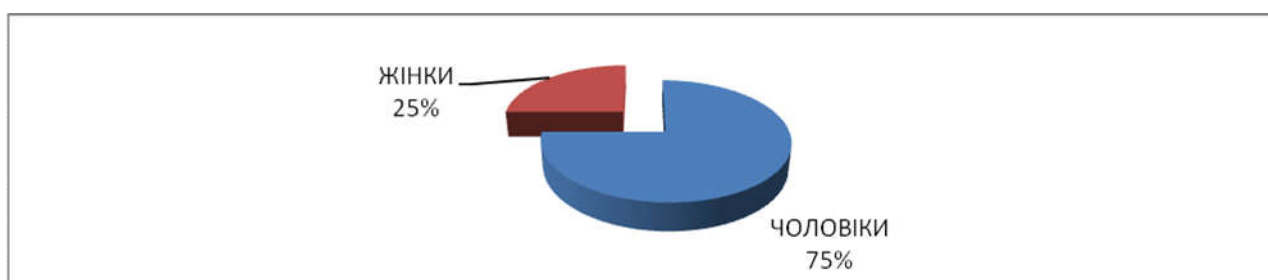


Рис. 1. Співвідношення чоловіків та жінок на керівних посадах, %

3) чоловіки частіше очолюють бізнес, пов'язаний з іноземною валютою(банки, ІТ-сфера). Жінки керують компаніями, де основні заробітки в національній валюті.

4) коли жінки шукають роботу, вони виходять з того досвіду, який мають, а чоловіки – з досягнень, які можуть зробити. Як правило, роботодавець обере того, хто впевненіший і заплатить йому більше[4].



Отже, результати проведеного аналізу дають підстави для висновку про те, що на ринку праці жінки зазнають дискримінації при прийнятті на роботу. Крім того, заробітна плата жінок нижче ніж у чоловіків. Необхідність розробки гендерної стратегії визначається соціальними проблемами, викликаними соціально-економічними й політичними перетвореннями в Україні. Поряд з відкриттям нових перспектив для використання людських здібностей, потрібно враховувати істотні гендерні розходження, що мають місце в суспільстві. Можна відзначити, що й досі існують перешкоди для жінок у реалізації їх прав у сфері праці, економіки, культури, політиці тощо. Щоб досягти гендерної рівності у сфері праці, до визначених проблем важливо підходити комплексно.

#### **Список використаних джерел:**

1. Васильченко В.С., Гриненко А.М., Грішнова О.А., Керб Л.П. Управління трудовим потенціалом/В.С. Васильченко, А.М. Гриненко, О.А. Грішнова, Л.П. Керб – Київ: КНЕУ, 2005. – 403 с.
2. Лавріненко Н. В. Гендерний аспект соціально-економічного статусу / Н. В. Лавріненко. // Українське суспільство. – 2003. – С. 105.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Зарплата у чоловіків України на третину вища, аніж у жінок [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://expres.ua/news/2016/09/16/203085-zarplata-cholovikiv-ukrayiny-tretynu-vyshcha-anizh-zhinok>.

## RELEVANCE OF FUZZY LOGIC IN THE ECONOMY

*Hassan Ali al-Ababneh*

Ph.D., graduate student of International Economics, National Aviation University

The issue of determining the effectiveness of advertising is still open, because the process is dynamic and multifactorial. There is no generally accepted methodology for determining criteria and performance indicators for advertising communication. At the same time, advertising is an integral part of the marketing strategy. Evaluation of the effect of the advertising campaign makes it possible to make adequate managerial decisions, so the use of the most informative and reliable method of determining the effectiveness of the functioning of advertising is necessary. Against this background, it is important to develop an alternative to the classical method for determining the results of advertising activities.

The analysis of the latest research and publications confirms the relevance of the issue under consideration with respect to techniques for evaluating the effect of advertising. In their scientific publications M. Chumachenko, A. Amosha, Yu. Makogon, I. Buleev, A. Martyakova, V. Novitsky, G. Skudar, V. Gospodin, A. Novikova, N. Jankowski, J. Gohberg and others Concern current marketing issues and focus on addressing individual market problems through the activation of the marketing mechanism and its tools.

Under market conditions, any economic entity in its activity inevitably faces uncertainty. Even high-class specialist is unable to predict the changes that may occur in the external environment. Planning is one of the components of the controlling of business processes, it is the way to reduce uncertainty and risk.

When you are working with precise parameters and systems, everything is quite simple. In another case with fuzzy systems. It operates so-called principle of incompatibility: to obtain definite conclusions about the behavior of a complex system should be involved in its analysis of the approaches that utilize the principles of fuzzy logic.

Fuzzy logic - is a branch of mathematics which deals with complex classical logic and the theory of fuzzy sets.

Often the output data for the solution of economic problems are the opinions and conclusions of the experts presented by phrases and words, or linguistic data, so there is a need to transform the linguistic parameters in numeric expressions. That is the problem and solve the theory of fuzzy sets.

Limitations and disadvantages of the use of "classical" formal methods in solving semistructured problems are the result of articulated founder of the theory of fuzzy sets, LA Zadeh's principle of incompatibility: «... the closer we come to the solution of real world problems, it is clear that with increasing complexity of the system our ability to make accurate and confident conclusions about its behavior is reduced to a certain threshold, beyond which precision and confidence are almost mutually exclusive» [5, p. 165].

Business Economics is a multifactor system which, moreover, is focused on the end user, to predict the behavioral characteristics of which are quite problematic. In addition, the economy is quite sensitive to the social trends of the industry. Moreover, to predict changes in the economic activity under the influence of external and internal factors in the majority of cases it is possible only in terms linguistic (or fuzzy) concepts. Based on this priority in the economy is the use of fuzzy logic and fuzzy modeling.

#### References:

1. Чернов, В. Г. Модели поддержки принятия решений в инвестиционной деятельности на основе аппарата нечетких множеств / В. Г. Чернов. — М.: Горячая линия — Телеком, 2007. — с. 312.
2. Риск — анализ инвестиционного проекта / Под. ред. М. В. Грачевой. — М.: ЮНИТИ, 2000. — с. 344.
3. Недосекин, А. О. Нечетко-множественный анализ риска фондовых инвестиций / А. О. Недосекин. — СПб.: Типография «Сезам», 2002. — с. 181.
4. Рыбак, В. А. Методологические основы принятия решений для управления природоохранной деятельностью: монография / В. А. Рыбак. — Мн.: РИВШ, 2009. — с. 274.
5. Заде, Л. А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений: пер. с англ. / Л. А. Заде. — М.: Мир, с. 1976. — с. 165.
6. Ходашинский И.А. Идентификация нечетких систем: методы и алгоритмы // Проблемы управления. — 2009. — № 4. — с. 15–23.
7. Штовба, С. Д. Проектирование нечетких систем средствами MATLAB / С. Д. Штовба. — М.: Горячая линия — Телеком, 2007. - с. 288.
8. Espinosa J., Vandewalle J., Wertz V. Fuzzy logic, identification and predictive control. — London: Springer-Verlag, 2005. - p. 263.

## МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНИХ ПОРТФЕЛІВ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

***Бердник Михайло Геннадійович***

кандидат фізико-математичних наук, доцент, Державний вищий навчальний заклад "Національний гірничий університет", Україна

***Кроковна Марія Андріївна***

студентка, Державний вищий навчальний заклад "Національний гірничий університет", Україна

Актуальність проблеми портфельного інвестування диктується умовами розвитку сучасної України. На сьогоднішній день вона є розповсюдженою темою для обговорення. Через нестабільність як політичної, так і економічної ситуації в Україні, достатньо високими є непередбачувані ризики, пов'язані з перерозподілом власності. Це, у свою чергу, викликає підвищення ризиків у стратегічних галузях.

В останні роки кластерний аналіз знаходить своє застосування в різних областях економіки. В даній роботі продемонстровано застосування методу кластеризації для побудови оптимального портфелю цінних паперів акцій Українського фондового ринку.

Для вирішення цієї проблеми було обрано 16 актуальних підприємств. Для кожного з них було знайдено вартості акцій та суми виплачених по них дивідендів за 8 років: з 2007 року по 2014 рік..

За цими даними було обчислено для зазначених років рівень прибутковості підприємств. Використовуючи знайдені рівні для множини цінних паперів вітчизняних компаній, було:

1) Розбито множину цінних паперів на три кластери, використавши один з алгоритмів кластерного аналізу- «Центроїдний метод». В результаті було отримано три кластери- з високою, середньою та низькою прибутковістю.

2) Для кожного з отриманих кластерів було обчислено очікувану прибутковість і ступені ризику кожного цінного папера;

3) На основі одержаних результатів кластеризації було побудовано за моделлю Марковіца 3 портфелі: з високою, середньою та низькою прибутковістю, які можуть бути використані для прийняття рішень про інвестування. В якості прикладу приведено результати портфелю з середньою прибутковістю.

Підприємство	Дохід(%)	Ризик	Пряма задача	Обернена задача
			Долі в портфелі	Долі в портфелі
МС	1	0,013	0	0,0627
УН	0,97	0,0257	0,2317	0
ЗЭ	1	0,0302	0,4788	0,0077
ДОО	0	0,0122	0	0
ТА	0	0,0042	0	0
ЗОО	0	0,0078	0	0
Фармак	0	0,0047	0	0,7411
ХОЭ	0	0,0083	0	0
ЧОО	0	0,0046	0	0,1796
ДЭ	8,95	0,2669	0,2896	0,0089

Прибутковість портфеля за прямою задачею – 3,30%;

Ризик портфеля за прямою задачею – 7,00%

Прибутковість портфеля за оберненою задачею – 0,15%;

Ризик портфеля за оберненою задачею– 0,34%.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ю. Ф. Касимов. Основы теории оптимального портфеля ценных бумаг — М: Информационно-издательский дом «Филинь», 1998. — 144 с.

### **РЕГУЛЮВАННЯ МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ДИСПРОПОРЦІЙ З УРАХУВАННЯМ ПОДАТКОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

*Дума Людмила Василівна*

аспірант, викладач кафедри економічної кібернетики та інформатики,  
Тернопільський національний економічний університет

У сучасних умовах однією з ключових проблем є наявність серйозних диспропорцій у соціально-економічному розвитку регіонів

України. Тому виникає потреба у розробці стратегії спрямованої на комплексне вирішення завдань регіонального розвитку.

Важливим інструментом регулювання соціально-економічних диспропорцій регіонів є фіскальна політика, яка направлена на зменшення амплітуди циклічного коливання економіки і забезпечення стабільності економічної системи країни в цілому[4].

Фіскальна політика включає бюджетну і податкову політику. Податкова політика спрямована на управління порядком справляння податків і перерозподілом податкових доходів між бюджетами різних рівнів[2].

Таким чином, регулювання міжрегіональних диспропорцій можливо, з одного боку, за рахунок керування процесами трансформації податкового законодавства і податкових відносин, справляння і перерозподілу податків між бюджетами територій, з іншого боку, за рахунок управління витрат бюджету, дотації, субвенції, бюджетні інвестиції[3].

Тому основним завданням дослідження полягає в можливості передбачити наслідки податкових трансформацій і вибрати найбільш прийнятний сценарій податкового регулювання для вирівнювання диспропорцій розвитку регіональних соціально-економічних систем.

Основними припущенням передбачається, що якщо впровадиться сценарій податкового кодексу України, то це дозволить в цілому знизити податкове навантаження на платника[1]. У зв'язку з цим буде очікуватися підвищення ділової активності та розширення інноваційного потенціалу. Як наслідок, сумарне надходження податків у зведеному бюджеті України зросте. Що в свою чергу дозволить реалізувати програму вирівнювання диспропорцій регіонального розвитку шляхом виділення коштів на субвенції та дотації депресивним регіонам.

### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України № 2756-VI від 2 грудня 2010 р. //Голос України. – 2010. – № 229-230. – с. 4–62.
2. Буяк Л.М. Модель оптимізації податкового навантаження та аналіз впливу фіскальної політики держави на динаміку економічного росту України// Управлінські інновації. – Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – Вип.1. – С.172-186
3. Модели оценки, анализа и прогнозирования социальноэкономических систем: монография / под ред. Т. С. Клебановой, Н. А. Кизима. – Х. : Флп Павленко А. Г.; ид «инЖЭк», 2010. – 280 с.
4. Дума Л.В. Дослідження диспропорцій економічного розвитку Тернопільської області//Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція молодих учених та студентів «Особливості ефективного

управління підприємствами в умовах глобальних викликів» - Збірник матеріалів. - Чернівці, 2013. – С.16-18

## **ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЧИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

*Лисенко Віталій Русланович*

студент, КВНЗ «ІІ Стратегія» ДОР

Економіко – математичне моделювання є універсальним інструментом аналізу та дослідження виробничих процесів і явищ. Широке використання математичних методів є важливим напрямком удосконалення економічного аналізу, який підвищує ефективність діяльності підприємств та їхніх підрозділів. Основними причинами швидкого поширення методів економіко – математичного моделювання є різке удосконалення сучасної економічної практики, викликане високим рівнем розвитку виробництва, зростанням темпів науково – технічного прогресу, вимогами підвищення ефективності використання природних ресурсів.

Економіко-математична модель - це виражена у формально-математичних термінах економічна абстракція, логічна структура якої визначається як об'єктивними властивостями предметами опису, так і суб'єктивним цільовим чинником дослідження, для якого цей опис робиться. Вона дає змогу знаходити оптимальний варіант управлінського рішення, яке дає можливість забезпечити розвиток ситуації для ефективного досягнення мети.[1]

Практичними завданнями економіко-математичного моделювання є:

- аналіз економічних об'єктів
- економічне прогнозування
- формування управлінських рішень на всіх рівнях управління

За типом задач, що розв'язуються на виробничому підприємстві, можна виділити такі основні напрямки використання економіко - математичного моделювання:

- здійснення кількісного аналізу власного виробництва і використання виробничих потужностей на основі балансових матричних математичних моделей;
- розробка моделей, які використовуються як інструмент узгодження та оптимізації планових рішень;
- моделювання матеріально-технічного забезпечення, оптимізація транспортно-економічних зв'язків і рівня запасів;

•прогнозування оптимальної поведінки на ринках виробничих ресурсів та виробленої продукції.

Для ефективної діяльності підприємства необхідно максимізувати задоволення потреб у матеріальних ресурсах за умови мінімізації затрат на придбання. В результаті реалізації економіко-математичної моделі формування матеріальних ресурсів підприємства визначається варіант придбання матеріалів для виробництва продукції у різних постачальників з найменшими можливими витратами на закупівлю та доставку. При цьому береться до уваги необхідність забезпечення потрібної на певний час підприємству кількості різних видів матеріалів і враховується наявний обсяг та витрати на транспортування кожного виду матеріалу від постачальників.[2]

#### **Список використаних джерел:**

1. Економіко-математичне моделювання: Навчальний посібник / За ред. О. Т. Івашука. – Тернопіль: ТНЕУ «Економічна думка», 2008. – 704 с.
2. Куліков Петро Мусійович. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства : навч. посіб. / П.Куліков, Г.Іващенко ; М-во освіти і науки України, Харківський нац. екон. ун-т. - Харків : Інжек, 2009. - 151 с.

---

Науковий керівник: Піддубна Ольга Олександрівна, кандидат, економічних наук, доцент, КВНЗ «ІІ Стратегія» ДОР

## **ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ**

***Самофат Єлизавета Андріївна***

студентка, КВНЗ Інститут Підприємництва «Стратегія» ДОР

Моделювання – як процес полягає у відтворенні властивостей тих чи інших об’єктів, предметів і явищ за допомогою абстрактних об’єктів та описів у вигляді зображень, планів, систем рівнянь, алгоритмів або програм.

У процесі моделювання відбувається заміщення об’єкта - оригінала його моделлю і вивчення властивостей об’єкта шляхом дослідження властивостей моделі. Об’єктом може бути природна або штучна система. Під впливом зовнішніх дій проявляються властивості об’єкта.

Для проведення моделювання можуть використовуватися різні методи: Аналітичні методи; чисельні методи; якісні методи.



Системи масового обслуговування - це такі системи, в які в випадкові моменти часу надходять заявки на обслуговування, при цьому надійшли заявки обслуговуються за допомогою наявних у розпорядженні системи каналів обслуговування.

З позиції моделювання процесу масового обслуговування ситуації, коли утворюються черги заявок (вимог) на обслуговування, виникають наступним чином. Поступово в обслуговуючу систему, вимога приєднується до черги інших (раніше надійшли) вимог. Канал обслуговування вибирає вимога з знаходяться в черзі, з тим щоб приступити до його обслуговування. Після завершення процедури обслуговування чергового вимоги канал обслуговування приступає до обслуговування наступного вимоги, якщо така є в блоці очікування. Цикл функціонування системи масового обслуговування подібного роду повторюється багаторазово протягом усього періоду роботи обслуговуючої системи. При цьому передбачається, що перехід системи на обслуговування чергового вимоги після завершення обслуговування попереднього вимоги відбувається миттєво, в випадкові моменти часу.

Система обслуговування може складатися з декількох різнотипних каналів обслуговування, через які має пройти кожне обслуговуване вимога, т. Е. В обслуговуючій системі процедури обслуговування вимог реалізуються послідовно. Механізм обслуговування визначає характеристики виходить (обслугованого) потоку вимог.

Предметом теорії масового обслуговування є встановлення залежності між факторами, що визначають функціональні можливості системи масового обслуговування, і ефективністю її функціонування. У більшості випадків всі параметри, що описують системи масового обслуговування, є випадковими величинами або функціями, тому ці системи відносяться до стохастичним системам.

На практиці найчастіше системи масового обслуговування виступають в якості змішаних систем. Наприклад, заявки очікують початку обслуговування до певного моменту, після чого система починає працювати як система з відмовами.

### **Список використаних джерел:**

1. Советов, Б. Я. Моделирование систем: навчальний посібник / Б. Я. Советов, С. А. Яковлев – М.: Высшая школа, 2001. – 343с.
2. Бережная Е.В., Бережной В.И. Математические методы моделирования экономических систем – М.:Москва,2006. – 433с.

---

Науковий керівник: Литвинова Ольга Борисівна, КВНЗ Інститут Підприємництва «Стратегія» ДОР

## ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ

*Доброскок Стефанія Сергіївна*

здобувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування, ДВНЗ  
«Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»

Питання фінансового потенціалу України вивчали такі відомі українські вчені як: Т.М. Боголіб, В.М. Геєць, А.А. Гриценко, Л.В. Лисяк, І.Я. Чугунов, С.С. Шумська, С.І. Юрій та багато інших.

Фінансовий потенціал в економічній літературі характеризується багатоаспектністю: з позиції прав власності розрізняють фінансовий потенціал держави, фінансовий потенціал юридичних осіб, фінансовий потенціалу населення; в залежності від часу відтворення – фінансовий потенціал накопичений в попередні роки і поточний фінансовий потенціал [1].

Російська вчена Ю.І. Булатова до складу фінансового потенціалу країни відносить бюджетно-інвестиційний потенціал країни, усі наявні фінансові ресурси населення даної країни, власні фінансові ресурси господарських одиниць, фінансово-кредитних організацій та інші зовнішні надходження [2]. Досліджуючи інноваційний розвиток, український економіст С. Онишко характеризує фінансовий потенціал як комплекс характеристик, які здатні забезпечити загальну оцінку фінансового стану на макроекономічному та мікроекономічному рівнях, а також факторів чи умов зміни цього стану і перспектив стійкого економічного зростання [3].

Фінансовий потенціал на державному рівні прямо залежить від його наукового потенціалу. А вивчення взаємозв'язку фінансового механізму та фінансового потенціалу дає можливість вивести пряму залежність даних фінансових понять в науковому світі економіки та підвищити його необхідність та актуальність вивчення. Фінансовий механізм – це доволі складне явище, яке залежить від соціально-економічного устрою суспільства та прямо впливає на реалізацію фінансового потенціалу України. Він дозволяє оцінити наявні та потенційні фінансові можливості, які можуть бути використані за найбільш сприятливих умов. При правильному підході до реалізації фінансової політики, фінансовий механізм приймає безпосередню участь у проведенні управлінських заходів, що стосуються фінансових процесів у державі. Проблема фінансового потенціалу відіграє велику роль у системі сталого економічного зростання. Комплексність і цілісність, що притаманні

фінансовій політиці дозволяють стверджувати, що вона сприяє підвищенню фінансового потенціалу країни та розвитку економіки в цілому [4].

Фінансовий потенціал є системою, результатом та індикатором економічної діяльності як окремих суб'єктів, так і держави в цілому, що

використанням доходів, прибутків, здійсненням витрат, формуванням та використанням бюджетних фондів, здійсненням та отриманням податкових платежів, відрахувань, виплат, функціонуванням цільових фондів грошових коштів, проведенням дивідендної, амортизаційної, процентної, кредитної політик тощо.

Передумовами для формування та ефективного використання ФП виступають як матеріальні, інтелектуальні, так і виробничі ресурси. Не менш важливі наявність досконалої, узгодженої нормативно-правової бази, що регламентує питання у цій сфері, та створення ефективного фінансового механізму, який би враховував сучасні реалії, світові надбання та пріоритети національного розвитку.

Фінансовий потенціал реалізується за умов як статичної, так і динамічної економічної системи відповідно до циклічності економіки. На різних етапах економічного циклу, під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників, залежно від рівня функціонування економічного суб'єкта та його зв'язку із суспільним виробництвом ФП може створювати передумови і відповідно розглядатися як умова (засади) для забезпечення рівноваги, подолання негативного впливу чинників та змін внутрішнього й зовнішнього середовища, стабілізації чи забезпечення рівноваги економіки, формування відновлювальних процесів та безпосередньо розвитку [5].

#### **Список використаних джерел:**

1. Коломиец А.Л. О соотношении финансового и налогового потенциала в региональном разрезе / А.Л. Коломиец, А.М. Новикова // Налоговый вестник, 2000. – С. 6-9.
2. Булатова Ю.И. Формирование финансового потенциала инвестиционной деятельности субъекта Российской Федерации: автореф. дис. на соискание науч. ст. канд. экон. наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / Ю. И. Булатова. – Оренбург, 2011. – 21 с.
3. Онишко С.В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку: [монографія] / С.В. Онишко. – Ірпінь: Національна академія ДПС України, 2004. – 434 с.
4. Вінник Т.А. Фінансова політика та її вплив на фінансовий потенціал України – [Електронний ресурс] – Режим доступу:

[http://kheu.km.ua/m/PDF/Science%20and%20Economics%20-%202012,%20N.%204%20\(28\),%20V.%201.pdf](http://kheu.km.ua/m/PDF/Science%20and%20Economics%20-%202012,%20N.%204%20(28),%20V.%201.pdf).

5. Кучер Г. Фінансовий потенціал економічного розвитку: теоретичний аспект – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2014/04/9.pdf>.

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ

*Мєсєчко Ірина Миколаївна*

аспірант, Національний інститут стратегічних досліджень, м. Київ

Транснаціоналізація призводить до того, що міжнародне середовище стає дедалі агресивнішим, це відзначається на накопиченні ризиків та загроз для банківської системи України та сприяє загостренню питання фінансової безпеки держави, що обумовлює актуальність теми дослідження.

**Мета статті** – аналіз впливу процесу транснаціоналізації на банківську систему України.

Питання впливу іноземних інвестицій на банківську систему знайшли відображення в роботах таких закордонних вчених, як Дж. Барт, К. Велер, Л. Голдберг, Дж. Кларк, І. Наалборг, Л.Ф. де Паул, Дж. Пік та ін. Дослідженням розвитку банківського сектору під впливом транснаціонального капіталу займаються такі вітчизняні науковці, як О.С. Власюк, О.В. Дзюблюк, О.С. Дзямучич, А.М. Колот, Т.О. Корольок, Т.В. Майорова, І.Й. Малий, С.К. Реверчук, П.М. Сенищ, А.М. Поручник, Я.М. Столярчук та ін.

Асиметрична взаємозалежність у міжнародних відносинах породжує загрози та ризики для національної безпеки. На основі національних інтересів окремої держави відбувається побудова ієрархії даних загроз, а їх нейтралізація здійснюється шляхом мобілізації як внутрішніх, так і зовнішніх чинників національної могутності країни [1, с. 16]. В період транснаціоналізації, яка виникла на основі взаємопроникнення та переплетення економік різних країн, Україні необхідно зосередитися на забезпеченні надійності та підтримці стабільності вітчизняної банківської системи. Фінансова глобалізація та активізація процесів транснаціоналізації у банківській галузі обумовлює те, що лібералізація руху капіталу спочатку сприяє притоку ПІІ та підвищує ефективність національних економік, а потім збільшує рівень залежності та загрози від тенденцій розвитку на світовому фінансовому ринку через рух спекулятивного капіталу та нарощування обсягів боргових зобов'язань [2,

с. 289]. Таким чином, необхідно проводити постійний моніторинг параметрів транснаціоналізації української банківської системи, який буде спрямований на максимізацію переваг та мінімізацію ризиків для національної економіки.

На 01.05.2017 р. з 90 діючих банків в Україні 38 банків з іноземним капіталом, тобто їх частка понад 42% від загальної кількості фінансово-кредитних установ на вітчизняному ринку [3]. Отже, національна банківська система перебуває в суттєвій залежності від транснаціонального капіталу.

Слід розглянути місце ТНБ, підрозділи яких діють в українському банківському секторі, на світовому ринку. Рейтинг Fortune Global 500 публікується щорічно, а його основним критерієм, що визначає місця корпорацій в списку, є їх виручка за підсумками попереднього року. В 2016 р. до рейтингу 500 найбільших світових компаній за версією журналу Fortune увійшли вісім ТНБ, підрозділи яких діють на фінансовому ринку України: 39 місце - BNP Paribas (Франція); 70 місце - Citigroup (США); 77 місце - Crédit Agricole (Франція); 117 місце - ING Group (Нідерланди); 166 місце - Deutsche Bank (Німеччина); 199 місце - Sberbank (Російська Федерація); 224 місце - Intesa Sanpaolo (Італія); 478 місце - VTB Bank (Російська Федерація) [4]. Сукупна виручка цих восьми ТНБ складає 512,8 млрд. дол. США, що приблизно в 6 разів перевищує річний ВВП України. Беручи до уваги потужність цих ТНБ, необхідно зважувати існуючі ризики транснаціоналізації та впровадити заходи щодо мінімізації загроз для вітчизняної банківської системи, що сприятиме зниженню вразливості до змін кон'юнктури на світовому фінансовому ринку та не буде позначатися на стабільності національної економіки.

Під впливом транснаціонального капіталу вітчизняний банківський сектор повинен залишатися стабільним та забезпечувати кредитування реального сектору економіки. Нагромадження ризиків транснаціоналізації вимагає від банківської системи України дієвих заходів щодо забезпечення фінансової безпеки держави, що будуть націлені на захист від зовнішніх ризиків та посилення стійкості вітчизняного банківського сектору.

Заходи щодо вдосконалення функціонування вітчизняної банківської системи за умов транснаціоналізації фінансового ринку України:

- підвищення рівня координації цілей та заходів державних органів нагляду за фінансовою системою України;
- розроблення та впровадження системи ранньої діагностики ймовірного негативного впливу діяльності окремих банків на стабільність та ефективність роботи українського банківського сектору;

— створення та впровадження макропруденційного механізму аналізу, моніторингу та контролю стану вітчизняного банківського сектору, що сприятиме завчасному виявленню ризиків та вразливих зон;

— розроблення механізму активізації кредитної підтримки банківськими установами реального сектору економіки;

— удосконалення нагляду за діяльністю банківських установ на фінансовому ринку з метою підтримки фінансової стабільності;

— покращення системи інструментів НБУ у питанні управління ліквідністю банківської системи, забезпечення рівних умов доступу до рефінансування НБУ для всіх банків незалежно від розміру їх активів та капіталу;

— сприяння підвищенню прозорості функціонування банківських установ з метою відновлення довіри між банками та їх клієнтами;

— поліпшення механізму організації та регулювання міжбанківського валютного ринку України та активізації роботи банків на міжнародному валютному ринку;

— формування місткого внутрішнього ринку боргових зобов'язань з метою трансформації коротких та розпорошених фінансових ресурсів у довгі та значні за обсягом позики [5, с. 303-304].

При розробці та імплементації своєї економічної стратегії Україна повинна зважувати на вплив транснаціоналізаційних чинників з метою максимального захищення національних економічних інтересів у внутрішній та зовнішній сферах [6, с. 33]. Враховуючі можливі загрози впливу ГНБ на розвиток фінансової системи України, необхідно зважено ставитися до процесу транснаціоналізації.

Стримуючі чинники інтеграції вітчизняної банківської системи у світовий фінансовий простір:

▪ розбіжність інтересів іноземних банків з інтересами національної економіки у питанні фінансування пріоритетних галузей;

▪ збільшення впливу економічно розвинених країн та міждержавних об'єднань на розвиток українського ринку банківських послуг;

▪ можливість контролю іноземними банками всього циклу формування та використання фінансових потоків у державі [2, с. 276];

▪ високі ризики та неготовність вітчизняних фінансово-кредитних установ інвестувати, що обумовлює низький рівень інвестиційної активності;

▪ обмеженість довгострокової ресурсної бази у вітчизняних банків;

▪ висока вартість фінансових ресурсів;

▪ брак дієвих механізмів державного стимулювання інвестиційної діяльності банків при виході на зовнішні ринки [7, с. 136];

- відсутність цілісної фінансової системи, що спричинено розривом банківського та промислового капіталів;

- фактична втрата здатності українською банківською системою до акумулювання та ефективного перерозподілу фінансових ресурсів;

- діяльність вітчизняної банківської системи не є чинником зміцнення економічної безпеки держави [1, с. 90].

Вихід українських банків на міжнародний ринок стримує низка чинників, а саме відсутність достатнього обсягу фінансових ресурсів, щоб проводити закордонну діяльність, законодавчі обмеження, брак досвіду функціонування на ринках інших країн; неготовність банківських установ з вітчизняним капіталом до адаптації діяльності щодо умов ведення бізнесу в іншій країні.

Мотиви виходу на міжнародний фінансовий ринок українських банків:

- надання міжнародних інвестиційних банківських послуг українським підприємствам: розміщення облігаційних позик на міжнародних фінансових ринках; збільшення статутного капіталу за рахунок коштів іноземних інвесторів; виведення цінних паперів підприємств у котирування провідних світових бірж;

- надання банківських послуг іноземним підприємствам та фінансовим інститутам: міжнародні інвестиційні та інформаційно-консультаційні послуги, які пов'язані з іноземним інвестуванням в український бізнес;

- кредитування вітчизняних банків закордоном;

- використання закордоном послуг іноземних банків інформаційно-консультативного та інвестиційного характеру;

- слідування за клієнтом;

- наміри присутності у міжнародному фінансовому центрі [8, с. 114].

- залучення іноземного капіталу з метою нарощування власного капіталу та ресурсної бази банку.

Головні напрями євроінтеграції банківської системи України: забезпечити стабільність та підвищити конкурентоспроможність українського банківського сектору на міжнародному ринку банківських послуг; розробити механізм запобігання та зниження ризиків, що можуть бути привнесені до національної банківської системи через розширення інтеграційних процесів; удосконалити функціонування вітчизняної банківської системи за умови посилення інтеграції України до європейської економічної спільноти [5, с. 301]. Вихід українських банків на світовий фінансовий ринок відбувається поступово та повільно шляхом надання міжнародних банківських послуг вітчизняним підприємствам та

підтримці відносин з іноземними партнерами. Таким чином, здійснюється інтеграція вітчизняного банківського сектору у світову фінансову систему.

Контроль за транснаціональним капіталом повинен спиратися на напрями оптимізації використання ресурсів іноземних банків, головний акцент в питанні регулювання діяльності банків з іноземним капіталом повинен зводитися до зміцнення конкурентоспроможності української банківської системи.

**Висновки.** Процеси транснаціоналізації призвели до зростання взаємозалежності економік світу, отже, зараз розвиток країни визначається рівнем інтеграції її економічної системи до світового господарського комплексу. В Україні на 01.05.2017 р. 42% від загальної кількості банківських установ на фінансовому ринку перебувала під контролем іноземного інвестора. Транснаціоналізація відіграє серйозну роль у розвитку вітчизняної банківської системи та суттєву залежність національної економіки від іноземного капіталу, оскільки він є важливим джерелом фінансування економічних процесів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Власюк О. С. Національна безпека України: еволюція проблем внутрішньої політики: вибр. наук. праці / О. С. Власюк. – К.: НІСД, 2016. – 528 с.
2. Банківська система України: становлення і розвиток в умовах глобалізації економічних процесів: монографія / За ред. д.е.н., проф. О.В. Дзюблюка. – Тернопіль: «Вектор», 2012. – 462 с.
3. Основні показники діяльності банків України на 01.05.2017. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт НБУ - Режим доступу: <https://bank.gov.ua>.
4. FORTUNE 500 [Electronic resource]. – Режим доступу: <http://fortune.com/global500/list>. - 2016. – Назва з екрана.
5. Майорова Т.В. Інвестиційний процес і фінансово-кредитні важелі його активізації в Україні: монографія / Т.В. Майорова. – К.: КНЕУ, 2013. – 332 с.
6. Стратегії конкурентного розвитку у глобальній економіці: монографія / [А. М. Поручник, Я. М. Столярчук, А. М. Колот та ін.]; за заг. ред. А. М. Поручника та Я. М. Столярчук. - К.: КНЕУ, 2016. - 331, [5] с.
7. Макрорегулювання фінансового сектору [Електронний ресурс]: монографія / І. Й. Малий, Т. О. Королюк. — К.: КНЕУ, 2015. — 303, [1] с.
8. Реверчук С.К. Банківський сектор в економіці України (особливості та закономірності розвитку): [монографія] / С.К. Реверчук, О.С. Дзямучич, П.М. Сенищ. – Львів: ЛА «Піраміда», 2012. – 320 с.



## ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ДОПУЩЕНЬ МОДЕЛІ СТРАТЕГІЧНОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ БЮДЖЕТНИМ ПРОЦЕСОМ

*Богма Олена Сергіївна*

кандидат економічних наук, доцент, Запорізький національний університет

На сьогоднішній день слід констатувати недосконалість вітчизняного бюджетного процесу, що призводить до існування численних проблем на всіх його етапах та зумовлює необхідність підвищення його ефективності, зокрема, за рахунок забезпечення наукового-обґрунтованого та ефективного інформаційного супроводу діяльності з управління ним. Організація ефективного інформаційного супроводу діяльності з управління бюджетним процесом, на нашу думку, є доцільною на основі використання стратегічного обліку, що, своєю чергою, зумовлює необхідність обґрунтування концептуальних засад його функціонування й розробки моделі побудови стратегічного обліку в управлінні бюджетним процесом.

При цьому, будь-яка модель спирається на деякі початкові допущення, причина наявності яких у процесі побудови моделі пов'язана з фактором невизначеності, який здійснює вплив як на процес моделювання, так і на власне застосування моделі [3]. Відтак вважаємо, що практичне впровадження моделі стратегічного обліку в управлінні бюджетним процесом – з урахуванням положень наукових праць [2, 4] – має ґрунтуватися на таких допущеннях:

- рівень системності організації стратегічного обліку;
- невизначеність зовнішнього середовища;
- рівень ризику помилок;
- дія зовнішніх чинників і обмежень; рівень достовірності отриманих результатів;
- реалізація інтелектуальних можливостей;
- зміна структури бюджету.

Так, допущення рівню системності організації стратегічного обліку виходить з того, що концепція стратегічного обліку в управлінні бюджетним процесом ґрунтується на відповідній методологічній основі, яка складається з певної кількості елементів, які, разом з наявними між ними взаємозв'язками, утворюють єдину систему стратегічного обліку, оптимальне функціонування якої є неможливим без урахування та ефективної організації кожної з її складових. Системність організації

також виходить з того, що стратегічний облік в управлінні бюджетним процесом виступає підсистемою загальної системи управління фінансовою сферою країни, яка, своєю чергою, виступає підсистемою системи управління національною економікою в цілому.

Допущення невизначеності зовнішнього середовища виходить з того, що невизначеність виступає базовою характеристикою сучасного зовнішнього середовища та є функцією кількості інформації, якою володіє суб'єкт управління, і впевненості у вірогідності цієї інформації. Так, якщо інформації, яку надає стратегічний облік, мало або існують сумніви щодо її точності, середовище стає більш невизначеним, ніж у ситуації, коли є релевантна інформація і підстави вважати її вірогідною. Отже, чим більш невизначеним є зовнішнє оточення, тим складніше приймати ефективні стратегічні рішення щодо управління бюджетним процесом [1]

Допущення рівню ризику помилок виходить з того, що під час ухвалення рішень з управління бюджетним процесом можуть бути допущені відповідні помилки, при цьому існує вірогідність, що такі помилки або будуть виявлені невчасно, або ж їх наслідки не будуть своєчасно локалізовані.

Допущення дії зовнішніх чинників і обмежень виходить з існування впливу, зокрема, обмежуючого на бюджетну систему та бюджетний процес різноманітних зовнішніх факторів, що зумовлює необхідність їх врахування при прийнятті управлінських рішень для забезпечення можливості адаптації стратегії управління бюджетною системою та процесом до змін зовнішнього середовища.

Допущення рівню достовірності отриманих результатів виходить з наявного рівню об'єктивності та не спотвореності інформації про реальний стан, поведінку, умови функціонування досліджуваного об'єкта, що виступає обов'язковою умовою розробки стратегічних управлінських рішень в бюджетній сфері, реалізація яких забезпечить досягнення бажаної мети.

Допущення реалізації інтелектуальних можливостей виходить з того, що для максимально ефективно організації стратегічного обліку в управлінні бюджетним процесом має бути забезпечена наявність виконавців відповідної кваліфікації, що мають необхідні знання, вміння, досвід, творчі здібності, здатність до освоєння та використання нових знань.

Допущення зміни структури бюджету виходить з того, що державний бюджет зазнає періодичних змін динаміки та структури доходів й видатків, що зумовлює необхідність обліку таких змін, їх наслідків, факторів, що спричиняють відповідні зміни, та їх врахування при прийнятті стратегічних управлінських рішень.

В цілому вважаємо., що вказані допущення доповнюють

концептуальні положення та забезпечують цілісність моделі стратегічного обліку в управлінні бюджетним процесом.

### **Список використаних джерел:**

1. Зовнішнє середовище організації [Електронний ресурс] Фармацевтична енциклопедія. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/1610/zovnishnye-seredovishhe-organizacii>.
2. Лесняк В.В. Система производных балансовых отчетов как учетно-аналитический механизм стратегической бухгалтерии / В.В. Лесняк // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2006. – № 1. – С. 76–79.
3. Прийняття рішень за результатами моделювання [Електронний ресурс] Вікі-портал Кіровоградського державного педагогічного університету. – Режим доступу до ресурсу : [http://wiki.kspu.kr.ua/index.php/Прийняття\\_рішень\\_за\\_результатами\\_моделювання](http://wiki.kspu.kr.ua/index.php/Прийняття_рішень_за_результатами_моделювання)
4. Чхиквадзе Н.А. Модель управленческого учета материальных и нематериальных бытовых услуг населению / Н.А. Чхиквадзе // Сервис в России и за рубежом. – 2009. – № 1. – С. 230–238.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ В УКРАЇНІ**

*Дмитрієва Оксана Миколаївна*

студентка Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича

*Кутаренко Наталія Ярославівна*

кандидат економічних наук, асистент кафедри економіки підприємства та управління персоналом Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича

Вітчизняними вченими-економістами висвітлено ряд питань, які пов'язані з системою оподаткування ФОПів, але виділені ряд проблем і недоліків існуючої системи є недостатньо дослідженими. У зв'язку із змінами, прийнятими і підписаними президентом про оподаткування ФОПів доцільно є розглянути їх переваги і недоліки .

Відомо, що державний бюджет формується за рахунок податкових надходжень, які сплачують в нього суб'єкти підприємницької діяльності, в тому числі і ФОПи.

Як відомо ФОПи, які здійснюють господарську діяльність в межах чинного законодавства можуть перебувати на спрощеній чи на загальній системі оподаткування.

Загальна система оподаткування вважається складнішою для ведення бізнесу, має складнішу форму оподаткування і складання звітності, але вона дозволяє займатися будь-яким видом діяльності не забороненого законодавством і не має інших обмежень, які наявні в спрощеній системі.

Суб`єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності поділяють на 4 групи:

1) перша група – ФОПи, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють тільки роздрібний продаж товарів або проводять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу не перевищує 300000 гривень протягом календарного року;

2) друга група – ФОПи, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі й побутових, платникам єдиного податку чи населенню та продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного бізнесу, якщо не використовують працю найманих робітників, або кількість робітників, які перебувають з ними у трудових відносинах не більше 10 осіб, а також обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень;

3) третя група – ФОПи, які не використовують працю найманих робітників чи кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах необмежена та юридичні особи - суб`єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 5000000 гривень;

4) Четверта група – сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75%.

У порівнянні з 2016 роком, ставки єдиного податку для перших трьох груп залишилися незмінними, але сума зросла, у зв`язку з збільшенням прожиткового мінімуму і мінімальної зарплати (табл.1).

Таблиця 1.

Ставки для ФОПів платників єдиного податку

	База оподаткування	Ставка податку	Мінімальні і максимальна сума податку	Податковий (звітний) рік
I група	Прожитковий мінімум	1 – 10%	16 – 160 грн	Календарний рік
II група	Мінімальна зарплата	2 – 20%	64 – 640 грн	Календарний рік
III група	Дохід	3% у разі сплати ПДВ	-	Календарний квартал

		5% на загальних основах		
IV група	Площа сільськогосподарських угідь Нормативна грошова оцінка 1 га сільськогосподарських угідь Нормативна грошова оцінка ріллі	0,16 – 5,4%	-	Календарний рік

Примітка. Сформовано на основі [1].

Основними податками, які сплачують ФОПи на загальній системі оподаткування є податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) і єдиний соціальний внесок (ЄСВ) та у більшості випадків податок на додану вартість (ПДВ).

Враховуючи розмір ЄСВ- 22%, максимальна величина бази нарахування єдиного внеску для ФОПів та осіб, які провадять незалежну професійну діяльність на 2017 рік становив і становитиме (в залежності від прожиткового мінімуму) з 01 січня 2017 року – 40000 грн до 44050 грн з 01 грудня 2017 року.

Якщо сума доходу (прибутку) на місяць перевищує цю суму, то єдиний внесок сплачується лише з максимальної величини бази нарахування єдиного внеску, яка встановлена законодавством, тобто максимальна сума єдиного внеску, яку необхідно ФОП та особі, яка провадить незалежну професійну діяльність, за 2017 рік складатиме з 01 січня 2017 року – 8800 грн до 9691 грн з 01 грудня 2017 року.

Оскільки для ФОПів, у тому числі тих, які обрали спрощену систему оподаткування, крім фізичних осіб – підприємців віднесених до першої групи платників єдиного податку, та осіб, які провадять незалежну професійну діяльність, сума єдиного внеску не може бути меншою за розмір мінімального страхового внеску за місяць, у якому отримано дохід (прибуток), то мінімальна сума єдиного внеску для таких осіб за 2017 рік складатиме з 01 січня – 704 грн.

Для фізичних осіб – підприємців віднесених до першої групи платників єдиного податку та скористалися зазначеною нормою, мінімальна сума єдиного внеску у 2017 році складатиме з 01 січня 2017 року – 352 грн.

Ставка ПДФО і військового збору не змінилися і становлять 18% і 1,5% відповідно, змінилася тільки база оподаткування. Для підприємців на загальній системі оподаткування базою для нарахування ПДФО та ВЗ є чистий дохід, тобто різниця між отриманим доходом та понесеними витратами.

З 01.01.2017 р. виручку з метою оподаткування можна буде зменшити:

- якщо ФОП є платником ПДВ — на суму ПЗ з ПДВ;

- якщо ФОП – роздрібний торговець підакцизними товарами, — на суму акцизного податку з реалізованих ним підакцизних

ФОПи на загальній системі оподаткування отримали право за власним бажанням включати до витрат амортизаційні відрахування з відповідним веденням окремого обліку таких витрат [1].

Прийняття закону передбачало, що в значній кількості мають збільшитися надходження до бюджету, в тому числі і за рахунок відрахувань ФОПів. Так і сталося, але також з цим почали і закриватися ФОПи. З моменту підписання закону свою роботу припинило більше 253 тисяч приватних підприємців.

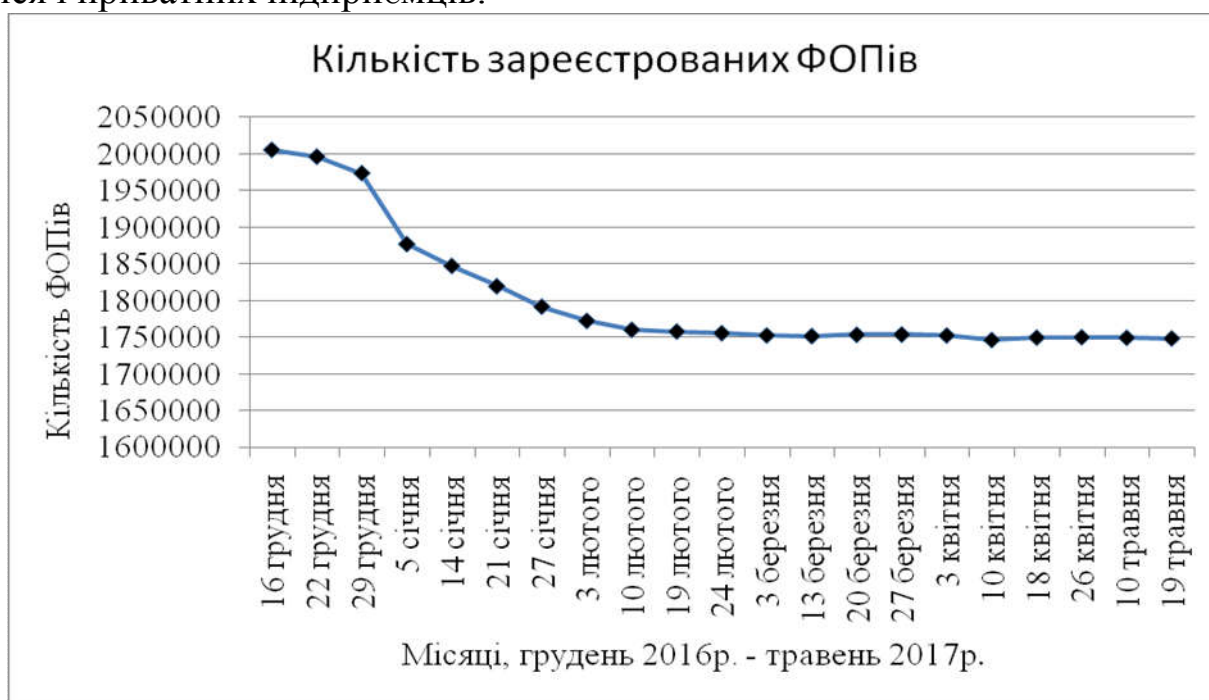


Рис.1. Кількість зареєстрованих ФОПів за грудень 2016р. – травень 2017р.

Примітка. Створено на основі [3].

Прийняття даного закону не спричинило тільки закриття ФОПів, а й їх відкриття, хоч і в меншій мірі.

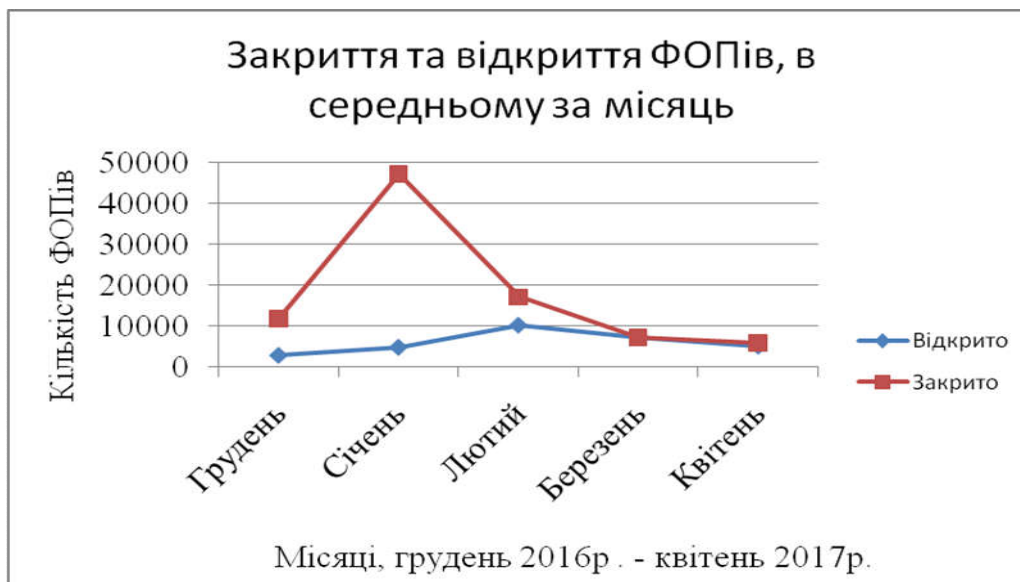


Рис.2. Кількість закритих і відкритих ФОПів за грудень 2016. – квітень 2017р.

Сформовано на основі [3].

Проаналізувавши вище вказані дні можна зробити висновки, про те що прийняття нової системи оподаткування є неоднозначним. В ній є свої плюси і недоліки. Під плюсами можна розуміти збільшення надходжень до бюджету, а

недоліком є зменшення кількості суб'єктів підприємництва.

Голова ДФС України також висловився за реформування спрощеної системи оподаткування, стверджуючи, що підприємець який заробляє повинен сплачувати, як мінімум, то й же рівень податків, що сплачує людина яка отримує заробітну плату [4].

Висловив своє бачення щодо оподаткування малого бізнесу в Україні і МВФ при здійсненні другого перегляду економічної програми в рамках угоди про Механізм розширеного фінансування

Радники з підтримки реформ в Україні, зокрема Л. Бальцерович та І. Міклош в основному підтримали проект Міністерства фінансів України з приводу реформування спрощеної системи оподаткування, називаючи її джерелом патології та ухилення від сплати податків [5].

### Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI із змінами та доповненнями. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2017 році / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=60035](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=60035).

3. Кількість підприємств за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2017 році / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. ДФС наполягає на зміні підходів до «спрощенців» / «Дебет-Кредит» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtkk.ua/simple/common/39286>
5. Складне життя «спрощенців» / «Дебет-Кредит» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtkk.ua/simple/common/41131>.

## **ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ЗА ФОРМУВАННЯМ ОПОДАТКОВАНОГО ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

***Пішенін Олександр Сергійович***

студент, спеціальність «Облік та аудит», Миколаївський національний університет ім. В.О.Сухомлинського

Податок на прибуток підприємств – одне із основних джерел формування дохідної частини бюджету України. Це зумовлює підвищену увагу податкових органів до процесу його обчислення та своєчасної сплати до бюджету. Невиконання законодавчо-нормативних вимог стосовно повного розкриття облікової інформації нарахування податку на прибуток може призвести до застосування штрафних санкцій та погіршення репутації підприємства на ринку товарів, робіт та послуг. Тому, важливою складовою унеможливлення загрози підприємству з боку податкового законодавства повинна бути організація ефективної системи внутрішнього контролю з операцій щодо формування оподаткованого прибутку.

Першим кроком до організації системи удосконаленого контролю оподаткування прибутку підприємств є конкретизація його об'єкту. У широкому понятті, до цього можна віднести господарські процеси та усю господарську діяльність. Однак, це не дає чіткого відображення суті цього поняття.

Згідно Податкового кодексу України об'єктом оподаткування податком на прибуток підприємств є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування фінансового результату до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності на податкові різниці [1].

Фінансовий результат діяльності підприємства є зведеним та узагальнюючим показником. Він визначається шляхом співставлення



доходів та витрат від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання. При цьому, контроль щодо формування оподаткованого прибутку в першу чергу, полягає у визначенні фінансового результату до оподаткування з поправками на всі обмеження податкового законодавства та з урахуванням коригування на податкові різниці (у разі потреби) [ 2].

Використання такої методики обчислення оподаткованого прибутку застосовується усіма підприємствами, проте проблеми виникають саме на етапі визнання доходів підприємства. Першочерговою умовою усунення цієї проблеми є чітке розділення джерел інформації, що визначають фактичний стан фінансового результату та джерел інформації, що визначають порядок його формування до оподаткування.

Після проведення аналізу об'єкту оподаткування та визначення джерел інформації, настає момент проведення нарахування податку на прибуток. Перше, що необхідно – це визначити всі етапи процесу нарахування та контролю за розрахунком податку на прибуток. В науковій літературі виділяють три таких етапи: організаційний, методичний та узагальнюючий [3].

На першому етапі необхідно визначити елементи нарахування податку на прибуток, обґрунтувати законність їх застосування згідно податкового законодавства, виявити на які податкові різниці може бути змінений фінансовий результат та яка частина прибутку звільняється від оподаткування. Проведення методичного етапу – це процес перевірки правильності визнання доходів та витрат за звітний період, обґрунтованості застосування податкових пільг та порівняння формування фактичних даних фінансового результату з плановими показниками. На цих двох етапах відбувається найбільше помилок та похибок. Це пов'язано із узгодженням даних бухгалтерського та податкового обліку фінансового результату до оподаткування.

Заключним етапом є узагальнення даних у податковій звітності та її подання до контролюючих органів. Помилки на цьому етапі вкрай неприємні, оскільки можуть призвести до сплати штрафних санкцій і пені. Дані, що узагальнюються у податковій звітності повинні відповідати даним фінансової звітності з урахуванням всіх поправок податкового законодавства.

Також, однією з основних проблем обліку податку на прибуток є ухилення суб'єктами господарювання від сплати податків, а саме – заниження сум податкового зобов'язання. Це обумовлено людським фактором та недосконалістю податкової системи. Значне податкове навантаження призводять до розвитку тіньової економіки, і як наслідок юридичні особи не висвітлюють повну інформацію щодо фінансових результатів своєї діяльності.

Отже, своєчасний та правильний внутрішній контроль щодо формування фінансового результату до оподаткування є важливим аспектом діяльності підприємства, що унеможливорює застосування штрафних санкцій, заниження фінансових показників та втрати репутації. Зазначені методи внутрішнього контролю підвищують ефективність обліку податку на прибуток та мінімізують можливість виникнення помилок під час його нарахування.

### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України: станом на 1 січня 2017 р. Закон України від 02 грудня 2010 р. № 2755–VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Кучер С.В. Бухгалтерський облік і внутрішній контроль операцій з нарахування та сплати податку на прибуток: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 “Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)” / С.В. Кучер. – Житомир, 2012. – 23 с.
3. Шевчук С.В. Методика внутрішнього контролю операцій з формування оподаткованого прибутку підприємств / С.В. Шевчук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – Вип. 3 (24). – С. 537–542.

---

Науковий керівник: Літвак Ольга Анатоліївна, кандидат економічних наук, старший викладач, Миколаївський національний університет ім. В.О.Сухомлинського

## **СУЧАСНИЙ СТАН АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ**

### ***Хіміч Катерина Іванівна***

старший викладач кафедри оподаткування та соціального забезпечення, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

### ***Шевчук Анастасія Валеріївна***

студентка, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна

Акцизами є непрямі податки на певні товари, що включаються в ціну певних товарів, визначених як підакцизні. Вони встановлюються, як правило, на дефіцитну і високорентабельну продукцію і товари, призначені для населення і держави, що є монополією. Акцизний податок поєднує в собі як фіскальну функцію податків, наповнюючи державний бюджет, так і регулюючу функцію. Необхідність та форми застосування

акцизів є одним із найбільш дискусійних питань як вітчизняної, так світової теорії та практики оподаткування.

Акцизне оподаткування можна вважати однією з найдавніших форм оподаткування після данини. Свого часу саме розвиток торгівлі обумовив бурхливий розвиток акцизного оподаткування, оскільки у ті часи акцизи були відносно простими в адмініструванні, а їх стягнення забезпечувало стабільне наповнення казни правителів.

Загальновідомо, що непряме оподаткування впливає на рівень цін, інвестицій, споживчий попит. Крім того, непрямі податки виступають не тільки інструментом впливу на виробництво і споживання, а й беззаперечним інструментом фіскальної політики [4, с. 191].

Непрямі податки є стабільним джерелом доходів, зокрема в Україні за їх рахунок формується більша частина доходів державного бюджету (табл. 2).

Таблиця 2 Динаміка акцизного податку в структурі доходів Державного бюджету України

Джерело доходів	2013		2014		2015		2016	
	Млрд.. грн.	Частка, %	Млрд.. грн.	Частка, %	Млрд.. грн.	Частка, %	Млрд.. грн.	Частка, %
Усього доходів	337,6	100	395,3	100	529,43	100	595,2	100
Податкові надходження	262,8	77,84	280,2	70,88	409,43	77,33	512,5	86,10
Непрямі податки, в т.ч.:	176,9	67,31	196,7	70,19	282,53	69	324,9	63,39
ПДВ	128,3	48,82	139,0	49,6	164,11	40,08	230,5	44,97
Акцизний податок	35,3	13,43	45,1	16,09	77,46	18,91	81,9	15,98

Джерело: розроблено автором на основі [5]

Протягом 2013–2016 рр. в Україні спостерігається збільшення обсягу акцизного податку. В середньому частка акцизного податку в надходження від непрямих податків склала 16,1%. У 2013 р. сума акцизного податку склала 35,30 млрд. грн., що складає 13,43%, у 2014 р. – 45,10 млрд. грн. і 16,09%, у 2015 р. – 77,46 млрд. грн. і 18,91%, у 2016 р. – 81,90 млрд. грн. і 15,98%.

Основним чинником збільшення надходжень акцизного податку у 2016 році стало збільшення ставок на більшість груп підакцизних товарів. Так, в частині алкогольних напоїв ставки збільшилися в 1,5–3 рази: з 1 січня 2016 року збільшено ставки на спирт в 1,5 рази, на пиво в 2 рази, на слабоалкогольні напої – в 3 рази. З 1 березня 2016 року збільшено ставки

на горілку та лікєро-горілчані вироби – в 1,5 рази, на краплєні вина та вермути, а також на іґристі вина – в 2 рази.

З 1 січня 2016 року також підвищився акцизний податок на пальне: для бензинів ставка зростає з 202 євро до 228 євро за тонну, на дизельне пальне – зі 100 – 132 євро до 113 – 149 євро за тонну, на скраплений газ – з 50 до 57 євро за тонну.

Структура акцизних надходжень представлена на рисунку 1.

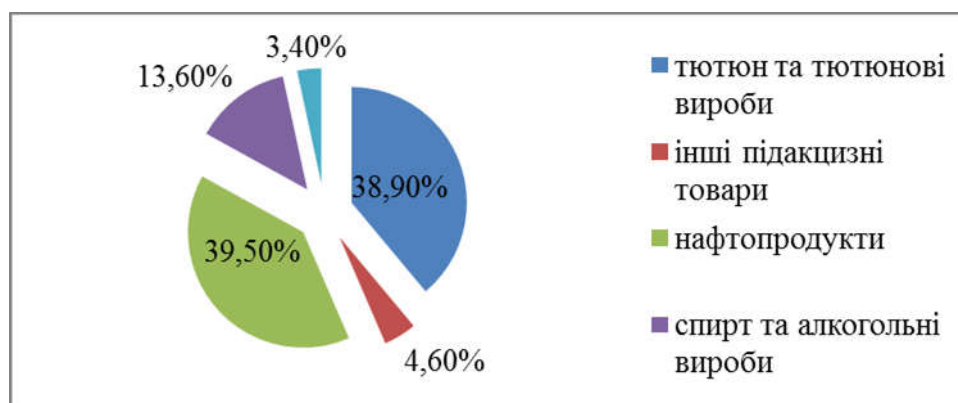


Рисунок 1 – Структура надходжень акцизного податку до державного бюджету у 2016 р., % [5]

Попри відносно високе бюджетоутворювальне значення акцизного податку на сьогодні рівень оподаткування споживання підакцизних товарів в Україні є значно нижчим, аніж у державах – членах ЄС. Причина таких відхилень полягає в недосконалості окремих елементів вітчизняного механізму акцизного податку, а саме: наявності деяких проблем і неузгодженостей із нормами ЄС щодо розмірів ставок, визначеності об'єктів оподаткування, порядку адміністрування тощо. Так, в Україні зберігається тенденція до використання платниками акцизного податку різних схем ухилення від його сплати [3, с. 424].

Однією з основних відмінностей податкового законодавства у сфері акцизного оподаткування від європейського є наявність галузевих пільг. Так, в Україні пільги з акцизного податку надаються автомобілебудуванню та виноробній промисловості, що не узгоджується із принципами ГАТТ/СОТ і вимогами Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС. Окрім того, на відміну від країн ЄС в Україні основною пільгою зі сплати акцизу є звільнення від оподаткування окремих видів товарів або операцій. У країнах ЄС основною ж пільгою залишається застосування знижених ставок податку, причому знижені ставки акцизного податку не можуть бути нижчими за 50% від стандартної національної ставки акцизу.[5]

Наявність усіх розглянутих проблем акцизного податку в Україні зумовлює об'єктивну необхідність його реформування.

Основними напрямками вдосконалення акцизного оподаткування в Україні повинні стати:

– поширення щорічної індексації ставок акцизного податку і рівня мінімального податкового зобов'язання щодо сплати податку до бюджету на всі підакцизні товари;

– запровадження (у перспективі) єдиної європейської валюти під час визначення розміру ставок акцизного податку і рівня мінімального податкового зобов'язання.

Отже, податкова політика в сфері акцизного оподаткування в Україні в напрямі посилення його фіскальності знаходиться в руслі європейських тенденцій. За рахунок акцизного податку держава забезпечує більше 10% доходів бюджету. Зростання надходжень за акцизного податку забезпечується, в першу чергу, за рахунок збільшення податкових ставок. Разом з тим, слід визнати, що фіскальна ефективність акцизного податку лише за рахунок підвищення його ставок, спричиняє зворотній ефект та призводить до зростання тіньового обігу підакцизних товарів, скорочення легального виробництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України зі змінами та доповненнями № 1910-VIII від 23.02.2017.
2. Бандурка О.М. Податкове право: [науково-практичний посібник] / О.М. Бандурка, В.Д. Понікаров. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 312 с.
3. Сідельникова Л.П. Податкова система: [навч. посіб.] / Л.П. Сідельникова, Т.П. Сідельникова, Н.М. Костіна. – К.: Ліра-К, 2013. – 424 с.
4. Шкарупа О.В. Аналіз проблем та напрямків удосконалення системи оподаткування в Україні / Шкарупа О.В. // Механізм регулювання економіки. – 2015. – №1. – С.185-191.
5. Рахункова палата електронний ресурс [Режим доступу]: <http://www.as-rada.gov.ua>.

## УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***Бесараб Світлана Олексіївна***

здобувач кафедри економіки підприємств, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Управління інвестиційною діяльністю як необхідна ланка ринкового механізму, що забезпечує вільний рух фінансових потоків між господарюючими суб'єктами з метою підвищення ефективності їх діяльності і подальшого розвитку, є обов'язковою умовою існування та взаємодії суб'єктів економічної діяльності на різних рівнях економічної системи (мікроекономіка, макроекономіка, світова економіка). За своєю суттю управління інвестиційною діяльністю є багаторівневою та багатоцільовою ієрархічною структурою, суб'єкти управління якої володіють певною незалежністю по відношенню один до одного (ступенем свободи в прийнятті інвестиційних рішень), обумовлюючи вплив елементів верхнього рівня (макроекономіки) на середовище та умови цілеспрямованої діяльності елементів нижнього рівня (мезо- і мікроекономіки).

Ознаками багаторівневої системи управління інвестиційною діяльністю є ряд ключових положень. По-перше, наявність об'єкта управління, в якості якого виступає основний компонент інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності, а саме інвестиції, які, в свою чергу, через подвійність характеру своєї економічної суті (можуть виступати як у вигляді ресурсів, так і у вигляді об'єктів вкладення) розподіляються на інвестиційні ресурси та реальні і фінансові інвестиції. По-друге, наявність суб'єктів управління, в якості яких виступають керівні органи відповідних інститутів і суб'єктів господарювання залежно від рівня системи управління інвестиційною діяльністю. По-третє, різноманіття суб'єктів інвестиційної діяльності зумовлює різноманітність цілей інвестування та вимагає певної координації дій за допомогою державних механізмів управління інвестиційною діяльністю, збалансованості державних і приватних інтересів щодо галузевого розвитку промисловості, а також безперервне відтворення діяльності суб'єкта господарювання як найактивнішої ланки інвестиційного процесу згідно цілям його стратегічного розвитку. По-четверте, ієрархічна впорядкованість управління інвестиційною діяльністю зумовлює різноманіття зв'язків і відносин між усіма складовими цієї багаторівневої системи,

послаблення, зміна або розрив яких призводить до деструктивних процесів в інвестиційній діяльності практично на всіх рівнях управління.

На наше переконання, управління інвестиційною діяльністю підприємства являє собою менеджмент декількох ключових складових інвестиційної діяльності, взаємопов'язаних між собою цілями розвитку суб'єкта господарювання, проте самостійні за способами управління. Складовими інвестиційного менеджменту є:

- управління інвестиційною привабливістю підприємства, яке передбачає комплекс заходів і дій суб'єкта господарювання, направлених на адаптацію сучасного фінансово-економічного, промислового і організаційного стану підприємства до умов і вимог зовнішнього інвестиційного середовища, з урахуванням інвестиційної привабливості країни та відповідної галузі промисловості (виду діяльності),

- управління інвестиційними стратегіями підприємства, яке по суті є процесом формування і подальшого узгодження визначених стратегічних напрямків інвестування (стратегія реального інвестування) з оптимальним типом портфеля фінансових інвестицій (стратегія фінансового інвестування), відповідним фінансовим забезпеченням інвестиційної діяльності у майбутньому (стратегія формування інвестиційних ресурсів) та ефективною організаційною структурою управління (стратегію підвищення якості управління інвестиційною діяльністю);

- управління інвестиційним портфелем суб'єкта господарювання, яке передбачає здійснення комплексу управлінських рішень щодо оптимізації структури інвестиційного портфелю з урахуванням стратегічних напрямків інвестиційної діяльності, джерел походження інвестиційних ресурсів та мінімізації інвестиційних ризиків.

- управління інвестиційними ресурсами підприємства, направлене на формування такого рівня, обсягу та структури інвестиційних ресурсів, які забезпечать його економічне зростання, розвиток інфраструктури та підвищення рівня конкурентоспроможності на вітчизняних і закордонних ринках;

- управління інвестиційними ризиками підприємства як процес реалізації комплексу організаційних, економічних та правових рішень, метою яких є зниження ймовірності настання несприятливих подій або мінімізація (компенсація) можливого збитку.

При цьому, якщо управління інвестиційними ризиками, управління інвестиційним портфелем (управління реальними інвестиціями і управління фінансовими інвестиціями) та управління інвестиційними ресурсами в сучасній економічній літературі є загально визнаними складовими інвестиційного менеджменту як особливої області управління підприємством, то управління інвестиційною привабливістю та

управління інвестиційними стратегіями здебільш ототожнюють зі стратегічним управлінням або зі стратегічним плануванням, що, на нашу думку, звужує змістовність інвестиційного менеджменту.

Вищезазначені складові інвестиційного менеджменту об'єднуються в комплексну модель управління інвестиційною діяльністю підприємства, яка містить чотири структурні блоки:

- оцінювання інвестиційного середовища та інвестиційної привабливості галузі (виду діяльності) і суб'єкта господарювання, які в реаліях сучасного економічного простору схильні до впливу безлічі чинників соціально – економічного характеру;

- управління інвестиційною стратегією, яка є ефективним інструментом перспективного управління інвестиційною діяльністю підприємств і концепції його стратегічного розвитку в якості генерального плану;

- прийняттям тактичних та оперативних управлінських рішень щодо забезпечення здійснення стратегічних напрямків розвитку підприємств на основі аналізу поточного стану інвестиційної діяльності підприємств;

- управління інвестиційним портфелем підприємства як складний, проте змістовний елемент інвестиційного менеджменту. З огляду на сутність інвестиційної діяльності підприємства слід звернути увагу на складові інвестиційного портфелю, які згідно різних підходів вітчизняних та зарубіжних науковців мають формувати інвестиційний портфель цінних паперів (фінансових інвестицій) та/або портфель інвестиційних проектів (реальних інвестицій). На наше переконання, обмеження визначеності інвестиційного портфелю тільки фінансовими інвестиціями є хибним, оскільки звужує механізми управління інвестиційною діяльністю, особливо в умовах нерозвинутого фондового ринку.

Сполучним елементом комплексної моделі управління інвестиційною діяльністю підприємств є інвестиційний аналіз, який уособлює процес визначення ефективності окремих інвестиційних рішень і інвестиційної діяльності взагалі, та є основою прийняття оптимальних управлінських рішень з подальшим контролем щодо їх реалізації. Основними принципами реалізації процесу управління є інтегрованість із загальною системою управління підприємством, динамізм управління, комплексний характер формування і варіативність підходів (альтернативність) до розробки управлінських рішень, а також орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства.



### Список використаних джерел:

1. Савчук В.П. Анализ и разработка инвестиционных проектов / В.П. Савчук, С.И. Прилипко, Е. Г. Величко. – К.: Абсолют-В, Эльга, 1999. – 304 с.
2. Скрыльник А.С. Научно-методические основы формирования механизма управления инвестиционными ресурсами на предприятиях малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий, 2014. № 3 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4467>
3. Удалых О.А. Управление инвестиционной деятельностью промышленного предприятия: учеб. пособие / О.А. Удалых. – Донецк – Норд – Пресс, МЭГИ, 2005. – 300 с.
4. Мироненко М.Ю. Проблеми формування інвестиційного портфеля / М.Ю.Мироненко, Сімонова І.В. // Сталій розвиток економіки. - 2011. №4. – С. 308- 311.
5. Гетьман О.М. Оптимізація моделювання управління інвестиційним портфелем / О.М. Гетьман, В.М. Вакаров, С.В. Сембер // Науковий вісник Ужгородського університету. Збірник наукових праць. – 2012. – Вип. 2 (36). – С. 147-152.
6. Скибінський О.С. Система управління інвестиційним портфелем підприємства / О. С. Скибінський, Л. О.Саталкіна // Вісник Національного університету . - 2013. - № 769. - С. 287-295.
7. Прокопенко К.І. Управління інвестиційним портфелем: реалії сьогодення / К.І. Прокопенко, Н.С.Прокопенко // Фінансовий простір. – 2016. №3 (23). – С. 48-52.
8. Белоусова Л.І. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю промислового підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Любов Іванівна Белоусова ; Нац. академія наук України, Ін-т регіональних досліджень. – Донецьк, 2006. – 20 с.

---

Науковий керівник: Швиданенко Г.О., професор, кандидат економічних наук, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

## ІННОВАЦІЙНА ЕКОСИСТЕМА ЯК СУЧАСНА ПАРАДИГМА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

*Буняк Надія Михайлівна*

кандидат економічних наук, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Сучасні умови становлення інноваційної економіки характеризуються глобальними змінами, зокрема, переходом від лінійних до мережових інноваційних моделей, використанням концепції «відкритих інновацій», зміною функцій учасників інноваційного процесу тощо. У зв'язку з цим особливого значення набуває пошук нових механізмів кооперації зусиль учасників інноваційного процесу з метою перетворення наукового знання на інновацію та її комерціалізації.

У розвинутих країнах світу в останні роки значного поширення набув екосистемний підхід до вирішення проблем, пов'язаних із забезпеченням переходу до інноваційної моделі розвитку. Цей підхід передбачає побудову взаємовідносин між учасниками інноваційного процесу аналогічно природній екосистемі, розвиток якої відбувається завдяки взаємодії між її складовими компонентами. Концепція інноваційної екосистеми була розроблена американським науковцем Чарльзом В. Весснером. Головна її ідея полягає в тому, що перетворення наукового знання на інновацію вимагає кооперації зусиль різних учасників інноваційного процесу (університетів, приватних підприємств, венчурних фондів тощо), тобто інновації створюються колективно, в певному мережевому середовищі, сформованому з юридично незалежних учасників між якими існують формальні та неформальні домовленості. На думку автора концепції, саме кооперація забезпечує створення і дифузії потоків знань, а також їх трансформацію в інновації.

Основними складовими елементами інноваційної екосистеми є: «актори» (організації, від результатів діяльності яких залежить успіх інноваційного процесу) та «правила гри» (формальні та неформальні інститути, що забезпечують взаємодію в процесі перетворення наукового знання на інновацію та її комерціалізації). При цьому всі «актори» співпрацюють між собою, впливають на інших учасників і одночасно залежать від їхньої поведінки, а також різних інститутів. Перетворення ресурсів на нові унікальні продукти, ідеї та технології відбувається за умови об'єднання зусиль усіх учасників інноваційного процесу та постійної зміни конфігурації зв'язків між ними. Учасники інноваційних екосистем комбінують свої ресурси на взаємовигідних умовах, обмінюються спільними знаннями та працюють колективно з метою спільного досягнення інноваційних результатів. Вони створюють цінність,

яку самотійно не міг би створити жоден з них.

Усі інноваційні екосистеми незалежно від рівня створення формуються з ініціативи учасників, мають високий ступінь самоорганізації, внутрішній механізм саморегулювання та достатній потенціал для саморозвитку, який формується в результаті безперервних оновлень, а також характеризуються децентралізованим способом прийняття рішень. В інноваційній екосистемі відносно автономною оперативною одиницею є інноваційний проект, який реалізується комплексно усіма учасниками мережі.

Загалом побудова інноваційної екосистеми країни передбачає: зміну характеру взаємовідносин між основними учасниками інноваційного процесу (перехід від конкуренції в інноваційній сфері до співробітництва та кооперації); перехід від лінійної моделі створення інновацій до нелінійної, де домінують динамічні горизонтальні зв'язки між учасниками інноваційного процесу; створення мережевого суспільства, яке передбачає однакові права кожного з учасників мати рівноправні відносини з іншими, а також незалежність від просторово-часових обмежень та витрат; колаборацію незалежних суб'єктів господарювання, зокрема, постачальників, конкурентів, покупців тощо.

Отже, головна ідея формування інноваційної екосистеми полягає в тому, що співпраця та об'єднання зусиль учасників інноваційного процесу забезпечує безперервне створення нового на основі компліментарного поєднання ресурсів, можливостей, компетенцій в різних комбінаціях, а відтак сприяє постійному нарощуванню інноваційного потенціалу країни.

## **МОЖЛИВОСТІ BIGDATA В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІКОЮ УКРАЇНИ**

***Грїбїніченко Олена Павлівна***

студентка, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

***Лободзинська Тетяна Петрівна***

кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Наразі Україна, слїдуючи світовим тенденціям, вступила в новий, інформаційний період розвитку національної економіки. За таких умов найбільшим фактором успіху та, відповідно, найціннішим ресурсом стає можливість ефективно обробляти великі масиви та потоки інформації.

Фінанси, торгівля, транспорт, туризм, медицина та інші сфери вже не можуть існувати без високого рівня інформатизації[1].

Організації здійснюють пошук оптимальних способів отримання корисної та релевантної інформації з масиву даних, які, завдяки технічним можливостям сучасного інформаційного простору, постійно генеруються та накопичуються. Інструментарій BigData дозволяє не просто знаходити приховані закономірності, тенденції та взаємозв'язки, але й отримувати інформацію в режимі реального часу і, в результаті, оперативно приймати правильні управлінські рішення [2]. Впровадження технологій BigData у глобальний економічний простір породило виникнення терміну «Data-Driven-економіка», або «економіка даних»[3]. Управління на основі аналізу об'єктивних даних, автоматизації значної кількості процесів змінює економіку країни, підносить її на якісно новий рівень, дозволяючи підвищувати ефективність системи виробництва та управління й краще задовольняти суспільні потреби.

До основних завдань у рамках національної економіки, які можуть бути вирішені за допомогою інтелектуального аналізу даних, належать: створення прозорої системи збору податків та підвищення рівня її регулювання; створення моделей прогнозування стану економіки, демографічної ситуації та змін суспільних настроїв; підвищення якості надання різноманітних послуг (у тому числі комунальних) населенню; більш раціональний розподіл бюджетних коштів; виявлення пріоритетних напрямків державного фінансування; моніторинг стану національних меншин; аналіз та автоматична обробка скарг громадян; розвиток транспортної мережі та управління нею з урахуванням прогнозованої завантаженості трас та аналізу переміщення населення для планування міської інфраструктури; моніторинг публічних осіб та громадських ініціатив в інтернеті та багато інших завдань [3, 4].

Так, наприклад, уряду Філіппін, завдяки рішенням інтелектуальної аналітики накопичуваних даних, вдається скорочувати дефіцит федерального бюджету та оптимізувати збір податків. У Гонконгу BigData успішно застосовується для обробки скарг громадян та попередження суспільного невдоволення. «Розумні» рішення для вирішення проблем національної економіки вже впроваджені в таких країнах, як США, Південна Корея, Австралія, Сінгапур, Швеція, Бельгія, Франція та ін. [4].

Україна теж має значний потенціал реалізації можливостей, які стають доступними завдяки інтелектуальній аналітиці. Компанії, державні установи акумулювали великі обсяги даних про ринки, клієнтів, різноманітні проекти, обладнання тощо. Їх обробка та інтелектуальний аналіз дозволять державним установам отримувати цінну інформацію про громадян та бізнес-сектор, своєчасно виявляти певні тенденції в економіці, оптимізувати витрати на здійснення державного управління та,

відповідно, розробляти більш обґрунтовані рішення. Проте, незабезпеченість організацій необхідним програмним забезпеченням, яке здатне швидко обробляти, інтегрувати та візуалізувати дані різних форматів, стримує країну від комплексної інформатизації національної економіки. Іншими обмеженнями застосування BigData для українських організацій є висока вартість програмних продуктів та їх впровадження у процеси діяльності; відсутність достатнього рівня захисту даних і водночас правові обмеження на використання особистих даних; недостатня кількість кадрів необхідної кваліфікації для обслуговування системи економіки даних; складність інтеграції сховищ даних з чинними системами в управлінні національною економікою[3].

Однак, орієнтованість України на європейські стандарти та цінності стимулює державу до реалізації концепції економіки даних. Отже, сьогодні особливо необхідними є інвестиції у впровадження даних рішень на всіх рівнях економічної системи країни. Це, безумовно, сприятиме позитивним економічним зрушенням в Україні та визнанню її як гідного члена європейського суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Espinel V. A. The digital economy: what is it and how will it transform our lives? [Електронний ресурс] / Victoria A. Espinel // World Economic Forum. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org/agenda/2016/11/the-digital-economy-what-is-it-and-how-will-it-transform-our-lives/>.
2. Green J. BigData: The Key to Economic Development? [Електронний ресурс] / Josh Green // Wired. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wired.com/insights/2013/03/big-data-the-key-to-economic-development/>.
3. Белозубенко В. С. BigData в современной экономике: направления и проблемы использования / В. С. Белозубенко // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Структурні зміни у суспільстві та економіці під впливом комунікацій та інформації», (м. Полтава, 12–13 травня 2016 року) / за ред. М. В. Макарової. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 138-140.
4. Костецкий Р. Как BigData может спасти экономику Украины [Електронний ресурс] / Руслан Костецкий // delo.ua. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [https://delo.ua/tech/kak-big-data-mozhet-spasti-ekonomiku-ukrainy-237864/?supdated\\_new=1495393970](https://delo.ua/tech/kak-big-data-mozhet-spasti-ekonomiku-ukrainy-237864/?supdated_new=1495393970).

## **ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕНЕВОГО ОБОРОТА ЭЛЕКТРОННЫХ ОТХОДОВ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ**

***Королева Наталья Вадимовна***

кандидат экономических наук, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, Россия

***Левченко Александр Сергеевич***

кандидат экономических наук, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, Россия

Обострение проблемы теневого оборота электронных отходов (ЭО) связано с растущими объемами электронного мусора, который нелегально экспортируется западными странами в государства третьего мира, где он перерабатывается без соблюдения экологических норм и представляет собой серьезную угрозу для экологии и здоровья местного населения [1]. Ежегодно в КНР ввозится 8 т контрабандных ЭО [2]. Европейское законодательство предусматривает ряд норм, преследующих нелегальный трафик электронных отходов. Однако, как свидетельствует практика, объем теневого экспорта электронного мусора растет из года в год.

Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности (2000) [3] устанавливает меру наказания в виде лишения свободы сроком до 4 года или другую меру наказания за совершение «серьезного преступления». Практика судебных разбирательств показывает, что преступления, связанные с нанесением вреда окружающей среде, в частности, незаконный вывоз выброшенных ЭО, не квалифицируются как «серьезные» или тяжкие, а их участники – как организованные преступники, в результате чего данная мера наказания практически не применяется. Например, в Нидерландах 30% случаев нарушения законодательства ЕС в области регулирования транспортировки ЭО не преследуется в судебном порядке. В целом эффективность санкций ЕС в данной области характеризуется противоречивыми тенденциями. Количество фактически направленных в суд заявлений о нарушениях, степень применения санкций и уровни фактических штрафов сильно различаются.

Кроме того, государственные органы стран ЕС, осуществляющие контроль нелегальной перевозки ЭО, и органы прокуратуры недостаточно эффективно обмениваются информацией о принципах и правилах обвинения в преступлениях нелегальной транспортировки ЭО, участниках

теневых операций, каналах трафика, зонах риска и ответственности и наказаниях, наложенных на правонарушителей.

Для контрабанды электронного мусора выбираются европейские порты с минимальной степенью надзора. По мнению специалистов Института европейской экологической политики, поскольку запретить теневую торговлю ЭО между странами ЕС и государствами, не входящими в ОЭСР, достаточно сложно, следует не столько преследовать нелегальный трафик из стран ЕС, сколько ужесточить регулирование в сфере обращения с электронным мусором в развивающихся странах.

#### **Список использованных источников:**

1. Хорошун Н. А. Глобальные экологические проблемы и популяризация экологических знаний / Хорошун Н. А., Шамаева О. П. // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2015. №1. С. 245-249.
2. Transnational Organized Crime in East Asia and the Pacific – A Threat Assessment 2013 [Электронный ресурс] / UNODC. URL: [http://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/Studies/ТОСТА\\_EAP\\_web.pdf](http://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/Studies/ТОСТА_EAP_web.pdf) (Дата обращения: 14.05.2017).
3. United Nations Convention Against Transnational Organized Crime And The Protocols Thereto (General Assembly resolution 55/25 of 15 November 2000).

## **КРИЗИС, КАК ФАКТОР МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В УКРАИНЕ**

*Мальцева Валентина Федоровна*

студентка 4 курса, кафедры «Страноведения и туризма», Киевского национального университета имени Тараса Шевченка

Во всем мире, люди, в силу различных причин находятся в движении, меняя место работы или жительства. Украинцы не исключение. Население в постоянном поиске лучших условий и уровня жизни. Есть множество факторов способствующих международной миграции, одним из которых является – кризис.

Мировой экономический кризис — кризисное состояние мировой экономики, резко обозначившееся с 2008 года и, по некоторым оценкам, не преодоленное до настоящего времени. Многие ученые рассматривают проблему кризиса с разных сторон, как плюсы, так и минусы. В любом случае, кризис нельзя исключать из ряда факторов международной миграции.

Международная трудовая миграция подразумевает перемещение трудовых ресурсов между странами и использование их за пределами

национальных границ в течении определенного времени. Поскольку труд неотделим от человека и является функцией его способности к труду, часто говорят о миграции рабочей силы[3].

Международная трудовая миграция включает в себя иммиграционные и эмиграционные потоки. Иммиграция – перемещение трудоспособного населения из-за рубежа в данную страну. Эмиграция – перемещение трудоспособного населения из данной страны за рубеж[3].

Международная миграция рабочей силы – межстрановое перемещение трудоспособного населения по причинам, не предполагающим окончательного местожительства[3].

Международная миграция рабочей силы вызвана поисками высокооплачиваемых мест работы, трудоустройство, возможностей самореализации, политико-правовыми мотивами, относительным перенаселением во многих странах мира, неравномерностью экономического развития и другое.

Международная трудовая миграция обусловлена прежде всего экономическими причинами, главными из которых являются:

- различный уровень экономического развития отдельных стран. Рабочая сила перемещается из стран с более низким уровнем валового внутреннего продукта (ВВП) на душу населения в страны с более высоким уровнем жизни;

- различная степень обеспеченности стран трудовыми ресурсами. Она влияет на объем производства, на различие в уровнях заработной платы. Если в стране избыток трудовых ресурсов, то это создает стимул для эмиграции;

- зарубежная деятельность транснациональных корпораций (ТНК). В данном случае происходит перемещение рабочих к рабочим местам в зарубежные филиалы ТНК;

- наличие безработицы в стране (усиливает трудовую миграцию).

Во всех странах, по разному, проводится политика социально-экономической защиты от безработицы. Более сильный опыт у промышленно развитых стран. Материальная поддержка безработных включает страхование от безработицы и социальную помощь. Уровень безработицы в значительной мере зависит от социально-экономической ситуации в стране.

Ниже, указаны основные показатели рынка труда в Украине по данным Государственной службы статистики(рис. 1.). На гистограмме изображен процент безработного и занятого населения страны трудоспособного возврата. Начиная с 2013 года, в связи с политическим кризисом, в Украине заметно падает процент занятого населения.





Рис. 1. Основные показатели рынка труда в Украине (2010-2016)[1].

Фактически Украина сталкивается с новой волной бегства из страны, говорят эксперты. “И события на востоке, и ухудшение экономической ситуации, безусловно, имеют влияние на решение людей искать лучшей жизни в другом месте, в том числе за границей. Все это привело к резкому увеличению миграции”, — отмечает Александр Жолудь, аналитик Международного центра перспективных исследований[4].

Из-за экономического кризиса последних двух лет уровень трудовой миграции вырос. Например, в 2014-м в Польше количество разрешений на трудоустройство для украинцев увеличилось на 15%, в Германии — на 24%, в Словакии — на 17%. Такие цифры приводит Ирина Сушко, глава общественной организации Европа без барьеров[4].

Для ликвидации отрицательных последствий и усиления положительных эффектов, получаемых страной в результате миграции рабочей силы, необходимо использовать набор средств государственного и межгосударственного регулирования миграционных процессов. Вмешательство государства в процесс перемещения рабочей силы через государственные границы возникло раньше, чем регулирование международных рынков товаров и услуг[2].

Сегодня в государствах мирового сообщества сложилась целая система мер регулирования межстрановой миграции рабочей силы, включающая законодательство о юридическом, политическом и профессиональном статусе мигранта. Миграционная политика проводится непосредственно через национальные службы миграции, создаваемые, как правило, при министерствах труда, юстиции или иностранных дел[2].

Решением и контролем вопросов о международной миграции, занимается Международная организация труда, а также комиссия ООН по народонаселению фондом, часть которого используется на субсидирование национальных программ в области миграции населения. Более детально проблемы международной миграции государства

разбираются непосредственно внутри каждого государства, учитывая все особенности политики и экономики.

#### **Список использованных источников:**

1. Статистичний щорічник України. – К. Держкомстат України.
2. Е.Г.Гужва Мировая экономика: учебное пособие / М.И.Лесная, А.В.Кондратьев, А.Н.Егоров; СПбГАСУ. – СПб., 2009. – 116 с.
3. Николаева И.П. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник./ Шаховская Л.С. – М.: Издательство- торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – с. 151-162 с.
4. Корба Г. Очередь на выезд. Кризис и война вызвали новую волну миграции из Украины/Г. Корба/ Новое время. – 2015. НВ №39- 20с.

### **МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ В РАМКАХ СИСТЕМИ ГАТТ/СОТ**

#### ***Шолом Аліна Сергіївна***

старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин,  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Корупція на національному рівні завжди впливає на зовнішню торгівлю держави. Найчастіше цей канал і є найбільш прибутковим для корумпованих урядів, що заважає зростанню обмінних потоків держави з «зовнішнім» світом. Таким чином, хабар (і корупція як явище) виступає торговим бар'єром розвитку міжнародної торгівлі. При цьому саме в міжнародній торгівлі корупцію найважче подолати. Слід зазначити, що перетин товарами національних кордонів завжди вимагає залучення державних чиновників. До того ж імпортери та експортери часто зв'язані контрактом за часом, тому, обираючи між зволіканням у здійсненні відвантаження або необхідністю дати хабар, вони часто вважають більш прийнятним другий варіант.

Метою дослідження є вивчення переваг і недоліків опцій, які надає система ГАТТ/СОТ для боротьби з корупцією, а також оцінка необхідності використання державами певних механізмів для боротьби з корупцією і забезпечення вільної торгівлі товарами та послугами між членами СОТ.

Вивчення механізмів боротьби з корупцією в міжнародній торгівлі в рамках Світової організації торгівлі (СОТ) і поза ними присвячені праці таких зарубіжних вчених, як Р. Маклін [1], Д. Шоу [2], К. Шуенбаум [2], П. Шестопалова [3], Шефер К. Надакавукарен [4], П. Нікольс [5], К.

Ванграсстек [6]. Серед вітчизняних вчених це питання детально не розглядається.

Загально визнано, що хабарництво завдає шкоди національним і світовій економіці, але в рамках СОТ, провідної інституції в сфері міжнародної торгівлі, як і раніше немає загальноприйнятої угоди, цілком присвяченої регулюванню цієї проблеми. Однак існують механізми, які можуть і повинні використовувати держави для забезпечення більш вільної торгівлі, зокрема усунення торгових бар'єрів, різновидом яких є корупційні практики.

Існує два основних сегмента міжнародної торгівлі – торгівля послугами і торгівля товарами. Їх регулюють відповідні окремі угоди в рамках системи ГАТТ/СОТ – ГАТТ і ГАТС. Корупцію в рамках даної системи доцільно розглядати в якості торгового бар'єру. Найчастіше національні виробники змушені давати хабарі так само, як і іноземні, якщо корупційні практики є поширеним явищем в країні. Хабарі мають подібний ефект на міжнародну торгівлю з тарифом: надбавка на вартість наданих товарів і послуг веде до підвищення їх цін, зменшення прибутковості продажів, змушує виробників виходити з ринку і перешкоджають входу на ринок зарубіжних постачальників. Дача і одержання хабарів є частиною митних приписів і державних внутрішніх практик. І найчастіше в них закладені певні культурні норми, які як би несуть протекціоністський ефект. Таким чином, корупція є торговим бар'єром, який гальмує нарощування обсягів міжнародної торгівлі і скорочує її позитивний вплив на добробут держав, які беруть участь у такому обміні товарами і послугами. Більш того хабарі можуть бути частиною нетарифних бар'єрів в міжнародній торгівлі, як це відзначає неурядова міжнародна організація по боротьбі з корупцією Transparency International [6].

Експерти СОТ наполягають, що вільна торгівля, яку і стимулює організація, в кінцевому рахунку призводить до скорочення застосовуваних корупційних практик [8]. Однак, очевидно, що існує цілий ряд аспектів міжнародної торгівлі, які схильні до корупції. Для зменшення розповсюдження цього негативного явища було прийнята низка міжнародних угод, конвенцій і декларацій, метою яких є вирішення цієї проблеми. Найбільш відомими з них є такі, як «Декларація Аруша», розроблена Всесвітньою митною організацією, «Конвенція про боротьбу з підкупом іноземних посадових осіб в області міжнародного бізнесу» ОЕСР, Закон США «Про боротьбу з корупцією з боку фізичних та юридичних осіб-резидентів США на території іноземних держав» (FCPA), прийнятий задовго до Конвенції ОЕСР.

СОТ є провідною інституцією в сфері міжнародної торгівлі. Її основною метою є боротьба з торговими бар'єрами. Однак в рамках

системи ГАТТ / СОТ немає угоди, присвяченої виключно питанню корупції. Боротьба з корупцією в рамках системи ГАТТ/СОТ здійснюється за допомогою чотирьох механізмів:

1. Через Орган з вирішення спорів (DSU);
2. За допомогою Закону про захист торгівлі в рамках СОТ (WTO Trade Remedy Law);
3. За допомогою угод в рамках СОТ (зокрема створення єдиного угоди, присвяченої боротьбі з корупцією);
4. Через об'єднання зусиль всіх держав-членів в рамках СОТ як форуму для переговорів [3].

Очевидною перевагою боротьби з корупцією в рамках системи ГАТТ/СОТ є можливість викорінення або хоча б зменшення обсягів хабарів в міжнародній торгівлі. Розглянуті механізми є доповненням до національних законів по боротьбі з корупцією та міжнародних конвенцій, до яких приєдналися держави-члени СОТ. Орган з врегулювання суперечок, Апеляційний орган і комісії є своєрідним способом контролю за виконанням антикорупційних заходів. До того ж СОТ є міжнародним форумом, у якого накопичився значний досвід у вирішенні конфліктів, пов'язаних з існуванням торгових бар'єрів, що обмежують вільний обмін товарами і послугами. Однак позитивний ефект від боротьби з корупцією в рамках СОТ може проявлятися тільки в тому випадку, якщо сама інституція не зловживає своїми повноваженнями і ретельно досліджує кожен випадок, що потенційно може бути пов'язаним з використанням корупційних практик. Однак переваги переважають над недоліками. На сьогоднішній день боротьба з корупцією через Орган з врегулювання суперечок СОТ є набагато більш ефективним механізмом, ніж підписання конвенцій і статутів, принципи, викладені в яких носять рекомендаційний характер. Більш того в довгостроковій перспективі лібералізація міжнародної торгівлі призводить до зменшення рівня корупції внаслідок зниження впливу держави на цю сферу. Нарешті, важливим кроком до усунення корупції в міжнародній торгівлі може стати створення окремої угоди в рамках ГАТТ/СОТ, як це запропонував Нікольс [5]. Однак для її розробки і узгодження всіма членами можуть знадобитися десятиліття.

#### **Список використаних джерел:**

1. Maclean R. M. EU trade barrier regulation: tackling unfair foreign trade practices. – Sweet & Maxwell, 2006
2. Chow D. C. K., Schoenbaum T. J. International Trade Law: Problems, Cases, and Materials. – Wolters Kluwer Law & Business, 2013.
3. Шестопалова П. М. Деятельность международных институтов по борьбе с коррупцией в таможенных органах //Новый университет. Серия «Экономика и право». – 2015. – №. 5 (51)

4. Nadakavukaren Schefer K. Corruption and the WTO Legal System //Journal of World Trade. – 2009. – Т. 43. – №. 4. – С. 737-770.
5. Nichols P. M. Outlawing transnational bribery through the World Trade Organization //Law & Pol'y Int'l Bus. – 1996. – Т. 28. – С. 305
6. VanGrasstek C. The History and Future of the World Trade Organization. – 2013
7. Bribery as a Non-tariff Barrier to Trade: A Case Study of East African Trade Corridors. – Transparency International Kenya. – 2012.
8. World Trade Organization: official web-site [Electronic resource]. – Accessed mode: <http://wto.org>.

---

Науковий керівник: Беренда С.В., кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

## СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

**Бабовал Надія Ростиславівна**

здобувач, Тернопільський національний економічний університет

Трансформаційні процеси в економіці України охоплюють усі суб'єкти ринку. Вищі навчальні заклади, які є суб'єктами ринку освітніх послуг, здійснюють певну економічну діяльність, надаючи освітні та додаткові послуги. Економічна діяльність ВНЗ будується на основі принципів стратегічного управління, в процесі якого визначається місія діяльності закладу, розробляється стратегія та управління організацією для вдалої її реалізації [1].

Вищі навчальні заклади змушені кардинально змінювати стратегію та управління вищими навчальними закладами під кутом інтеграційних процесів у сфері вищої освіти. Стратегію називають необхідною декларацією цілей і напрямків розвитку вузу, яка виступає ключовим інструментом в управлінні вищою освітою. Вона потрібна не лише для внутрішнього розвитку вищого навчального закладу, а й для його співпраці з іншими закладами чи організаціями.

Стратегічна мета ВНЗ полягає у тому, щоб заклад рівнявся на сучасний європейський вуз із збереженням здобутків і розвитком найкращих національних академічних традицій, прагнув посісти достойне місце у розвитку інноваційної освіти.

Проте на досягнення стратегічної мети мають вплив ряд негативних чинників:

- соціально-демографічна ситуація в країні;
- конкуренція на ринку освітніх послуг, виникнення диспропорцій між попитом та пропозицією на деякі професії;
- зменшення державного фінансування вищих навчальних закладів;
- низький рівень заробітної плати науково-педагогічних працівників;
- низький рівень запиту держави на фундаментальні наукові дослідження;
- низький рівень розвитку на державному рівні форм і механізмів організації наукової діяльності, реалізації інновацій в освіті та науці;
- недостатня міжнародна інтеграція у європейський освітній простір, що знижує загальний індекс конкурентоспроможності навчальних закладів.

Важливим інструментом реалізації стратегії розвитку ВНЗ виступає запровадження комплексних програм, а саме: програми вдосконалення змісту освіти відповідно до Болонської декларації; програми підготовки фахівців зорієнтовану вимогам багатоступеневої освіти; програми комп'ютеризації та інформатизації навчально-виховної, наукової та науково-дослідної роботи ВНЗ; програми розвитку освітніх вимірювань знань, умінь та навичок на основі новітніх технологій, міжнародних програм співробітництва між вищими навчальними закладами тощо.

Зазначимо, що стратегічне планування – це надзвичайно складний, трудомісткий процес, який потребує великих часових, розумових та фінансових витрат. Мета його полягає у встановленні відповідного порядку дій для підготовки ефективного функціонування конкурентоспроможного закладу. Планування як процес передбачає кілька етапів, які взаємопов'язані, логічно йдуть один за одним і становлять єдине ціле.

Розробка стратегії включає кілька етапів: ситуаційний аналіз; визначення стратегічних цілей; вибір моделі створення споживчої цінності; розробка організаційної структури для реалізації обраної моделі.

Процес стратегічного планування починається з пошуку відповідей керівництва ВНЗ на такі головні запитання:

1. Яку місію діяльності ставить ВНЗ та яких заходів необхідно вжити, щоб її досягнути?
2. Яке місце посідає ВНЗ на освітньому ринку?
3. Яке положення, на думку керівництва, має займати ВНЗ у довготривалому періоді?

Стратегічне планування опирається на певні правила, головними серед яких є:

- а) стратегія не виступає чітким фіксованим планом дії, її необхідно постійно уточнювати;
- б) сформовані стратегічні цілі мають сприяти забезпеченню довготривалої конкурентоспроможності закладу;
- в) кожному стратегічному напрямку притаманні свої переваги;
- г) усі складові стратегічного планування ВНЗ мають бути збалансованими, взаємодоповнюючими.

Розглянемо поетапно процес планування стратегії ВНЗ (рис. 3...).

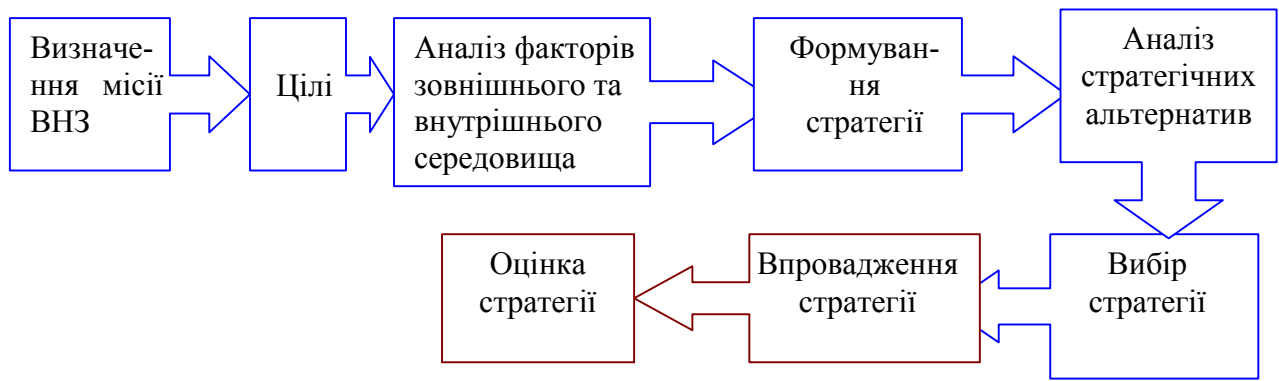


Рис. 1 Поетапний процес планування стратегії ВНЗ

Джерело: укладене автором на основі [2, с. 88]

Спочатку керівництво закладу формулює місію, яка вимагає визначити суть, масштаби, перспективи розвитку ВНЗ. Вважається, що формулювання місії має бути з яскравою, лаконічною, динамічною конструкцією та включати такі аспекти: коло потреб; характеристику послуг та їх конкурентних переваг; перспективи розширення сфери діяльності. Зазначимо, що вибір вузької місії може призвести до упущення певних можливостей діяльності.

Відповідно до місії формулюються цілі та завдання, вони мають відображати рівень, якого необхідно досягти в процесі діяльності ВНЗ. До цілей ставляться певні вимоги:

- функціональність (цілі мають бути функціональними, щоб керівники різних рівнів могли трансформувати цілі, що ставляться на вищому рівні управління, у завдання для нижчих ланок);
- досяжність (цілі не повинні виходити за межі можливостей виконання);
- вибірковість (мають виділятися основні завдання діяльності, на яких необхідно зосереджувати усі ресурси);
- гнучкість (можливість коригування цілей відповідно до змін в зовнішньому та внутрішньому середовищі ВНЗ у процесі їх реалізації);
- конкретність (термін реалізації та хто має реалізувати);
- сумісність (довгострокові цілі мають відповідати місії ВНЗ, а короткострокові – довгостроковим);
- вимірюваність (кількісна та якісна оцінка цілей в процесі постановки та реалізації).

Проводиться аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, формулюються можливі стратегії. Аналіз розроблених стратегій і вибір оптимальної виробляється з врахуванням можливостей закладу та факторів зовнішнього впливу. Вибором стратегії в основному закінчується процес планування. На наступних етапах впровадження та



оцінки прийнятої стратегії виявляються її сильні і слабкі сторони, при необхідності вносяться відповідні корективи.

Реалізація стратегії розвитку ВНЗ можлива при активній діяльності ректорату, кафедр та факультетів, усіх підрозділів університету, студентів і науковців, сприянні Міністерства освіти і науки України, місцевої влади. Вона має ґрунтуватися на досягненнях університету в минулому, історичних традиціях вузу, власному досвіді та вивченні вітчизняних і зарубіжних програм реформування освіти.

Рекомендується розробляти стратегічні плани з розрахунком на певні етапи (періоди виконання), що дозволить оцінити результати роботи за кожним етапом та оперативно вносити зміни й доповнення до них.

Щорічно на вченій раді ВНЗ мають підбиватися підсумки минулого навчального року щодо виконання стратегії, розглядатися та ухвалюватися нові цілі та завдання на наступний навчальний рік. Ученими радами факультетів необхідно формувати та затверджувати заходи з виконання завдань факультетського й кафедрального рівнів. Виконання стратегії розвитку ВНЗ за напрямками забезпечується фінансовими ресурсами бюджету закладу. Реалізація стратегії розвитку ВНЗ дозволяє колективу зосередити увагу на вирішенні ключових економічних, соціальних і кадрових проблем свого закладу, досягти збалансованості та послідовності у вирішенні завдань, поставлених суспільством перед вищою освітою.

Для вищих навчальних закладів актуальною є розробка не просто загальних стратегій, в яких перераховуються певні цілі та формулюється бачення майбутнього місця закладу у освітньому просторі, а чітких і конкретних бізнес-стратегій, в яких враховані особливості освітньої діяльності, і робиться науково обґрунтоване прогнозування розвитку закладу в умовах конкретного середовища, визначається його місце на конкурентному ринку освітніх та супутніх послуг, а також підходи до мінімізації дії негативних внутрішніх та зовнішніх ризиків [1, с. 115].

Проведене дослідження показало, що ступінь розвитку ВНЗ залежить від системи стратегічного управління. Своєчасно проведений аналіз середовища функціонування ВНЗ та об'єктивна оцінка його результатів дозволяють керівництву зробити оптимальний вибір напрямку розвитку університету в умовах ринкового середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Натрошвілі С. Г. Стратегічне управління вищим навчальним закладом: теорія, методологія, практика: монографія / С. Г. Натрошвілі. – К.: КНУТД, 2015. – 320 с.

2. Освітній менеджмент: Навчальний посібник / За ред. Л. Даниленко, Л. Карамушки. – К.: Шкільний світ, 2003. – 400 с.

Науковий керівник: Гринчуцький Валерій Іванович, доктор економічних наук, професор, Тернопільський національний економічний університет

## **ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА ОСНОВА СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ НА ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ (ДРУГА ПОЛОВИНА ХІХ - ПОЧАТОК ХХ СТОЛІТТЯ)**

*Леоненко Петро Михайлович*

доктор економічних наук, професор, заслужений працівник освіти України, Віце-президент Академії фінансового управління

Питання розвитку та поширення економічного знання особливо гостро постають в часи інституціональних змін в суспільстві та трансформаційних процесів в господарстві. Цілісний розвиток національної освітньої системи в просторі та часі має орієнтуватись на історичні особливості формування її економічної складової, поглиблюючи позитивні аспекти та нівелюючи негативні.

Різні країни та регіони неоднозначно реагують на трансформаційні виклики, демонструючи при цьому сильну залежність від культури. «Вибір цінностей, здійснюваний суспільством, справляє величезний вплив на те, якою буде відповідь суспільства на трансформацію, - стверджує сучасний американський дослідник Д. Бьорч. - Тому кожне суспільство повинне виробити свою власну реакцію, і спроба впровадження моделі, що склалася в межах іншого суспільства, стане серйозною помилкою» [1, с. 12]. У світлі цього постулату, стає зрозумілішою актуальність обраної теми дослідження, що підтверджує необхідність підвищення якості економічної освіти в сучасній Україні для вироблення ефективної моделі національного розвитку з розумінням ретроспективних основ її формування в розрізі різних часових періодів.

Серед українських дослідників загальні теоретико-методологічні засади та історичні аспекти розвитку просвітньо-економічного знання поглиблюють такі відомі українські вчені, як В. Андрущенко, О. Вербова, В. Вісин, З. Гіптерс, С. Злупко, І. Зуляк, В. Кремень, К. Кондратюк, В. Кушерець, І. Потапюк, Л. Потапюк та ін.

Метою даного дослідження є визначення місця і ролі різних інституцій у розвитку економічної освіти в західній Україні періоду другої половини ХІХ - початку ХХ століття.

На західноукраїнських землях історія економічної освіти (друга

половина XIX - початок XX століття), як наголошують Л. та І. Потапюк, характеризувалась зародженням і традиціями громадівської самопомоги в побуті українського народу, виникненням перших споживчих товариств, кредитових спілок, кооперативного руху, їхньої боротьби з лихварством і темнотою [2, с. 6].

Досліджуваний період був важливим прогресивним етапом у розвитку господарства краю, зокрема скасування кріпосного права та побудовою системи відносин на ринкових засадах, що у свою чергу потребувало інтенсивності економічної освіти. Інституційну основу розвитку економічної освіти населення західноукраїнського краю підсилювали створені у 1868 році «Просвіта» та у 1881 році - «Рідна школа». Дані інституції, хоч і мали більшою мірою культурно-просвітницьке спрямування, підсилюючи мету об'єднання українських земель «від Карпат до Кубані», проте їх діяльність була важливою з позицій формування певного світоглядного рівня населення, вкрай потрібного для розуміння необхідності економічних знань, пріоритетів та економічного розвитку західноукраїнських земель.

Особливо значимою була «Просвіта», яка активно здійснювала економічну діяльність, інтенсивно пропагуючи кооперацію [2, с. 10] та стала одним з головних осередків освітньо-господарського життя.

У кінці 1908 року, як зазначає І. Зуляк, нараховувалося 227 господарських товариств, підтриманих «Просвітою», в тому числі 168 кредитних, 21 торговельних, 10 промислових, 10 рільничо-господарських, 9 молочарських та 9 інших типів [3, с. 153].

Особливу роль у розвитку економічної освіти того часу відігравав інституціональний «конгломерат» - «Ревізійний Союз Українських Кооперативів» (РСУК), до складу якого входили: «Народна Торгівля», «Сільський Господар», «Маслосоюз», «Центросоюз», «Центробанк» та ін. Їхня діяльність мала як прямий, так і опосередкований вплив на розвиток економічної освіти на західноукраїнських землях, розвиваючи фахове шкільництво у бурсах, торговельних школах. Таким чином, з одного боку, відбувався процес формування фінансово-економічної грамотності населення, розвивалася освітня інфраструктура, що відкривало доступ до економічних знань навіть малограмотному населенню, з можливістю його застосування у власній господарській діяльності, а з другого - мало інституціональне значення, засвідчуючи спроможність населення до самоорганізації, розвитку й адаптації щодо прогресивних викликів.

Висока інституційна організація розвитку економічної освіти на західноукраїнських землях вилилась у проведення 1909 року Першого Всеукраїнського просвітньо-економічного конгресу, основним організатором якого було товариство «Просвіта». Як пише І. Зуляк, основним завданням цієї наради було критичне осмислення й оцінка

результатів діяльності та знаходження шляхів і методів поліпшення економічного стану українського селянства. Участь у конгресі всіх верств населення свідчила про заінтересованість змінити існуючі соціально-економічні порядки на селі, що сприяло б значному піднесенню економіки Східної Галичини та, відповідно, зростанню матеріального добробуту українців [3, с. 157-158]. Така подія підкреслювала достатньо високий рівень не тільки організації економічної освіти, але й вміння вчених та громадських діячів позиціонувати господарський потенціал західноукраїнських земель як активного економічного агента європейського масштабу.

Отже, особливу роль у процесах формування та становлення економічної освіти на західноукраїнських землях другої половини ХІХ - першої половини ХХ століття відігравали різні інституції, які об'єднували інтелектуальну еліту краю. Актуальними до нині залишаються підходи до формування системи професійного шкільництва і позашкільної практики, насамперед з погляду ретельного дослідження та розуміння причин і можливостей самоорганізації задля захисту національних інтересів, а також ринкової трансформації соціально-економічних відносин в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996 - 2010) / пер. с англ. ; под науч. ред. А. Ю. Чепуренко. - М. : Изд-во Высшей шк. экономики, 2013. - 526 с.
2. Потапюк Л. М. Становлення економічної освіти на прикладі діяльності західноукраїнських громад (кінець ХІХ - початок ХХ століття) / Л. М. Потапюк, І. П. Потапюк // Економічний форум. - 2015. - № 2. - С. 5-12.
3. Зуляк І. Роль «Просвіти» у поширенні економічних знань у східній Галичині (кінець ХІХ - початок ХХ ст.) / Іван Зуляк // Україна : культурна спадщина, національна свідомість, державність. Вип. 19 : «Просвіта» - оберіг незалежності та соборності України / Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України. Відп. ред. Ярослав Ісаєвич, упоряд. : Феодосій Стеблій, Володимир Пашук. - Львів, 2010. - 784 с. - С. 151-159.

## ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Поснова Тетяна Вікторівна*

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії  
Університет ДФС України

Для України, інформаційна економіка та суспільство якої за чверть століття незалежності зазнали значної трансформації, проблеми розвитку і використання людського капіталу набувають особливої актуальності, вирішення яких сприятиме ефективній інтеграції молодій державі в світове господарство, її конкурентоспроможності та функціонуванню в умовах відкритої ринкової економіки, що обтяжена кризовими явищами. Сучасний людський капітал як чинник розвитку інформаційної економіки формується за рахунок інвестицій у виховання, освіту, здоров'я, знання, підприємницькі здібності, інформаційне забезпечення, безпеку та економічну свободу населення, а також науку, культуру та мистецтво.

Визнання наукою та практикою людського капіталу основним фактором розвитку продуктивних сил суспільства, який відновлюється та сприяє відтворенню інших факторів, актуалізувало виокремлення теорії людського капіталу в рамках сучасної економічної теорії, а наукові методологічні і прикладні дослідження виникли з формуванням в ХХІ тисячолітті «економіки знань» [1, с. 165].

Поняття інформації тісно переплітається з поняттям людського капіталу. Можна сказати, що вони нерозривно та взаємодоповнюють одне одного. Інформація є рушійною силою людського капіталу. Вона дає спеціалістам та населенню навички та досвід життя, освіту, нагромадженні та поточні знання, формує та стимулює науку, інновації, пошук потрібних методів лікування та підтримки здоров'я, поточну інформацію, статистику, прогнози і плани, правила та орієнтири у житті тощо.

Поняття людського капіталу формувалось поступово: і як основний виробничий і соціальний фактор розвитку сучасного суспільства, і як економічна категорія людський капітал набув багатфакторного характеру.

Розвиток провідних країн світу привів до формування постіндустріальної, а потім і нової економіки – економіки знань, інновацій, глобальних інформаційних систем, економіки інтелектуальної праці, науки, новітніх технологій та венчурного бізнесу.

У рамках нової парадигми розвитку країн і світового господарства людський капітал зайняв провідне місце в національному багатстві (до 80% у розвинених країн) і в сукупному продуктивному капіталі.

Наукова спільнота гідно оцінила наукові дослідження та створені теорії людського капіталу для світової економіки і науки. За внесок в теорію людського капіталу були присуджені дві Нобелівські премії – Т. Шульцу в 1979 р. і Г. Беккеру в 1992 р., що свідчить про видатний внесок цих вчених в економічну теорію, а також про величезне значення людського капіталу на сучасному етапі розвитку світової спільноти.

Т. Шульц вніс істотний внесок у становлення теорії людського капіталу на початковому етапі її розвитку, її прийняття науковою громадськістю і популяризацією. Він зробив багато чого для розуміння ролі людського капіталу як основного продуктивного чинника індустріальної і постіндустріальної економік [3].

Г. Беккер переніс поняття людського капіталу на макрорівень. Людський капітал підприємства він визначив як сукупність навичок, знань і вмінь персоналу. В якості інвестицій в працівників Беккер врахував витрати на освіту та навчання. Беккер оцінив економічну ефективність освіти, перш за все, для самого працівника [2].

Сучасний людський капітал – це інтенсивний продуктивний і соціальний фактор розвитку і життєдіяльності суб'єкта, який нерозривно пов'язаний з людиною, з його інтелектом і менталітетом.

Однією з основних складових людського капіталу є інформаційна складова людського капіталу або інформаційний потенціал суб'єкта. Поняття інформації багатоваріантне і досі ясно не визначено. Інформація, на наш погляд, - це якість знання і відомості, створюванні і накопичені людством і реалізуються на практиці через людину. Тобто, у цьому сенсі, інформація – це складова людського капіталу. До складу інформації входять накопичені людством наукові знання, методи і технології їх освоєння та використання, досягнення техніки, виробництв, культури, медицини, політики, спорту.

Знання та інформація стають головним виробничим ресурсом, що забезпечує отримання доходу. Саме тому економіки розвинутих країн дедалі більше орієнтуються на новітні наукові дослідження і розробки, які є джерелом підвищення продуктивності та ефективності виробництва. Витрати на науку розглядаються як інвестиції у знання, що стали необхідною і обов'язковою умовою формування новітньої економіки знань, де головною продуктивною силою виступає людина із високим рівнем інтелекту та професійних здібностей, які у процесі реалізації капіталізуються і забезпечують тривалий ефект. Інвестиції у людський капітал сприяють економічному зростанню та технологічному розвитку, підвищенню ефективності й зайнятості.

### **Список використаних джерел:**

1. Ільчук Л. Можливості та механізми «капіталізації» людського капіталу в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.cpsr.org.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=285:-qq-&catid=29:2010-06-15-18-48-34&Itemid=35](http://www.cpsr.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=285:-qq-&catid=29:2010-06-15-18-48-34&Itemid=35)
2. Becker, Gary S. Human Capital. N. Y.: Columbia University Press, 1964.
3. Schultz, T. Investment in Human Capital. N. Y., 1971.

Підписано до друку 09.06.2017  
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.  
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.  
Тираж 80 прим.

Віддруковано ФО-П Шпак В.Б.  
Свідоцтво про державну реєстрацію № 073743  
СПП № 465644  
Тел. 097 299 38 99, 063 300 86 72  
E-mail: [tooums@ukr.net](mailto:tooums@ukr.net)