

**МІЖНАРОДНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-  
КОНФЕРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ**

*[www.economy-confer.com.ua](http://www.economy-confer.com.ua)*

Актуальні питання  
реформування економіки країни

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

*28 вересня 2017 р.*



Тернопіль  
2017

**"Актуальні питання реформування економіки країни"**: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2017. – 75 с.

УДК 330 (063)

ББК 65я431

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Актуальні питання реформування економіки країни», 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

- Андрєєва Віта Анатоліївна* ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ  
ЗЕМЕЛЬНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ: КОМЕНТАРІ ТА  
ВИСНОВКИ.....6
- Калініченко Зоя Дмитрівна* ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ  
СТРУКТУРИ ЕКСПОРТНОЇ СКЛАДОВОЇ УКРАЇНИ ДО  
ЄВРОСОЮЗУ .....9
- Романова Анна Анатоліївна* ОСОБЛИВОСТІ  
СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ  
ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ.....13
- Ситник Ганна Вікторівна* РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ФОРМУВАННІ  
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....19
- Чавичалов Ігор Ігорович, Куцинська Марія Володимирівна*  
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ДАНИХ  
СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ.....21

### Менеджмент. Маркетинг

- Біла Ірина Василівна* СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ.....27
- Галямар Валентина Олександрівна* РЕФОРМУВАННЯ  
ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ ШЛЯХОМ ЗАСТОСУВАННЯ  
ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ.....29
- Зизич Юрій Романович* ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ  
ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ.....32

*Кулініч Тетяна Володимирівна, Болібрux Лідія Іванівна*  
**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ЗА SCRUM-  
ПІДХОДОМ.....35**

Облік, статистика і аудит

*Білобровенко Тетяна Володимирівна* **МОНІТОРИНГ  
ПОДАТКОВИХ НАКЛАДНИХ ШЛЯХОМ ОЦІНКИ  
СТУПЕНЯ РИЗИКІВ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА  
ПОПЕРЕДНЬОГО КОНТРОЛЮ ПДВ.....38**

Економічний аналіз.

Економіко-математичне моделювання

*Бандюк Анна Миколаївна* **ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО  
АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....44**

*Захарченко Юлія Петрівна* **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....46**

*Тендерциць Руслан Вікторович* **ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ЗАСОБИ  
АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ.....47**

Банківська справа.

Фінанси, грошовий обіг та кредит

*Колотій Світлана Василівна* **РИНОК ФІНАНСОВИХ  
ІННОВАЦІЙ: ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ.....50**

*Марценюк-Розарьонова Олена Василівна* **СТРАХУВАННЯ ЯК  
СКЛАДОВА СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ.....52**

**Руда Оксана Леонтіївна ДЕПОЗИТИ – ОСНОВНА  
ФОРМУВАННЯ ЗАЛУЧЕНИХ РЕСУРСІВ БАНКУ.....55**

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

**Діордієв Віктор Олександрович ІННОВАЦІЇ У СВІТОВІЙ  
ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ  
НА ФІНТЕХ-МАПІ.....59**

**Моїсеєнко Аліна Сергіївна УЧАСТЬ НОВАТОРІВ У ПРОЦЕСІ  
ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ТА СПРИЯННЯ ЛІДЕРОМ РОЗВИТКУ  
КРЕАТИВНОСТІ ЯК ПРЕДИКТОРИ РОЗВИТКУ  
КРЕАТИВНОСТІ НОВАТОРА.....61**

**Шмаков Владимир Сергеевич АКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО  
РАЗВИТИЯ АПК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....63**

Світова економіка та міжнародні відносини

**Гондюл Александра Дмитрівна ПИТАННЯ СТОЛІТТЯ: КОМУ  
ВИННІ ВСІ КРАЇНИ СВІТУ?.....66**

**Скорік Ксенія Анатоліївна СУЧАСНІ ДОСЛІДНИКИ  
ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА АКТУАЛЬНА  
ПРОБЛЕМАТИКА В РАМКАХ ЄС.....69**

**Шахова Оксана Антонівна ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ  
ГУМАНІТАРНОЇ ІНТЕРВЕНЦІЇ В ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНИХ  
ВІДНОСИН.....73**

## ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ ЗЕМЕЛЬНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ: КОМЕНТАРІ ТА ВИСНОВКИ

*Андрєєва Віта Анатоліївна*

кандидат економічних наук, доцент

Університет економіки та права «КРОК», м. Київ

Особливістю землі як природного ресурсу є її унікальність та взаємозв'язок практично з усіма іншими видами природних ресурсів та антропогенними факторами виробництва. Ця обставина, з одного боку, дозволяє говорити про оцінку конкретної земельної ділянки незалежно від того, які природні, виробничі або соціальні об'єкти на ній розташовані і яке їх функціональне призначення. Однак земель, які не приносять абсолютно ніякої користі, не існує. Тому, з іншого боку, можна оцінювати землю не просто як просторовий базис, а в сукупності з покращеннями, які формують споживчу цінність землі.

Зазначимо, що методологічні підходи залишаються єдиними [1]. В самому широкому змісті під економічною оцінкою природних ресурсів розуміється їх кількісна та якісна характеристика як факторів та умов виробництва. В «класичній» економічній теорії розрізняють три концептуальних підходи щодо економічної оцінки земельно-ресурсного потенціалу [2] :

- витратний (відтворювальний) підхід – будується на визначенні витрат на виробництво або самого ресурсу, або відповідних йому видів кінцевої продукції та корисних функцій, які виконуються даним ресурсом як елементом єдиного природного комплексу;

- ресурсний (порівняльний) підхід – відображає економію праці або додатковий економічний вигравш отриманий в результаті використання даного ресурсу;

- результатний підхід – побудований на проведенні економічної оцінки природного ресурсу шляхом вирахування матеріальних витрат із суми грошового вираження кінцевого продукту.

Зупинимось на кожному з цих підходів докладніше.

Спрощено зміст затратного підходу полягає у такому: земля коштує стільки, скільки грошей в неї вкладено. Щодо відтворювальних ресурсів (лісових, рибних, водних), економічні оцінки можуть виражатись у вигляді витрат відповідних галузей та підприємств на їх відтворення. Щодо невідтворювальних ресурсів (наприклад, родовище корисних копалин), їх економічну оцінку будуть створювати витрати по заміщенню ресурсу та його корисних функцій при вилученні ресурсу з економічного обороту (компенсаційні витрати).

Основним недоліком витратного підходу, на нашу думку, є розбіжність між витратами на освоєння ресурсу та його споживчою вартістю. Адже дві ділянки, розташовані в різних місцях (одна в центрі, інша на околиці), які вимагають однакових витрат на освоєння, будуть мати рівні економічні оцінки. Незважаючи на цей недолік, витратний підхід відіграє певну роль при вирішенні наступних задач:

- упорядкування системи ціноутворення на продукцію природо експлуатаційних галузей шляхом відображення в цінах витрат на освоєння ресурсу;

- відображення природних ресурсів та стану навколишнього середовища в цілому в складі національного багатства країни;

- визначення економічної втрати від вилучення природного ресурсу з обороту або при зміні напрямку його функціонального використання;

- обґрунтування ряду платежів за природокористування, включаючи плату за користування землею;

- визначення результатів та ефективності функціонування галузей, зайнятих відтворенням природно-ресурсного потенціалу.

Рентна оцінка ресурсу – це грошовий вираз економії праці або додаткового економічного виграшу, отриманого в результаті використання певного природного ресурсу. В основі цієї оцінки лежить економія праці (або додатковий економічний виграш), обумовлена використанням більш ефективного, з кращими якісними характеристиками природного ресурсу.

Рентна оцінка може визначатись двома шляхами: за величиною ефекту (доходу), який приносить використання даного ресурсу або за додатковими витратами на компенсацію втрат доходу у випадку вилучення певного ресурсу з господарського обороту. В другому випадку

додаткові витрати повинні бути рівними втраті рентних доходів від господарської експлуатації цієї ділянки.

При аналізі рентного підходу слід розрізняти абсолютну та диференціальну ренту, а також диференціальну ренту першого та другого роду.

Рентні оцінки ресурсів мають витратну основу, а витратні оцінки можна при відповідних способах підрахунків інтерпретувати як рентні. Диференціальна рента визначається у вигляді різниці між цінністю продукції, яка отримується при експлуатації оцінюваного ресурсу, та нормативним рівнем індивідуальних приведених витрат на її виробництво при використанні оцінюваного ресурсу.

Базовою величиною для визначення рентної оцінки конкретних об'єктів земельно-ресурсного комплексу є замикаючі витрати, які являють собою гранично допустимий рівень витрат на задоволення потреби народного господарства в даному виді продукції, вище яких стає економічно недоцільним подальша експлуатація даного ресурсу в даному місці. В самому загальному випадку формула для економічної оцінки ресурсу у відповідності з рентною концепцією може бути представлена в наступному вигляді:

$$EOR_r = \sum_{t=t_0}^T \frac{P_p \times S \times (Z_{зам} - Z_{інд})}{(1 + E)^t}, \quad (1)$$

де  $S$  – площа ресурсу, який використовується;

$P_p$  – продуктивність експлуатації даного виду ресурсу;

$Z_{зам}$  – замикаючі витрати на отримання одиниці продукції даного виду;

$Z_{інд}$  – індивідуальні приведені витрати на отримання одиниці продукції;

$E$  – норматив дисконтування (раніше приймався рівним нормативу ефективності капітальних вкладень);

$T$  – період експлуатації ресурсу.

Але вказані оцінки не дозволяють урахувати зміни економічної цінності ресурсів в результаті їх використання у виробничому процесі або зміни кон'юнктури ринку. Власне цей фактор й враховується при результативному підході.

Перший різновид результативного підходу оснований на економічній оцінці ресурсу шляхом вирахування матеріальних витрат з



суми грошового виразу кінцевого продукту. Другий - передбачає, що в якості оцінки ресурсу розглядається грошовий вираз продукції, отриманої від його використання.

На наш погляд, результативний підхід не є ідеальним, оскільки грошова оцінка всього продукту, отриманого з використанням даного ресурсу з вирахуванням поточних витрат на його виробництво, не є оцінкою самого ресурсу.

Зазначимо, що теоретичні положення потребують нового науково-практичного наповнення у відповідності з сучасними соціально-економічними умовами.

### **Список використаних джерел:**

1. Міжнародні стандарти оцінки / Міжнародний Комітет з Стандартів Оцінки Майна та Норм професійної діяльності оцінювача Українського Товариства Оцінювачів від 23.04.2011 // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/1855878/>.
2. Касьянова Н.В., Солоха Д.В. Потенціал підприємства: формування та використання / Н.В.Касьянова, Д.В.Солоха // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1584072054076/ekonomika/potentsial\\_pidprijemstva](http://pidruchniki.com/1584072054076/ekonomika/potentsial_pidprijemstva).

## **ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТНОЇ СКЛАДОВОЇ УКРАЇНИ ДО ЄВРОСОЮЗУ**

***Калініченко Зоя Дмитрівна***

кандидат економічних наук, доцент

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

Вихід на нові ринки, розробка конкурентоспроможних продуктів і послуг, впровадження нових підходів до просування експорту мають вирішальне значення для майбутнього української економіки.

Об'єктом дослідження є позитивні досягнення в здійсненні програми сприяння експорту та шляхи полегшення українським експортерам доступу до нових ринків.

Державна програма розвитку полягає у тому, щоб працювати разом з ЄС над розробкою та реалізацією обґрунтованої перспективної політики сприяння експорту, поширювати інформації про Україну у світі, підтримувати ініціативи державного та приватного сектору, які вирішують проблеми на шляху досягнення результатів нарощення експорту та створення робочих місць.

За результатами діяльності 2017 року Європейський Союз є основним торговельним партнером України з питомою вагою торгівлі товарами та послугами 39,9% [1]. Важливо, що обсяги експорту до ЄС склали \$9,4 млрд. та збільшилися на 22,8%, або на \$1,7 млрд.

Так, Україна в 2017 році експортувала товарів на \$8,2 млрд., що на 26,1% більше, у порівнянні із минулим роком. Обсяги експорту послуг склали \$1,5 млрд., збільшившись на 6,4% [1]. Наприклад, зростання експорту електро- нагрівачів з України до ЄС збільшилось в два рази – на суму \$3 млн.

Україна входить до десяти найбільших постачальників агропродукції до ЄС та посідає 8-ме місце в цьому рейтингу. При цьому, по багатьох позиціях - перше місце: по пшениці – 32% від загального імпорту ЄС, кукурудзі – 62%, ячменю – 74%, вівсу – 68%.

У грошовому вимірі експорт кукурудзи зріс на \$554 млн., тобто на 35%, олії соняшникової – на \$498 млн. (на 26,9%), соєві боби – на \$98 млн. (зростання в 3 рази), маргарин – на \$18 млн. (у 13 разів), м'ясо птиці – на \$28 млн. (майже вдвічі).

Докладається зусиль до усунення обмежувальних заходів. Це важливий напрямок роботи, який потребує професійної та наполегливої роботи як з боку держави, так і з боку виробників. Так, якщо у 2012 році проти українських товарів на ринку ЄС діяло 5 антидемпінгових заходів, то зараз залишився один. В якості завдання на перспективу передбачається досягти того, щоб інші країни не мали можливості запроваджувати обмежувальні заходи до української продукції.

Відбувається таким чином системне просування українського експорту на ринок ЄС.

Важливими інструментами у просуванні є запровадження промислового діалогу Україна - ЄС та проведення торговельних місій. Це інструмент взаємодії, який допомагає нарощувати співпрацю в окремих секторах промисловості. Діалог сприяє залученню української

промисловості до глобальних, європейських та регіональних ланцюгів створення доданої вартості. Крім того, мова йде про прямі контакти між бізнес-асоціаціями України та ЄС, які полегшать шлях до торговельної взаємодії.

За останні два роки Міністерство економічного розвитку України спільно з Офісом з просування експорту та за підтримки Міністерства закордонних справ провели 11 торгових місій, з них чотири до країн-членів ЄС. Це були Литва, Франція, Швеція та Німеччина. Запланована торгова місія до Нідерландів, вона організовується для українських виробників одягу.

У 2017 році у Страсбурзі в рамках пленарного засідання Європарламенту відбулося підписання Регламенту ЄС про надання Україні додаткових торговельних преференцій терміном дії на три роки. Підписання завершує майже рік наполегливих зусиль європейських партнерів щодо надання Україні додаткових преференцій для низки важливих товарів українського аграрного та промислового експорту.

Преференції поза межами режиму вільної торгівлі – це додаткові можливості безмитного доступу для ряду важливих з точки зору українського експорту видів продукції, як агрохарчової, так і промислової.

Квоти на ряд позицій сільськогосподарської продукції будуть збільшені: річний обсяг додаткових квот на томати складе 3 тисячі тонн на рік; обсяг квот на пшеницю складе 65 тисяч тонн; квоти на кукурудзу складуть 625 тисяч тонн; квоти на ячмінь – 325 тисяч тонн [2].

Водночас преференція у вигляді скасування увізного мита вже сьогодні, без застосування домовленого в рамках ПВЗВТ перехідного періоду, відкриває для українських виробників додаткові можливості. Адже вони вже присутні з даними товарами на ринку ЄС.

Допомогою в плані стимулювання експорту промислової продукції є діалог Україна - ЄС високого рівня щодо горизонтальних питань та окремих секторів промисловості.

Однією з ключових цілей промислового діалогу є залучення української промисловості до глобальних, європейських та регіональних ланцюгів створення доданої вартості та розвиток кооперації з підприємствами держав-членів ЄС.

Для того щоб вітчизняні компанії могли включитися в ланцюги доданої вартості необхідно провести спрощення торгових процедур (включаючи митні процедури) та покращити логістику.

Узагальнюючи, слід виділити наступні стимули для входу в глобальні ланцюги доданої вартості для українського бізнесу:

- доступ до глобальних ринків та розширення збуту;
- модернізація технологій та якісні і кількісні зміни в людському капіталі за рахунок освоєння нових компетенцій;
- залучення прямих іноземних інвестицій.

Як показує практика країн, які стрімко увійшли в глобальні ланцюги доданої вартості за підтримки держави, локальні компанії мають можливість отримувати вигоди від інтеграції в глобальні ланцюги доданої вартості. Отже, без державної підтримки вітчизняні компанії і надалі будуть слабо інтегрованими в глобальні ланцюги доданої вартості.

Вже відбулися зустрічі та обговорення можливостей співпраці за такими напрямками, як аерокосмічна галузь та автоіндустрія. До кінця року планується проведення зустрічей за напрямками легкої промисловості та видобувної промисловості. Заплановано також обговорення за напрямками машино- та суднобудування.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що схвалені Європарламентом торговельні преференції в першу чергу слід розглядати як елемент додаткової підтримки ЄС у зв'язку з військовою, торговельною та транзитною агресією РФ проти України.

Стосовно подальшого розширення доступу українських товарів на ринок держав-членів ЄС, завданням є на 100% використовувати існуючі можливості, зокрема, заповнити вже доступні квоти. Наразі українські виробники використовують можливості експорту лише за 26 з 40 доступних тарифних квот [3]. Не повною мірою використовуються і можливості експорту промислової продукції – не сировинної, а готової, кінцевої для споживача.

Україні дуже важливо нарощувати обсяги експорту до ЄС, відходити від експорту виключно сировинних товарів та експортувати товари з високим ступенем обробки.

### Список використаних джерел:

1. Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна» 15.09.2017  
Прес-служба Мінекономрозвитку.
2. 10 перемог від вільної торгівлі з ЄС.- Режим доступу//  
[http://www.chernihiv-oblast.gov.ua/S\\_oglyad\\_statti](http://www.chernihiv-oblast.gov.ua/S_oglyad_statti).
3. Нові торговельні преференції та нові завдання. - Режим доступу//  
[http://www.chernihiv-oblast.gov.ua/S\\_oglyad](http://www.chernihiv-oblast.gov.ua/S_oglyad).

## ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

*Романова Анна Анатоліївна*

кандидат економічних наук, доцент

кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

Чернігівський національний технологічний університет

Процес реформ на шляху до децентралізації та євроінтеграції України зумовив актуалізацію розвитку тих галузей економіки, які можуть в короткотривалій перспективі дати поштовх соціально-економічному зростанню регіонів та поліпшенню інвестиційного іміджу країни в цілому. Зокрема це стосується розвитку туристичної індустрії. Проте довгий час до туристичної галузі у країнах пострадянського простору ставились не як до економічної індустрії, а як до галузі соціальної (неприбуткової) сфери.

Потенційний обсяг ринку української туристичної індустрії за умов ефективної державної політики підтримки та розвитку в'їзного і внутрішнього туризму може становити близько 10 млрд. доларів США [4, с. 68]. Однак більшість управлінців як загальнодержавного, так і місцевого рівня поки не сприймають туристичну сферу як галузь економіки, що призвело до другорядного значення стратегічного планування у сфері туризму та відсутності комплексного розуміння розвитку галузі. До 2016 року на державному рівні не існувало Центрального органу виконавчої влади, а також жодного структурного підрозділу у складі будь-якого Міністерства КМУ, які б відповідали за державну політику у сфері туризму та курортів, не існувало також стратегії та цільової програми туристичного розвитку країни. Це

спричинило відсутність ґрунтовної аналітики розвитку галузі, а також якісних та кількісних прогнозів на наступний період.

Потенційні туристичні можливості України безмежні, проте національна туристична індустрія протягом тривалого часу відчуває на собі вплив таких *негативних чинників*: відсутність державної політики у сфері туризму, стратегії і програми розвитку туризму та курортів; багаторазова трансформація центрального органу виконавчої влади у сфері туризму; невиконання глави 16 «Туризм» Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, на 2014-2017 рр.; нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму; територіальні втрати та воєнні дії на території України; нестабільність у політичному та економічному житті.

Усі ці чинники негативно вплинули на потік іноземних туристів до України, який за останні роки зменшився майже удвічі. Як наслідок, відбулося значне скорочення питомої ваги туризму у структурі ВВП України, у тому числі доходів від туристичних послуг та послуг готелів, туристичного збору, валютних надходжень, інвестицій у туристичну інфраструктуру, робочих місць.

На сьогодні через брак якісних маркетингових заходів у світовому інформаційному просторі майже відсутня об'єктивна та актуальна інформація про Україну, зокрема про різноманітність її туристичних ресурсів. У результаті Україна стрімко втрачає популярність як туристична держава, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження про повномасштабну війну в державі, а вся країна сприймається виключно як гаряча точка.

Іншим соціально-економічним критерієм оцінки динаміки та соціально-демографічних характеристик туристичного потоку регіону є дані Державної прикордонної служби України про візитерів, які перетнули кордон держави протягом певного періоду. За даними Державної прикордонної служби, в Україну за 2016 рік прибуло 13,6 млн. осіб, що хоч на 8,7% (6,3 млн. осіб) більше, ніж за попередній 2015 рік, але все одно складає всього 55% потоку 2012 року. Що стосується динаміки візитерів з інших країн, то найбільш різке зменшення потоків відвідувачів спостерігалось у 2014 році. Найбільше це стосується візитерів

з Російської Федерації, кількість яких у 2015 році становила 25% від потоку 2012 року [2]. Доцільне порівняння саме з 2012 роком, так як у цей рік спостерігалася найбільша кількість туристів по всім регіонам України (пов'язано з проведенням футбольного Чемпіонату Євро-2012).

Слід зазначити, що мова насамперед йде про візитерів, а не про туристів. Візитери – це більш ширше поняття, яке включає у себе всіх осіб, які прибули у певну дестинацію, у тому числі з туристичною метою. Так, за даними Державної прикордонної служби лише 1,3% візитерів прибули в Україну у 2016 році з туристичною метою. Але методика підрахунку туристів потребує вдосконалення, адже такі цілі подорожей, як ділова, навчальна, релігійна, культурний і спортивний обмін фактично теж виступають різновидами туристичної індустрії. Крім того, більше 95% візитерів вказали «приватну мету», яка теж може включати споживання туристичного продукту та/або туристичних послуг.

Для повноти картини туристичної сфери України слід проаналізувати кількість виїзних туристів. Якщо брати співвідношення в'їзних та виїзних візитерів, то можна констатувати, що позитивне сальдо туристичних послуг спостерігалось лише до 2014 року. Починаючи з революційного для України 2014 року, кількість виїзних візитерів-громадян України вже була майже вдвічі більшою, аніж кількість в'їзних візитерів (іноземців). Це призвело до диспропорції на ринку туристичних послуг у бік виїзного туризму, за умов розвитку якого фінансові ресурси громадян України витрачаються на товари і послуги закордоном, зміцнюючи економіку інших країн.

За даними НБУ лише за 2015 р. українці витратили по безготівкових розрахунках закордоном 1,82 млрд. дол. США (у 2013 р. – 5,1 млрд. дол. США), тоді як іноземні громадяни витратили в Україні лише 4,4 млрд. дол. США (у 2013 р. – 5,7 млрд. дол. США) [3]. Враховуючи схильність українців розраховуватись готівкою, а іноземців – платіжними картками, диспропорція у витратах та негативне сальдо українських туристичних послуг є набагато більшими.

Водночас, найбільше іноземних громадян, які прибули у 2016 році до України саме з метою «туризм» (зазначали на державному кордоні), було з Росії, Туреччини, Ізраїлю, США, Німеччини, Великої Британії, Італії, Литви, Франції. Порівняно з 2015 роком кількість іноземних туристів збільшилась з Росії – у 24,3 рази, Туреччини – у 4 рази, Ізраїлю –

у 7,6 рази, США – у 1,5 рази, Німеччини – у 2,9 рази, Великої Британії – у 2,1 рази, Італії – у 2,1 рази, Литви – у 17,4 рази, Франції – у 2,3 рази [2].

Що стосується візитерів з Російської Федерації, то їх кількість за останнє 5-річчя була найбільшою у 2013 році (10,285 млн. осіб), але знизилась у 2014 році у 4,4 рази (майже на 8 млн. осіб) у порівнянні з попереднім періодом [2]. Такий стрімкий спад насамперед пов'язаний з військовим конфліктом на Сході України, анексією Криму та запровадженням з 16.03.2015 р. нових правил перетину кордону для громадян РФ, а саме лише через міжнародні пункти пропуску та за пред'явлення закордонного паспорта. Відтік російських туристів, які становили майже половину в'їзного туристичного потоку в Україну, викликали необхідність антикризового переорієнтування туристичних потоків та пошук нових ринків для просування українського туристичного потоку.

Проаналізуємо динаміку виїзного туризму: найбільша кількість громадян України у 2016 році виїхала до Польщі, Росії, Угорщини, Молдови, Білорусі, Туреччини. У порівнянні з минулим періодом зростання кількості українських виїзних туристів спостерігається до Польщі на 6,4%, до Угорщини – на 18,5%, Туреччини – у 1,8 разів, Словаччини – на 17,3%, Румунії – на 26,4% та Єгипту – на 19,1%; зменшення виїздів спостерігалось до Росії – на 6,1%, Молдови – на 4,1%, Білорусі – на 16%, Німеччини – на 6,4% [2].

Зростанню в'їзних туристичних потоків до України сприяє той факт, що за рейтингом британської компанії Норра, Київ у 2016 році посів сьоме місце серед найдешевших столиць світу та відповідно третє місце у Європі (після Софії та Бухаресту). Водночас найпривабливішими (у співвідношенні кількості авіа-прибуттів та суми витрат) туристичними дестинаціями для громадян України стали Дубай, Париж, Барселона, Відень, Таллінн, Рига, Прага, Будапешт, Бангкок, Краків [5].

Що стосується внутрішнього туризму, то починаючи з 2014 р. спостерігалось поживлення на цьому ринку.

*Причини зростання внутрішніх туристичних потоків:* зниження соціально-економічного добробуту населення з одночасною девальвацією національної валюти гривні, що призвело до неспроможності подорожувати закордон; активізація національного туристичного бізнесу, переорієнтація бізнес-моделей та формування конкурентоспроможного



національного туристичного продукту; загострення патріотичних почуттів українців, актуалізація потреби купувати українське та подорожувати Україною; створення потужних саморегульованих об'єднань та асоціацій у галузі туризму, таких як Асоціація гостинності України, Асоціація готельєрів України, Національна туристична рада тощо; формування туристичних активів громад, зацікавлених у створенні ефективного туристичного продукту своєї дестинації.

Проаналізувавши розподіл внутрішніх прибуттів за видами транспорту, отримаємо таке співвідношення: автобуси займають 83,54% пасажирських перевезень, залізниця – 16,05% перевезень, авіаційний транспорт – 0,33% перевезень та річковий транспорт – 0,041% [1, с. 801]. Якщо брати рейтинг внутрішніх напрямків продажу залізничних квитків, то найбільш популярними дестинаціями є: Київ, Львів, Харків, Дніпро, Одеса, Запоріжжя, Івано-Франківськ [5].

Дослідивши динаміку в'їзних туристичних потоків до України, можемо шляхом експертного аналізу та емпіричних досліджень виокремити наступні *особливості сучасного стану розвитку туристичної індустрії України*: відсутність комплексної державної політики у сфері туризму та курортів; переважання виїзного туризму над в'їзним; порівняно низька вартість національного туристичного продукту; недосконала система статистики для збору об'єктивних даних про реальний стан туристичної індустрії; мала частка категоризації готелів, не зважаючи на обов'язкову категоризацію; диспропорція за видами транспортних перевезень, із значним переважанням долі автобусних пасажирських перевезень та майже відсутніми морським та річковим судноплавством; нерозуміння туристичної галузі як економічної категорії, яка здатна приносити прибуток.

*Причини погіршення соціально-економічного розвитку туристичної індустрії України*: військовий конфлікт на Донбасі, революційні події із загибеллю мирного населення, терористичні акти 2014-2015 рр., що спричинили погіршення іміджу України серед потенційних туристів, низькі коефіцієнти рівня безпеки у світових рейтингах та відповідне зниження потоку іноземних туристів; значне зменшення російських туристів (займали перше місце до 2014 р.), спричинене військовими діями, анексією Криму та ускладненням контрольно-пропускного режиму; інформаційна війна проти України: дезінформація іноземних туристів,

створення ілюзії повномасштабної війни та небезпечного перебування на прикордонних територіях; інституційна слабкість, а саме відсутність у 2014-2016 рр. центрального органу державної влади або структурного підрозділу будь-якого Міністерства КМУ, відповідального за формування і реалізацію державної політики у сфері туризму і курортів; відсутність державної стратегії розвитку туристичної індустрії країни, як наслідок – відсутність цільових програм та фінансування; нелояльне візове законодавство України по відношенню до розвинутих країн (громадяни заможних країн Азії, Близького Сходу, Китаю, Австралії та Нової Зеландії мають необхідність проходити дороговартісну та довгу бюрократичну процедуру для отримання української візи); несформованість туристичного продукту України для чітко визначених цільових аудиторій туристів; недостатність політики маркетингу та промоції туристичних ресурсів та туристичного продукту України; проблеми транспортного сполучення (незадовільна якість автомобільних доріг, застаріла логістика залізничних перевезень, монополія та завищені ціни на ринку авіаперевезень, відсутність інфраструктури річкових перевезень тощо); нерозвинена інфраструктура та низька якість сервісу (нестача категоризованих готелів, мінімальна кількість об'єктів, включених до світових он-лайн систем бронювання, відсутність швидкісного 4G-зв'язку та систем безготівкових розрахунків PayPal, Unicom тощо); відсутність ефективного механізму залучення інвестицій в галузь; недооцінка вигід від розвитку туристичної сфери на рівні місцевої влади; недостатність кваліфікованих кадрів у сфері розвитку туристичної галузі, відсутність кваліфікаційних вимог для спеціальності «Туристична діяльність»; застарілі стандарти туристичного сервісу (досі не імplementовано європейський стандарт EN 15565:2008 тощо).

### **Список використаних джерел:**

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». – К.: НІСД, 2017. – 928 с.
2. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.dpsu.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua>.

4. Романова А. На розвиток туризму! // Український туризм. – 2016. – № 3. – С. 68-69.
5. Самойлов Ю. Хто найдорожчий? А найдешевший? // Український туризм. – 2017. – №1. – С.21.

## **РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

*Ситник Ганна Вікторівна*

доктор економічних наук

Київський національний торговельно-економічний університет

Однією з актуальним тем наукового пошуку в сучасних умовах є питання економічної безпеки систем різного рівня, які наразі активно дискутуються у вітчизняних наукових дослідженнях та на рівні керівництва держави. Важливим кроком у їх вивченні та запровадженні практичних механізмів забезпечення є затверджена у 2015 році “Стратегія національної безпеки України”, важливою метою якої визначено “забезпечення нової якості економічного, соціального і гуманітарного розвитку України” [1]. В цьому контексті актуалізується питання формування економічної безпеки підприємництва України, як основи економічного зростання.

Дослідження та формування системи економічної безпеки підприємництва варто розглядати за окремими структурними рівнями: підприємства, підприємництва регіону, підприємництва галузі, підприємництва країни. Кожен з рівнів її формування має спиратись на адекватну систему методів та інструментів впливу.

Дослідження економічної безпеки підприємництва на рівні країни, на наш погляд, концептуально пов’язане з теорією добробуту і вимагає зміщення акцентів на роль держави у цьому процесі. В цьому зв’язку, варто звернутись до праці відомих науковців Д. Аджемоглу та Дж.Робінсона, які у своєму фундаментальному дослідженні виокремили принципові рушії створення економічного добробуту, серед яких автори виокремлюють [2]: інклюзивні політичні інститути, які в свою чергу сприяють формуванню інклюзивних економічних інститутів, що створюють інклюзивні ринки, які “не лише дають людям свободу пошуку

професій у житті відповідно до їх талантів, а й забезпечують конкурентне середовище...”; схильність та прагнення до впровадження інновацій та новітніх технологій, “що визначає посилення бідності чи стійкого економічного зростання”.

Ці положення знаходять відображення у Стратегії національної безпеки України, де визначено одними з основних загроз: поширення корупції, її укорінення в усіх сферах державного управління; слабкість, дисфункціональність, застаріла модель публічних інститутів; здійснення державними органами діяльності в корпоративних та особистих інтересах; монополюсно-олігархічна, низькотехнологічна, ресурсовитратна економічна модель; деформоване державне регулювання і корупційний тиск на бізнес. На наш погляд, саме ці загрози є основними чинниками небезпеки підприємницькій діяльності в Україні, що потребує швидкого запровадження дієвих механізмів їх нейтралізації.

Відтак, роль держави у формуванні системи економічної безпеки можна розглядати як систематичну діяльність з подолання так званих, “ринкових невдач”, що спрямована на парето-вдосконалення. В сучасному українському контексті пріоритетними напрямками такої діяльності, на нашу думку, слід виділити: боротьбу з корупцією та вдосконалення інститутів; впровадження механізмів побудови інноваційної моделі економіки; формування політики нарощення та підвищення якості трудових ресурсів; формування правового поля для підвищення інвестиційної привабливості національної економіки; формування політики захисту бізнес-інформації від кібер-атак.

### **Список використаних джерел:**

1. Стратегія національної безпеки України. Указ Президента України від 26 травня 2015 року № 287/2015. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>
2. Аджемоглу Д. Чому нації занепадають. Походження влади, багатства та бідності / Д. Аджемоглу, Дж. Робінсон / пер.з англ. – 2-ге вид., випр. –К.: Наш формат, 2017. -440 с.
3. Стігліц Дж.Е. Економіка державного сектора / Дж. Е. Стігліц –пер. з англ. –К.: Основи, 1998.

## ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ДАНИХ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

***Чавичалов Ігор Ігорович***

аспірант, Державний вищий навчальний заклад  
«Український державний хіміко-технологічний університет»

***Куцинська Марія Володимирівна***

кандидат економічних наук, доцент  
кафедри економіки промисловості та організації виробництва  
Державний вищий навчальний заклад  
«Український державний хіміко-технологічний університет»

Сьогоднішній етап трансформації підходів до здійснення діяльності суб'єктами господарювання за сучасних умов функціонування економіки України висуває вимоги щодо удосконалення існуючих механізмів управління підприємствами різних галузей та стосовно удосконалення інформаційного забезпечення, на основі даних якого менеджери різних рівнів управління мають приймати зважені рішення щодо обрання напрямків подальшої діяльності суб'єктів господарювання з метою їхнього розвитку та отримання максимальних результатів діяльності. Невід'ємною складовою таких удосконалень виступає перегляд підходів до формування стратегії розвитку підприємства та, відповідно, створення інформаційного забезпечення, за сучасних умов яким, все частіше, виступає підсистема стратегічного управлінського обліку підприємства.

У науковій та спеціальній літературі питанням створення інформаційного забезпечення формування стратегії розвитку підприємства за сучасних умов функціонування, зокрема, використанню даних підсистеми стратегічного управлінського обліку, приділяється увага. Так, аналізуються підходи дослідників до виділення інструментів стратегічного управлінського обліку з метою розробки методики побудови стратегічного управлінського обліку в системі стратегічного менеджменту підприємства [1], розглядаються особливості сучасної системи управління інноваційним розвитком підприємства [2], формуються науково-методичні засади організації стратегічного управлінського обліку в рамках системи обліково-аналітичного

забезпечення управління підприємством [3], обґрунтовуються рекомендаційні вимоги до формування стратегії розвитку підприємства, а також головні задачі, які необхідно вирішувати в процесі формування стратегії розвитку підприємства [4], досліджується трансформація понять «стратегія» і «розвиток» підприємств [5], аналізуються основні базові стратегії розвитку суб'єктів господарювання, розглядаються їх переваги та недоліки у застосуванні в діяльності вітчизняних підприємств [6] та ін.

Загалом слушно зазначити, що у науковій та спеціальній літературі питанням та проблемам створення інформаційної бази для формування та обґрунтування стратегії розвитку підприємств за сучасних умов функціонування приділяється достатньо уваги. Однак, майже відсутні дослідження, які б враховували особливості функціонування підсистеми стратегічного управлінського обліку задля цілей інформаційного забезпечення процесу формування стратегії розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням їхньої галузевої приналежності. Крім цього, використання майже всього інструментарію стратегічного управлінського обліку базується на методиках та підходах, які побудовані за тими принципами, що застосовуються закордоном. Отже, для формування сучасної інформаційної системи управління українськими підприємствами важливого значення набувають питання перепрофілювання існуючої підсистеми стратегічного управлінського обліку у напрямку удосконалення його інструментарію у відповідності до сучасних реалій функціонування українських суб'єктів господарювання різних галузей економіки з метою формування дієвої стратегії розвитку.

Загальновідомо, що процес формування стратегія – це визначення основних довгострокових цілей здійснення діяльності суб'єкта господарювання, а також напрямків такої діяльності та вибір для досягнення окреслених цілей відповідного інструментарію.

Безпосередньо стратегія розвитку виступає складовою частиною загальної стратегії управління діяльністю підприємства, формування якої передбачає, що здійснення діяльності підприємством є процесом динамічним. Перш за все, стратегія розвитку передбачає зосередження уваги керівництва підприємства на тих напрямках діяльності та розвитку, здійснення яких приносить у майбутньому отримання найбільш значущих результатів, зокрема, отримання максимально можливих прибутків та збільшення вартості бізнесу, на визначенні конкурентних

переваг підприємства з метою досягнення динамічності розвитку, на питаннях проведення релевантного аналізу «проблемних місць» у діяльності підприємства, а також передбачає наявність гнучкого інструментарію для запровадження у практичну діяльність підприємства складових стратегії розвитку.

Будь-яка стратегія, зокрема й стратегія розвитку, має обов'язкові складові елементи, серед яких важливе місце займають бюджетний кошторис та відповідна фінансова та управлінська звітність. Для їхнього формування доцільно використовувати саме інструментарій стратегічного управлінського обліку.

На сьогоднішній день в українському нормативно-правовому полі відсутнє визначення поняття «стратегічний управлінський облік». У нормативних документах СІМА наводиться таке визначення зазначеного поняття: форма управлінського обліку, в якій акцент робиться на інформації, що відноситься до зовнішніх факторів по відношенню до підприємства, а також на нефінансовій інформації та інформації, що сформована у межах підприємства [7, с. 54]. Слушно погодитися з думкою автора дослідження [1], що це визначення є досить узагальненим, оскільки визначає лише параметри облікової інформації. Загалом, аналізуючи існуючі в науковій та спеціальній літературі підходи до трактування поняття «стратегічний управлінський облік», можна відзначити, що на сьогоднішній день це дискусійне питання, котре потребує, перш за все, визначення конкретних необхідних компонент і вимог до формулювання цього поняття. Для цього можливо використати підхід, запропонований до визначення сутності безпосередньо управлінського обліку [8]. При цьому, також доцільно зазначити, що за сучасних умов функціонування економіки світового простору в цілому стратегічний управлінський облік виступає підсистемою у межах системи обліку підприємства та загалом інформаційної системи суб'єкта господарювання, виконуючи функції інформаційного забезпечення під час здійснення стратегічного управління діяльністю підприємства. Отже, під час здійснення процесу управління підприємством з метою обґрунтування стратегії його розвитку важливого значення набувають питання раціональної організації функціонування підсистеми стратегічного управлінського обліку підприємства та відбору оптимальних його інструментів та методів для формування конкретних складових частин стратегії розвитку суб'єкта господарювання.

Базуючись на результатах проведеного аналізу теоретико-методичних основ ведення стратегічного управлінського обліку, слушно зазначити, що під час формування стратегії розвитку, зокрема бюджетного кошторису, економічних обґрунтувань фінансування сформованих напрямків та конкретних форм звітності, на основі даних підсистеми стратегічного управлінського обліку підприємства доцільно використовувати серед різноманіття його інструментів та методів такий інструментарій, а саме:

- методи калькулювання (зокрема, калькулювання собівартості за замовленнями, калькулювання собівартості за процесами, методи розподілу витрат, калькулювання витрат за видами діяльності, змішану систему калькулювання собівартості продукції з урахуванням розміщення обладнання за технологічним принципом або за типом продукції, калькулювання собівартості комбінованих та побічних видів продукції, калькулювання собівартості продукції з повним розподілом витрат, калькулюванням собівартості продукції за змінними витратами, калькулюванням собівартості продукції за нормативними витратами, калькулювання витрат повного життєвого циклу продукції, цільове калькулювання собівартості продукції, калькулювання собівартості продукції за системою Kaizen-costing тощо);

- методи побудови бюджетів (зокрема, метод «знизу вгору», метод «зверху вниз», ітеративний метод, нуль-базис бюджетування (ZBB) тощо);

- інструментарій аналізу беззбитковості;

- інструментарій ціноутворення, зокрема, трансфертного ціноутворення (формування трансфертних цін на основі ринкових цін, формування трансфертних цін на основі маржинальних витрат, формування трансфертних цін на основі договірних цін, трансфертне ціноутворення з подвійними ставками, встановлення трансфертної ціни за маржинальними витратами з урахуванням фіксованої надбавки тощо);

- методи нормування витрат;

- інструментарій ABC-аналізу;

- методи обліку витрат (зокрема, Activity Based Costing, Direct costing, Standart costing, Absorption costing, ABC-costing, LC-costing, Target costing тощо);

- інструментарій щодо виокремлення центрів відповідальності та оцінки їхньої діяльності (зокрема, центрів інвестицій, центрів доходів,



центрів витрат, центрів маржинального доходу, центрів прибутку, змішаних центрів відповідальності);

- методи оцінки інвестицій (зокрема, статичні методи оцінки інвестицій, динамічні методи оцінки інвестицій);

- інструментарій імітаційного моделювання (зокрема, метод Монте-Карло (метод статистичних випробувань), метод імітаційного моделювання (статистичне моделювання), імітаційне ігрове моделювання, агентне моделювання, метод дискретного моделювання, системну динаміку тощо);

- методи лінійного програмування (зокрема, симплексний метод, транспортний метод тощо);

- систему збалансованих показників (The Balanced Scorecard) (за відповідними блоками, що характеризуються важливі складові діяльності підприємства під час обґрунтування стратегії розвитку, а саме: фінанси, клієнти, внутрішні процеси, інновації та зростання);

- підходи комплексного управління якістю (TQM);

- метод бенчмаркінгу;

- інструментарій щодо формування звітності за даними підсистеми стратегічного управлінського обліку (зокрема, використання класичних елементів методу бухгалтерського обліку) та ін.

### **Список використаних джерел:**

1. Бруханський Р. Побудова методики стратегічного управлінського обліку на підприємстві / Р. Бруханський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2014. – №9. – С. 27-36.
2. Писарчук О.В. Місце стратегічного обліку в системі управління інноваційним розвитком сучасного підприємства / О.В. Писарчук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Випуск 17. – С. 870-874.
3. Власова О.Є. Науково-методичні засади організації стратегічного управлінського обліку в рамках системи обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством / О.Є. Власова // Комунальне господарство міст. – 2015. – Випуск 119. – С. 101-106.
4. Сердюк Б.М. Основи формування стратегії розвитку підприємства / Б.М. Сердюк, І.С. Усатенко // Сучасні проблеми економіки та підприємництва. – 2011. – Випуск 8. – С. 120.-124.

5. Баланович А.М. Теоретико-методичні засади формування стратегії розвитку підприємства / А.М. Баланович // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Випуск 8. – Частина 2. – С. 77-81.
6. Боярська М.О. Аналіз стратегії розвитку підприємства / М.О. Боярська // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Випуск 5. – С. 306-310.
7. CIMA Official terminology. 2005 Edition. – London: CIMA Publishing, 2005. – 114 p.
8. Куцинська М.В. Підхід до визначення сутності управлінського обліку / М.В. Куцинська // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ: збірник наукових праць. – 2010. – № 2 (22). – С. 43-48.

## СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ

***Біла Ірина Василівна***

викладач комерційних дисциплін

Криворізький державний комерційно-економічний технікум

Реклама є найважливішим елементом маркетингових комунікацій, але сучасний ринок відрізняється великою кількістю конкурентів, тому, зазвичай, однієї реклами недостатньо для успіху. Сучасний споживач в умовах жорсткої конкуренції досить вимогливий. А це означає, що бренд перетворюється на центр рекламної кампанії будь-якого підприємства. Завдяки йому налагоджуються відносини – виробник-потенційний споживач. Кожен бренд на ринку має своє унікальне місце. Їх можна:

- купувати;
- продавати;
- брати або здавати в оренду;
- захищати на національному і глобальному рівні.

Бренд має свою індивідуальну цінність для кожного споживача товарів та послуг, адже він – рушійна сила ринку сучасності.

Головна мета теперішнього бізнесу – це зміна пріоритетів та глобалізація. Національні товаровиробники звичайно програють світовим корпораціям. Конкуренція з кожним днем стає все більш і більш жорсткою. Вона діє вже не між новими товарами та послугами, а між альтернативними моделями бізнесу. Зміни стосуються сутності організацій, а саме:

- невтримних витрат на маркетинг;
- створення брендів, злиття та поглинання яких супроводжуються скороченням вкладень у виробництво.

Роль сучасного маркетингу трансформується – лідером може стати лише та компанія, яка миттєво буде реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Більшість брендів - це не конкретне матеріальне виробництво, а лише штат управлінських працівників і нематеріальний актив, вибудований завдяки маркетинговій діяльності. Підприємства користуються «джерелами» товарів, так само як видобувні підприємства –

джерелами природних ресурсів. Тому постає питання: «Завдяки чому ж зростає привабливість бренду?», щоб відповісти на це питання, необхідно зрозуміти, що робить бренд цікавим та привабливим для споживача. А відповідь лежить на поверхні – це достовірна інформація та чесна рекламна кампанія, збіг думок, слів і вчинків продавця та покупця, харизма, переконливість, заповзятливість, надійність, оригінальність. Це і є секрет привабливості брендів. Найкращі бренди надихають і заспокоюють споживача, допомагають зростати, додають впевненості тощо.

Так, наприклад, у розвинених країнах світу все більшої популярності набирають бренди використання органічної і біологічної упаковки, що розкладається. Розробкою упаковки та пластику, що стовідсотково розкладається займаються у всьому світі. Найбільших успіхів досягли компанії: Eastman Chemical, Bayer, BASF, DuPont, Metabolix, Environmental Polymers Group, Cargill Dow.

Але на сьогоднішній день це не є стовідсотковим вирішенням екологічних проблем. Крім використання еко-упаковки, ще одним вдалим рішенням може виявитися вихід для утилізації самої упаковки. Наприклад, вчені в Японії вже вивели бактерію, яка їсть пластмасу.

Сучасний споживач прагне купувати продукцію, яка не шкодить навколишньому середовищу. Тому, наступним значущим еко-трендом стало відкриття магазинів без упаковки. Плюси очевидні – це безпечно та економно.

У сфері виробництва постає питання відмови від масового виробництва, на зміну якому повинен прийти новий тип виробництва, що докорінно змінить мету самого процесу. На перший план виходить завдання виготовлення виробу, який буде потрібен лише конкретному споживачеві, і в тій кількості, яка йому потрібна.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин відбулося зміщення пріоритетів від «функціональних» до «інноваційних» продуктів. Інноваційні продукти - це останнє слово техніки або моди, попит на які дуже важко передбачити. Їх життєвий цикл значно коротше. Це дає виробнику можливість отримати відносну свободу від конкуренції, а тим самим підвищити рівень рентабельності. Сучасні телекомунікаційні засоби (наприклад, Інтернет) дозволяють налагодити індивідуальний контакт з клієнтом. Сучасний маркетинг – це маркетинг взаємовідносин.

Отже, сучасні бренди зможуть досягти успіху лише тоді, коли докорінно трансформуються. У протилежному випадку вони просто зникнуть з ринку, тому що сучасний маркетинг - це:

- творчість;
- чітка організація і управління;
- використання інноваційних маркетингових технологій.

Успішні компанії завжди повинні:

- проводити моніторинг тенденцій;
- розробляти сценарії розвитку подій;
- враховувати зміни та планувати відповідні заходи.

Підприємствам сьогодні необхідно на постійній основі освоювати нові навички, серед яких на перший план виходять:

- створення бренду;
- управління взаємовідносинами з клієнтами;
- пошук інформації з використанням баз даних;
- маркетинг вражень;
- аналіз прибутковості окремого товару;
- аналіз прибутковості сегмента ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: підручник для вузів/ Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. - К.: ЦУЛ, 2012. - 631 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд./ Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
3. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд/ Ю.В. Морозов. - М.: Дашков, 2016. - 148 с.

## **РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ ШЛЯХОМ ЗАСТОСУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ**

*Галямар Валентина Олександрівна*

викладач комерційних дисциплін

Криворізький державний комерційно-економічний технікум

В умовах розвитку економіки України, євроінтеграції та політичної кризи, на перший план виходять проблеми управління персоналом.

Сьогоднішня ситуація змушує створити певний механізм управління, який би дав змогу обмежити вплив небажаних чинників на діяльність підприємства. А це означає, що розуміння процесу побудови управлінського механізму виходить на перший план в сучасній управлінській науці.

Кризові умови розвитку держави диктують необхідність впровадження в практику підприємств сучасних та прогресивних підходів до управління. Такий варіант дозволить підвищити ефективність кожного підприємства та ефективність економіки країни в цілому. На даному етапі розвитку економічної середовища підприємницької діяльності, підприємствам усіх сфер необхідно не лише поглиблене вивчення теорії управління, а й розробка та впровадження практичних підходів.

Всім відомо, що персонал - це найголовніший ресурс підприємства. Саме від нього залежить успіх всієї організації.

У сучасному менеджменті застосовується певний набір термінів, який стосуються персоналу підприємства:

- трудові ресурси;
- людський фактор;
- кадри тощо.

Персонал – колектив працівників або сукупність осіб, що здійснюють трудові функції на основі трудового договору (контракту). Штат працівників і формується, і змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. Тому ефективне управління персоналом зможе забезпечити активізацію процесу розвитку праці на підприємстві.

Досвід розвинених європейських країн свідчить, що успіх компанії напряму залежить від ефективності її системи управління. А це означає, що менеджмент можна вважати складовою ринкового механізму, його головним елементом.

В управлінській науці розрізняють певні принципи, на яких базується процес управління персоналом, а саме:

- принцип науковості;
- принцип системності;
- принцип економічності;
- принцип ієрархічності та зворотного зв'язку;
- принцип узгодженості;
- принцип перспективності та прогресивності тощо.

Саме ці принципи і забезпечують основу ефективності управління. Але дане питання досліджено не всебічно, необхідно враховувати передумови, які б забезпечували підвищення ефективності управління персоналом у різноманітних ситуаціях. До них можна віднести:

- покращення змісту праці;
- гуманізацію праці;
- забезпечення сприятливих умов праці, враховуючи оптимізацію режиму праці та відпочинку;
- забезпечення безпеки різноманітних процесів;
- всебічне дослідження й розкриття здібностей та талантів працівників, ефективне застосування потенціалу персоналу;
- дослідження характеристик, які впливають на ефективність праці.

Виходячи з вищезначеного, можна сформуванати ефективну систему методів управління, яка зможе значно підвищити ефективність діяльності підприємства. До неї ми можемо віднести наступні показники:

- створення сприятливих умов праці, дотримання стандартів та норм, підвищення якості продукції за оптимальної собівартості;
- мінімізація затрат ресурсів, живої праці з підвищенням рентабельності та зменшенням собівартості;
- прискорене впровадження досягнень науки й техніки та продуктивності праці, підвищення показників використання основних фондів.

Підсумовуючи викладений матеріал, можна стверджувати, що формування ефективної системи методів управління можна досягти, якщо:

- оптимізувати зайнятість кадрів на підприємстві;
- досягти відповідності потенціалу персоналу вимогам робочого місця або посади;
- забезпечити горизонтальну та вертикальну ротацію кадрів.

Все це дозволить підвищити ефективність управління підприємством в кожному окремому випадку та ефективність економіки держави в цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навч. Посібник. – Київ.: «Кондор», 2006. – 42 с.

2. Балабанова Л.В. Управління персоналом: Навч. посібник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. - К.: Професіонал, 2006. - 512 с.
3. <http://www.nbu.gov.ua>.
4. [www.info-library.com.ua](http://www.info-library.com.ua).
5. [poglyad.com](http://poglyad.com).

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ**

***Зизич Юрій Романович***

студент (магістрант), Факультет туризму та міжнародних комунікацій, Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет»

Нові цифрові методи обробки та використання інформації стають основним джерелом підвищення результативності та ефективності маркетингової діяльності. В умовах інформатизації суспільства, Інтернет та інші цифрові канали змінюють форми і методи маркетингової діяльності, стають поштовхом для появи нової форми маркетингової діяльності — цифрового маркетингу (англ. digital marketing).

Цифровий маркетинг – загальний термін, який використовується для визначення маркетингу товарів та послуг, що використовує цифрові технології для залучення нових клієнтів та їх утримання [3].

Стрімкий розвиток цифрових медіа сприяв появі нових можливостей для маркетингу та реклами. Широке розповсюдження мобільних приладів, які мають доступ до цифрових каналів, привело до експоненціального зростання цифрової реклами.

Цифрові канали допомагають швидко поширювати інформацію, стають основною рекламною платформою. Окрім цього, споживачі продукту можуть залишити певні коментарі, поділитися власним досвідом, вказати на недоліки чи переваги продукту, отримати онлайн консультацію, висловити подяку за якісно надані послуги чи виготовлені продукти.

Основне завдання цифрового маркетингу – формування стратегії просування суб'єкта чи його товару через цифрові канали.



Сьогодні цифровий маркетинг використовує п'ять цифрових каналів: мережа Інтернет, локальні мережі (Екстранет, Інтранет), мобільні пристрої, цифрове телебачення, інтерактивні екрани та POS-термінали.

Для підприємств готельного бізнесу використання цифрового маркетингу є незамінним інструментом забезпечення конкурентоспроможності в сучасному світі.

Рейтинг методів цифрового маркетингу за частотою використання в готельному бізнесі виглядає наступним чином: перше місце — SEO (оптимізація сайту у пошукових системах) — цей метод застосовують 90% підприємств; друге місце — SMM (маркетинг соціальних мереж) і SMO (оптимізація для соціальних мереж) — 75% підприємств; третє місце — контекстна реклама — 60% підприємств; четверте місце — SEM (пошуковий маркетинг) — 35% підприємств [1].

Потенційний гість готелю – людина, яка вже не може без смартфона та Інтернету, а інформаційні технології дозволяють їй, не виходячи з дому, вивчати інформацію про готелі на сайтах, бронювати номери, купляти квитки і т. д [4].

Цифровий маркетинг має ряд особливостей, які при правильному підході можуть стати перевагами, а при неправильному – завдати готельному підприємству значних збитків [2].

Цільова аудиторія сприймається як сукупність індивідуумів. Навіть, якщо мільйони користувачів володіють однаковими цифровими пристроями, є можливість взаємодіяти з кожним з них як з окремо взятою людиною зі своїми звичками та вподобаннями. Тобто, однією з особливостей цифрового маркетингу є те, що він не відповідає масовому підходу і має чітку адресність.

Ще одна особливість – дані в цифровому маркетингу відходять від більш звичної та зручної демографічної інформації і розширюються в бік психографічної та поведінкової.

Швидкість розповсюдження інформації у сучасному світі створює ще одну особливість цифрового маркетингу. Смартфоном сьогодні володіє кожен другий. Завдяки цьому не лише клієнти, але й конкуренти можуть миттєво дізнаватися про всі дії один одного. Це дозволяє їм майже миттєво відтворити дії та нововведення з урахуванням своїх особливостей. В результаті перевага буде на боці тієї компанії, яка ефективніше

керуватиме своїми маркетинговими ресурсами, ефективніше збиратиме і аналізуватиме дані.

Таким чином, можна зробити висновок, що використання цифрового маркетингу в управлінні готелем, підвищує його конкурентоспроможність, якість надаваних послуг, що позитивно впливає на імідж підприємства, збільшуючи потік постійних клієнтів, що відповідно гарантує отримання прибутку підприємством. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств готельного господарства свідчить, про єдиний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції та сучасного інформаційного простору при активному використанні цифрового маркетингу у поєднанні із готовністю готелів до інновацій, креативності та нововведень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Портал готиничного и ресторанного бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/>
2. Косенко О.В. Особливості використання цифрового маркетингу в сучасних умовах / О.П. Косенко, Є.В. Грабовенко, Ф.М. Плотніков // Вісник НТУ «ХП». – 2014. – Вип. 34(1077). – С. 121–127.
3. Матвіїв М.Я. Формування цифрового маркетингу підприємств [Текст] / М.Я. Матвіїв // Ефективність державного управління – Л. : 2014. – Вип. 41. – С. 252-261.
4. Черномазюк А.Г. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу / А.Г. Черномазюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 5. – С. 269–272.

---

Науковий керівник: Годя Іван Михайлович, кандидат економічних наук, доцент, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ЗА SCRUM-ПІДХОДОМ

***Кулініч Тетяна Володимирівна***

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту організацій  
Національний університет «Львівська політехніка»

***Болібрux Лідія Іванівна***

студентка 4 курсу Інституту економіки і менеджменту  
Національний університет «Львівська політехніка»

«Scrum», як спортивний термін, що зародився як елемент відновлення гри в регбі, в 1986 р. 2-ма практиками Гіротакую Такеучі та Ікуджіро Нонака був перенесений у сферу управління проектами. Пізніше як підхід розповсюдився по цілому світу і продовжує набирати популярності. Scrum – це методологічний підхід до реалізації швидких і ефективних проектів, який базується на принципах тайм-менеджменту і має свої особливості. Джефф Сазерленд, який вперше задокументував та визначив основні елементи даного підходу, зазначає, що Scrum дозволяє «робити вдвічі більше за менший час», а ринкова вартість Scrum-послуг в Україні на 2017 рік становить від 3000 USD [1]. То ж як функціонує даний підхід і в чому полягають його особливості?

Насамперед важливим є вибір власника результатів проекту (продукту), який зможе сформулювати його візію, буде чітко усвідомлювати, що можливо зробити чи створити, а що – ні, та які ризики й відповідальність за собою несе його реалізація (виведення на ринок даного продукту).

Команда, яка створюватиме продукт для замовника, не повинна бути великою: з оптимальною кількістю учасників – 3-9 людей. Власне, обмежений склад виконавців уже суперечить правилам організації робіт над проектами на підприємствах, які функціонують в Україні та за кордоном, оскільки часто штат працівників є в декілька разів більшим, ніж того вимагає результат їхньої роботи. Тобто залучення до робочого процесу великої кількості працівників не є ефективним, а навпаки сповільнює досягнення поставленої цілі; відбувається дублювання

посадових обов'язків, витрати на оплату праці є значно більшими. Тоді як Scrum наголошує на тому, що в команді повинні бути лише працівники, які мають всі необхідні знання, є компетентними у своїй сфері діяльності, наділені комунікативними навичками та здатні до саморозвитку [2].

Вибір Scrum-майстра є одним із ключових елементів даного підходу, оскільки він несе основну відповідальність за процес виконання замовлення, навчає команду та допомагає їй якісно виконувати свої завдання у зазначені терміни. Scrum-майстер – це менеджер, який створює всі сприятливі умови для функціонування Scrum-команди.

Сформований перелік етапів розробки проекту чи продукту (backlog) з урахуванням пріоритетів повинен бути вивченим кожним учасником команди з найбільшою уважністю та деталізацією, оскільки результати виконання кожного етапу мають бути підготовленими для демонстрації та оцінювання (замовником, майстром, ін. учасниками). Важливим є розуміння та усвідомлена оцінка працівниками не тільки результатів, але й своїх професійних можливостей, повноти інформації, дотримання графіку виконання цих етапів. Учасники разом із Scrum-майстром повинні визначити кількість спринтів (sprint), тобто сталих відрізків часу максимум до 1 місяця, які міститимуть певну кількість завдань із переліку етапів розробки проекту. Виконання спринтів оцінюється балами, які враховують всіх завдання. Рекомендується, щоб сума балів за кожний наступний спринт була більшою, тобто учасники в кожному наступному спринті повинні працювати ефективніше. При цьому процес планування не повинен займати більшу частину часу всієї розробки продукту (проекту) [3].

Встановивши терміни спринту, команда може працювати покладаючись на себе (як вважає за потрібне), проте умови і терміни виконання спринта мають бути дотримані. Задля візуалізації робочого процесу формується спеціальна дошка із переліком завдань та трьома колонками: «Виконати», «Виконується», «Виконано». Таким чином учасники можуть самі себе контролювати. Проте найважливішим етапом усієї методики Scrum є щоденні наради, які тривають до 15 хвилин і на яких учасники відповідають на 3 запитання: «Що ви зробили вчора задля виконання спринта?», «Що ви робитимете сьогодні?», «Чи існують перешкоди, що заважають досягненню мети спринта?» Обговоривши це,

учасники отримують уявлення про стан і просування роботи, а Scrum-майстер – про потреби усунення перешкод.

Цікавим елементом Scrum є демонстрації спринту, які відбуваються після його закінчення. На такий огляд може прийти будь-хто, не лише клієнт чи безпосередні учасники процесу. Суть демонстрації полягає в тому, що після неї учасники обговорюють: що зроблено не так, що можна вдосконалити прямо зараз, а що у наступному спринті; в чому полягає проблема (але без вибору «винних» за невдачі). Завершити обговорення учасники повинні вибором одного покращення, яке вони здійснять у наступному спринті [4].

Продовжуючи працювати у такому ж темпі з постійно зростаючою ефективністю, команди досягають поставлених цілей значно швидше, ніж у традиційних моделях управління проектами. Scrum дає можливість не марнувати час, а досягати реальних результатів.

Світова практика вражає кількістю підприємств, які застосовують цей метод. В Україні Scrum не є таким популярним, проте вже існує декілька компаній на ринку послуг, які пропонують Scrum-тренінги, допомогу Scrum-майстрів у розробці проектів та співпрацюють як із вітчизняними фірмами-замовниками, так і з закордонними. Оскільки в Україні кожна сфера діяльності потребує специфічного вдосконалення управління її проектами, то Scrum може стати необхідним елементом такого управління. Крім цього потрібно зазначити, що даний метод можна застосовувати не лише до проектного менеджменту, а й до будь-яких сфер життя людини [5]. Цей універсальний управлінський підхід здатний допомогти вітчизняним компаніям досягти успіху та підвищити їх конкурентоспроможність на світовому ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Jeff Sutherland; Ken Schwaber Scrum Guides-  
<http://www.scrumguides.org/>(2013).
2. What is Scrum? - URL: <https://www.scrum.org/> (2016).
3. Story Points: Why are they better than hours? - URL: [www.Scruminc.com](http://www.Scruminc.com) (2013).
4. Scrum. - URL: <https://tim.com.ua> (2009).
5. Learn About Scrum. - URL: <https://www.scrumalliance.org> (2016).

## **МОНІТОРИНГ ПОДАТКОВИХ НАКЛАДНИХ ШЛЯХОМ ОЦІНКИ СТУПЕНЯ РИЗИКІВ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ПОПЕРЕДНЬОГО КОНТРОЛЮ ПДВ**

*Білобровенко Тетяна Володимирівна*

старший викладач кафедри аудиту і економічного аналізу,  
Університет Державної фіскальної служби України

Ефективність попереднього і поточного контролю давно доведено в країнах Європейського Союзу. В Україні все ж таки переважає наступний контроль, який є менш ефективним, тому що зупинити незаконні схеми і дії вже неможливо, а можливо лише їх виявити.

Значним нововведенням з ПДВ є оцінка ступеня ризиків, достатніх для зупинення реєстрації податкової накладної (розрахунку коригування) в Єдиному реєстрі податкових накладних, яка здійснюється ДФС шляхом проведення постійного автоматизованого моніторингу відповідності податкових накладних (розрахунків коригування) цим Критеріям на основі Наказу Мінфіну від 13.06.2017 р. N566 «Про затвердження Порядку роботи комісії Державної фіскальної служби України, яка приймає рішення про реєстрацію податкової накладної (розрахунку коригування) в Єдиному реєстрі податкових накладних або відмову в такій реєстрації» [2]. Ефективність введення такого моніторингу ще важко оцінити, але він є попередньою формою податкового контролю ПДВ і дає можливість зупинити реєстрацію «ризикованої» податкової накладної.

Моніторинг здійснюється ДФС на підставі аналізу даних звітних показників платника податку, наявної податкової інформації, а також інформації, поданої платником податку, яка відображає специфіку господарської діяльності платника податку окремо за кожним видом економічної діяльності, якщо така інформація врахована комісією ДФС України, яка приймає рішення про реєстрацію податкової накладної (розрахунку коригування) в Єдиному реєстрі податкових накладних або відмову в такій реєстрації.

Починаючи з 01.07.2017 р. згідно з п. 201.16 ст. 201 Податкового кодексу[1] реєстрацію податкової накладної у ЄРПН може бути зупинено

у порядку, визначеному КМУ, якщо така податкова накладна відповідає сукупності критеріїв оцінки ступеня ризиків, достатніх для зупинення їх реєстрації у ЄРПН (далі — Критерії). Якщо за результатами перевірки ДФС встановлено, що податкова накладна (розрахунок коригування) відповідає одній з цих ознак, - така податкова накладна (розрахунок коригування) не підлягає Моніторингу. Не зупиняється реєстрація податкової накладної (розрахунку коригування) якщо:

1) податкова накладна не підлягає наданню отримувачу (покупцю) (здійснення операцій з постачання неплатникам ПДВ, при отриманні послуг від нерезидента, при здійсненні експортних операцій, зведені податкові накладні за щоденним підсумком реалізації).

2) податкова накладна складена за операцією, що звільнена від оподаткування.

3) обсяг постачання без ПДВ, в податкових накладних, зареєстрованих в поточному місяці, становить менше 500 тис. грн. та керівник - посадова особа такого платника податку займає аналогічну посаду не більше ніж у трьох діючих платників податків. За поточний період береться звітний період, в якому складена податкова накладна, що реєструється в ЄРПН.

4) загальна сума сплачених у 2016 р. єдиного внеску та податків і зборів платником становить більше 5 млн грн. Не беруться до уваги суми ПДВ, сплачені при ввезенні товарів на митну територію України (ця ознака використовується з 01.04.2017 р. до 01.01.2018 р.).

5) одночасно  $D > 0,05$ , а  $P < P_m \times 1,3$ , (1.1)

де  $D$  - розрахункова величина, яка дорівнює  $S/T$ ;

$S$  - загальна сума сплачених за останні 12 місяців сум єдиного внеску та податків і зборів (крім суми ПДВ при імпорті) платником податку;

$T$  - загальна сума постачання товарів/послуг на митній території України, що оподатковуються за основною ставкою та ставкою 7 %, за останні 12 місяців, за зареєстрованими податковими накладними;

$P$  - сума ПДВ в зареєстрованих у звітному періоді податкових накладних, з урахуванням поданої на реєстрацію податкової накладної;

$P_m$  - найбільша місячна сума ПДВ в зареєстрованих податкових накладних за останні 12 місяців.

Наказом № 654[3] внесено зміни до наказу №567, зокрема, пункт 6.1 Критеріїв викладено в новій редакції і вже з 12.08.2017 р. податкові накладні блокуються за оновленими критеріями.

Критерій 1:

1) обсяг постачання товару, зазначений у податковій накладній, у 1,5 рази більший залишку різниці обсягу придбання на митній території України такого товару (крім придбання товарів, які звільнені від оподаткування та підлягають оподаткуванню за нульовою ставкою) та/або ввезення на митну територію України такого товару, зазначеного з 01.01.2017 р. в отриманих податкових накладних, зареєстрованих в Реєстрі, і митних деклараціях, та обсягу постачання відповідного товару, зазначеного у податкових накладних, зареєстрованих з 01.01.2017 р.

2) переважання в такому залишку (більше 75 % загального такого залишку) товарів з кодами згідно з УКТ ЗЕД, які визначаються ДФС.

3) відсутність товару, зазначеного в податковій накладній, яка подана на реєстрацію в Реєстрі, в інформації, поданій платником податку за встановленою формою, як товару, що на постійній основі постачається (виготовляється). Мається на увазі Таблиця даних платника податку, що є додатком до Критеріїв. Зупинення реєстрації податкової накладної за цим критерієм здійснюється за умови, що сума ПДВ, зазначена в зареєстрованих у звітному (податковому) періоді податкових накладних, з урахуванням податкової накладної, поданої на реєстрацію в Реєстрі, більша за середньомісячну суму сплачених за останні 12 місяців єдиного внеску та податків і зборів (крім суми ПДВ при імпорті) платником податку та його відокремленими підрозділами.

Критерій 2: відсутність (анулювання, призупинення) ліцензій, виданих органами ліцензування, які засвідчують право суб'єкта господарювання на виробництво, експорт, імпорт, оптову і роздрібну торгівлю підакцизними товарами (продукцією), стосовно товарів, які зазначені платником податку у податковій накладній, поданій на реєстрацію в Реєстрі.

Якщо за результатами моніторингу буде визначено, що податкова накладна (розрахунок коригування) відповідає будь-якій одній із умов, наведених в цих Критеріях, реєстрація такої накладної (розрахунку) буде зупинена. У разі зупинення реєстрації податкової накладної (розрахунку коригування) в ЄРПН, платнику податку протягом операційного дня



контролюючий орган в автоматичному режимі надсилає квитанцію про зупинення реєстрації такої податкової накладної (розрахунку коригування).

Платник податку, який отримав квитанцію про зупинення реєстрації податкової накладної (розрахунку коригування) в Реєстрі, має право подати на розгляд Комісії ДФС інформацію за встановленою формою щодо: видів економічної діяльності відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД ДК 009:2010); кодів товарів згідно з УКТ ЗЕД, що на постійній основі постачаються (виготовляються) та/або придбаваються (отримуються) платником податку; кодів послуг згідно з Державним класифікатором продукції та послуг (ДК 016-2010) (далі-ДКПП), що на постійній основі постачаються (виготовляються) та/або придбаваються платником податку.

Така інформація подається виключно в електронному вигляді у вигляді Таблиці даних платника податку, яка є додатком до Критеріїв. Подання Таблиці для платника податку є можливістю упередження зупинення реєстрації податкових накладних(розрахунків коригування) за ідентичними операціями. При правильному заповненні платником Таблиці і прийнятті Комісією ДФС в подальшому реєстрація податкових накладних з зазначеними кодами згідно УКТ ЗЕД/ДКПП не зупинятиметься. При отриманні квитанції про зупинення, платник податку має право подати на розгляд комісії ДФС України письмові пояснення та/або копії документів. Таке право зберігається за платником протягом 365 календарних днів, що настають за датою виникнення податкового зобов'язання, відображеного у податковій накладній, реєстрацію якої зупинено. Наказом № 567 [2] затверджено вичерпний перелік документів, достатніх для прийняття рішення про реєстрацію податкової накладної (розрахунку коригування) в Єдиному реєстрі податкових накладних: договори, у тому числі зовнішньоекономічні контракти, з додатками, листування з контрагентами; договори, довіреності, акти керівного органу платника податку, якими оформлені повноваження осіб, які одержують продукцію в інтересах платника податку для провадження господарської операції; первинні документи щодо постачання/придбання товарів/послуг, зберігання й транспортування, навантаження, розвантаження продукції, складські документи (інвентаризаційні описи), у тому числі рахунки-фактури/інвойси, акти приймання-передавання товарів (робіт, послуг) з

урахуванням наявності певних типових форм та галузевої специфіки, накладні; розрахункові документи, банківські виписки з особових рахунків; документи щодо підтвердження відповідності продукції (декларації про відповідність, паспорти якості, сертифікати відповідності), наявність яких передбачена договором та/або законодавством.

Для унеможливлення впливу людського фактору на процес приймання документів МФУ внесено зміни до діючого наказу, якими передбачено подання повідомлень та документів на підтвердження реальності операцій по зупиненим податковим накладним виключно в електронному вигляді. Пояснення подається у вигляді Повідомлення щодо подачі документів про підтвердження реальності здійснення операцій по відмовленим податковим накладним за формою J(F)1312601. Сформувати та направити Повідомлення з додатками можна: через особистий кабінет електронного сервісу, вхід до якого здійснюється за адресою: [cabinet.sfs.gov.ua](http://cabinet.sfs.gov.ua); через офіційний веб-портал ДФС України за допомогою безкоштовного програмного забезпечення ДФС. Перша квитанція, яку отримує платник, підтверджує передачу платником документа в електронному вигляді, у другій квитанції визначається статус документу (Прийнято/Не прийнято).

Станом на 1 вересня зареєстровано майже 40,6 млн. податкових накладних на суму ПДВ понад 225,3 млрд. грн. За даними ДФС України за період роботи системи зупинена реєстрація 201,2 тис. податкових накладних на суму 3,1 млрд. грн. Це становить 0,5 % до загальної кількості податкових накладних, що реєструвалися. Порівняльний аналіз свідчить, що бізнес все ж таки має можливість відповідати чітко визначеним наказом Мінфіну критеріям, а отже і реєструвати свої накладні. Тільки за час її роботи в тестовому режимі – з квітня по липень – економічний ефект сягнув 7 млрд. грн., які додатково буди перераховані в державний бюджет, в штатному режимі – 3,5 млрд. грн. Крім того, введення системи дає можливість бізнесу вчасно отримувати відшкодування ПДВ - в повному обсязі та в порядку черговості.

В той же час система, і, зокрема, критерії оцінки ступеня ризику, потребують постійного вдосконалення, адже несумлінні платники, не стоять на місці, а намагаються пристосуватися, постійно шукаючи шляхи обходу системи.

### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-VI (із змінами і доповненнями) [Електронний ресурс].–Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Про затвердження Порядку роботи комісії Державної фіскальної служби України, яка приймає рішення про реєстрацію податкової накладної/ розрахунку коригування в Єдиному реєстрі податкових накладних або відмову в такій реєстрації: наказ МФУ від 13.06.2017 р. N566.- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua).
3. Про внесення змін до наказу Міністерства фінансів України від 13 червня 2017 року №567: наказ МФУ від 21.07.2017 №654. [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http: // http://sfs.gov.ua/diyalnist-/regulyatorna-politika-/regulyatorna-politika/2017-rik/72297.html](http://sfs.gov.ua/diyalnist-/regulyatorna-politika-/regulyatorna-politika/2017-rik/72297.html).

## ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*Бандюк Анна Миколаївна*

студентка групи ОА-14,

Центральноукраїнський національний технічний університет

Загальна спрямованість аналітичного дослідження, обґрунтованість висновків та пропозицій за результатами аналізу значною мірою залежать від раціональної організації його проведення. Під організацією економічного аналізу розуміють систему заходів із забезпечення ефективності, організованості, плановірності, обдуманого упорядкування дослідження об'єкта, а також дотримання внутрішньої дисципліни [1, с. 33].

Теоретичні, методичні та практичні проблеми організації економічного аналізу на підприємстві досліджені в наукових працях Ф.Ф. Бутинця, І.П. Житної, Г.І. Купалової, Є.В. Мниха, Г.В. Савицької, М.Г. Чумаченка, С.І. Шкарабана та інших. Проте в умовах конкретного підприємства доцільно визначити особливості організації аналізу його господарської діяльності, у процесі проведення якої виникає низка питань, що потребують вирішення.

Організація аналітичної роботи на підприємстві включає: розробку загальних засад і порядку проведення аналізу; планування робіт; матеріально-технічне, науково-методичне та кадрове забезпечення; керівництво процесом виконання аналітичних робіт; оформлення результатів аналізу; контроль за впровадженням розроблених заходів у господарську діяльність.

Першочергово необхідно скласти план і програму аналізу. Проведення комплексного аналізу підприємства потребує також розробки і використання системи показників, які б могли забезпечити всебічний розгляд об'єкта аналізу, а саме – оцінити його стан, динаміку та ефективність господарювання, виявити невикористані можливості досягнення кращих результатів.

Однією з основних проблем організації економічного аналізу на підприємствах України є недосконалість законодавчої бази, недостатність інформації в офіційних джерелах, слабе використання підприємцями аналітичного та інформаційного ресурсу внаслідок нерозуміння важливості інформаційних технологій, відсутності необхідних знань і навичок. Так, якщо 91% менеджерів у Франції і 95% у США визнають інформацію визначальним фактором, що впливає на прийняття рішень, то в Україні їх у 3–3,5 рази менше [2, с. 276].

Якість економічного аналізу значною мірою залежить від його методичного й інформаційного забезпечення та якості інформаційних ресурсів. Тому для покращення рівня організації проведення аналізу необхідно: напрацювати широку інформаційну базу про внутрішнє і зовнішнє середовища; використовувати інформацію не тільки по об'єкту, що аналізується, а й по інших об'єктах; визначати резерви підвищення ефективності господарювання; здійснювати факторний аналіз чинників, що впливають на стан та розвиток господарської діяльності.

Аналіз та оцінка господарської діяльності із використанням викладених вище засад сприятимуть забезпеченню комплексного, системного підходу у проведенні досліджень, збагаченню існуючих наукових методологічних підходів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Економічний аналіз діяльності промислових підприємств [Текст] / за ред. С.І. Шкарабана, М.І. Сапачова. – Тернопіль: Астон, 1999. – 405с.
2. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу / Навч. посіб. – К.: Знання, 2008. – 639 с.

---

Науковий керівник: Лисенко Алла Миколаївна, канд. екон. наук, доцент,  
Центральноукраїнський національний технічний університет

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Захарченко Юлія Петрівна*

студентка групи ОА-14,

Центральноукраїнський національний технічний університет

Інформаційне забезпечення на сучасному етапі розвитку соціуму спричиняє прийняття об'єктивних управлінських рішень в умовах динамічних змін та впливу сукупності внутрішніх і зовнішніх чинників на формування результатів господарювання. Саме тому особливо актуальним є розуміння механізмів використання інформації у процесі здійснення економічного аналізу як елементу тактичного та стратегічного управління підприємством.

Питання інформаційного забезпечення економічного аналізу розкриваються такими науковцями, як Г.І. Борбуль, Г.Р. Громов, В.В. Іванова, Г.В. Савицька, М.Я. Коробов, Т.П. Круп'як та ін. Попри те, що багато вчених досліджували питання інформаційного забезпечення економічного аналізу, сучасний стан його розвитку має на меті розробку нових концепцій, спрямованих на підвищення якості інформації та ефективності її використання.

Метою дослідження є огляд складових інформаційного забезпечення в контексті здійснення аналізу господарської діяльності підприємства.

Економічний аналіз досліджує господарські процеси через систему інформації, тому аналітичний процес складається з ряду послідовних, взаємозв'язаних дій її обробки, результатом яких є пропозиції щодо управлінських рішень, які приймаються. Аналітична функція управління реалізується шляхом обробки інформації, яка надходить із інформаційної системи управління суб'єктом господарювання. Розроблені за результатами проведеного аналізу висновки і пропозиції передаються в систему управління підприємством з метою прийняття науково-обґрунтованих рішень та безпосередньої реалізації функції регулювання, яка призначена для досягнення об'єктом управління запланованого (бажаного) стану [1, с. 223].

Інформаційне забезпечення економічного аналізу включає такі поняття як інформація, інформаційний потік, інформаційна система,

інформаційна технологія, комунікативне середовище, канали руху інформації, носії та передавачі інформації [2, с. 216].

Економічна інформація неоднорідна і має складну схему взаємозв'язків окремих її видів. Від якості інформаційного забезпечення, його повноти, вірогідності, своєчасності, об'єктивності залежить якість аналітичних досліджень та дієвість управлінського впливу на об'єкти керування. Тому при визначенні обсягу, структури та якісних параметрів інформаційно-аналітичного забезпечення слід орієнтуватись саме на якісні характеристики облікових, планових, нормативно-довідкових, звітно-статистичних та інших джерел інформації, оскільки в умовах ринкових відносин їх традиційне змістове визнання суттєво змінюється.

Отже, при проведенні аналізу господарської діяльності та на етапі обґрунтування управлінських рішень необхідно використовувати достовірну інформацію щодо виробничих і фінансово-інвестиційних процесів на підприємстві. Належна організація аналізу має забезпечувати раціональний пошук, збір і обробку інформації, оптимальну кількість операцій і документації, максимальну ефективність праці виконавців.

#### **Список використаних джерел:**

1. Круп'як Т.П. Аналіз інформаційних потреб підприємства [Текст] / Т.П. Круп'як // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №1. – С. 220-227.
2. Іванова В.В. Інформаційна основа трансформацій [Текст] / В.В. Іванова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №5. – С. 215-219.

---

Науковий керівник: Лисенко Алла Миколаївна, канд. екон. наук, доцент,  
Центральноукраїнський національний технічний університет

## **ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ЗАСОБИ АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

***Тендериць Руслан Вікторович***

студент групи ЕІТм-21 (магістрант),

факультету комп'ютерних інформаційних технологій

Тернопільського національного економічного університету

Економічне зростання є загальноприйнятою метою суспільства. Зростання державних і приватних доходів дає можливість підвищувати

рівень і якість життя населення, створює матеріальну базу для вирішення основних соціально-економічних проблем. Економічне зростання піднімає границю виробничих можливостей, створюючи потенціал для більш повної реалізації економічних цілей і переходу на новий рівень економічного розвитку.

Визначення напрямків, факторів і умов стійкого зростання економіки, а також постановка проблеми оптимального економічного зростання вимагає ґрунтовного та точного знання господарського механізму, властивих йому законів функціонування і розвитку, розробки відповідного інструментарію, який дозволяє здійснювати науково обґрунтовані прогнози наслідків прийнятих управлінських рішень, сприяє створенню багатоваріантних сценаріїв дослідження можливостей економічного зростання.

Отже, потрібен системний, кібернетичний підхід до виявлення складних прямих і зворотних зв'язків у розвитку економіки і формування економічного зростання.

Більшість явищ і процесів в економіці знаходяться в постійному взаємному і об'єктивному зв'язку. Дослідження залежностей і взаємозв'язків між об'єктивно існуючими явищами і процесами відіграє велику роль в економіці. Воно дає можливість краще зрозуміти складний механізм причинно-наслідкових відносин між явищами. Для дослідження інтенсивності, виду і форми залежностей широко застосовується кореляційно-регресійний аналіз, який є методичним інструментарієм при розв'язанні задач прогнозування, на макрорівні, зокрема для системи економічного зростання. В системі економічного зростання між факторами в основному спостерігається стохастичні (статистичні) залежності.

Розглядаючи теорію економічного зростання можна виділити три загальні напрями:

- неокейнсіанство;
- неокласицизм;
- інституціоналізм.

Найвідоміша модель неокейнсіанської теорії є модель Харрода–Домара. Основними категоріями в цій моделі є сукупний попит та дохід, сукупні заощадження та інвестиції. Неокласична модель, розроблена Р.Солоу, дає змогу дослідити основні фактори виробництва такі як: праця,



капітал, технологічні зміни. Сутність теорії економічного зростання в інституціоналізмі базується на урахуванні впливу всієї сукупності суспільних відносин і необхідності державного втручання в економіку.

Дослідження принципів економічного зростання полягає в тому, щоб з єдиних позицій розглянути весь комплекс завдань, спрямованих на прогнозування економічного зростання, методом розгляду наявних та створення нових інструментальних засобів. Ядром такого інструментарію є економіко-математична модель економічного зростання, яка давала б можливість в середньостроковій і довгостроковій перспективі оцінювати межі росту валового випуску продукту в залежності від інвестиційних зусиль, платоспроможного попиту, демографічних чинників, поведінки оточення, а також темпів технічного прогресу та інших аспектів сталого зростання.

Достовірність і практичне значення результатів досліджень, що містять підходи, моделі і методичні матеріали можна використати для аналізу і прогнозування економічного розвитку країни: від регіонального до всеукраїнського рівня.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ковальов В.В. Економічне зростання: теоретичний аспект / В.В.Ковальов // Збірник наукових праць. Європейський вектор економічного розвитку. – 2012. - №2(13). – С. 393 – 395.
2. Історія економічних вчень: Навчальний посібник / За ред. В.В. Кириленка. – Тернопіль: Економічна думка, 2007. – 233 с.

## **РИНОК ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ: ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ**

***Колотій Світлана Василівна***

кандидат економічних наук, доцент,  
Вінницький національний аграрний університет

Новітні тенденції функціонування фінансового сектору економіки визначаються темпами та ефективністю впровадження фінансових інновацій (нових фінансових інструментів), що впливають на поведінку всіх без винятку учасників фінансових операцій.

Інноваційні фінансові інструменти є частиною фінансової інновації та частиною системи фінансового інструментарію. Що стосується системи фінансового інструментарію, то очевидно, що серед існуючого переліку фінансових інструментів далеко не всі з них можна вважати інноваційними. В цілому інноваційним інструментом можна вважати новий практичний засіб, який розробляється, впроваджується та реалізується для задоволення нової або покращення вже існуючої потреби. Таким чином, інструмент стає інноваційним тоді, коли він починає задовольняти нову потребу (або краще задовольняти стару потребу) порівняно з аналогічними засобами, а перестає бути інноваційним тоді, коли створюється інший засіб, що починає задовольняти потребу краще.

Фінансова інновація — це нові фінансові інструменти та фінансові технології.

До нових (відносно) фінансових інструментів належать брокерські рахунки управління готівкою, облігації, забезпечення пулом іпотек, процентні свопи, конвертовані облігації з правом дострокового погашення, звільнені від податку облігації з плаваючою ставкою і ще багато інших.

Як вважають експерти, інновації, що з'явилися останнім часом, створюють на фінансових ринках атмосферу невизначеності, невпевненості, нервозності, що підвищує нестабільність і можливість різких коливань, особливо на ринках держав, що розвиваються, і країн з перехідною економікою.

Дуже важко зрозуміти різницю між інноваціями, що являють собою справді якісний стрибок у мисленні, і тими, що визначають новий поворот у використанні відомих технологій.

Процес розроблення нових фінансових інструментів і операційних схем (нових фінансових технологій) має назву фінансовий інжиніринг.

З погляду практики фінансовий інжиніринг охоплює багато різних сфер. Основними з них є: фінанси акціонерних компаній; торгівля; управління довгостроковими і короткостроковими вкладеннями грошових коштів; управління ризиками.

Розглядаючи економічну сутність фінансових інновацій як ринкового товару, слід ураховувати обов'язковість продажу або реалізації інноваційного фінансового продукту на ринку фінансових інновацій.

В умовах ринку як системи економічних відношень купівлі-продажу товарів, у рамках якого формуються попит, пропозиція і ціна, основними компонентами інноваційної діяльності виступають новації, інвестиції та нововведення. Новації формують ринок новацій, інвестиції – ринок капіталу (інвестицій), нововведення – ринок інновацій.

Специфіка інноваційної діяльності у фінансовій сфері, монополія на інтелектуальну власність зумовили фактично закритість ринку новацій, а відсутність необхідності значних ресурсів на їх розроблення – практично відсутність ринку інвестицій.

Отже, під ринком фінансових інновацій розуміємо ринок, де взаємодіють економічні суб'єкти, які прагнуть забезпечити ефективне управління фінансовими ресурсами та ризиками, пред'являють попит і здійснюють пропозицію інноваційних фінансових продуктів та інструментів.

Ринок фінансових інновацій є синергією фінансового й інноваційного ринків. Фінансовий ринок визначає його структуру, цільову спрямованість і функціональність, інноваційний – форму економічних відносин та об'єкти ринку, якими виступають фінансові інновації як результат інтелектуальної діяльності.

Інноваційність фінансового ринку дозволяє виділити ринок фінансових інновацій як самостійний сектор загального фінансового ринку. Ця самостійність обумовлена особливим місцем ринку фінансових інновацій у загальній системі фінансового ринку.

За масштабом ринки фінансових інновацій можуть бути міжнародними і національними.

Здатність функціонування інноваційних продуктів на ринку закріплюється національним законодавством та регламентується через введення нових або внесення змін до чинних нормативно-законодавчих актів.

Важливою рисою ринку фінансових інновацій є темпи його розвитку. Темпи зростання обсягу реалізації фінансових інновацій завжди випереджають темпи зростання реалізації фінансового активу відповідної ланки фінансового ринку. Це викликається дією двох факторів: стимулювальною роллю фінансової інновації в бізнес-процесах і дією конкуренції на фінансовому ринку. Проте сьогодні темпи зростання, зокрема на національних ринках, настільки малі, що це не дозволяє говорити про інновації як домінуючий фактор розвитку фінансово-кредитної сфери.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кучер Т.Л. Інноваційні фінансові інструменти: теоретичні засади процесу утворення / Т.Л. Кучер // Інноваційна економіка. – 2012. - №8. – С.248-251
2. Бурденко І.М. Передумови створення та використання інноваційних фінансових інструментів на ринку похідних фінансових інструментів України / І.М.Бурденко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. - №3. – С.181-190
3. <http://www.dfp.gov.ua> – Державної комісії з регулювання ринку фінансових послуг
4. <http://www.smida.gov.ua> – система розкриття інформації на фондовому ринку України.

## **СТРАХУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ**

***Марценюк-Розарьонова Олена Василівна***

кандидат економічних наук, доцент,

Вінницький національний аграрний університет

В сучасних функціонування світової фінансової системи страхування є об'єктивно необхідним атрибутом ринкової економіки та

забезпечує надійні гарантії відновлення порушених майнових прав та інтересів у випадках втрат, заподіяних вогнем, стихійними лихами, техногенними аваріями, транспортними аваріями та іншими не передбачуваними обставинами. У той же час страхування не лише відсторонює державу від витрат на відшкодування збитків при появі страхових подій, а й суттєво впливає на зміцнення фінансів держави та є ефективною формою накопичення коштів громадян і суттєвим стабільним джерелом довгострокових інвестицій. [4]

За останні роки світовий та вітчизняний страхові ринки мали найбільші темпи зростання у фінансовому секторі. Прибутковість страхових компаній, незважаючи на наслідки фінансово-економічної кризи, знаходилась на високому рівні порівняно з іншими суб'єктами господарювання. Це свідчить про те, що страховий ринок – це один з найпривабливіших секторів економіки як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів.

В науковій теорії досить важливо визначити поняття ролі категорії, в тому числі й економічної. Якщо через функції проявляється суспільне призначення певної економічної категорії, то роль цієї категорії виражається в результатах її практичного застосування. Тобто, можна сказати, що роль представляє собою форму відповідної організуючої діяльності людей. Різноманітні економічні категорії можуть обслуговувати одні й ті ж самі процеси суспільного відтворення, однак при цьому не виходити за рамки своїх специфічних функцій. Така можливість виникає завдяки відмінностям між ролю та функціями економічних категорій.

В розвинутих країнах страхування є стратегічним сектором розвитку економіки, оскільки знімає навантаження з видаткової частини бюджету по відшкодуванню збитків, залученню інвестицій в економіку, вирішенню соціальних проблем суспільства. До того ж до основних факторів соціально-економічного розвитку будь-якої країни відноситься критерій рівня безпеки життя та виробництва, тобто страховий захист. Страхові компанії у всьому світі розглядаються як могутні фінансові та інвестиційні інститути, окрім того, вони вирішують проблему зайнятості у світі. [5]

Виходячи із вище зазначеного, роль страхування відображає практичне застосування цієї економічної категорії та передбачає:

- забезпечення стабілізації відтворювального процесу та економічній сталості в суспільстві;
- оптимізацію ресурсів, що спрямовані на організацію економічної безпеки;
- раціоналізацію формування та використання коштів, призначених для здійснення соціальних програм, превенцій тощо;
- створення додаткових джерел ресурсів для інвестування в економіку країни.[1]

Проведений аналіз страхового ринку за останні роки свідчить, що економічна криза, яка вплинула на всі сфери економіки, позначилась і на розвитку страхування в Україні. Відсутність ціленаправленої державної політики щодо стратегії розвитку ринку страхових послуг, нестабільне фінансове середовище країни, процвітаючий рівень недовіри населення до страхування — є основними проблемами на ринку страхування України [2].

Головними напрямками розвитку страхового ринку в Україні повинні стати:

- реалізація єдиного бачення стратегічного розвитку вітчизняного страхового сектору та його окремих складових;
- узгодження чинного законодавства у відповідність з нормами, правилами та вимогами країн Європейського союзу;
- вдосконалення державного нагляду за страховою діяльністю, що передбачає комплексний контроль таких параметрів діяльності страховиків, як внутрішня система управління і контролю за ризиками, прозора фінансова звітність, виявлення недоліків у діяльності страховиків на усіх стадіях їх розвитку;
- сприяння зростанню довіри населення до страхових компаній та посередників. [1]

Таким чином, вирішення проблем вітчизняного страхового ринку дасть змогу використовувати його можливості, як потужний інструмент соціального захисту населення, а в довгостроковій перспективі стати потужним джерелом інвестиційних ресурсів.

### **Список використаних джерел:**

1. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року (Постанова Правління Національного банку України від 18.06. 2015

року № 391) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297>

2. Підсумки діяльності страхових компаній. Зведена динаміка основних показників страхового ринку [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. — Режим доступу : <http://nfp.gov.ua/>

3. Стратегія розвитку страхового ринку України в 2012-2021 :Розроблена Українською федерацією убезпечення від 23.08.2012 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic\\_initiatives/5257](http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257).

4. Рудь І.Ю. Аналіз страхового ринку України / Рудь І.Ю. Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського, . — К. — 2016. — С 856-859.

5. <http://www.forinsurer.com>.

## **ДЕПОЗИТИ – ОСНОВНА ФОРМУВАННЯ ЗАЛУЧЕНИХ РЕСУРСІВ БАНКУ**

*Руда Оксана Леонтіївна*

кандидат економічних наук, доцент,

Вінницький національний аграрний університет

Залучені ресурси банківських установ функціонують у двох основних юридично-правових формах, а саме у формі депозитів та формі короткострокових боргових цінних паперів.

Традиційно найбільшу частку серед джерел формування залучених коштів становлять депозити. Слід наголосити, що міжбанківські кредити є важливим джерелом ресурсів, оскільки дозволяють швидко поповнити ресурсну базу банку в разі такої потреби. Особливе місце серед них займають зовнішні позики в іноземній валюті. Зазвичай, такі кошти надають на короткий строк. Окремо слід відмітити кредити рефінансування, які надає банкам Національний банк України. У різних країнах співвідношення між власними коштами і зобов'язаннями банку може коливатись від 1 : 10 до 1 : 100. В Україні, на відміну від економічно розвинених держав, зобов'язання становлять найбільшу частину фінансових ресурсів банку (більше ніж 85%), що зумовлено низьким

рівнем капіталізації банків. Зобов'язання, наприклад, у банках країн ЄС становлять менше ніж 80 відсотків.

Як констатують в НБУ, у зобов'язаннях банків збільшується частка внутрішніх ресурсів, передусім депозитів корпорацій, які за обсягом практично наздогнали вклади домогосподарств. Свої депозити в банках населення розміщує на короткі терміни, хоча вони і повільно зростають. Банки продовжують конвертувати зовнішній субординований борг та міжбанківські кредити в капітал, задовольняючи вимоги докапіталізації. Зовнішні зобов'язання втрачають свою вагу в ресурсах українських банків, і ця тенденція триватиме [4].

Джерелами формування банківських депозитних ресурсів є тимчасово вільні кошти фізичних та юридичних осіб: кошти населення, підприємств та організацій, залучені у формі вкладів, та інші кошти клієнтів на поточних та інших рахунках банківських установ. Для залучення депозитних ресурсів банки відкривають поточні та строкові рахунки як для фізичних і юридичних осіб, так і для банків.

Обсяги депозитів юридичних та фізичних осіб у 2016 році зросли на 7.4% у гривні та на 7.2% в іноземних валютах у доларовому еквіваленті (у банках, які були платоспроможні на 01.10.2016, з урахуванням ощадних сертифікатів). Кошти населення й бізнесу становлять 74% сукупних зобов'язань банків. Структура зобов'язань повернулася до показників, які склалися на 2006 рік, коли почалася експансія в Україну західних банків, що забезпечили приплив у систему іноземного капіталу.

Очікується, що за 2017 рік депозитна база зросте на 10%. Якщо макроекономічна стабільність збережеться, то варто очікувати збільшення терміну дії вкладів. Зовнішнє фондування залишатиметься обмеженим.

Протягом 2015-2016 рр. обсяг зобов'язань банків скоротились на 18157 млн. грн та 31745 млн. грн відповідно на фоні функціонування банківської системи України в умовах політичної та економічної нестабільності і інфляційних очікуваннях. Протягом даного періоду кошти суб'єктів господарювання зросли на 56254 млн. грн та 31139 млн. грн відповідно. Проте у 2015 році спостерігається зменшення коштів фізичних осіб на 27311 млн. грн та їх незначне зростання у 2016 році на 18136 млн. грн. Отже, вклади юридичних осіб в Україні є одним з основних джерел формування банківських ресурсів [1].

Сукупний обсяг зобов'язань українських банків протягом 2016 року



скоротився на 1,6% до 1,133 млрд. грн.

В Україні переважають строкові депозити, що становлять 359,8 млрд. грн. (55%), тоді як поточні депозити – 300,3 млрд. грн. (45%). У структурі депозитів фізичних осіб переважають строкові депозити, а в юридичних – поточні [4].

Строкові вклади є для банків кращим видом депозитів, оскільки вони стабільні і зручні в банківському плануванні. По них сплачується високий депозитний відсоток, який диференціюється залежно від строку, виду внеску, періоду повідомлення про вилучення, загальної динаміки ставок грошового ринку та інших умов.

Депозити є основним джерелом нагромадження ресурсів банку, тому банкам необхідно постійно пропонувати нові депозитні продукти та умови вкладання коштів, підтримувати високу якість надання послуг, щоб утримувати та розширювати існуючу клієнтську базу.

Основними проблемами залучення комерційними банками України вкладів фізичних осіб є:

- недостатня кількість наявних вільних грошових коштів фізичних осіб;
- недовіра населення до будь-яких банківських установ;
- нестабільність банківської системи України та банкрутства банків;
- недосконала нормативна база функціонування Фонду гарантування вкладів фізичних осіб;
- низькі ставки за депозитами в національній валюті тощо.

Ефективна реалізація депозитної політики вкрай важлива для банківських установ, оскільки сприяє вдосконаленню банківської діяльності в процесі залучення грошових коштів та збереженню їх конкурентних переваг.

### **Список використаних джерел:**

1. Аналітичний огляд банків України. Депозити за 2016 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://bankografo.com>.
2. Золотарьова О.В. Модифікація депозитної політики комерційних банків України / О.В. Золотарьова, Ю.В. Півняк, О.В. Гурбич // Економіка та держава. - 2015. - № 2. - С. 65-69.
3. Лисенок О.В. Удосконалення сутності і процесу управління формуванням депозитних ресурсів банків / О.В.Лисенок // Формування

ринкових відносин в Українів.- 2016.- №2.- С.42-47.

4. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]/ -  
Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/>.

## ІННОВАЦІЇ У СВІТОВІЙ ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ НА ФІНТЕХ-МАПІ

*Діордієв Віктор Олександрович*

аспірант, Інститут проблем ринку

та економіко-екологічних досліджень НАН України

Протягом останніх декількох років світова фінансова система зазнала значного впливу з боку технологічних інновацій. Головним чином, ці інновації були запроваджені стартапами, що зосередили увагу на фінансових технологіях, але досвічені фінансові гіганти також зробили свій внесок. Кожна фірма з цього списку, а також увесь фінансовий сектор, в якому вони працюють, називається "фінтех" (англ. *fintech*). В академічних та бізнесових колах не існує чіткого консенсусу щодо визначення фінтеху стосовно розміру чи періоду існування бізнесу. Наприклад, компанія Cargemini визначає фінтех-компанію як не старшу за п'ять років фінансову фірму із відносно невеликою клієнтською базою [3]. Проте професіонали, як правило, воліють не обмежувати фінтех будь-яким розміром або тривалістю існування, тому і ця доповідь не буде.

Глобальні інвестиції у фінтех досягли максимуму у 2015 році: \$46,7 млрд на 1255 бізнес-угод. Незважаючи на те, що в 2016 році інвестиції зменшилися майже вдвічі до \$24,7 млрд, кількість угод не знизилась так різко і склала 1076. У першому кварталі поточного року спостерігалось подальше уповільнення валових інвестицій до \$3,2 млрд, тоді як кількість угод залишається високою. Таке уповільнення зумовлене, в основному, тим, що ажіотаж навколо фінтеху спадає та інвестори більш вибагливо підходять до інвестицій у сектор [2].

На додачу до іншуртеху (англ. *insurtech*), підрозділу фінтеху, що покриває сферу страхування, минулого року із фінтеху чітко виокремились ще два напрями: регтех (англ. *regtech*) та уелстех (англ. *wealthtech*), які займаються, відповідно, питаннями використання технологій у юридичній сфері та у сфері управління активами та інвестиціями.

Задля швидшого перетворення України на заможну державу ми маємо принаймні не відставати від провідних країн у впровадженні новітніх технологій, в тому числі й у фінансовому секторі. На початку 2015 р. Президентом України було схвалено Стратегію сталого розвитку “Україна - 2020” (далі - Стратегія), що передбачає реформування вітчизняного фінансового сектору із широким використанням інноваційної складової. Серед іншого планується створення конкурентного середовища для впровадження та використання інноваційних платіжних інструментів та сервісів, використання новітніх ІТ-технологій, спрощення та оптимізація діяльності учасників фінансового сектору [1].

Висновок. Хоча Україна суттєво відстає від провідних країн у впровадженні фінансових інновацій, втілення Стратегії демонструє готовність держави до значних перетворень. Прискорити реалізацію цієї Стратегії в Україні може створення фінтех-хабу, який міг би стати гармонійною її складовою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Національний банк України. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року. - 2015. - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43352266> (дата звернення 03.06.2017).
2. Fortnum, D., Pollari, I., Mead, W., Hughes, B. & Speier, A. (2017b) The pulse of fintech Q1 17: Global analysis of investment in fintech. Режим доступу: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/04/pulse-of-fintech-q1.pdf> (дата звернення 18.06.2017).
3. Wilson, D., Sullivan, W., Gomm, P. & Nambiar, M. (2016) The world fintech report 2017. Capgemini. Режим доступу: <https://www.capgemini.com/world-fintech-report-2017-key-topics> (дата звернення 08.08.2017).

## УЧАСТЬ НОВАТОРІВ У ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ТА СПРИЯННЯ ЛІДЕРОМ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ ЯК ПРЕДИКТОРИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ НОВАТОРА

*Моїсеєнко Аліна Сергіївна*

аспірант кафедри інформаційних систем,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Історично дослідники вважали, що креативність залежала від характеристик окремих осіб і зосереджувала свою роботу на їх поясненні (пізнавальні здібності, освіченість, досвід, звички тощо) [5]. Дослідження, орієнтовані на розбіжності між креативними особистостями, призвели до кількох вирішальних висновків про робочі звички та особистість креативних людей. Сучасний погляд на креативність говорить про те, що кожна людина володіє здатністю бути дещо креативною, а робоче середовище значно впливає на креативність. Зарубіжні дослідники почали вивчати навколишнє середовище в пошуках клімату, який сприяє чи перешкоджає креативності [2;3;5].

Хоча існує достатня кількість досліджень про те, що особливості особистості пов'язані з креативністю працівника та контекстними чинниками, які збільшують чи зменшують креативність, важливо визначити роль лідера у сприянні розвитку креативності працівника. Менеджери або керівники знаходяться в безпосередньому контакті з працівниками, і їхня роль у мотивації працівників дуже критична. Багато дослідників написали про прямий взаємозв'язок поведінки лідера з креативністю працівника [2], деякі з них писали про непрямі відносини, зазначаючи, що більш важливий, непрямий зв'язок поведінки лідерів, креативності та клімату [4]. Керівник - це безпосередня сила, яка впливає на сприйняття працівником робочого середовища [2]. Управлінський вплив також може проявлятися через заохочення працівників до процесу прийняття рішень.

У компонентній теорії креативності, Т. Емебайл [2]. сформулювала три компонента креативності на індивідуальному рівні (досвід, мотивація та творче мислення) та один компонент, який не залежить від індивідуального рівня – робоче середовище (організаційний клімат), зазначаючи, що керівники (лідери) можуть впливати на компоненти

індивідуального рівня через організаційний клімат. Робоче середовище включає в себе фактори, які служать в якості стимуляторів або перешкод мотивації новаторів. Сприяння лідером розвитку креативності розглядається як стимулятор внутрішньої мотивації, яка є ключовим елементом креативності. Підтримка лідера впливає на креативний потенціал і в цих умовах новатори будуть з меншою ймовірністю відчувати страх негативної критики, яка може підірвати внутрішню мотивацію. Керівники відіграють важливу роль усуненні факторів, які знижують креативний потенціал та у підтримці та стимулюванні креативності.

Численні дослідження зарубіжних вчених з питання впливу участі працівників, які є «генераторами ідей», в процесі прийняття рішень вказують на те, що це покращує продуктивність організації, задоволення працівників, мотивацію та знижує коефіцієнт плинності кадрів. Організаційні показники, зобов'язання організації, коефіцієнти плинності працівників та задоволення працівників мають значний зв'язок з креативністю. Працівники, які беруть участь у прийнятті рішень, мають позитивне ставлення до організації та віддані своїй роботі [1]. Коли працівники роблять свій внесок у процес прийняття рішень та ці зміни ефективно впроваджуються, це позитивно відображається на бажанні розвиватися, що є важливою перевагою для розвитку креативності. Тому залучення працівників до прийняття рішень сприяє підвищенню креативності новаторів, а це, в свою чергу покращує показники інноваційної діяльності компаній. Новатори є центральними у створенні новацій, без них не буде ніяких ідей для впровадження (інновацій). Участь може збільшити соціальні взаємодії, обговорення та підтримку інновацій, тому, у подальшій гіпотезі будемо стверджувати, що участь новаторів у прийнятті рішень матиме позитивні зв'язки з креативністю.

Новатори займають центральне місце у генерації корисних та унікальних ідей, тому важливість обговорення питання щодо залучення новаторів до процесу прийняття рішень та створення керівником сприятливих умов для розвитку креативності є важливим та потребує значної уваги через недостатність наукових досліджень у цій галузі. Але це зовсім не говорить про те, що слід ігнорувати інші організаційні чинники (наприклад, лідерство, ресурси, свободу, наявність часу, матеріальну та нематеріальну мотивацію, оцінку ефективності роботи,

систему винагород, комунікації, тощо). Оскільки саме ці чинники є компонентами створення сприятливого середовища, сприяння лідером розвитку креативності та результат участі новаторів у процесі прийняття рішень.

### **Список використаних джерел:**

1. Agwu M.O. Perception Survey of Employees Participation in Decision Making and Organizational Productivity in Julius Berger Nigeria PLC Bonny Island / M.O. Agwu, H.E. Olele // British Journal of Economics, Management & Trade. – 2014. – № 4 – P. 620-637.
2. Amabile, T. How to kill creativity/ T. Amabile // Harvard Business Review. – 1998. - № 76. – P. 76–87.
3. Mostafa M. Factors Affecting Organizational Creativity and Innovativeness in Egyptian Business Organizations: An Empirical Investigation / Mostafa M. // Journal of Management Development. –2005. – № 24. – P. 7-33.
4. Shalley C.E. What Leaders Need to know: A Review of Social and Contextual Factors That Can Foster or Hinder Creativity / C.E. Shalley, L.L. Gilson // The Leadership Quarterly. – 2004. – № 15. – P. 33-53.
5. Woodman R.W. Toward a Theory of Organizational Creativity / R.W. Woodman, J.E. Sawyer, R.W. Griffin // The Academy of Management Review. – 1993. – №18. – P. 293-321.
6. Wollach M. A. A new look at the creativity – intelligence distinction / M. A. Wollach, N. A. Kogan // Journal of Personality. – 1965. – No. 33. – P. 348–369.

## **АКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АПК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

***Шмаков Владимир Сергеевич***

доктор философских наук,

Институт философии и права,

Сибирское отделение Российской академии наук

В условиях интеграции Российской Федерации в мировое хозяйство появилась осознанная необходимость перевода АПК, одной из самых крупных составляющих экономики страны, на инновационный путь. Для

реализации этой цели требуется определить ключевые акторы развития инновационных процессов, выявить механизмы инновационного развития российского села, обозначить ресурсы для их реализации. Основными акторами современного развития АПК России является формирование многоукладной экономики, воспроизводство и использование человеческого капитала, развитие процессов интеграции сельскохозяйственного производства, промышленности и финансового капитала, и, главное, государственная и региональная аграрная политика. Основными направлениями инновационной политики в области сельского хозяйства являются: активизация научно-технической деятельности в сельскохозяйственном производстве; модернизация материально-технической базы; внедрение новых технологий; совершенствование структуры управления; формирование инновационно значимого человеческого капитала села; обновление инфраструктуры сельских территорий.

Выделим основные механизмы активизации инноваций. 1. Неизбежно совершенствование организационно-экономической структуры управления, координация и прогнозирование инновационной деятельности, включая развитие науки и научно-технического прогресса, внедрение новых технологий и техники. 2. Необходимо разработать концепцию, порядок финансирования инновационных разработок с учетом многоканальности поступления финансов, координацию в их распределении и вложении в инновационные проекты, осуществлять государственный контроль за их эффективным использованием. Следует изменить кредитную политику, определить систему налоговых льгот, провести регулирование ценообразования на инновационную продукцию. 3. Потребно активизировать развитие малого и среднего бизнеса, переработку и сбыт сырья, расширить кооперацию на селе. Осуществить формирование системы государственных заказов на достаточно длительный период, при размещении их не только среди крупных агрохолдингов, но и в малых и средних хозяйствах, что будет благоприятствовать решению проблемы долгосрочного целенаправленного инвестирования. 4. Реформировать всю структуру организации труда, с повышением его производительности, сформировать инновационный человеческий капитал села, что увеличит привлекательность сельскохозяйственного производства и будет



способствовать повышению жизненного уровня сельских сообществ. Интенсифицировать развитие инфраструктуры села.

В качестве основных ресурсов можно отметить организационно-управленческие. Формирование сбалансированной государственной программы инновационного развития АПК. Финансовые. Определить порядок, способы финансирования инновационных программ и наукоемкого аграрного производства: селекция, семеноводство. Повысить уровень инвестиций в российское аграрное машиностроение. Развивать систему кредитования сельского хозяйства и снизить высокие процентные ставки по кредитам, в том числе и по инновационным программам. Научно-технические. Повысить уровень развития научного потенциала аграрной науки. Природно-климатические. Исторические особенности, многоплановость и состав аграрного производства определяются сложными природно-климатическими условиями. Кластеризация сельскохозяйственного пространства России вполне может способствовать росту инвестиционной активности, повышению доступности и удешевлению кредитных ресурсов, особенно по инвестиционным проектам за счет государственных гарантий.

## ПИТАННЯ СТОЛІТТЯ: КОМУ ВИННІ ВСІ КРАЇНИ СВІТУ?

*Гондюл Олександра Дмитрівна*

студентка магістратури,

Київський університет імені Бориса Грінченка

Наприкінці ХХ століття світ вступив у принципово нову епоху інформаційного суспільства та глобалізації економіки. Одним з ключових етапів процесу розвитку світової економіки є охоплення найважливіших процесів, які пов'язані з інтернаціоналізацією, з посиленням конкуренції на міжнародному рівні, розвитком єдиної системи світового зв'язку та інформації.

Даний етап світової економіки характеризується принципами антитез. Говорячи про науково-технічний прогрес, ми бачимо, що з одного боку, це поява нових інформаційних технологій, які корінним чином змінюють систему економічних відносин, і в той же час, загострюються проблеми, які пов'язані з транспортними і комунікаційними зв'язками, що вагомим чином впливають на економіку. Також слід звернути увагу на інтернаціоналізацію, яка призводить до поглиблення співпраці між країнами і посилює їх взаємозалежність.

Виходячи з вище зазначеного, виникає інша проблема – це державний борг. Державам не вистачає коштів для нормального функціонування в сучасному світі, і через це виникає потреба в здійсненні безпосереднього запозичення коштів у урядів зарубіжних країн, міжнародних фінансово-кредитних організацій, іноземних банків, а також розміщення державних боргових зобов'язань на міжнародних ринках капіталів, і як наслідок, це призводить до появи і зростання державного боргу. Держава, прагнучи використати, якомога ефективно свої економічні і фінансові ресурси, «допускає» дефіцит бюджету, і для його покриття залучає додаткові кошти з інших внутрішніх або зовнішніх фінансових ринків [1]. Саме державний борг в цілому формує валовий зовнішній борг держави, який зростає зі швидкістю «сніжного кома».

Державний борг разом з приватним негарантованим державою боргом створюють валовий зовнішній борг країни, тобто загальний зовнішній борг держави [3].

Доцільно вказати, що контроль фінансових потоків можна фактично прирівняти до володіння інформацією. Н.Ротшильд стверджував, що «той хто володіє інформацією – володіє світом», то правило «гроші вирішують все», коли у тебе їх більше 90%, в даному випадку працює на всі 100%. Як відомо, в руках 1% населення грошей знаходиться більше ніж у решти 99% разом узятих. Головне завдання для них - організувати управління світом таким чином, щоб самим весь час залишатися в тіні.

Постають дуже важливі питання - Хто ж тоді править світом?! Кому винні всі країни світу?! Варто поглянути на карту земної кулі, і можна переконалися, немає жодної країни, яка б не була винна мільярди доларів [2].

Найголовніші боржники, чий борг перевищує 400 млрд. дол. це Туреччина, Гонконг, Португалія, Сінгапур, Мексика, Данія, Греція, Індія, Росія, Бразилія, Фінляндія, Норвегія, Австрія, Швеція, Бельгія, Китай, Канада, Швейцарія, Австралія, Іспанія, Італія, Ірландія, Японія, Люксембург, Нідерланди, ФРН, Франція, Сполучене Королівство. Весь Європейський союз має зовнішній борг 17 трлн. дол., який практично рівний зовнішньому боргу США (17,9 трлн дол.) [7].

Тож в цілому, якщо говорити про борг усіх країн світу, то у сукупності він становить майже 90 трлн. дол. [6].

Можна стверджувати, що фактично, чим розвиненіша країна, тим більший борг вона має. Розглянемо, перш за все, США – її зовнішній борг перевищує навіть борг всього Європейського Союзу. І це в принципі суперечить стандартному розумінню про забезпеченість держави. США є провідним кредитором величезній кількості країн, але в той час є найбільшим боржником. Якщо ж говорити про Україну, то в списку боржників, вона посідає 46 місце за рівнем зовнішнього боргу, що становить 127,7 млрд. дол. [5].

Нагадаємо – борги потрібно повертати, і робимо такий собі «утопічний прогноз», якщо Україна повертатиме хоча б по 1 млрд. дол. в рік, то весь борг ми повернемо приблизно через 130 років (при цьому, жодного кредиту держава більше запозичувати не буде), і це навіть не

враховуючи, що зовнішній борг майже постійно зростає, і як наслідок, ці 130 років поступово ставатимуть 150, 200 і т.д. [4].

Отже, всі провідні країни світу є боржниками. У результаті, можна впевнено стверджувати, що винні ВСІ. А кому ж вони всі винні? Чому ж країнам не списати взаємні борги, і таким чином не вийти з кризи. Але тут виникає інше питання, чи вірно ми розуміємо ситуацію, чи винні країни один одному. Виявляється, більшість країн винні третій стороні. І цією стороною виступає сукупна корпорація банків, серед якої і МВФ, і Світовий банк, куди входять і державні банки країн, і корпоративні та приватні банки. У результаті, виходить дійсно існують деякі талановиті люди, і всі країни світу винні їм трильйони доларів.

Загалом, глобальний борг усіх країн світу – це борг єдиній сукупній корпорації банків. А єдиній корпорації, бо алгоритм за яким діють всі його представники, однаковий, перш за все через те, що так вигідніше керувати світом, не змінюючи вже визначену стратегію, яка дає відповідний позитивний результат, а значить, і вплив їх на світову економіку може розцінюватися як вплив єдиної системи, яку за своїм бажанням налаштовує суб'єкт управління. Це все є нескінченно ідеальним кругообігом фінансів і товарів з послугами. У кінцевому рахунку, все повертається банку. Деякі скажуть, а що такого?! Економіка ж працює, товари йдуть від виробників до споживачів, все крутиться. Однак таке положення – віддає в руки корпорації лихварів і тих, хто нею опікується – повну владу над управлінням життям і смертю суспільства через управління його економікою.

Однак іноді трапляється бум, але це лише керована економічна криза, яка багатьом видається як стихійне лихо. Але щоб цей процес не носив масово помітний характер, доводиться вводити в обіг нові гроші, а цим займаються центральні банки країн, створюючи гроші, спочатку як боргові зобов'язання або міняючи експортну виручку на новостворену внутрішню валюту.

Багато хто запитає, то що ж робити?! Але найбільш безглуздим варіантом було б знищувати ці самі центральні банки країн, так як саме вони є «центром кровоносної системи» економіки країн, і саме від них залежить весь товарообіг. Але проблемою є позичковий відсоток, який знецінює гроші, зменшуючи їх платоспроможність, постійно викликає інфляції, і викликає перетік благ в одні руки. Позичковий відсоток у

валютно-фінансовій системі забезпечує безальтернативний вигреш лихварям, що б там не робили всі інші.

Щоб змінити цю ситуацію, і не попадатись у фінансові пастки, варто почати діяти на тому рівні, на якому кожен з нас може, аби оздоровити економіку як України, так і світу, в цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Владимірова І.Г. Глобалізація мирової економіки: проблеми и последствия – М.: Проспект, 2010. – 63-65 с.
2. Лондар С.Л., Тимошенко О.В. Фінанси. Навчальний посібник [Електронний ресурс], – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/1584072012871/finansii/finansii>.
3. Круш П.В., Клименко О.В. Гроші та кредит [Електронний ресурс], – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/17810409/finansii/groshi\\_ta\\_kredit](http://pidruchniki.com/17810409/finansii/groshi_ta_kredit).
4. IMF Global Financial Stability Report. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR/Issues/2017/03/30/global-financial-stability-report-april-2017>.
5. IMF World Economic Outlook. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/update/01/>.
6. CIA World Factbook. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>.
7. Statistics of the world. URL: <https://www.iformatsiya.ru/>.

---

Науковий керівник: Рамський А.Ю, доктор економічних наук, доцент, Київський університет імені Бориса Грінченка

## **СУЧАСНІ ДОСЛІДНИКИ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА В РАМКАХ ЄС**

*Скорік Ксенія Анатоліївна*

аспірант Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана

В поданому аналізі вважаємо за необхідне подати інформацію про дослідження проблем промислової політики за останні десять років.

Важливі дослідження країн, що розвиваються проводили Сімолі, Дозі та Стиглиц (2009), Стиглиц та Лінь Іфу (2013). Дослідження Азії та Кореї ведуться Санг Джун Лі (2013а, 2013b) та Фрейре (2013). Досліджуючи досвід США та Європи, Мацукато (2013) підкреслив необхідність широкої ролі "трансформаційних" дій громадськості в інноваціях та промислових змінах. Щодо Європи оцінки та аргументи були запропоновані Коріатом (2004), Піантою (2010), Лукчезе та Піантою (2012), WPIW – Віденським інститутом міжнародних студій (2013) та Айгінгером (2014).

Докази необхідності промислової політики були надані такими дослідниками як Ха Джун Чханом (1994), Хаусманом та Родріком (2003), Родріком (2008), Вайдом (2012), Грінвальдом і Стиглицем (2013). Питання полягає не в тому, чи необхідна промислова політика, але шлях яким вона може бути здійснене на. Ці дебати були особливо важливими в нових промислово розвинених країнах. [1; с. 277-281]

Структура основної проблематики питання та дискусії на данному етапі можна подати наступним чином.

1) Визначення поняття промислової політики. Говард Пак і Камал Саггі розглядають промислову політику як «будь-який вид втручання чи політики уряду, яка намагається змінити структуру виробництва у галузях. Очікується, що це забезпечить кращі перспективи економічного зростання, ніж це відбудеться за відсутності втручання».

Схожий підхід у Ніколаса Крафтса який визначає за мету промислової політики зміну розподілу ресурсів між галузями економіки як визначальний елемент. Кен Уорвік дещо розширює визначення Пака та Саггі. Промислова політика - будь-яка політика втручання або управління, яка намагається поліпшити бізнес середовище або змінити структуру економічної активності відповідно до секторів, технологій або завдань. [2; с. 2]

2) Необхідність промислової політики. Промисловою політикою починають нехтувати з 80-х років, переважно на підставі двох аргументів. По-перше виникає питання, чому уряди мають більше інформації про те, як слід стимулювати структурні зміни, ніж суб'єкти приватного сектору? По-друге, якщо політичні заходи були використані для диференціації та щоб віддати перевагу певним галузям або типам підприємств, такі заходи будуть підпорядковані лобіюванню та набутті вигоди.

В цьому контексті Дені Родрік (Гарвард) зазначає, що питання не стоїть «чи потрібна промислова політика», але «яка політика потрібна», чи можливо "спроєктувати інститути, які враховують інформаційні та політичні проблеми промислової політики". [3, с. 133]

3) Майкл Ландесманн зазначає, що відносно давнім є питання в промисловій політиці є питання про відносну вагу, яку слід надати "горизонтальній" або "вертикальній" політиці. Майкл Ландесманн робить висновок, що питання стосовно обговорення горизонтальних та вертикальних політик полягає в тому, що кордон не може бути легко сформований. Критики вертикальної політики кажуть, що така політика прямо виявляє дискримінацію на користь окремих фірм чи секторів. Проте Дані Родрік вказує, що горизонтальна політика також впливає по-різному на різні типи секторів або підприємств, і добре обізнаний політик повинен це усвідомлювати. [3; с. 136]

У недавньому документі Дені Родрік (2004) стверджував, що традиційний погляд на промислову політику (на основі технологічних та грошових чиників) застарілий і не враховує складнощів, які характеризують процес індустріалізації. За словами Родріка (2004), промислова політика - це стратегічне співробітництво між приватним та державним секторами, основною метою якого є визначення областей, в яких країна має порівняльні переваги.

Основне відхилення цієї точки зору від класичної теорії полягає в тому, що підприємцям може бракувати інформації про те, де лежить порівняльна перевага країни. Або, на мікрорівні, підприємці можуть просто не знати, який бізнес є вигідним, а який ні. [2; с. 11-18]

Отже, постає питання, чи дійсно працює промислова політика. Як зазначалося раніше, неможливо запропонувати єдиний узгоджений контрафакт, щоб оцінити минулий успіх промислової політики, орієнтованої на окремі галузі. Таким чином, було проведено низку дослідницьких стратегій, спрямованих на забезпечення емпіричної оцінки промислової політики. Вони були розглянуті в Noland та Pack (2003).

Річард Байсон та Девід Вайнштейн (1996) досліджували зв'язок між промисловою політикою та галузевим зростанням ТФР в Японії. Працюючи з 13-ти зразками секторів на період 1955-1990 рр., вони не змогли виявити докази того, що преференційні політики (з показниками

протекціонізму, податками чи субсидіями) цільових секторів, що вони сприяли швидкості накопичення капіталу в секторах або зростання TFP.

Роберт Лоуренс та Девід Вайнштейн (2001) розширили це дослідження, використовуючи дещо інший набір даних, і встановили, що диференційні ставки корпоративних податків вплинули на галузевий ріст TFP, тоді як прямі субсидії та субсидовані позики ні.

Йонг-Ва Лі (1996), застосовуючи метод, широко схожий на Річарда Байсона та Девіда Вайнштейна, виявляє подібну нестачу впливу промислової політики Кореї на накопичення капіталу чи ріст TFP. Говард Пак (2000) слідує іншим шляхом, припускаючи, що TFP у галузях виробництва з преференціями фактично збільшився як в Японії, так і в Кореї. Оцінює який вплив успішна передбачувана політика могла б мати на зростання валового внутрішнього продукту. Найкращою оцінкою є приблизно збільшення на 5% ВВП та навіть 10% протягом відповідних періодів. Хоча це істотно, навряд чи це магічний ключ для прискореного зростання. [13;с.30-31]

Світ увійшов до найбільш серйозного спаду після Великої депресії. Економіки, подібні до Великобританії, які мали надприбутки секторі фінансових послуг, особливо постраждали. Зниження викликало депресію у Європі та у всьому світі. Промислова політика, яку так довго була відкинута, повернулася до моди. [4]

#### **Список використаних джерел:**

1. Pianta, 2014, An industrial policy for Europe. Seoul Journal of Economics, 27, 3, 2014. <http://www.sje.ac.kr/upload/repec/issue/5097b8c95d805657b8711eb6533ac39f.pdf>
2. Pack, Howard and Kamal Saggi (2007). “The Case for Industrial Policy: A Critical Survey,” World Bank Research Observer, 21(2): 267–97.
3. Michael A. Landesmann. Industrial Policy: Its Role in the European Economy - Which Industrial Policy Does Europe Need? Intereconomics 2015 – p.120-156.
4. Tim Page. A European Industrial Policy for the New Global Economy - Which Industrial Policy Does Europe Need? Intereconomics 2015 – p.120-156.



## ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ ГУМАНІТАРНОЇ ІНТЕРВЕНЦІЇ В ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

*Шахова Оксана Антонівна*

студентка,

Київський університет імені Бориса Грінченка

Кінець ХХ і початок ХХІ століття характеризується зростанням кількості етнічних і релігійних конфліктів внутрішнього характеру, які переходять у запеклі громадянські війни. У процесі перебігу цих конфліктів відбуваються масові порушення основних прав багатьох людей. Тому не випадково світова спільнота шукає можливості ефективної протидії таким фактам. Миротворче і гуманітарне втручання є саме однією з таких можливостей. Проблема ролі і місця гуманітарної інтервенції в сучасній системі міжнародних відносин заслуговує уваги і вивчення перш за все тому, що подібна діяльність переживає в даний час період бурхливого зростання.

Концепція «гуманітарного втручання» є однією з основних проблем світової політики. Найбільший інтерес до неї з'явився після гуманітарної інтервенції НАТО у Федеративній Республіці Югославії, тобто наприкінці ХХ століття.

У сучасній історіографії існує два основних трактування поняття «гуманітарна інтервенція». Перше, так зване «широке», найповніше та найбільш структуровано представлено в роботах Д.Шеффера [1]. Згідно з запропонованою ним класифікацією, гуманітарна інтервенція включає наступні види: примусова гуманітарна інтервенція (з використанням сили; без використання сили), непримусова гуманітарна інтервенція (озброєна, без використання сили). «Вузьке» розуміння даного терміну визначає гуманітарну інтервенцію як втручання у справи суверенної держави з метою захисту прав людини. Таке трактування найчастіше наводиться експертами з даного питання та обґрунтовується в роботах В.Д.Вервея [2], Д.Кріціотіса [3].

Проте чому інструментом зовнішньої політики була обрана саме гуманітарна інтервенція, адже вона прямо порушує один із основних принципів міжнародного права, закріплених у Статуті ООН – принцип державного суверенітету? Тут виключно важливим є розуміння точки зору

західної ліберальної традиції, за якою вважається, що будь-які права держави – включаючи й право на суверенітет – є похідними від прав громадян, які в ній проживають. Саме з цього виникають принципи, зафіксовані в Хартії прав людини ООН – наприклад, право окремої особи обирати країну проживання [4]. Зрозуміло, що принцип суверенітету як такий не є абсолютним, а тим більше беззаперечним, оскільки першоджерелом його вважаються права людини. Система міжнародних відносин, побудована на ньому, із самого початку не може бути досконалою. Про це і свідчить практика – права багатьох держав свідомо обмежувалися іншими країнами, і особливо помітним це протиріччя стало наприкінці ХХ століття.

Розділяючи точку зору про законність інтервенції в ім'я гуманних цілей, значна кількість дослідників вважала, що право на подібну інтервенцію виникає не в односторонньому порядку, а в результаті рішення групи держав.

У період, що передує створенню Організації Об'єднаних Націй, обмеженою кількістю держав були укладені перші міжнародні угоди. До них належать договори і конвенції, що містять положення про боротьбу з рабством і работоргівлею, про припинення торгівлі жінками і дітьми, про захист релігійних, етнічних та мовних меншин, а також про певні права людини під час збройних конфліктів. Метою цих угод було не створення всесторонньої системи міжнародного захисту прав людини, а лише забезпечення деяких прав особи. Ще у 1945 році ООН визначила, коли і за яких умов гуманітарна інтервенція може бути проведена. Головний критерій подібної операції: військові підрозділи переслідують гуманітарні цілі – запобігання загибелі мирного населення.

Отже, під гуманітарною інтервенцією вже слід розуміти здійснювані ззовні збройні дії в певній країні для запобігання або припинення там гуманітарної катастрофи, тобто масових акцій насильства з численними жертвами та біженцями. Як відомо, Статут ООН передбачає законну з точки зору міжнародного права можливість застосування сили тільки у двох випадках. Перший – індивідуальна або колективна самооборона у відповідь на збройний напад на члена ООН. Другий – з санкції Ради Безпеки при загрозі міжнародному миру і безпеці, рішення про наявність якої приймає сама Рада.

Таким чином, на сьогоднішній момент складається наступна ситуація: гуманітарна інтервенція, де-юре неприпустима без санкції ООН, де-факто є реальністю сучасної світової політики [5]. Але ключовою проблемою в сучасному міжнародному праві, а відтак і в міжнародних відносинах, виявляється відсутність загальновизнаних норм і принципів застосування гуманітарної інтервенції як інструменту зовнішньої політики держав.

#### **Список використаних джерел:**

1. Scheffer D. Post-Gulf War Challenges to the UN Collective Security System : Three Views on the Issue of Humanitarian Intervention / D. Scheffer. — Washington, DC: United States Institute of Peace, 1992. — 182 p.
2. Verwey W. D. Humanitarian Intervention under International Law / W. D. Verwey // Netherlands International Law Review. — 1985. — № 3. — P. 35 — 42.
3. Kritsiotis D. Reappraising Policy Objections to Humanitarian Intervention / D. Kritsiotis // Michigan Journal of International Law. — 1998. — № 4. — P. 37 — 41.
4. Братерский М.В. «Гуманитарная интервенция» во внешней политике Вашингтона / М.В.Братерский // США — Канада: экономика, политика, культура. — 2005. — №10 (430). — С.43 — 55.
5. Танья Г. Гуманитарная интервенция и гуманитарная помощь: эхо прошлого и перспективы / Г. Танья // Белорусский журнал международного права и международных отношений. — 1998. — № 4. — С. 32 — 56.

---

Науковий керівник: Баранова Н.В., канд. іст. наук, Київський університет імені Бориса Грінченка

Підписано до друку 06.10.2017  
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.  
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.  
Тираж 60 прим.

Громадська організація «Наукова спільнота»  
46027, Україна, м. Тернопіль, вул. Загребельна, 23  
Ідентифікаційний код 41522543  
тел. 0979074970  
E-mail: rusenkos@ukr.net

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