

Наукова економічна організація «Перспектива»

МАТЕРІАЛИ  
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ

**ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРІОРИТЕТИ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ  
В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

15 грудня 2018 року

Частина I

м. Дніпро

УДК 330.342(063)  
П27

**Перспективи та пріоритети розвитку економічної системи в умовах нестабільності:** матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 15 грудня 2018 р.). – У 2-х частинах. – Дніпро: НО «Перспектива», 2018. – Ч. 1. – 124 с.

У збірнику представлені матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи та пріоритети розвитку економічної системи в умовах нестабільності». Розглядаються загальні питання економічної теорії, фінансів та страхування, банківської справи, міжнародної економіки, менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності.

Призначений для науковців, практиків, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також для широкого кола читачів.

УДК 330.342(063)  
П27

**Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників.  
У збірнику максимально точно відображається орфографія і пунктуація,  
запропонована учасниками.**

# ЗМІСТ

## СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

### ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ

ОСПИВА Л. В., ТОКАР А. Б. .... 6

## СЕКЦІЯ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

### І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

КАНАДА І США ЯК СВІТОВІ ЦЕНТРИ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ

ГОНЧАР Ю. І. .... 10

ЗОЛОТОВАЛЮТНІ РЕЗЕРВИ ТА ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС  
У МЕХАНІЗМІ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

КОРОЛЬ М. М., ЛАПА І. В. .... 13

СУТЬ ЗОЛОТОВАЛЮТНОГО РЕЗЕРВУ, МЕХАНІЗМ ЙОГО ПОПОВНЕННЯ  
ТА ВИКОРИСТАННЯ

КОРОЛЬ М. М., ЛАПА І. В. .... 16

ДО СУЧАСНИХ АСПЕКТІВ БАНКІВСЬКОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

ПАВЛЮК О. О. .... 19

ВИКОРИСТАННЯ ІТ-ІНСТРУМЕНТІВ АНТИКРИЗОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ  
У ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПОЛІ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ

ТКАЧЕНКО Д. О. .... 22

## СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ

### НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ПРАКТИКА: ТВЕРДИЙ, ДИНАМІЧНИЙ КОШТОРИС  
ПРИ ЗАКУПІВЛІ КАПІТАЛЬНИХ РЕМОНТІВ

МИХАЛЬЧИНЕЦЬ Г. Т. .... 25

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ

МОСКАЛЕНКО К. С., ЄВСІКОВА К. С. .... 28

ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

МУЛЕСА Е. В. .... 34

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ

ПОПОВИЧ О. М. .... 36

ТЕНДЕНЦІЇ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ  
БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ

СЛАВКІНА М. А. .... 39

ВПЛИВ ФЕНОМЕНУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ  
НАЦІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСТВ

ТАНАСІЄНКО Н. П., ОГОРОДНІК Т. О., КРАВЧУК А. В. .... 41

## СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ  
СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

БІРБИРЕНКО С. С., АЛІКСЮК Л. О. .... 44

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ ПРИБУТКУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ <b>БОЖАНОВА О. В., ГУБА А. А.</b> .....	47
PROBLEMS OF INCREASE OF THE LABOURPRODUCTIVITY ARE ON ENTERPRISE <b>НАВРІЛЮК К. О., МЕЛНУК А. О.</b> .....	50
СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА <b>ГНИП Д. В.</b> .....	52
КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ <b>ДАЙНОВСЬКИЙ Ю. А., ПЕРЕСТА В. Т., НИЦА Ю. В.</b> .....	54
ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ <b>ДЕМ'ЯНЕНКО Б. С.</b> .....	57
ТЕОРИЯ КОНДЖОЙНТ-АНАЛИЗА <b>ЗБОРОВСКИЙ Р. В.</b> .....	60
ПЕРСПЕКТИВИ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ВИСТАВКОВОМУ БІЗНЕСІ <b>КИРИЛКО Н. М.</b> .....	62
ВПЛИВ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ НА ОЦІНКУ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ <b>КУРАКІНА Ю. О.</b> .....	66
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ <b>МОЛЧАНОВА А. Ю.</b> .....	68
ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА <b>МУШТУК В. В.</b> .....	70
СУЧАСНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ <b>НЕТЯЖЕВСЬКИЙ О. В.</b> .....	72
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ <b>ПАВЛОВСЬКА Л. М.</b> .....	74
ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ «LEAN PRODUCTION» <b>ПОДВАЛЬНА В. В.</b> .....	76
РЕЙТИНГУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ІТ-ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДУ VIKOR <b>ПОДЧЕРНЯЄВА В. О.</b> .....	78
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЛЯ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ <b>САЗОНОВА С. В.</b> .....	82
ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ДІЛ» <b>СИРОТА Б. В.</b> .....	84
ЗНАЧЕННЯ ТА СКЛАДОВІ БІЗНЕС-ПЛАНУ <b>СПІРІДОНОВА К. О., ОЛІФЕР А. О.</b> .....	87
АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ <b>СТАШЕНКО Н. А.</b> .....	90
АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ <b>СТОЯНОВА В. В.</b> .....	92
НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ <b>ТЕСЛЮК А. В.</b> .....	93

ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ <b>ФЕДУРК К. В.</b> .....	96
ПОБУДОВА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ <b>ЧИЧУЛІНА К. В., ЧАПЧА І. О.</b> <b>ХАФІЗОВА КАМІЛА</b> .....	99

## **СЕКЦІЯ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

ОСОБЛИВОСТІ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН У РЕГІОНАХ АЗЕРБАЙДЖАНА <b>КАЩЕЕВА В. Ю., ГУСЕЙНОВ ІМРАН</b> .....	104
АНАЛІЗ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ <b>МАЗУР А. Б.</b> .....	106
СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ КОМПЛЕКСІВ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ <b>ОБОЛЕНЦЕВА Л. В.</b> .....	109

## **СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

СУЧАСНІ ГЕОІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТАХ <b>КОЛГАНОВА І. Г., СМІТЮХ А. А.</b> .....	112
--	-----

## **СЕКЦІЯ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ <b>ДЮКАРЕВА Д. О., КОЖЕМЯЧЕНКО О. О.</b> .....	116
ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА <b>ЖОВНІР С. М.</b> .....	118

# СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

## ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ

**ОСПОВА Л. В.**

*кандидат економічних наук, доцент*

**ТОКАР А. Б.**

*студентка*

*Вінницький торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

*м. Вінниця, Україна*

---

Проведення ефективної соціальної політики вимагає створення відповідного фінансового механізму її реалізації, здатного забезпечити добробут кожного громадянина України. Від фінансування соціального забезпечення залежить рівень життя, добробут населення, соціальний клімат в країні.

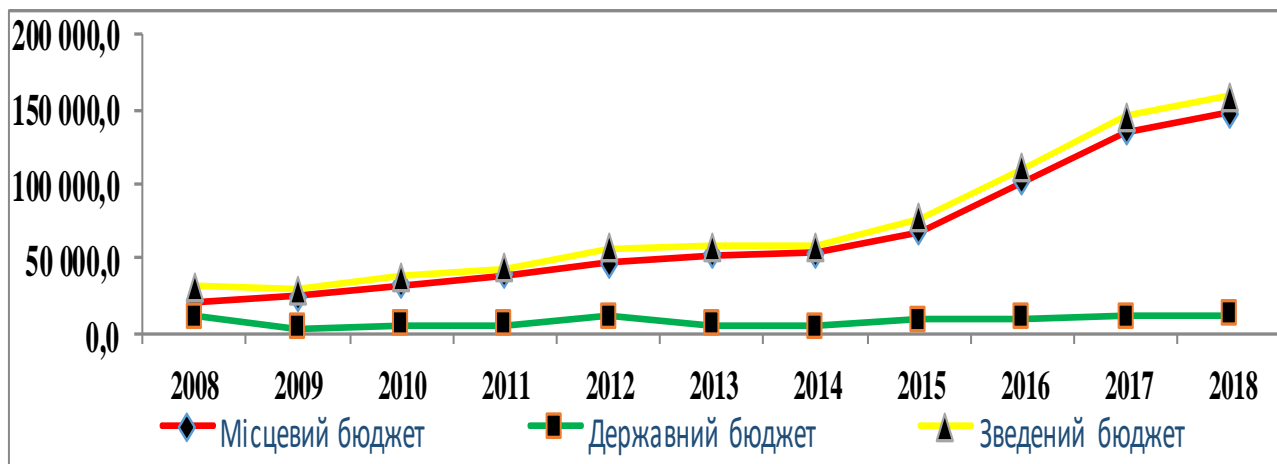
Дослідження проблематики фінансового забезпечення соціального захисту населення проводять чимало вчених та практиків, а саме В. Н. Болотіна, Н. Борецька, О. Гаманкова, С. Корецька, Е. Лібанова, В. Базилевич, О. Кириленко, Г. Лопушняк, О. Макарова, А. Мельник, К. Павлюк, О. Сергієнко, А. Сидорчук, В. Тропіна, С. Юрій та ін.

Бідність та соціальне відчуження залишаються одним із найвідчутніших викликів для України. Фактичне зниження соціальних стандартів у поєднанні з підвищенням цін створюють несприятливе середовище для успішного запровадження реформ та зменшення суспільної напруги в нашій країні. За даними ООН близько 80% українців живуть за межею бідності, а за версією американського ділового видання Bloomberg, Україна в 2017 році, входила в десятку найбідніших країн світу [1]. Показники вимірювання рівня бідності можуть відрізнятися, проте частка охопленого нею населення залишається значною. В Україні налічується 1,7 мільйона внутрішньо переміщених осіб, 2,8 мільйона людей з обмеженими можливостями, близько 60% живуть за межею бідності, що визначається як фактичний прожитковий мінімум [2]. Розриву між доходами багатих та бідних у 2017 – 1:40, тоді як у країнах ЄС такий показник становить 1:5. Середня зарплата в Україні становить 190 євро і є найнижчою у Європі [3]. Ці факти свідчать про подальше зниження соціальних стандартів в нашій країні, а нинішню систему соціальної підтримки не можна вважати надто ефективною.

Заробітна плата слугує одним із шляхів підвищення рівня та якості життя в Україні, а соціальне забезпечення служить певним інструментом для вирішення однієї з найгостріших проблем – соціальної проблеми нерівності особистих

доходів людей. Аналіз структури доходів населення України, показує, що майже 4/5 усіх доходів населення формується за рахунок заробітної плати і соціальних допомог та інших одержаних поточних трансфертів, трохи більше (1/5) – за рахунок прибутку та змішаного доходу і доходу від власності [4]. Дослідження показує збільшення питомої ваги заробітної плати у структурі доходів населення, яке в свою чергу поглинається інфляцією. Друга вагома частка в доходу – соціальні допомоги та інші одержувані поточні трансферти. Але існує істотна різниця між прожитковим мінімумом, установленим державним бюджетом, за показником якого розраховуються основні розміри соціальних виплат, та фактичним прожитковим мінімумом, що обраховується Мінсоцполітики згідно зі ст. 5 Закону України «Про прожитковий мінімум». Так, наприклад, із 1 грудня 2018 року прожитковий мінімум становив 1853 грн., – фактичний розмір прожиткового мінімуму у цінах жовтня 2018 року у розрахунку на місяць на одну особу становить 3285 грн. (з урахуванням суми обов’язкових платежів 3771 грн.) [5; 6]. Останнє спричинило погіршення становища соціально незахищених верств населення, особливо тих, для кого значна частина витрат – лікарські засоби та комунальні послуги.

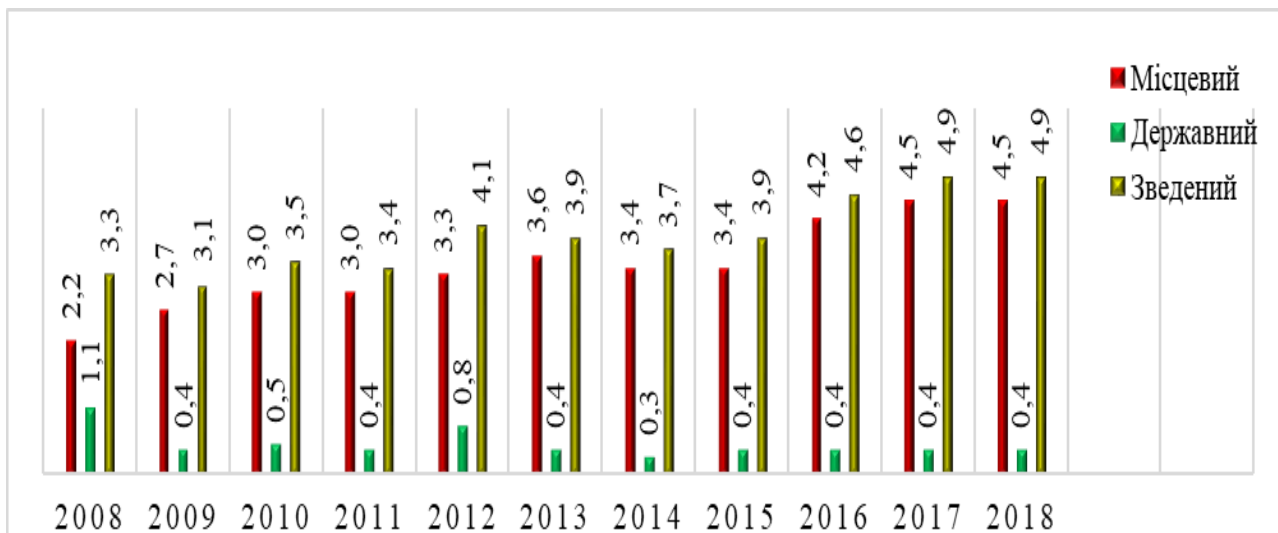
В Україні фінансування соціальних видатків розподіляється між державним і місцевими бюджетами, але питання щодо формування ефективної системи фінансового забезпечення соціальної сфери протягом тривалого часу залишається суперечливим. При цьому фінансування соціальних послуг, які безпосередньо споживає населення, здебільшого здійснюється за рахунок коштів місцевих бюджетів (рис. 1).



**Рис. 1. Динаміка видатків на соціальний захист у бюджетах різних рівнів в Україні, млн. грн.**

В Україні за період 2012 – 2016 рр. коефіцієнт децентралізації витрат бюджетів на соціальний захист та соціальне забезпечення становив у середньому близько 40% [7].

Частка витрат на соціальний захист у ВВП України завжди була доволі високою, що притаманно більшості розвинених країн світу. Структура видатків на соціальний захист та соціальне забезпечення у відсотках до ВВП представлено на рис. 2.



**Рис. 2. Частка видатків на соціальний захист у ВВП, %**

Особливу роль у фінансуванні соціального захисту впродовж багатьох років відіграє відсоток к у зведеному бюджеті. Значний його приріст припадає на період 2016-2018 років, а саме 4,6%-4,9%. Аналіз тенденцій фінансування системи соціального захисту дозволяє зазначити про суттєве збільшення номінальних обсягів цих витрат. Так, номінальний обсяг витрат на соціальний захист та соціальне забезпечення з державного бюджету до 2015 року збільшилися у 3,28 рази, а з місцевого бюджету в 8,7 разів. Видатки Зведеного бюджету України на соціальний захист та соціальне забезпечення в 2016 році становлять 251 227,7 млн. грн. (30%), що більше ніж у 2015 році на 4,06%. Так, у 2015 році бюджетне фінансування функцій соціального захисту та соціального забезпечення населення складало 176339,84 млн. грн., що становило 25,94% видатків Зведеного бюджету України та 8,91% ВВП [8].

Однак варто відмітити, що високу частку соціальних видатків у структурі ВВП не завжди можна розглядати як ознаку високого рівня соціального захисту. В останні роки за цим показником Україну випереджає лише одна країна ОЕСР – Франція. Однак розмір соціальних витрат на душу населення в Україні є доволі низьким. Серед 35 країн за розміром соціальних витрат на душу населення Україна знаходиться на 32-му місці із середнім показником за досліджуваний період 1925,6 дол. за паритетом купівельної спроможності, наприклад, у Польщі цей показник становить 3781,3 дол. [9].

Водночас поряд із низькими розмірами соціальних витрат в Україні існує чимало проблем фінансового забезпечення соціального захисту, які пов'язані зі структурою фінансових джерел та ефективністю фінансового забезпечення соціального захисту. Тому головною метою змін на цьому рівні соціального захисту є оптимізація фінансових виплат за рахунок як скорочення невластивих державній системі соціального захисту соціальних допомог (пільг) шляхом їх ліквідації або переведення на інші джерела фінансування (включення у систему загальнообов'язкового державного соціального страхування або переведення на добровільне страхування), так і підвищення ефективності використання коштів у межах наявних соціальних програм.



Таким чином, в сучасних умовах проблема соціального захисту повинна вирішуватися шляхом трансформації політики доходів населення, а не через збільшення їх фінансування за рахунок державних коштів. Формування нової концепції розвитку системи соціального захисту вимагає перегляду всього спектру державних соціальних допомог (пільг) та джерел їх фінансування. Важливим напрямком реформ є децентралізація системи надання соціальних послуг, територіальне наближення надання послуг до місця проживання їх отримувачів, посилення відповідальності органів місцевого самоврядування за якість надання соціальних послуг та ефективне використання коштів на соціальний захист населення. Основними напрямками вдосконалювання механізму фінансового забезпечення соціальної сфери повинні стати: посилення відповідальності за нецільове використання коштів; оптимальне розмежування повноважень щодо здійснення видатків між органами влади всіх рівнів; залучення неурядових організацій до надання соціальних послуг із метою підвищення їх якості тощо. Лише комплексне впровадження окреслених заходів дасть змогу досягти підвищення ефективності фінансування соціальної сфери та покращання якості життя населення як основної мети реалізації соціально-економічної політики держави.

### **Література:**

1. ООН: Близько 60% українців живуть за межею бідності. URL: <http://www.pravda.com.ua/news/2017/03/30/7139761/>
2. Доповідь ПРООН: Україна зайняла 84 місце серед 188 країн світу. URL: <http://www.un.org.ua/ua/informatsiinyi-tsentri/news/4089-dopovid-proon-ukraina-zainiala-84-mistse-sered-188-krain-svitu>
3. В Україні середня зарплата становить 190 євро і є найнижчою в Європі. Центр інформації про права людини. URL: [https://humanrights.org.ua/material/v\\_ukrajini\\_serednja\\_zarplata\\_skladaje\\_190\\_jevro\\_i\\_je\\_najnizhchojiu\\_v\\_jevropi](https://humanrights.org.ua/material/v_ukrajini_serednja_zarplata_skladaje_190_jevro_i_je_najnizhchojiu_v_jevropi)
4. Соціальний захист та соціальне забезпечення. Бюджетні видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення. URL: <http://www.minfin.gov.ua/news/bjudzhet/socialnij-zahist-ta-socialne-zabezpechennja>
5. Прожитковий мінімум 2018 року. URL: <https://www.budgetnyk.com.ua/article/69-yakim-bude-rozmr-projtkovogo-mnmumu-2018-roku>
6. Офіційний сайт Департаменту соціального захисту населення. URL: <http://dszn-zoda.gov.ua/>
7. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/index>
8. Видатки бюджету України. URL: <http://cost.ua/budget/expenditure>
9. Статистичні дані ОЕСР. URL: [http://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=SOCX\\_AGG&lang=en](http://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=SOCX_AGG&lang=en)

## СЕКЦІЯ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

### КАНАДА І США ЯК СВІТОВІ ЦЕНТРИ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ

**ГОНЧАР Ю. І.**

*магістрант*

*Ужгородський національний університет*

*м. Ужгород, Україна*

---

У сучасну епоху глобалізації міжнародна трудова міграція вплетена в безліч якісно нових складних процесів таким чином, що в значній мірі визначає саму можливість подальшого розвитку світової економіки. Важливим аспектом для аналізу та врегулювання сучасних напрямків міграції робочої сили є визначення закономірностей трудової міграції, а також міграційної політики основних країн імпортерів трудових ресурсів. Такі держави як, наприклад, США і Канада є одними з найбільших центрів тяжіння робочої сили. Беручи до уваги досвід провідних країн у сфері врегулювання трудової міграції, кожна держава має можливість побудувати власну успішну міграційну політику на основі врахування всіх закономірностей, недоліків і переваг міграційної політики.

В сучасних умовах міграційної кризи надзвичайно актуальним є не тільки вивчення економічної та соціальної сутності міжнародних міграційних процесів, а й аналіз досвіду міграційної політики держави та пошуку нових дієвих інструментів її реалізації. У зв'язку з цим, досвід США і Канади є дуже цікавим для багатьох держав, в тому числі й України, зокрема, важливим є визначення шляхів, які знаходять ці країни, для протидії негативним наслідкам в сфері міграції, так як і гнучкий підхід до гострої проблеми.

За даними міжнародного звіту міграції ООН кількість іммігрантів в США на кінець 2017 року становила приблизно 49,8 мільйони чоловік, тобто 15% населення Сполучених Штатів Америки та 19% загальної кількості іммігрантів у світі. Чисельність іноземних робітників у США склала 27 мільйонів осіб, що становить 16,9 відсотків усієї робочої сили країни [5; 4]. Ключовими джерелами трудових ресурсів виступають країни Азії та Латинської Америки, а сімейна міграція являється ключовим мотивом для постійної імміграції.

Розподіл іммігрантів в різних сферах промисловості відрізняється залежно від місця проживання та залежить від того, чи іммігранти працюють офіційно, чи неофіційно. Нелегальні іммігранти в більшій мірі залучені в сфері будівництва та обслуговування. Тоді як офіційно влаштовані іммігранти працюють у більш високооплачуваних та престижних професіях.

Частка незареєстрованих працівників в загальній кількості населення відображає частку нелегальних іммігрантів загалом, яка на сьогоднішній день становить близько 11 млн. осіб, 8 млн. з яких працюють. Існують галузі, де нелегальні працівники значно переважають. Наприклад, в сільськогосподар-

ській та будівельній галузях, незареєстровані робітники складають відповідно 17% та 13% загальної робочої сили. Більше половини незареєстрованих працівників проживають в чотирьох штатах: Каліфорнія (27%), Техас (13%), Нью-Йорк (8%) та Флорида (6%) [4; 1].

Що стосується Канади, то кількість іммігрантів, які прибувають до країни кожного року, в середньому становить близько 250 000 чоловік. У 2017 році Канада прийняла близько 300 000 осіб. Існує тенденція до щорічного збільшення частки іноземної робочої сили в загальній кількості трудових ресурсів. Згідно з даними перепису населення 2016 року, частка іммігрантів у загальній кількості робочої сили в Канаді досягла свого найвищого рівня протягом майже століття, і склала 24%, порівняно з 20% у 2006 році [2].

У 2017 році іммігранти прибули до Канади з більш ніж 190 країн. Третій рік поспіль Філіппіни та Індія залишаються найпопулярнішими країнами-експортерами іммігрантів до Канади. Фактично, імміграція з цих країн склала 28% з загальної кількості новоприбулих іммігрантів в 2017 році. Найбільш привабливими провінціями для іммігрантів є Онтаріо, Квебек та Альберта, які у 2017 році прийняли 72,2 відсотків від усіх новоприбулих іммігрантів [2].

Згідно розрахунків фахівців, подальший поступальний розвиток країни вимагає щорічного приросту населення за рахунок імміграції не менше 1%, тобто від 250 до 300 тис. осіб щороку [2]. Сучасна канадська імміграційна практика продиктована не лише виключно економічними міркуваннями, але й соціальними та гуманітарними аспектами міжнародної міграції. На початку листопада 2017 року була оголошена нова імміграційна мета Канади, згідно з якою за довгостроковим планом уряду, Канада планує прийняти 1 млн. іммігрантів до 2020 року, заохочуючи іммігрантів до роботи в економічному секторі країни. У кінцевому рахунку глобалізація залучає Канаду до вирішення непростих соціальних питань нерівномірного розвитку світової спільноти, більш оптимального перерозподілу світових трудових ресурсів, будівництва гармонійної системи взаємодії праці й капіталу в рамках сучасної постіндустріальної реальності.

Завдяки високому рівню добробуту та гарантіям політичних свобод міграція в Сполучених Штатах та Канаді розвивається практично в одному напрямку – країни виступають у якості приймаючої сторони. Іммігранти виступають в ролі допоміжного фактора поряд з місцевими робітниками, оскільки допомагають заповнити недолік необхідної робочої сили, кваліфікації, регіональних розбіжностей попиту і пропозиції. Іммігранти також допомагають пом'якшити вплив погіршення вікової структури населення. Крім того, іммігранти вносять вагомий внесок для інноваційного процесу в США і Канаді, допомагає підтримувати конкурентоспроможність провідних компаній і університетів цих країн.

Однак не можна сказати, що в США і Канаді міграція не приносить ніяких проблем. Особливою проблемою є нелегальна міграція, яка призводить до розвитку тіньової економіки та зростання соціальної напруги і розглядається як загроза для безпеки держав.

Однак досвід США і Канади показує, перш за все, значну користь імміграції та здатності держав і суспільства прийняти і інтегрувати значні маси мігрантів, не піддаючи небезпеці основи демократичної влади. Не дивлячись на те, що

обидві країни США та Канада є центрами трудової міграції, зі значним досвідом формування та реалізації регулювання імміграційних процесів, на сьогоднішній день, імміграційна політика цих держав значно відрізняється один від одного, як за своєю формою, так і за інструментами її регулювання.

Американський президент Дональд Трамп є чітким та однозначним у реалізації імміграційної політики США. Згідно новому імміграційному плану, метою імміграційної реформи є скорочення легальної і нелегальної імміграції до Сполучених Штатів, побудова стіни уздовж південного кордону країни та збільшення робочих місць, оплати праці та безпеки всіх американців. В даний час більшість тих, хто отримує постійний дозвіл на проживання в США це родичі іммігрантів. На думку президента, ця політика обтяжує робочих Америки, платників податків і витрачає ресурси держави. Заплановано, що новий імміграційний закон змінить систему пріоритетів на користь кваліфікованих і освічених іммігрантів, і скоротить «сімейну міграцію» в США.

Що стосується Канади, то експерти вважають, що масштаби імміграції повинні неухильно зростати, поки вони не досягнуть 408,000 щорічно до 2030 року для того, щоб збільшити зростання робочої сили в довгостроковій перспективі і стимулювати економічне зростання, а також пом'якшити наслідки старіння населення. За трирічним планом, який був представлений федеральним міністром імміграції Ахмедом Хуссенем в листопаді 2017 року, кількість щорічно прийнятих Канадою іммігрантів в 2020 р виросте приблизно на 13% в порівнянні з 2017 р і складе 340 000 чоловік. Ліберальна міграційна політика в Канаді вона має цілу низку традицій. Країна переважно сама підшукує собі відповідних іммігрантів – як економічних, так і біженців з охоплених війною регіонів світу. Також 80% громадян заявляють, що імміграція збагачує країну [2].

Незважаючи на відмінні вектори імміграційної політики обох країн, як США так і Канада постійно знаходяться в пошуку нових шляхів вдосконалення міграційної політики. Наприклад, на даний момент, США активно змінює принципи імміграційної системи країни на більшу систему видачі віз для іммігрантів, надаючи перевагу висококваліфікованим іммігрантам. Канада ж, в свою чергу, вперше ухвалила трирічний імміграційний план, що дозволить регіонам ефективніше планувати житлові, транспортні та соціальні програми, ґрунтуючись на довгостроковому прогнозі імміграції.

### **Література:**

1. Pew Research Center – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.pewresearch.org>
2. Statistics Canada: Canada's national statistical agency – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.statcan.gc.ca/>
3. The International Centre for Migration Policy Development (ICMPD) – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.icmpd.org/our-work/research/>
4. The International migration report 2017 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017\\_Highlights.pdf](http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf)
5. The World Bank Statistics – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/>

## **ЗОЛОТОВАЛЮТНІ РЕЗЕРВИ ТА ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС У МЕХАНІЗМІ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

**КОРОЛЬ М. М.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри міжнародних економічних відносин*

**ЛАПА І. В.**

*студент факультету міжнародних економічних відносин  
Ужгородський національний університет  
м. Ужгород, Україна*

---

Головним призначенням централізованих міжнародних золотовалютних резервів є покриття дефіциту платіжного балансу країни. Платіжний баланс країни являє собою сукупність потоків товарів, послуг та капіталів між даною країною та її закордонними партнерами.

У країнах з ринковою економікою, де учасники міжнародних операцій обмінюють одні валюти на інші на приватних валютних ринках, використання центральними банками офіційних валютних резервів для досягнення рівноваги платіжних балансів здійснюється через механізм валютних інтервенцій, які мають за мету обмеження коливань обмінних курсів грошових одиниць.

Для використання резервної частки МВФ, з метою врівноваження платіжного балансу, необхідно отримати вільно конвертовану валюту в Міжнародному валютному фонді через обмін національної валюти. Спеціальні права запозичень (СПЗ) також не використовуються в міждержавних розрахунках безпосередньо. Утримання активу в СПЗ дає змогу країні купувати ВКВ в інших країн в обмін на СПЗ, після чого використовувати її для інтервенцій на валютному ринку. При цьому роль МВФ полягає в тому, що він забезпечує країнам-членам гарантовану можливість отримання іноземної валюти в обмін на СПЗ [3].

За формою платіжний баланс становить статистичний звіт про надходження валютних коштів у країну та витрачання їх за певний період у розрізі окремих статей, країн, груп країн; за економічним змістом – макроекономічну модель, що характеризує стан та динаміку зовнішньоекономічних відносин певної країни із зовнішнім світом.

Економічна роль платіжного балансу визначається тим, що відображені в ньому обороти роблять безпосередній вплив на попит і пропозицію на валютному ринку: надходження валюти створює передумови для формування пропозиції її, а платежі – для формування попиту на валюту [1].

Як статистичний звіт платіжний баланс – це звіт про здійснені протягом року зовнішньоекономічні операції країни. Тому в ньому, зокрема, відображений рух золотовалютних резервів, який був здійснений протягом року.

Для покриття дефіцитів платіжних балансів країни використовують тільки запаси іноземних валют. Інші три компоненти міжнародних резервів, для того щоб їх можна було використовувати для зазначеної мети, обов'язково мусять пройти стадію перетворення в іноземну вільноконвертовану валюту (ВКВ).

Золото, яке перебуває в централізованому резерві, також може бути перетворене у вільно конвертовану валюту через продаж на міжнародному ринку за ринковими цінами. У 1996 р. Міжнародний валютний фонд здійснив продаж частини золота для надання пільгових кредитів країнам із низьким рівнем розвитку економіки, що призвело до падіння його ціни.

Зміни стану платіжного балансу зумовлюють зміни величини офіційних валютних резервів, що впливає на обсяг грошової бази, а відтак на обсяги грошової маси в обігу.

У разі виникнення дефіциту платіжного балансу курс національної валюти знижується, і коли він досягає певного рівня, центральний банк (чи відповідний уповноважений фінансовий орган) продає іноземну валюту з централізованих резервів в обмін на національну валюту з метою недопущення обезцінення останньої. Це призводить до зменшення обсягів валютних запасів. За активного сальдо платіжного балансу і відповідно підвищення курсу національної валюти фінансові органи, навпаки, купують іноземну валюту в обмін на національну, збільшуючи при цьому обсяги валютного резерву.

Також за активного сальдо платіжного балансу, в умовах припливу іноземної валюти на внутрішній ринок і відповідного збільшення обсягів золотовалютних резервів центрального банку величина грошової маси зростає. Надмірне зростання обсягу грошової маси загрожує інфляційними процесами і дестабілізацією макроекономічної ситуації в країні.

Дефіцит платіжного балансу і відповідне скорочення золотовалютних резервів у зв'язку з продажем іноземної валюти в обмін на національну призводить до скорочення грошової маси. Це зумовлює загрозу дефляції, а відтак переходу економіки до стагнації і виробничого спаду.

Отже, динаміка офіційних золотовалютних резервів тісно пов'язана з масштабами зовнішньоекономічної діяльності й валютного обороту, безпосередньо впливає на стан внутрішнього грошового обігу в країні. Таким чином, офіційні золотовалютні резерви є ключовою ланкою, яка пов'язує обсяги грошової маси і масштаби зовнішньоекономічної діяльності та забезпечує взаємодію між ними, результат якої відображає сальдо платіжного балансу. А відтак валютна політика центрального банку, спрямована на формування й оптимальне управління офіційними золотовалютними резервами, є необхідним у загальній системі заходів регулятивного впливу на динаміку обмінного курсу, стан платіжного балансу і підтримання макроекономічної рівноваги.

Основні компоненти платіжного балансу групують за двома рахунками: рахунком поточних операцій та рахунком операцій з капіталом і фінансових операцій.

Рахунок поточних операцій включає:

- експорт/імпорт товарів;
- експорт/імпорт послуг;
- доходи від інвестицій та оплату праці;
- поточні трансферти.

Рахунок операцій з капіталом і фінансових операцій містить два основні компоненти: рахунок операцій із капіталом і фінансовий рахунок.

У рахунку операцій із капіталом відображають капітальні трансферти, а також придбання та реалізацію невиробничих нефінансових активів. Фінансовий рахунок включає прямі інвестиції; портфельні інвестиції; інші інвестиції; резервні активи.

В Україні відповідальність за складання платіжного балансу на законодавчому рівні покладено на НБУ, який розробляє його за стандартними компонентами відповідно до видання «Керівництва з платіжного балансу» МВФ. У платіжному балансі систематизовано реєструються всі зовнішньоекономічні операції між резидентами даної країни та резидентами інших країн.

При розбалансованості платіжного балансу необхідно виявити конкретні чинники, що призвели до цього для правильного вибору заходів, щодо врівноваження. Ними можуть бути:

- виробничі чинники;
- структурні чинники;
- кон'юнктурні чинники;
- інфляційні чинники;
- фінансові чинники;
- політичні та соціальні чинники;
- форс-мажорні чинники.

Для збалансування держава використовує внутрішні джерела, наприклад, заходи щодо стимулювання розвитку вітчизняного виробництва, зростання його якості й ефективності, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках, збільшенню експорту і скороченню імпорту.

Якщо вказані зміни у сфері реальної економіки держава реалізувати не може, то для збалансування залучатимуться зовнішні джерела, що спричинить зростання зовнішньої заборгованості та скорочення резервних активів (золотовалютних запасів).

Проте кожне з цих джерел має свої чіткі межі, за якими використання їх стає неможливим. У таких ситуаціях держава муситиме вдаватися до таких засобів впливу на валютний ринок і платіжний баланс [2]:

- девальвація національної валюти, як засіб стимулювання експорту і скорочення імпорту;
- запровадження дефляційної політики, спрямованої на зменшення цін і доходів, що сприятиме стримуванню імпорту;
- посилення контролю за діяльністю всіх національних суб'єктів валютних відносин;
- посилення обмеження на валютні операції.

Можна стверджувати, що ці заходи впливу на зменшення дефіциту платіжного балансу можуть здійснюватися кожен окремо або в комплексі залежно від конкретної ситуації, що склалася в економіці країни чи на валютному ринку.

## **Література:**

1. Платіжний баланс і золотовалютні резерви в механізмі валютного регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studopedia.org/4-182330.html>
2. Платіжний баланс та золотовалютні резерви в механізмі валютного регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studentam.net.ua/content/view/5096/132/>
3. Формування та управління золотовалютним резервом країни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://readbookz.net/book/55/2150.html>

## **СУТЬ ЗОЛОТОВАЛЮТНОГО РЕЗЕРВУ, МЕХАНІЗМ ЙОГО ПОПОВНЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ**

### **КОРОЛЬ М. М.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри міжнародних економічних відносин*

### **ЛАПА І. В.**

*студент факультету міжнародних економічних відносин  
Ужгородський національний університет  
м. Ужгород, Україна*

---

Стабільне функціонування світової фінансової системи у сучасних складних економічних умовах можливе лише завдяки ефективному використанні золотовалютних резервів країнами.

Золотовалютні резерви (ЗВР) – це запаси золота та іноземних фінансових активів, які належать державі і можуть бути використані для міжнародних розрахунків, погашення зовнішніх боргів та інші потреби, що мають загальноекономічне значення [1].

Золотовалютні резерви складаються з двох елементів: власне золото і конвертовані валюти.

Золотий запас є централізованим резервом золота у вигляді злитків та золотих монет (монетарне золото не нижче 995 проби, яке зберігається у сховищах центрального банку або уряду та яке в будь-який момент можна продати за іноземну валюту на світових ринках золота). Золото виконує функцію грошей і функцію скарбу.

Запаси іноземної валюти перебувають, як правило, у безготівковій формі, зберігаються на короткострокових депозитах у зарубіжних банках, а також у формі різних цінних паперів (казначейські векселі, урядові облігації). Якась частка запасів іноземної валюти може зберігатись у вигляді готівки в касах центральних банків [5].

Рівень офіційних валютних резервів залежить від таких чинників [3]:

- стан зовнішньої торгівлі;
- рівноваженість платіжного балансу;
- режим валютного контролю;
- інвестиційний клімат;
- характер інтервенційної політики.;



– режим валютного курсу (плаваючий, фіксований).

З метою підтримки валютних резервів на прийнятному для тієї або іншої країни рівні центральні банки здійснюють цілий комплекс заходів – управління валютними резервами.

Основною характерною ознакою золотовалютних резервів є те, що їх власником є держава [2].

Структура золотовалютних резервів є таємницею будь-якого центрального банку. Офіційно надається інформація про загальну суму резервів та за видами інструментів: валюта, цінні папери, золото.

Крім золота та іноземної валюти до структури золотовалютних резервів можуть входити і міжнародні активи, що знаходяться на балансі МВФ. У сучасних умовах структура золотовалютних резервів більшості країн включає чотири основні компоненти: іноземна валюта; резервна позиція в МВФ; спеціальні права запозичень (СПЗ); золотий запас.

Спеціальні права запозичень – міжнародні активи, що знаходяться на балансі в МВФ. Це компонент золотовалютних резервів, який складається із запасів коштів у емітованих МВФ міжнародних резервних і платіжних засобах, які розподіляються між країнами-членами пропорційно до їхніх квот. Це штучна «колективна» грошова одиниця МВФ, курс якої встановлюється на основі середньозваженого спеціального набору валют.

Золотий запас є централізованим резервом золота у вигляді злитків та золотих монет, що перебуває у розпорядженні центрального банку країни. Йдеться про так зване монетарне золото, тобто золото проби не нижче 995, яке зберігається у сховищах центрального банку або уряду та яке в будь-який момент можна продати за іноземну валюту на світових ринках золота [4].

Резервна позиція – квота МВФ, особлива форма активів, що означає право країни-члена автоматично отримувати кошти в іноземній валюті у межах 25% квоти, а також суми, що раніше була надана в кредит Фонду. У зв'язку з тим, що квота в Міжнародному валютному фонді, яка визначає частку кожної країни в капіталі МВФ, на 75% вноситься у національній валюті, а на 25% – у вільноконвертованій валюті, визначеній Фондом, то саме на цю суму може претендувати країна як на кредит на першу вимогу без будь-яких застережень. Для використання цих коштів, на відміну від кредитів МВФ, не потрібно попередньої згоди і нема часових обмежень. Резервна позиція в МВФ є по суті тим лімітом, у межах якого країна автоматично отримує від Фонду необхідну їй іноземну валюту.

Особливості (характерні риси) золотовалютних резервів:

- повинні мати абсолютно ліквідні активи «для негайної реалізації»;
- мають включати вимоги до нерезидентів, частково утримуватися за кордоном (при виникненні кризи у країні);
- мають знаходитися під контролем державних органів, центрального банку.

Економічна роль ЗВР полягає в тому, що являється інструментом валютного та грошово-кредитного регулювання, збалансування платіжного балансу,

захисту економіки від зовнішніх шоків, підвищення надійності банківської системи.

Необхідність формування ЗВР визначається такими потребами [2]:

- покриття дефіциту платіжного балансу;
- забезпечення міжнародних торгово-економічних і кредитно-фінансових відносин між державами;
- здатність країни забезпечувати своєчасне погашення своїх міжнародних зобов'язань (як перед урядовими органами, так і перед приватними комерційними і фінансовими структурами інших країн);
- проведення політики ЦБ через валютні інтервенції на ринку для купівлі-продажу іноземних валют в обмін на національну.

Основні функції, які виконують ЗВР: засіб утворення ліквідних коштів; засіб міжнародних платежів; засіб валютної інтервенції.

Крім того виділяють й наступні функції, які виконують офіційні золотовалютні резерви на сучасному етапі:

- фінансування від'ємного сальдо балансу поточних операцій країни;
- обслуговування валютних зобов'язань, в тому числі державного зовнішнього боргу;
- проведення валютної політики, насамперед регулювання волатильності і рівня обмінного курсу національної валюти;
- забезпечення ліквідності на фінансових ринках у процесі виникнення криз;
- формування заощаджень держави, запасу її ліквідності;
- отримання прибутку при здійсненні фінансових операцій.

Золотовалютні резерви використовуються для вирішення таких завдань [3]:

- Забезпечення довіри до національної валюти (її підтримання);

- Нейтралізація шоків під час кризових явищ;

- Обмеження впливу зовнішніх факторів;

- Забезпечення довіри до фінансової політики держави;

- Виконання зобов'язань за зовнішнім боргом;

- Збереження резерву.

У платіжному балансі золотовалютні резерви слугують офіційним механізмом урегулювання його сальдо. Активне сальдо платіжного балансу сприяє зростанню золотовалютних резервів, а пасивне – зменшенню.

Призначення золотовалютного резерву буває трансакційне і інтервенційне. Трансакційне призначення – це забезпечення країни достатнім запасом міжнародних платіжних засобів для своєчасного розрахунку за своїми зовнішніми зобов'язаннями.

Інтервенційне призначення – забезпечення можливості проводити інтервенції на валютному ринку грошей для підтримки обмінного курсу національної валюти та нейтралізації порушень рівноваги попиту і пропозиції. В інтервенційному призначенні потреби в резервах залежать від обсягів грошової маси, яка функціонує у внутрішньому обігу країни.

Раніше державні резерви створювались виключно в золоті. Золото виконувало роль абсолютного й універсального платіжного засобу, було базовим елементом міжнародних резервів.

Сьогодні переважну частину ЗВР центральні банки країн найчастіше тримають у кількох валютах. Це – долар США, швейцарські франки, японські ен, євро, британський фунт стерлінга. Періодично конвертують свої запаси однієї валюти в іншу, в залежності від падіння чи підвищення курсу.

### **Література:**

1. Валютні резерви. Вільна енциклопедія – Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Валютні\\_резерви](https://uk.wikipedia.org/wiki/Валютні_резерви) 1
2. Валютні резерви. Методи управління валютними резервами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://studopedia.com.ua/1\\_59311\\_valyutni-rezervi-metodi-upravlinnya-valyutnimi-rezervami.html4](https://studopedia.com.ua/1_59311_valyutni-rezervi-metodi-upravlinnya-valyutnimi-rezervami.html4)
3. Офіційні валютні резерви і методи управління ними [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/18540516/bankivska\\_sprava/ofitsiyni\\_valyutni\\_rezervi\\_metodi\\_upravlinnya\\_nimi3](https://pidruchniki.com/18540516/bankivska_sprava/ofitsiyni_valyutni_rezervi_metodi_upravlinnya_nimi3)
4. Сутність та призначення золотовалютних резервів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/2399572/page:25/5>
5. Foreign-exchange reserves Вільна енциклопедія – Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Foreign-exchange\\_reserves2](https://en.wikipedia.org/wiki/Foreign-exchange_reserves2)

## **ДО СУЧАСНИХ АСПЕКТІВ БАНКІВСЬКОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ**

**ПАВЛЮК О. О.**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри міжнародних фінансів*

*Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*

*м. Київ, Україна*

---

Міжнародний та вітчизняний досвід свідчить, що основні чинники фінансової дестабілізації у період економічних криз зосереджені в банківському секторі. Вразливість фінансової системи пов'язана з функціями банків – депозитно-кредитними операціями, розподілом ризиків та забезпеченням ліквідності. Банки в сучасних умовах глобалізаційних процесів виступають також основним чинником стабілізаційних заходів, оскільки економічна стабільність банківської діяльності стосується безпосередньо сфери діяльності всіх суб'єктів економіки і тільки стійка банківська система може протистояти кризовим явищам. За сучасними міжнародними підходами банки використовують так званий пруденційний нагляд, якій базується на політиці оцінки управління ризиками з боку менеджмента банку, а органи регулювання сприяють проведенню такої політики. Тому, актуальним є аналіз не тільки сучасної специфіки та сутності діяльності банків, а і процес поєднання з цією

суттю систем нагляду та регулювання, а також процес втілення найефективніших принципів роботи цих систем з урахуванням світового досвіду.

У світовій практиці існують різні підходи до процесу контролю за діяльністю депозитних установ. З точки зору методології банківський нагляд слід розуміти, як сукупність методів, прийомів, інструментів, які використовують органи банківського нагляду для моніторингу показників діяльності банків, застосування заходів впливу, тощо. Наприклад, банківська система США здійснює регулювання та контроль банків через банківський чартер на федеральному рівні та на рівні штатів. Чартери, або повноваження щодо контролю розподілені так, щоб максимально охоплювати ризики фінансової системи. В бюлетені МВФ від 19 січня 2016 року «Перспективи розвитку світової економіки» сказано, що в існуючій глобальній ситуації, яка характеризується значною невизначеністю, завданнями країн, які розвиваються є продовження структурних реформ з метою стимулювання розвитку сприяючого інноваціям ділового середовища [1]. Ці завдання на нашу думку координуються з основними напрямками реформування фінансового сектору України, які окреслені були в Комплексній програмі розвитку фінансового сектору України до 2020 року [2]. Згідно з цією програмою, головною метою розвитку фінансового сектору України до 2020 року є створення фінансової системи, що здатна забезпечувати сталий економічний розвиток за рахунок ефективного перерозподілу фінансових ресурсів в економіці на основі розбудови повноцінного ринкового конкурентоспроможного середовища згідно зі стандартами ЄС. В програмі визначено ознаки системних проблем у фінансовому секторі України. Серед них: незбалансована база активів і пасивів банків, співвідношення кредитів до депозитів сягнуло пікового значення 226,7% у 209 році та становило 158,8% на кінець 1 кварталу 2015 року, з першого кварталу 2014 року до 2 кварталу 2015 року 47 банків, із них один системно важливий банк, було оголошено неплатоспроможними, недостатні розміри власного та регулятивного капіталу банків унаслідок погіршення якості кредитів й інших активів і доформування резервів за активними операціями з початку 2014 року. Передбачається, що до 2020 року будуть створені передумови стабільного розвитку економіки України, перетворення фінансового сектору України у конкурентне середовище з інвестиційно-інноваційним кліматом.

На початку грудня 2018 року Національний банк України оприлюднив Стратегію макропруденційної політики [3]. Відповідно до цієї стратегії НБУ визначив, що за частотою системних банківських криз Україна входить до трійки країн-лідерів у світі: упродовж останніх 20 років вони траплялися тричі. Прямі втрати всієї економіки від останньої (2014–2016 рр.) становили майже 40% ВВП. Наслідки цієї кризи суттєво обмежили банківське кредитування та економічне зростання. Це свідчення того, якою високою може бути ціна недостатньо ефективного регулювання фінансового сектору – як на рівні окремих фінансових установ, так і на рівні системи в цілому. У Стратегії детально описано послідовність кроків, за допомогою яких Національний банк досягатиме проміжних цілей, починаючи від виявлення системних ризиків, вибору, калібрування та активації макропруденційних інструментів, закінчуючи

оцінюванням їхнього впливу на ситуацію та ухваленням рішення про продовження чи припинення їхнього застосування. Особливу увагу приділено довгостроковим ризикам, що притаманні фінансовому сектору України сьогодні. До них належать: коротка строковість фондування банків; значний рівень доларизації банківського сектору; висока частка державного капіталу в банківському секторі; стрімке зростання споживчого кредитування, перетікання активів та операцій до небанківського фінансового сектору; висока концентрація кредитних ризиків; висока частка непрацюючих кредитів.

На нашу думку, одним із шляхів створення передумов для довгострокового сталого розвитку фінансового сектору є наближення стандартів регулювання платоспроможності та ліквідності банків до рекомендацій Базельського комітету, шляхом впровадження рекомендацій Базель 3. Зокрема, згідно до Комплексного плану заходів на виконання Програми планується удосконалення систем регулювання та нагляду за фінансовим сектором, продовження переходу від нагляду на основі правил (compliance based supervision) до нагляду та оверсайта на основі оцінки ризику (risk based supervision) та принципів постійного упереджувального моніторингу (з 1.04.2015 до 31.12.2016), а також впровадження нових вимог до капіталу банків відповідно до принципів Базель 3 та вимог ЄС (з 1.01.2015 року по 31.12.2019 року). Тому, важливим є координація заходів, які містяться в Комплексній програмі розвитку та Стратегії макропруденційної політики. Зокрема, виконання цих заходів є можливим тільки завдяки дотриманню вимог Європейського парламенту та Ради Європи, метою яких є створення рівних умов конкуренції в фінансовому секторі, посилення вимог щодо платоспроможності та ліквідності учасників фінансового сектору, впровадження спеціальних вимог до капіталу, ліквідності та інших фінансових установ, а також удосконалення системи регулювання та нагляду за фінансовим сектором.

Таким чином, аналіз сучасного стану банківського сектору та політики банківського регулювання показує наявність проблем, які свідчать про кризові явища в банківській системі України, зокрема в системі банківського регулювання та нагляду. Згідно з нормативною базою, банківський нагляд в системі Національного банку України має достатній рівень незалежності, але під час фінансової кризи на мою думку окреслилися проблемні питання щодо її функціональної та інституційної складової. Згідно з міжнародними принципами, ефективна система банківського нагляду повинна мати конкретні обов'язки та цілі, операційну незалежність, прозорість, надійність, ресурсну базу. Тому, імплементація цих принципів в роботу національної банківської системи є дуже актуальною. Банківська система України потребує відновлення шляхом запуску механізмів кредитування, а також підвищення довіри населення до банків. Оскільки, протягом останніх років багато банків зазнали банкрутства, то необхідним є проведення дослідження для визначення скільки банків постраждало внаслідок кризи ліквідності з метою визначення слабких місць регулювання та етапів поступового запровадження рекомендацій Базельського Комітету, які повинні мати стимулюючий ефект. Цим та іншим питанням регулювання банківських ризиків та банківської ліквідності зокрема, планується присвятити наступні дослідження.

## **Література:**

1. Перспективи розвитку світової економіки: (Бюллетень МВФ від 19 січня 2016 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.imf.org/external/index.htm](http://www.imf.org/external/index.htm)
2. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року.[Електронний ресурс]: Затверджено постановою Правління НБУ від 18.06.2015 № 391. – Режим доступу: [www.bank.gov.ua/doccatalog](http://www.bank.gov.ua/doccatalog)
3. Стратегія макропруденційної політики [Електронний ресурс] // НБУ. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83019081](http://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83019081).

## **ВИКОРИСТАННЯ ІТ-ІНСТРУМЕНТІВ АНТИКРИЗОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПОЛІ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ**

**ТКАЧЕНКО Д. О.**

*аспірантка кафедри міжнародного менеджменту*

*Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*

*м. Київ, Україна*

---

Під антикризовою комунікацією розуміють комплекс заходів компанії з нейтралізації в інформаційному просторі негативних наслідків кризової обставини. Така кризова обставина може стосуватися як операційної діяльності компанії, так і зовнішніх чинників, які здійснюють вплив на позиціонування компанії в інформаційному просторі.

До операційних криз можна віднести:

- технічний збій у роботі front- та back-office (втрата бази замовлень, плутанина в контактах підрядників, відсутність персональної купівельної історії клієнта тощо);
- критична прогалина в управлінні якістю (зокрема, коли низьку якість продукції клієнт виявляє після покупки);
- «сліпа зона» сервісної моделі (персонал не готовий ефективно реагувати на форс-мажор при обслуговуванні клієнта);
- помилки при прийнятті управлінських рішень (навмисні та ненавмисні помилки, проблема зонування відповідальності, прийняття рішень в умовах обмеженого часу та в умовах стресу);
- відсутність персоналу з актуальними для ситуації знаннями (неможливий доступ до робочих документів працівника за його фізичної відсутності).

Зовнішні чинники корпоративних криз:

- світова і державна ринкова кон'юнктури (ембарго, падіння цін на ресурсних біржах);
- ускладнення комунікації на рівні «держави-держави» (санкції, введення військового стану);
- зниження якості комунікації «держави-корпоративний сектор» (позапланові перевірки, судові позови, неформальний тиск, введення ринкових бар'єрів для конкретної фірми);

- організовані провокації;
- некоректне тлумачення ЗМІ ринкової поведінки компанії;
- набуття публічності раніше невідомих фактів про компанію (зокрема, розкриття інформації про бенефіціарів).

Кризи впливають на діяльність компанії на всіх рівнях та потребують коректної реакції або навмисного нереагування. Вплив криз може відбиватися на позиціонуванні й емоціонуванні бренду на ринку, капіталізації компанії, вартості і попиту продукції, поведінці бенефіціарів та широкого кола стейкхолдерів, а також ставленні гравців на ринку до кризи конкретної компанії.

Тактика нереагування на кризу є свідомим управлінським рішенням, прийнятим на основі ґрунтовного аналізу кон'юнктури, а також врахування всіх ризиків, що наразі несе та понесе у майбутньому компанія. Нереагування на кризу є повноцінним різновидом антикризової комунікації, який доречно застосовувати до організованих провокацій, а також до дій ЗМІ, що порушують норми етики.

Формування реакції на кризу є процесом, в який залучені як управлінці найвищих рівнів, так і керівники підрозділів, відділи корпоративної комунікації та працівники, безпосередньо пов'язані з кризовою обставиною. Сформульована реакція на кризу як управлінське рішення має включати тактику внутрішньої корпоративної комунікації, що спровокує відповідні операційні зміни, та step-by-step концепцію зовнішньої комунікації відповідно до адресата.

На обох рівнях ключовим постає питання не просто забезпечити антикризову комунікацію, а зробити її ефективною, що в умовах кризи часто визначено ресурсом часу. Саме даний чинник дав поштовх тому, що актуальності при роботі в критичних умовах набувають ІТ-інструменти, які допомагають у максимально короткі терміни охопити великі масиви інформації.

Приводом для використання саме ІТ-інструментів є також їхня адаптивність до персони отримувача інформації, що стає потужною ринковою конкурентною перевагою компанії, адже тенденція до персоніфікації всіх актів комунікації між корпоративним об'єктом та його стейкхолдерами, до яких передусім і апелює його комунікація, є провідною на світовому ринку.

Тож до ефективних ІТ-інструментів в умовах корпоративної кризи слід віднести:

- чат-бот з відповідями на найбільш поширені запитання (розвантажує час працівників, унеможливує різні відповіді на критично важливі споживачам інформації питання);

- IVR – interactive voice response (спрямовує споживача до конкретного фахівця, при операційній кризі організовує комунікацію винятково за зонами відповідальності, тим самим не залишаючи проблемного питання без прийнятого по ньому рішення);

- CRM-system – customer relationship management system (централізований збір та аналіз даних, доступ до великих масивів інформації незалежно від часу і місця, тобто в умовах вилучення комп'ютерів державними службами, інформації не буде втрачено);

- розсилка персоніфікованих повідомлень за групами споживачів інформації, виділеними CRM-system за визначеними критеріями (організація оперативного інформування за мінімальний час);

– соціальні мережі (розміщення на своїх офіційних сторінках заяв з роз'ясненнями критичної ситуації та вибаченнями, надання відповідей і офіційних коментарів, моніторинг сторінок ЗМІ на некоректне тлумачення фактів – під виглядом позиції фізичної особи, що не має стосунку до редакції, вони можуть публікувати неперевірену інформацію);

– user-friendly корпоративний сайт (контроль актуальності розміщеної інформації, на яку можуть посилатися ЗМІ як на офіційне джерело, перевірка готовності сайту до великої кількості переходів та можливих кібератак, розміщення заяв топ-менеджерів з чіткою позицією щодо кризової ситуації; сайт в умовах кризи виконує роль прес-секретаря, тим самим розвантажуючи персонал та унеможлиблюючи перекручення фактів).

Кожен із вище зазначених інструментів може бути бінарно використаним, як у ситуаціях, де криза спричинена безпосередньо поведінкою компанії, так і в тих, де компанія стала жертвою обставин. Обрання того чи іншого інструменту стає зоною відповідальності керівників, а також осіб, відповідальних за контроль ефективності впровадження інструменту – простіше кажучи, чи змінилося щось після того, як компанія запровадила ІТ-інструмент. Слід відзначати як позитивні зрушення, так і негативні, а також ті елементи, на які реакції не було, щоб сповна оцінити та проаналізувати, наскільки доречним є використання каналу інформації, створеного на основі конкретного інструменту.

Управлінцям необхідно відрізнити ефективність комунікації від ефективності впровадження інструмента. Аспект довіри до інформації та особливості її сприйняття – це складові комунікації, а система показників, що оцінює контакт споживача інформації з інформаційним каналом – це ефективність роботи ІТ-інструменту. Кожна компанія визначає для себе, у яких одиницях вона вимірюватиме ефективність каналу інформації. Зокрема, це може бути кількість переходів на сторінку, коментарі, «лайки» та «дизлайки» на конкретне інформаційне повідомлення, кількість часу, який користувач проводить на конкретній сторінці, частка клієнтів серед підписників сторінок компанії у соціальних мережах, відсоток переглянутих повідомлень до кількості користувачів внутрішньо корпоративних «гілок спілкування», кількість відвідування бенефіціарами електронних баз внутрішньої звітності, динаміка часу обробки одного замовлення, середня тривалість розмови з підрядником.

Не до всякої кризи компанія може бути готова, однак її прямим обов'язком є побудова усталених каналів комунікації зі своїми стейкхолдерами (передусім працівниками) такої якості, за якої лояльність і довіра до таких каналів інформації не впаде або знизиться мінімально за кризових обставин. Перелік стейкхолдерів компанія визначає для себе самостійно та по кожному з них формує стратегію і тактику комунікування.

Отже, наразі ІТ-інструменти посідають особливе місце у комплексі антикризової комунікації, де їхня роль визначає за багатьма критеріями якості такої комунікації. Адже хто керує інформацією та швидше її видає, той стає лідером інформаційного поля, а значить, на рівні публічності долає корпоративну кризу.



## СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

### ПРАКТИКА: ТВЕРДИЙ, ДИНАМІЧНИЙ КОШТОРИС ПРИ ЗАКУПІВЛІ КАПІТАЛЬНИХ РЕМОНТІВ

**МИХАЛЬЧИНЕЦЬ Г. Т.**

*старший викладач кафедри фінансів*

*Мукачівський державний університет*

*м. Мукачево, Закарпатська область, Україна*

---

Сьогодні, в епоху швидкого розвитку інформаційних систем та технологічного прогресу однією з важливих умов стабільного розвитку національної економіки є підвищення ефективності управління системою електронних торгів.

Одним з пріоритетних напрямів реформування економіки в Україні є інститут державних закупівель.

Проблема проведення аналізу використання системи електронних державних закупівель, правила та поведінка учасників та замовників в умовах хаотично структурованої економіки, обґрунтування основних напрямів удосконалення роботи в системі закупівель ProZorro є надзвичайно актуальними[2].

Проблеми використання системи електронних державних закупівель дедалі частіше привертають увагу як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Питаннями дослідження сучасних тенденцій, проблем і перспектив розвитку системи електронних державних закупівель цікавляться і вивчають багато авторів, але спеціалізована література з цього питання на сьогодні відсутня. В основному автори досліджують Закон України «Про публічні закупівлі» станом на 10.12.2016 [3]. Питання пошуку українського шляху стосовно електронних державних закупівель досліджували О. Шатковський і Г. Файвеш [1].

Важливим у сфері управління державних фінансів є закупівля послуг з капітальних ремонтів через систему ProZorro.

Капітальний ремонт будівлі – це комплекс ремонтно-будівельних, робіт, який передбачає заміну, відновлювання та модернізацію конструкцій і обладнання будівель в зв'язку з їх фізичною зношеністю та руйнуванням, поліпшення експлуатаційних показників, а також покращення планування будівлі і благоустрою території без зміни будівельних габаритів об'єкта.

Капітальний ремонт передбачає призупинення на час виконання робіт експлуатації будівлі в цілому або її частин (за умови їх автономності).

Усі роботи в капітальному будівництві замовляють та виконуються у відповідності до ДБН (Державних будівельних норм) України.

Нормативними документами, що регулюють правові відносини у сфері заключення договорів бюджетними організаціями на капітальний ремонт із підрядниками є:

- ЗУ N 922-VIII від 25.12.2015 «Про публічні закупівлі» (із змінами та доповненнями N 2265-VIII від 21.12.2017) (

- Господарського Кодексу України, Розділ VI (ст. 258-376) «Особливості правового регулювання в окремих галузях господарювання», Глава 33 (ст. 317-324) «Капітальне будівництво».

Усі роботи капітального характеру виконуються за договореною ціною, що встановлена в процесі проведення переговорів (торгів).

1. Договірна ціна (вартість обумовлених договором робіт може визначатися по-різному: із зазначенням конкретної суми відповідно до складеного кошторису чи способу її визначення (з урахуванням рівня коливання цін на ринку, у тому числі з встановленням граничного рівня перевищення кошторису).

2. Договірна ціна, що включає компенсації витрат підрядника та оплати (винагороди) виконання обумовлених договором робіт, визначається на підставі складеного кошторису (твердого чи орієнтовного/приблизного).

Кошторис вважається твердим, якщо сторони в договорі не визначили іншого принципу формування договірної ціни. Проте твердий кошторис може бути змінений за погодженням сторін (на практиці це оформляється у формі додаткової угоди про зміну договірної ціни). Причини корегування договірної ціни, визначеної на підставі твердого кошторису, можуть бути різними: затримка виконання з вини тієї чи іншої сторони; внесення змін до проектно-кошторисної документації; необхідність виконання додаткових робіт; подовження строків виконання та ін.

3. У процесі виконання у підрядника може виникнути нагальна потреба у перевищенні кошторису (наприклад, для відновлення знищеної ураганом покрівлі об'єкта, без чого останній може зазнати значної шкоди через несприятливі метеоумови).

4. Зміна (збільшення чи зменшення) твердого кошторису можлива лише за згодою сторін; жодна з них (ні замовник, ні підрядник) не мають права цього вимагати. Проте в результаті істотного «стрибка» чи «спаду» цін на матеріали, устаткування, послуги, що надавалися третіми особами, одна із сторін договору може опинитися у невідгідному становищі.

5. Особливості договору підряду на капітальне будівництво (ремонт) (висока вартість робіт і матеріальних ресурсів, що використовуються при виконанні будівельних і пов'язаних з ними робіт; значні строки дії договору; оплата виконання після його прийняття в установленому порядку) зумовлюють і специфіку фінансування замовником цих робіт.

6. Виплата підряднику авансу на його вимогу може мати місце лише за наявності відповідних положень у договорі підряду на капітальне будівництво.

Отже:

1. Договірна ціна – це вартість підрядних робіт, за яку підрядна організація, що визначена виконавцем робіт, згідна виконати об'єкт.

Договірна ціна входить до складу вартості будівництва і використовується при проведенні взаєморозрахунків.

Договірна ціна на продукцію будівництва формується генпідрядником і замовником (інвестором) із залученням субпідрядних організацій при підписанні або уточненні контрактів на підрядні роботи.

Договірні ціни бувають:

- тверді
- динамічні
- періодичні.

Тверді ціни встановлюються для будівництва тривалістю до 1,5 роки.

1. Тверда договірна ціна, яка встановлена, розробляється для короткострокового будівництва і залишається незмінною на протязі всього періоду будівництва, за винятком випадків, якщо:

- замовник змінює і процесі будівництва проектні рішення;
- в процесі будівництва в проектній документації виявлені помилки;
- виникають обставини – незвичайні ситуації, які не були передбачені сторонами при укладанні договору.

При встановленні твердих договірних цін можуть включитися витрати по страхуванню ризиків, які забезпечують захист майнової зацікавленості учасників контракту в обґрунтованих та узгоджених замовником розмірах, але не більше 2%.

Усю відповідальність за перевитрати коштів несе підрядна організація. Підрядник, який перевищив тверду ціну, не має права вимагати від замовника відшкодування допущеної перевитрати.

2. Динамічна ціна – це фіксована в момент укладання договірною підряду приблизна сума коштів, яка передбачає зміну вартості БМР з часом, в залежності від подорожчання тих чи інших БМР.

Вона застосовується у випадках, коли важко наперед визначити вартість робіт за договором підряду, уточняється на протязі всього строку будівництва, але не частіше одного разу на рік при цьому уточняється вартість матеріально-технічних ресурсів. Прибуток та засоби на покриття ризику, які визначені на початку будівництва не уточнюються. Зарплата уточнюється тільки у випадку, якщо змінені обсяги робіт.

Для упередження необґрунтованого зростання договірної ціни на будівельну продукцію і послуги підрядним організаціям встановлюється показник граничного рівня рентабельності – до 30%. З прибутку, що відповідає перевищенню граничного рівня рентабельності, вони сплачують до бюджету податок за підвищеною ставкою.

3. Періодичні договірні ціни встановлюються відкритими і мають елементи як динамічної, так і твердої договірної ціни.

Особливість такої ціни складається в тому, що на об'єми робіт, які плануються на визначений період (річний план), встановлюється тверда договірна ціна (фіксована частина ціни). Формування фіксованої частини періодичної договірної ціни відбувається за правилами як для твердої договірної ціни.

Після погодження договірної ціни складається контракт на виконання робіт. У контракті зазначається документ, покладений в основу визначення вартісних показників; позначається вид договірної ціни: тверда, динамічна або періодична;

порядок та терміни уточнення договірної ціни; умови фінансування та розрахунків за обсяги виконаних робіт; гарантії замовника та підрядника тощо.

Отже, у підрядників, які мають обмежені фінансові ресурси, з'являються нові можливості заробляти. Вибір ціни залежить від терміну договору та умови які висуває замовник. Електронна система закупівель спрощує процедуру відбору виконавця замовлення та оптимізує ефективність використання фінансових ресурсів замовника.

### **Література:**

1. Шатковський О. Електронні державні закупівлі: пошук українського шляху [Електронний ресурс] / О. Шатковський, Г. Файвеш. – Режим доступу: <http://eupublicprocurement.org.ua/e-procurement-finding-a-way-for-ukraine.html?lang=RU>
2. Система електронних закупівель ProZorro: зради і перемоги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://24tv.ua/sistema\\_elektronnih\\_zakupivel\\_prozorro\\_zradi\\_i\\_peremogi\\_n731967](http://24tv.ua/sistema_elektronnih_zakupivel_prozorro_zradi_i_peremogi_n731967)
3. Закон України «Про публічні закупівлі» станом на 10.12.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/922-19>
4. ProZorro – електронна система публічних закупівель, яка прийшла на зміну паперовим держтендерам [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/articles/zakupivli-za-derzhkoshti/prozorro-elektronnasistema-publichnih-zakupivel-yaka-priyshla-na/>
5. Державні закупівлі як засіб активізації підприємницької діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.liga.net/user/vmalolytneva/article/19446.aspx>

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ**

**МОСКАЛЕНКО К. С.**

*асистент кафедри економіки*

**ЄВСІКОВА К. С.**

*студент*

*Донецький національний університет економіки і торгівлі*

*імені Михайла Туган-Барановського*

*м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна*

---

В Україні відбуваються швидкі перетворення в економіці, проте не зовсім прогнозовані, що спричинили політичні та інші фактори впливу. Тобто для того щоб стабілізувати та розвинути нашу державу повинні залучатися кошти іноземних інвесторів, тому що для результату цих процесів не буде вистачати лише одних внутрішніх фінансових ресурсів. Відомо, що Україна знаходиться в списку переліку держав, які мають найнижчу інвестиційну привабливість. Зрозуміло, щоб покращити нестабільний стан економіки України потрібні іноземні капіталовкладення. За допомогою інвестицій, які вкладаються, розвиваються великі підприємства, нові види діяльності й це має досить вагомий вплив на економіку України в цілому. Однак, інвестиційний клімат в Україні не зовсім є сприятливим для залучення капіталу в економіку країни.

Метою даної роботи є дослідження сутності інвестиційного клімату в Україні. Розібрати проблематику даного процесу та визначити найпривабливіший вид промислової діяльності, регіон України для іноземних інвесторів станом на 2018 рік. А також з'ясувати, які країни, роблять капіталовкладення в Україну і яку частку інвестицій вкладають.

Ті інвестиції, які все ж таки надходять до українських підприємств вкладаються у найбільш вигідну промисловість. Жоден із інвесторів не буде робити капіталовкладення у неприбуткову сферу діяльності.

Так, вклад інвестицій в українські підприємства мають свої сприятливі умови. Найважливіші з яких це:

- вигідне географічне положення (Україна має доступ до стратегічних ринків, в тому числі, Європейського Союзу, Російської Федерації, країн Середнього Сходу);

- багаті природні ресурси;

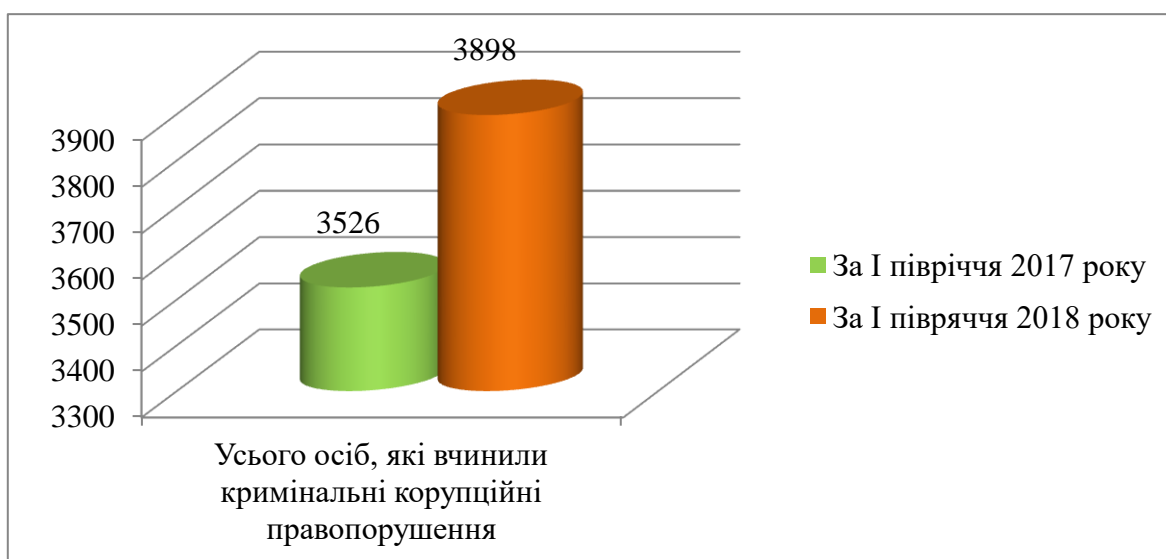
- високий рівень розвитку промислового виробництва;

- висококваліфікована робоча сила;

- незадоволений попит населення;

- велика кількість економічно незайнятого населення [1].

Але постає питання чому має місце проблема щодо вкладень. Пояснення того, чому інвестори не хочуть вкладати в Україну гроші є досить простим. Їх відлякує те, що в країні процвітає корупція, не мають довіри до судової системи (рис.1), високий рівень злочинності (станом на жовтень у 2018 році, загальна кількість становить 2094467 злочинів) [2], приховане безробіття, досить нестабільний стан національної валюти. Так, у липні 2017 року офіційний курс долара становив – 25,88 грн., в жовтні 2018 року – 28,39 грн. і згідно даним, курс долара станом на 3 грудня знизився на 17 копійок, що сягає 28,22 грн.

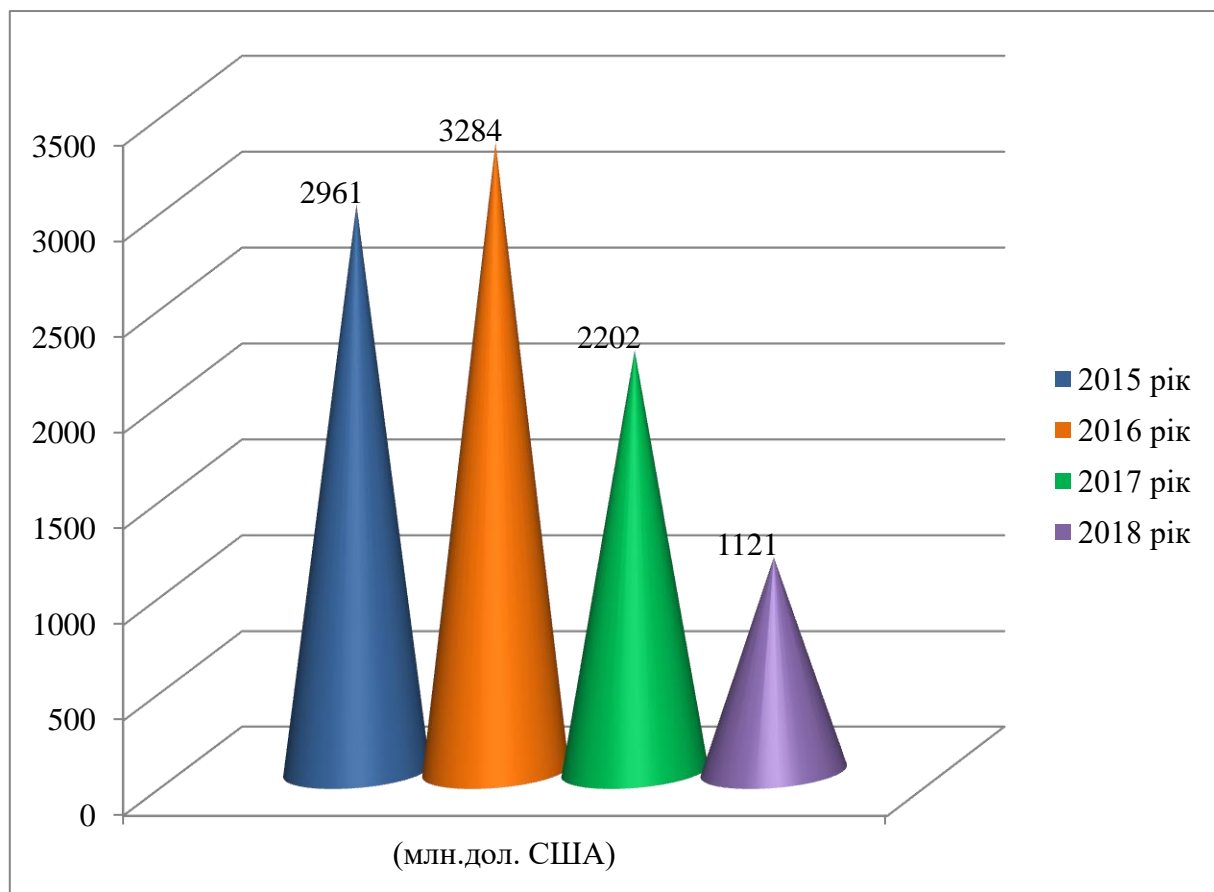


**Рис. 1. Кількість осіб, які вчинили кримінальні корупційні правопорушення (за I півріччя 2017 року – за I півріччя 2018 року), (тис. осіб)**

*Складено автором на основі [3]*

Тому зрозуміло, що існують реальні проблеми, які заважають виникненню сприятливого клімату для вкладення інвестицій. Жодний інвестор не буде вкладати гроші в ту країну в якій економіка нестабільна, тому це не принесе йому прибутку, в кращому випадку, а в найгіршому – може призвести до банкрутства.

Отже, перейдемо до дослідження стану інвестиційного клімату по роках. За даними Державного комітету статистики у 2018 році в Україну було внесено іноземними інвесторами 206893,6 млн. грн. капіталовкладень.

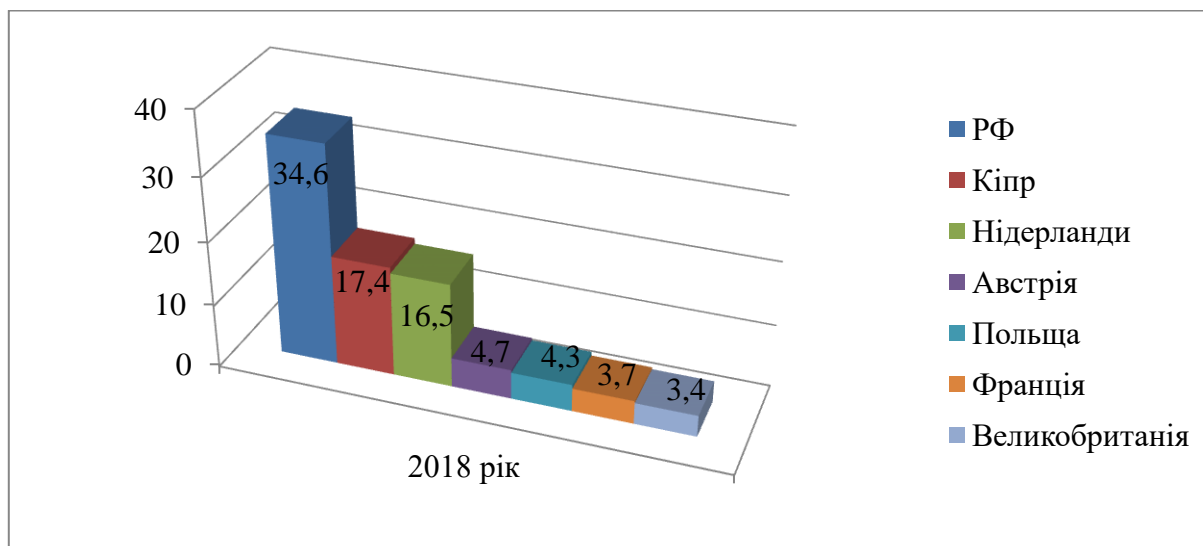


**Рис. 2. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) в економіці України (2015–2018), (млн. дол. США)**

*Складено автором на основі [4]*

На рис. 2, видно, що прямі інвестиції мають спадаючу тенденцію. Приплив інвестицій у 2018 році має найменший рівень, порівняно з минулими роками. Відповідно до 2017 року у 2018 році, вкладення зменшились на 1081 млн. дол. США. Найбільше інвестицій було залучено у 2016 році аж 3284 млн. дол. США.

У 2018 році найбільше грошей в Україну вклав Росія – цілих 34,6%, менше Кіпр – 17,4%, Нідерланди – 16,5%, Австрія – 4,7%, Польща зробила внесок у 4,3%, Франція також долучилася до інших країн капіталовкладників, і зробила внесок у розмірі 3,7% і найменше з усіх країн, які роблять інвестування в українські підприємства є Великобританія, її внесок склав – 3,4%.



**Рис. 3. Найбільші надходження прямих іноземних інвестицій за країнами-інвесторами (2015–2018), (%).**

*Складено автором на основі [5]*

Високий рівень інвестування Кіпром в Україну здійснюється за допомогою офшорних зон, які сприяють здійсненню з території острова значну частину інвестицій частина, яких це є кладення у свої філії та дочірні компанії.

Також мають розбіжності у отриманні інвестицій і деякі види промисловості. Це пояснюється тим, що є такі види діяльності, які мають тенденцію до розвитку і не втрачають попиту на свою продукцію, проте не всі.

Таблиця 1

**Індекси капітальних інвестицій за видами промислової діяльності за 2018 рік (у відсотках до відповідного періоду попереднього року)**

Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	213,4	171,6
Металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів	167,4	143,3
Виробництво комп'ютерної та електронної продукції	151,5	153,8
Постачання природного газу та електроенергії	142,6	124,4
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	163,7	149,7

*Складено автором на основі [6]*

Таким чином, ми бачимо, що виробництво автотранспортних засобів має найбільший індекс інвестицій відповідно до минулого року, отже у 2018 році порівняно з 2017 роком виробництво автотранспортних засобів зросло на 213,4%. Це зрозуміло, тому що в Україні виробляється багато металу з чого і роблять ці засоби, а щоб був цей метал, його потрібно виробити і перш за все добути матеріал з якого це все виробляється. Тобто, це виробництво не однієї дії і для здійснення такого ланцюгу завдань потрібні кошти, які і надходять з інвестиціями.

Далі ми проаналізуємо інвестиційну клімат найбільш привабливих регіонів України.

**Капітальні інвестиції за регіонами за 2018 рік (млн. грн.)**

Область	Січень-березень	Січень-червень	Січень-вересень
Всього по Україні	88955,1	206893,6	337045,6
м.Київ	33537,1	74966,5	116400,7
Дніпропетровська	8272,4	22099,9	36780,9
Харківська	3226,5	8079,6	13700,9
Львівська	3953,4	9641,3	15632,9
Одеська	3095,6	8291,4	14559,1
Запорізька	2572,1	5978,1	8870,7
Закарпатська	1277,7	2888,1	4621,8

Складено автором на основі [6]

З таблиці 2 видно, що місто Київ є найбільш бажаний для іноземних інвесторів, можна стверджувати, що його питома вага буде становити 37,7% (за січень-березень), тобто це означає, що у Києві зосереджена досить велика частка капіталовкладень. Друге місце посідає Дніпропетровська область, тому що має значну зосередженість на підприємствах важкої промисловості, що користується високим попитом серед інвесторів, так як ця галузь є досить прибутковою.

Далі йде Харківська область і це не дивно, так як вона має багато іноземних підприємств таких як: всесвітня група енергетичних та нафтохімічних компаній Shell; Компанія Nestle (Швейцарія); ПрАТ «Філіп Морріс Україна» (США); ТОВ «Амкор Тобакко Пекеджинг Україна» (Франція); Спільне Українсько-Британське ТОВ «Українська Чайна Фабрика «Ахмад Ті» (Велика Британія); дочірнє підприємство з іноземними інвестиціями «Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля» (Нідерланди) і т.д. [7].

Щодо Львівської області: на промислових підприємствах станом на 1 липня 2018 року акумульовано 505,4 млн.дол. США іноземного капіталу, або 51,8% від загального обсягу. Зокрема, у машинобудування, крім ремонту і монтажу машин і устаткування, залучено 112,7 млн.дол. США, у підприємства з виготовлення виробів з деревини, виробництва паперу та поліграфічної діяльності – 112,4 млн.дол. США, з виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів – 74,6 млн.дол. США [8].

Наступною є Одеська область, зрозуміло, що інвестиції надходять до цієї території, тому що вона має поблизу моря, а це означає, що капіталовкладення надходять у курортну діяльність цієї області. Серед підприємств Запорізької області з іноземним капіталом на сьогодні найбільш успішно працюють: ЗАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» (машинобудівна галузь), інвестиції здійснили корейська компанія «DAEWOO Motors», ВАТ «Пивобезалкогольний комбінат «Славутич» (харчова промисловість), інвестиції здійснила шведська фірма «Болтік Беверіджіз Холдінг АБ», та багато інших. А у Закарпатській області підприємства, які залучили найбільше іноземних інвестицій: ТОВ «Ядзакі Україна» (виробництво електроустаткування до двигунів);



ТОВ «Гроклін Карпати» (пошиття чохлів на автомобільні сидіння); ТОВ «Джейбіл Сьоркіт Юкрейн-Лімітед» (виробництво електроустаткування до двигунів); ТОВ «Дженерм Україна» (виробництво електроустаткування до двигунів); ТОВ «ФЦА» – (операції з нерухомим майном); ТОВ «Петро Карбо Хем Мукачево» (вантажні перевезення); ТОВ «Бліцарт продукціон» (виробництво лиж) [9].

Отже, інвестиційний клімат в Україні перебуває не в простій ситуації, з одного боку фактори, які руйнують довіру інвесторів, з іншого досить успішне приваблення інвестицій своєю різноманітною промисловістю і перспективою їх розвитку. Але щоб збільшити інвестиційну привабливість країни потрібно вирішити питання з факторами, які відлякують інвесторів.

Отже, все ж таки інвестиції надходять в Україну і найактивнішим іноземним інвестором є Росія, а найменшій мірі зацікавлена Великобританія. Визначено, що виробництво автотранспортних засобів користується найбільшим попитом іноземців. Також при аналізі капіталовкладень у регіони України, було встановлено, що протягом 2018 року виникла зростаюча тенденція надходження інвестицій. Так, місто Київ займає перше місце по вкладеним інвестиціям (млн. грн.); серед обраних найменшу займає Закарпатська область, хоча має природні ресурси, які можуть бути цікаві інвесторам. Але все ж таки ми маємо спадний характер надходження інвестицій в Україну в 2018 році, порівняно з попередніми роками. Це свідчить про необхідність стимулювання інвестиційної діяльності областей України та створення державою відповідних умов для заохочення іноземних інвесторів.

### **Література:**

1. Інвестиційний клімат в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/12920522/ekonomika/investitsiyiny\\_klimat\\_ukrayini](https://pidruchniki.com/12920522/ekonomika/investitsiyiny_klimat_ukrayini);
2. Генеральна прокуратура України: Єдиний звіт про кримінальні правопорушення по державі за жовтень 2018 року: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.gp.gov.ua/ua/stst2011.html?dir\\_id=113653&libid=100820&c=edit&\\_c=fo](https://www.gp.gov.ua/ua/stst2011.html?dir_id=113653&libid=100820&c=edit&_c=fo)
3. Міністерство внутрішніх справ України: Звіт про стан протидії корупції – у I кварталі 2017 року: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://mvs.gov.ua/ua/pages/274\\_Statistika.htm](http://mvs.gov.ua/ua/pages/274_Statistika.htm)
4. Мінфін: Прямі іноземні інвестиції: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018>
5. Трибуна: Скільки іноземних інвестицій надійшло в Україну в 2010-2018 роках (інфографіка): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tribuna.sumy.ua/news/skilky-inozemnyh-investytsij-nadijshlo-v-ukrayinu-v-2010-2018-rokah-infografika/>
6. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Харківська обласна рада: Прямі іноземні інвестиції для регіонального розвитку: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://oblrada.kharkov.ua/ua/rus/news?>
8. Головне управління статистики у Львівській області: Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності у Львівській області у січні-червні 2018 року: [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/express/2018/v0404\\_189.pdf](http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/express/2018/v0404_189.pdf)
9. Закарпатська обласна державна адміністрація: Інвестиційна діяльність: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://carpathia.gov.ua/storinka/investyciyna-diyalnist>

## ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

**МУЛЕСА Е. В.**

*аспірант кафедри фінансів і банківської справи*

*Ужгородський національний університет*

*м. Ужгород, Україна*

---

Процес фінансової децентралізації, що відбувається в Україні, на сьогоднішній день став однією з найважливіших змін. І хоч головною метою цієї реформи є створення ефективної структури органів місцевого самоврядування (ОМС) з ознаками відкритості та гнучкості, що сприятиме зміцненню представницьких систем прийняття рішень на рівні територіальних громад, її запровадження потребує обдуманих та виважених кроків до вирішення існуючих на сучасному етапі проблем, як стратегічного, так і оперативного характеру, що формують значні ризики для успішної її подальшої реалізації. Основними серед таких ризиків є:

– не врегульовано питання розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади загалом, а також між місцевими радами об'єднаних територіальних громад (ОТГ) та районними державними адміністраціями й районними радами зокрема, а тому необхідним є чітке визначення повноваження, які за ними залишаються [1];

– в утворених ОТГ спостерігається низька кваліфікація службовців місцевого самоврядування для виконання ними нових функцій, що призводить до неефективного використання фінансових ресурсів, неспроможності освоїти кошти державних субвенцій на розвиток ОТГ, що потрібно усунути шляхом запровадження дієвих програм підвищення кваліфікації службовців місцевого самоврядування та надання їм необхідної консультативної і методичної допомоги з боку органів виконавчої влади;

– швидке збільшення кількості ОТГ без пропорційного збільшення обсягу субвенцій на розвиток інфраструктури знижує мотивацію громад до об'єднання та їхні можливості щодо соціально-економічного розвитку [2], що зумовлює необхідність переглянути державою питання стабільного забезпечення фінансової підтримки добровільного об'єднання територіальних громад.

Окрім вище зазначених ризиків, не менш важливими є проблеми, з якими постійно стикаються ОМС при плануванні та виконанні бюджетів, а саме:

1) недостатність коштів місцевих бюджетів (МБ) для виконання всіх переданих державною повноважень;

2) відсутність у ОМС інформації про суми нарахованих, сплачених, надмірно сплачених податків і зборів до МБ на відповідних територіях;

3) відсутність компенсації в Державному бюджеті втрат МБ внаслідок встановлення державою пільг зі сплати місцевих податків;

4) нерівномірність, необ'єктивність та упередженість розподілу обласним рівнем додаткової дотації;

5) сплата податків, зокрема і податку на доходи з фізичних осіб (ПДФО), суб'єктами господарювання здійснюється за місцем юридичної реєстрації, а не за місцем фактичного розміщення виробничих потужностей;

Для вирішення зазначених проблем в першу чергу необхідні зміни в законодавстві, зокрема:

– встановити частку зарахування до бюджетів місцевого самоврядування ПДФО в обсязі, достатньому для забезпечення виконання делегованих державою повноважень (не менше 75%);

– внести зміни до Податкового кодексу України (ПКУ) щодо надання відповідної інформації органами державної фіскальної служби та надати доступ до неї органам місцевого самоврядування;

– забезпечити зарахування ПДФО, який нарахований та утриманий з найманих працівників як відокремлених, так і виробничих підрозділів, філій, відділень юридичних осіб до МБ за місцем їх розташування та/або здійснення діяльності;

– відмовитись від додаткової дотації на здійснення переданих з державного бюджету видатків з утримання закладів освіти та охорони здоров'я та перерозподілити її за потребами;

– забезпечити належний рівень обсягів освітньої та медичної субвенції [3];

– удосконалити формулу розподілу освітньої субвенції [4];

– запровадити монетизацію гарантованих державою пільг (проїзд окремих категорій громадян, послуги зв'язку тощо) за рахунок коштів державного бюджету [4].

Отже, на сьогоднішній день, процес реалізації реформи децентралізації на в Україні знаходиться на стадії, коли громади готові об'єднуватись, але вони мають бачити і розуміти конкретні вигоди цього об'єднання. З цією проблемою можна справитися лише шляхом постійного діалогу з громадами, навчання управлінського корпусу ОМС та муніципалітетів, та розуміння того, що підхід до кожної створеної громади повинен бути індивідуальним та обґрунтованим.

### **Література:**

1. Варцаба В. І., Мулеса Е. В. Проблеми практичної реалізації адміністративно-територіальної реформи в Україні // Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, обліку та права: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції – Полтава, 2018. – С. 10-13.
2. Варцаба В. І., Мулеса Е. В. Ризики сучасного етапу реформи адміністративно-територіального устрою // Актуальні питання економіки, фінансів та сучасного менеджменту: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції – Київ, 2018. – С. 17-20.
3. На Закарпатті під загрозою вчасна виплата зарплати освітянам та медикам [Електронний ресурс] // ПРОЗАХІД: Новини Західної України. – 2018. – Режим доступу: <http://prozahid.com/content-62629.html>.
4. Офіційний сайт Асоціації міст України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.auc.org.ua/>

# ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**ПОПОВИЧ О. М.**

*магістр*

*Харківський національний університет*

*міського господарства імені О. М. Бекетова*

*м. Харків, Україна*

Проблема забезпечення та зміцнення фінансової безпеки банківської системи не породжена сьогоднішнім і має корені у минулому. Притаманна вона банківським системам усіх країн та набула загальнонаціонального значення і для України, що значною мірою зумовлено специфікою розвитку вітчизняних банків, зокрема нетривалим періодом їхньої діяльності і, відповідно, незначними обсягами власного капіталу порівняно з розвиненими країнами, а також необхідністю працювати в умовах підвищеного ризику, що пов'язано з економічною та політичною нестабільністю у державі. Саме тому ефективне управління і забезпечення власної фінансової безпеки, у тому числі банківської системи, має бути обов'язком та важливим стратегічним завданням для України.

Незважаючи на широкий науковий інтерес і актуальність зазначеної проблеми, питання фінансової безпеки банків вимагають подальшого вивчення. Для того, щоб детально розглянути поняття фінансової безпеки банку, на основі аналізу наукової фахової літератури було систематизовано існуючі підходи до визначення їх сутності (табл. 1).

Дані табл. 1 свідчать, що науковці пов'язують фінансову безпеку з різними явищами: деякі з фінансовою стабільністю та стійкістю, деякі – зі ступенем ефективності фінансово-економічної діяльності, інші – з захищеністю інтересів громадян, а також з рівнем стійкості до внутрішніх і зовнішніх ризиків. Отже, дослідники приділяють увагу, в першу чергу, правовим і організаційним аспектам забезпечення фінансово-економічної безпеки. В той же час, проблеми ліквідності, прибутковості, своєчасного повернення кредитів, управління банківськими ризиками вивчені недостатньо.

Таблиця 1

## Наукові підходи до визначення сутності фінансової безпеки банку

Особливості визначення поняття	Автор, джерело
Фінансова безпека банку	
- це сукупність умов, за яких потенційно небезпечні для фінансового стану комерційного банку дії чи обставини попереджені чи зведені до такого рівня, за якого вони не здатні завдати шкоди встановленому порядку функціонування банку, збереженню й відтворенню його майна і перешкодити досягненням банком статутних цілей.	Барановський О. І.
- це стан банківської установи, що характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, його здатністю досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стійкого розвитку.	Єпіфанов А. О.

- це такий фінансовий стан, який характеризується збалансованістю системи фінансових показників, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, що дозволяє своєчасно та в повному обсязі виконувати взяті на себе зобов'язання, забезпечує ефективний розвиток банку в поточному та наступних періодах.	Свченко Н. Г., Криклій О. А.
- це динамічний стан, при якому банк юридично і технічно здатний виконувати і реально виконує властиві йому функції та забезпечує стійкий захист життєво важливих соціально-економічних інтересів громадян, господарюючих суб'єктів, суспільства та держави від негативного впливу внутрішніх і зовнішніх загроз.	Хитрін О. І.
- це здатність протистояти деструктивним змінам на фінансовому ринку і забезпечити виживання банківського бізнесу в конкурентній боротьбі.	Побережний С. М.
- це готовність і спроможність національної фінансової системи, її інститутів та інструментів забезпечувати ефективне функціонування всіх каналів розподілу і перерозподілу грошових коштів, у тому числі – за наявності внутрішніх і зовнішніх загроз, між усіма сферами економіки (державою, суб'єктами господарювання, домашніми	Романовский М.В., Иванова Н.Г.
- це якість його фінансового стану з позиції ймовірних небезпеки та загрози.	Корнієнко Ю
- це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів підприємства, виражений у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості й рентабельності бізнесу, якості управління і використання основних засобів та обігових коштів підприємства, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського стану підприємства і перспектив його технологічного та фінансового розвитку.	Марцин В. С.
- це такий фінансовий стан підприємства, який характеризується: по-перше, збалансованістю і якістю сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, котрі використовуються підприємством; по-друге, – стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз; по-третє, – спроможністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію власних фінансових інтересів, місії і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів; по-четверте, – забезпечувати ефективний і сталий розвиток цієї фінансової системи.	Горячева К. С.
- це умови існування і розвитку об'єкта відносин, а також процесу його створення і підтримання; здатність (властивість) фінансової сфери гарантовано задовольняти відповідні потреби, безперервно розвиваючись і функціонуючи з мінімальним ризиком можливих	Трунцевський Ю. В.
- це комплекс заходів, спрямованих на досягнення максимально можливої платоспроможності і стійкості комерційного банку, ліквідності його балансу, ефективної структури капіталу й найприбутковіших напрямів його вкладень завдяки чіткому стратегічному і тактичному плануванню, аналізу та запобіганню загрозам	Артеменко Д. А.
- це захист фінансових інтересів банку, його фінансової стійкості і середовища, в якому він функціонує.	Дмитров С., Фадєєв Д.

- це такий стан банківської установи, якому притаманна збалансованість і стійкість до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, спроможність досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення сталого розвитку.	Болгар Т. М.
- це стан банківської установи, що характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, його здатністю досягати поставлених цілей і генерувати фінансові ресурси в достатньому обсязі для забезпечення поточної діяльності та стійкого розвитку.	Литовченко О. Ю., Самойлов Б. М.

Дані табл. 1 свідчать, що науковці пов'язують фінансову безпеку з різними явищами: деякі з фінансовою стабільністю та стійкістю, деякі – зі ступенем ефективності фінансової діяльності, інші – з захищеністю інтересів громадян, а також з рівнем стійкості до внутрішніх і зовнішніх ризиків. Отже, дослідники приділяють увагу, в першу чергу, правовим і організаційним аспектам забезпечення фінансової безпеки. В той же час, проблеми ліквідності, прибутковості, своєчасного повернення кредитів, управління банківськими ризиками вивчені недостатньо.

В основі забезпечення фінансової безпеки банківської діяльності повинна лежати певна концепція, яка включає мету, завдання та принципи діяльності. Метою цієї системи є мінімізація зовнішніх і внутрішніх загроз економічній діяльності банку, у тому числі – його фінансовим, матеріальним, інформаційними та кадровим ресурсам.

### Література:

1. Барановський О. І. Банківська безпека: проблема виміру / О. І. Барановський // Економіка і прогнозування. – 2011. – № 1. – С. 7-26.
2. Єпіфанов А. О. Фінансова безпека підприємств і банківських установ: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.
3. Євченко О. А. // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. – 2009. – Вип. 25. – С. 45-52.
4. Хитрін О. І. Фінансова безпека комерційних банків / О.І. Хитрін // Фінанси України. – 2010. – № 11. – С. 118-124.
5. Побережний С. М. Фінансова безпека банківської діяльності: навч. посібн. / С. М. Побережний. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 112 с.
6. Зачосова Н. В. Кадровий менеджмент у системі економічної та фінансової безпеки комерційного банку / Н. В. Зачосова // Сучасна економіка. – 2011. – Вип. 5. – С. 14-25.
7. Гриценко В. Г. Економічна безпека банківської системи України / В. Г. Гриценко // Вісник Національного банку України. – 2009. – № 4. – С. 27-28.
8. Єрмошенко М. М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення / М. М. Єрмошенко. – К.: КНТЕУ, 2012. – 309 с.
9. Зубок М. Організаційно-правові основи безпеки банківської діяльності в Україні / М.Зубок, Л.Ніколаєва. – К.: Істина, 2009. – С. 55-58.
10. Албанин Л. И. Экономическая безопасность: угрозы и их отражение / Л. И. Албанин // Вопросы экономики. – 2009. – № 2. – С. 47-48.
11. Борець М. А. Економічна сутність та підходи до визначення поняття «фінансова безпека банку» / М. А. Борець // Управління розвитком. – 2014. – № 2. – С. 151-154.
12. Савчук А. В. Управління фінансовою безпекою комерційного банку / А. В. Савчук // Фінансовий та управлінський облік. – 2014. – № 3. – С. 306-307.
13. Спроба оцінити надійність // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 4. – С. 35-38.

## ТЕНДЕНЦІ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ

**СЛАВКІНА М. А.**

*аспірант*

*Класичного приватного університету*

*м. Запоріжжя, Україна*

---

У критичний для нашої країни час, коли економічні зміни надзвичайно залежні від невизначеності політичної ситуації, можливість швидкого реагування на потрясіння на фінансовому ринку є дуже актуальною. Сьогодні, коли в частині регіонів України введено військовий стан, особливо важливо здійснювати виважену грошово-кредитну політику, яка дасть змогу стабільно працювати банківському сектору та уникнути наростання паніки з боку населення. Представники Національного банку запевняють, що зможуть утримувати стабільну ситуацію на банківському ринку, застосовуючи інструменти рефінансування банків та валютних інтервенцій. Таке випробування для вітчизняної банківської системи, яка так часто дестабілізується через політичні ризики, покаже, наскільки вона дійсно змінилась за останні роки. Питання стабільності й міцності банківського сектору хвилює як клієнтів, так і власників банків. Забезпечення стабільного розвитку банківського сектору – одне з основних стратегічних завдань уряду України. Особливі умови функціонування банківського сектору роблять аналіз сучасних тенденцій його розвитку надзвичайно актуальним.

З огляду наукових досліджень, які присвячені тенденціям розвитку банківського сектору, можна зробити висновки, що більшість науковців звертає увагу на такі основні зміни, що відбулись за останні п'ять років:

1. Зменшення кількості банків зі 180 у 2013 р. до 82 установ у 2018 р., яке відбулось за рахунок погіршення політичної та економічної ситуації в країні, що спричинило різке коливання валют і погіршення стану активів банків. У результаті багато банків опинились на межі банкрутства і через відсутність рефінансування НБУ вийшли з ринку.

2. Починаючи з 2014 року діяльність більшості банків, які до цього були успішними, стала збитковою. 2017 р. характеризувався поступовим виходом з кризи і переходом від збитків до прибутків. Така ж тенденція зберіглась і у 2018 р.

3. Скорочення кількості банків призвело до трансформації інструментів та методів роботи усієї банківської системи в цілому. Зокрема посилився контроль НБУ за діяльністю банків, було збільшено вимоги до розміру статутного капіталу.

4. Протягом 2014–2016 рр. кредитування бізнесу та фізичних осіб мало тенденцію до скорочення. При цьому вже у 2017 р. кредитування населення почало поступово відновлюватись. При цьому якість кредитних портфелів залишається низькою.

5. Значно скоротився розрив між ставкою за депозитами фізичних осіб на рік та на 6 місяців. Так, на початок 2018 р. за вклад на 12 місяців банки

пропонують в середньому від 13,1% до 14,0%, а за вклад на 6 місяців пропонується 14,2-14,75%. Це викликано складністю адекватно сприймати невизначеність фінансового ринку менеджерами банків. З іншого боку, населення не має можливості ефективно інвестувати вільні ресурси у інші напрямки, оскільки валютний ринок, ринок нерухомості та цінних металів також характеризуються невизначеністю.

6. Зміни у структурі власності банків, що пов'язані з прагненням уряду зберегти вплив вітчизняних інвесторів на політику банківського сектору. Як зазначають науковці [4], існує два шляхи для реалізації такого завдання. У першому випадку, вводяться обмеження для іноземних банків, що перешкоджають їх входженню на національний ринок. У другому – створюється організаційна структура банківського сектору, за якої забезпечується нормальне функціонування вітчизняних та іноземних банків [4, с. 101]. У даному випадку така структура була створена шляхом переходу системоутворюючих банків до державної власності.

Отже, можна зробити висновки, що функціонування банківського сектору відбувається у досить складних умовах. З одного боку, політичні та економічні кризові явища не дають змоги стабілізувати діяльність банків. З іншого боку, політика НБУ є досить жорсткою і не у всіх випадках ефективною. Спостерігається оздоровлення банківського ринку за рахунок ліквідації слабких гравців. При цьому злиття та поглинання, які надалі будуть відбуватись з метою досягнення визначеного НБУ мінімального статутного капіталу, неминуче призведуть до монополізації ринку. Незважаючи на те, що уряд націоналізував ПАТ «КБ Приватбанк», захистивши таким чином систему від великого потрясіння, такі проблеми, як недостатня капіталізація, значна частка у структурі банківського сектору іноземних банків, низька якість активів та недовіра населення до банків лишаються невирішеними і загрожують економічній безпеці банківської системи.

### **Література:**

1. Аналітичний огляд банківської системи України за 2017 рік. URL: [http://rurik.com.ua/documents/research/bank\\_system\\_2017.pdf](http://rurik.com.ua/documents/research/bank_system_2017.pdf).
2. Кулицький С. Банківська система України: сучасний стан і тенденції розвитку. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3783:bankivska-sistema-ukrajini-suchasnij-stan-i-tendentsiji-rozvitku&catid=8&Itemid=350](http://www.nbuv.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3783:bankivska-sistema-ukrajini-suchasnij-stan-i-tendentsiji-rozvitku&catid=8&Itemid=350).
3. Міжнародний стандарт фінансової звітності 9 (МСФЗ 9). URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_016](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_016).
4. Онищенко Ю.І., Кахович Ю.В. Особливості сучасної структури банківської системи України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2017. Вип. 24. Ч. 2. С. 99-103.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>.
7. Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями: пост. Правління НБУ від 30.06.2016 р. № 351. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16>
8. Річний звіт НБУ 2017. URL: <https://annualreport2017.bank.gov.ua>.



# ВПЛИВ ФЕНОМЕНУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСТВ

**ТАНАСІЄНКО Н. П.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економічної теорії*

**ОГОРОДНІК Т. О., КРАВЧУК А. В.**

*студенти  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький, Україна*

---

На сьогоднішній день з'явилося досить багато дискусій на тему вигод та втрат від такого феномену як глобалізація. Однак, сучасний стан розвитку цього процесу показує людству нові виклики з якими потрібно рахуватися, а не лише давати свою оцінку – «добре» чи «погано». Глобалізація є невідворотнім процесом, який вимагає системних змін як в організаційному, так і психологічному плані.

Глобалізація – це метасистема, що характеризується прискоренням темпів розвитку усіх сфер суспільного життя – економічної, політичної, соціальної, духовної.

Глобалізація, яка охоплює всі регіони і сектори світового господарства, змінює співвідношення між зовнішніми і внутрішніми факторами розвитку національних господарств на користь перших. Сьогодні жодна національна економіка, незалежно від розмірів країни і рівня її розвитку не може бути більш самодостатньою, тільки зі своїми обмеженими факторами виробництва, капіталами, технологіями та знаннями. Жодна держава не в змозі раціонально формувати стратегію економічного розвитку без урахування пріоритетів, досягнень, тенденцій і зрушень, проблем і можливостей глобалізації галузей і конкуренції.

Загалом глобалізація як процес формується під впливом багатьох чинників, що іноді є суперечливими за природою. До таких чинників належить:

- рух товарів між країнами і секторами економіки;
- рух послуг між країнами і секторами економіки;
- рух фінансового капіталу між країнами;
- переміщення людей між країнами, зумовлене потребами здійснення економічних функцій;
- валютні операції на міжнародних валютних ринках;
- рух інтелектуальної продукції та ідей між дослідницькими і навчальними центрами.

Разом із тим можна зазначити, що вплив згаданих чинників є спорідненим, бо кожен із них діє в межах певної системи, тобто вони відображають схожий процес: свободу реального та віртуального переміщення об'єктів між країнами. Але свобода переміщення та її ступінь є лише однією, а не винятковою, ознакою глобалізації.

Розглянемо складові індексу глобальної конкурентоспроможності економіки України та їх значення за ряд років.

Таблиця 1

**Складові індексу глобальної конкурентоспроможності України**

Складові індексу глобальної конкурентоспроможності України	2015–2016 (140 країн)	2016–2017 (138 країн)	2017–2018 (137 країн)	
	місце в рейтингу			значення індексу*
Основні вимоги	101	102	96	4,2
Інституції	130	129	118	3,2
Інфраструктура	69	75	78	3,9
Макроекономічне середовище	134	128	121	3,5
Охорона здоров'я та початкова освіта	45	54	53	6,0
Підсилюючі продуктивності	65	74	70	4,1
Вища освіта і професійна підготовка	34	33	35	5,1
Ефективність ринку товарів	106	108	101	4,0
Ефективність ринку праці	56	73	86	4,0
Розвиток фінансового ринку	121	130	120	3,1
Технологічна готовність	86	85	81	3,8
Розмір ринку	45	47	47	4,5
Інновації та фактори вдосконалення	72	73	77	3,5
Відповідність бізнесу сучасним вимогам	91	98	90	3,7
Інновації	54	52	61	3,4

\* індекс оцінюється за шкалою від 0 до 7, більше значення якого є кращим

Відповідно до наведених даних табл.1 можна зробити узагальнення, що Україна погіршила свої позиції у чотирьох з дванадцяти основних показників. Тенденція до погіршення цих показників спостерігалася і в минулорічних дослідженнях – погіршили свої позиції на 17 пунктів.

Також країна зазнала втрат за оцінкою інноваційної складової індексу, інфраструктурної та за складовою, що характеризує вищу освіту та професійну підготовку.

Глобалізація стала найважливішою реальною характеристикою сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, що визначають хід розвитку нашої планети.

Відомий дослідник М. Кастельс описує глобалізацію як «... постійний процес розвитку капіталістичного способу виробництва, який, долаючи межі часу й простору, перетворює світову економіку в глобальну, з новою

інфраструктурою, створюваною інформаційними й комунікаційними технологіями» [5, с. 354].

Варто пам'ятати, глобалізація є неминучим явищем, і для кожного суб'єкта світового господарства вона може мати різні наслідки залежно від готовності та усвідомленості суб'єктом сучасних викликів еволюції.

Глобалізація має певні переваги для України. Серед них є:

- поширення швидкими темпами інформаційних технологій;
- більші можливості пошуку партнерів в усьому світі, а не лише серед найближчих сусідів;
- можливість «підтягнути» в економічному плані країну до рівня високо розвинених;
- скорочення витрат на здійснення зовнішньоекономічних операцій;
- вільне пересування українських громадян у світі;
- можливість отримання освіти і роботи за кордоном, тощо.

Отже, створення умов для збереження та відтворення висококваліфікованої робочої сили, здатної ефективно функціонувати в умовах глобалізаційних процесів, інноваційного виробництва, дасть змогу сформувати стабільно економіку України.

Таким чином, глобалізація є самостійна, складна система явищ і відносин, цілісна в її системності, але внутрішньо вельми суперечлива. Для України основною вимогою сьогодення є спрямування глобалізму не лише на осмислення світових проблем і процесів, а, передусім, на наукове забезпечення управління сучасним світовим розвитком.

Завдання полягає в тому, щоб в умовах посилення глобалізаційних процесів створити таку світову систему, яка дозволила б дістати від глобалізації максимально позитивний ефект, знизивши до мінімуму втрати. Основою такої системи може стати співробітництво між країнами та динамічні інновації у цій сфері, включаючи формування міжнародних інститутів. Отже, все більш потрібною стає праця економістів-аналітиків, здатних приймати правильні рішення у процесі глобалізації.

### **Література:**

1. Глобалізація як тенденція розвитку людства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://pidruchniki.com>
2. Глобалізація і глобальні проблеми економічного розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://stud.com.ua>
3. Зянько В. Глобалізація та інноваційний процес: їхній взаємовплив / В. Зянько // Економіка України. – 2008. – № 2. – С. 148-160.
4. Козак Ю.Г. Світова економіка: навч. посібн. /За ред. Ю.Г. Козака, В.В. Ковалевського, Н.С. Логвінової. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 328 с.
5. Макуха С. М. Україна в міжнародних економічних відносинах в умовах глобалізації / С. М. Макуха. – Харків: Легас, 2003. – 352 с.
6. Філіпенко А.С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність / А.С. Філіпенко. – К.: Знання, 2007. – 670 с.

## СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

### ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

**БІРБІРЕНКО С. С.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки підприємства  
та корпоративного управління*

**АЛІКСЮК Л. О.**

*студент*

*Одеська національна академія зв'язку імені О. С. Попова  
м. Одеса, Україна*

---

Активне використання телекомунікаційних технологій забезпечує перехід до інформаційного суспільства в якому інформація стає найважливішим економічним ресурсом. Тому активний розвиток ринку телекомунікацій сьогодні являється необхідною умовою економічного прогресу [1, с. 285].

Величезна роль в успішній організації діяльності, завоюванні нових ринків, посилення конкурентних переваг належить інноваційній діяльності сфери телекомунікацій. Оператори намагаються в силу своїх можливостей обновляти активи, впроваджуючи нові технології у виробництво, випускати нові види продукції й надавати нові послуги, підвищуючи їхню якість. Це пояснюється високою наукоємністю галузевої продукції й значно коротким у порівнянні з іншими галузями життєвим циклом товару (послуги).

З огляду на стратегію інноваційного розвитку країни оператори телекомунікацій ведуть активний інноваційний розвиток для підтримки конкурентоспроможності та планомірно виводять на ринок нові товари і послуги.

Завдяки впровадженню нових прибуткових послуг зв'язку та нових технологій, введенню в дію нових об'єктів зв'язку, розвитку засобів зв'язку та модернізації обладнання, збільшенню та розширенню обсягів реалізації товарів сфера телекомунікацій стрімко розвивається.

Однак однією з основних проблем інноваційного розвитку сфери телекомунікацій є нестача фінансування. В інноваційному розвитку сфери телекомунікацій України найбільш стійкі конкурентні переваги одержують ті оператори телекомунікацій, які активно використовують нові маркетингові стратегії, застосовують нові гнучкі організаційні форми, удосконалюють умови й методи стимулювання службовців.

Інноваційна та інвестиційна діяльність сфери телекомунікацій у порівнянні з іншими сферами економіки країни незначна, тому визначення складових організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку сфери телекомунікацій є актуальною проблемою [2, с. 109].

Напрямки інноваційної політики телекомунікаційних компаній визначаються наступними особливостями сфери телекомунікацій:

1) сфера телекомунікацій надає на ринок унікальний продукт, що сполучає в собі матеріальне виробництво, сферу послуг і технології. Таким чином, оператори телекомунікацій функціонують відразу в декількох сферах економіки, що породжує новий виток інновацій;

2) потенційним цільовим ринком телекомунікаційної продукції є більша частина населення, а ступінь його охопту залежить лише від фактору часу і нових технічних можливостей;

3) у силу технічних характеристик продукції операторів телекомунікацій практично неможливо і недоцільно діяти тільки в національних рамках.

Оператори телекомунікацій мають фінансові можливості для здійснення своєї інноваційної політики завдяки стрімко зростаючому припливу інвесторів у дану сферу діяльності. Однак недосконалість законодавчої бази та незначна взаємодія науки і виробництва не дозволяють операторам використовувати інвестиції в повному обсязі.

До факторів, які стримують інноваційний розвиток сфери телекомунікацій України відносяться:

4) низький рівень державного фінансування інноваційного розвитку і недостатність власних коштів операторів телекомунікацій;

5) відсутність науково-методологічної бази формування інноваційної системи сфери телекомунікацій;

6) відсутність мотивації вітчизняних операторів до впровадження науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт;

7) недосконалість податкового законодавства;

8) ослаблення взаємозв'язків науки й виробництва;

9) низька інвестиційна активність вітчизняних, закордонних інвесторів;

10) відсутність координації дій суб'єктів інноваційної діяльності.

Тому, формування організаційно-економічних механізмів інноваційного розвитку сфери телекомунікацій повинне бути пов'язане з відновленням основних виробничих фондів, які є головним джерелом збільшення обсягів виробництва й створення умов для надання телекомунікаційних послуг на рівні світових стандартів.

Спираючись на проведений аналіз для розвитку інноваційних процесів сфери телекомунікацій, необхідно реалізувати наступні складові організаційно-економічного механізму:

1. Посилення децентралізації управління інноваційними процесами сфери телекомунікацій.

2. Удосконалення нормативно-правової бази для забезпечення інноваційного розвитку операторів телекомунікацій.

3. Необхідність системного та послідовного впровадження функціональних принципів державного управління інноваційною діяльністю операторів телекомунікацій.

4. Активне співробітництво підприємницьких структур з університетами й науково-дослідними інститутами, метою якого є оптимізація використання

результатів фундаментальних досліджень і створення бази для результативних досліджень прикладного характеру.

5. Органічне включення всіх окремих елементів інноваційного розвитку сфери телекомунікацій у єдину активно і цілеспрямовано функціонуючу національну інноваційну систему.

6. Використання інструментів моніторингу для підвищення інвестиційної привабливості сфери телекомунікацій з боку закордонних і вітчизняних інвесторів.

7. Надання певних пільг для розвитку виробництва телекомунікаційного устаткування території нашої країни. На першому етапі це можуть бути підприємства прогресивного складання.

8. З метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних операторів телекомунікацій максимально ефективно використовувати накопичений закордонний досвід у даній сфері, а саме: застосування комплексного підходу до інноваційної діяльності, створенню гнучких адаптивних організаційних структур, орієнтація на найбільш сучасні технологічні рішення, впровадження маркетингових концепцій керування підприємствами.

9. Для успішного виходу на міжнародний ринок вітчизняним операторам телекомунікацій варто використовувати таку систему комерційних організацій як холдинг, з метою укрупнення бізнесу, завоюванням нових сегментів ринку та протистояння закордонним альянсам.

10. Також для успішного виходу на міжнародний ринок можливе використання інструментів франчайзингу. Використання франчайзингу дає наступні переваги – максимізація розвитку, оптимізація управління, збільшення капіталів. Тобто використовуючи інструменти франчайзингу відпадає необхідність вкладання додаткових як фінансових, так і кадрових ресурсів.

При реалізації запропонованих складових організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку сфери телекомунікацій, оператори можуть підвищити свою конкурентоспроможність у світовому масштабі та сприяти економічному розвитку країни в цілому.

### **Література:**

1. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: у 3 т. / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б. Є. Кваснюка. – Т. 1: Економіка знань – модернізаційний проект України. – К.: Фенікс, 2007. – 544 с.
2. Гуржій А. М. Інноваційна діяльність в Україні: Монографія / А. М. Гуржій, Ю. В. Каракай, З. О. Петренко. – Київ: УкрІНЕІ, 2007. – 144 с.

# ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ ПРИБУТКУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ

**БОЖАНОВА О. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів*

**ГУБА А. А.**

*магістрант*

*Національна металургійна академія України  
м. Дніпро, Україна*

Економічний розвиток аграрних фірм формує перспективу розширення виробництва сільськогосподарської продукції на якісно-інноваційній основі, що у свою чергу дає змогу гарантувати продовольчу безпеку та продовольчу незалежність держави. Однак, ефективність діяльності аграрних фірм України характеризується нестабільною динамікою. Чимало аграріїв регулярно зазнають збитків у процесі своєї виробничо-господарської діяльності. Така ситуація тягне за собою банкрутство фірм, скорочення кількості товаровиробників, загострюючи соціально-економічні проблеми в країні.

Аналіз наукової літератури показав, що серед науковців і досі різняться погляди щодо економічного змісту прибутку, думки розходяться і у визначенні функцій прибутку, місця та його ролі в економічній системі. В таблиці 1 наведено теоретичні підходи до трактування сутності економічної категорії прибуток.

Таблиця 1

## Теоретичні підходи до трактування сутності економічної категорії прибуток

№ з/п	Автор	Визначення
1.	Манн Р. [1]	Прибуток виникає лише у сфері торгівлі, тобто пояснювали його походження продажем товару за ціною вищою ніж вартість.
2.	А. Сміт [2]	Прибуток – вирахування з продукту праці робітників на користь підприємця
3.	Дж. Ст. Мілль [3]	Прибуток визначається вирахуванням з доходів фірми витрат на придбання потрібних товарів, послуг і оплати праці робітників.
4.	Покропивний С.Ф. [4]	прибуток – частину виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства
5.	Моляков Д.С. [5]	Прибуток – грошове втілення частини вартості додаткового продукту
6.	Поддєрьогін А. М. [6]	Прибуток частина заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу
7.	Чорна Л. О. [7]	Прибуток – інтегральний показник діяльності підприємства, та пропонує оцінювати прибутковість за інтегральним показником, який включає фінансово-економічні показники.

8.	Бланк І. А. [8]	Прибуток – це втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення цієї діяльності.
9.	Федоренко В.Г. [9]	Прибуток – система економічних відносин між підприємцями (роботодавцями-власниками засобів виробництва) і найманими працівниками щодо виробництва, розподілу та привласнення створеної додаткової вартості, яка відособлюється у вигляді надлишку над витратами вкладеного капіталу.
10.	Король В.А. [10]	Прибуток, як економічний показник, є різницею між чистим доходом і собівартістю продукції.
11.	Азаренкова Г.М., Журавель Т.М., Михайленко Р.М. [11]	Прибуток становить собою різницю між загальною сумою доходів і витратами на виробництво та реалізацію продукції.
12.	Буряковський В.В. [12]	Прибуток – це грошовий вираз основної частини грошових збережень, створених підприємством будь-якої форми власності.
13.	Мочерний С.В. [13]	Прибуток – це перетворена, похідна форма додаткової вартості, яка з кількісного аспекту є різницею між ціною продажу і витратами капіталу на її виробництво.
14.	Предборський В.А. [14]	Прибуток є одним з узагальнюючих показників діяльності і окремого підприємця, і підприємства, і галузі, і економіки у цілому.
15.	Алексєнко Л.М., Олексєнко В.М. [15]	Прибуток (eariangs, profit, прибыль) – виражений у грошовій формі чистий дохід підприємства на вкладений капітал, який характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності і представляє собою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами у процесі виконання цієї діяльності.
16.	Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. [16]	Прибуток: 1) сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати; 2) перевищення сукупних доходів над сукупними витратами
17.	Гальчинський А.С. [17]	Прибуток – різниця між продажною ціною товару або послуги і витратами виробництва. Виражає вартість додаткового і частково необхідного продукту.
18.	Ільчук М.М., Іщенко Т.Д. [18]	Прибуток визначається зменшенням суми скоригованого валового доходу звітного періоду на суму валових витрат платника податку і суму амортизаційних відрахувань.

Прибуток аграрних фірм є головним показником їх господарсько – фінансової діяльності, який формує власний капітал і забезпечує економічний розвиток.

На нашу думку прибуток – це кінцевий фінансовий результат від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання



будь – якої форми власності, який є інвестиційним ресурсом для досягнення поставлених цілей і стратегії свого розвитку.

Таким чином, можна зробити висновок, що економічній категорії «прибуток» в науковій літературі приділяється достатня увага, але на даний момент єдиного визначення прибутку немає. Проведене дослідження еволюції поглядів науковців на економічну сутність прибутку, неможна однозначно стверджувати, яка з наведених теорій є найбільш вірною, оскільки кожна з них пояснює певний важливий аспект даного питання, а узагальнення даних поглядів становить сучасну теорію прибутку, яка досі залишається незавершеною та потребує подальших досліджень.

### Література:

1. Манн Р., Майер Э. Контроллинг для начинающих. Система управления прибылью: Пер. с нем. Ю. Г. Жукова / Под ред. и с предисл. д-ра экон. наук В.Б. Ивашкевича. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 304 с.
2. Смит Адам. Исследования о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – Пер. с англ. Майбурда, отв за ред. Абалкин. М.: Наука., 1993
3. Милль Дж.С. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / Дж.С. Милль; [пер. с англ.; биограф. очерк М.И. Туган-Барановского]. – М.: Эксмо, 2007. – 1040 с. – (Антология экономической мысли).
4. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: Підручник: В 2 т./ За ред. С. Ф. Покропивного. – К.: Видавництво «Хвиля-Прес», 1995. – Т. 2. – 328 с.
5. Моляков Д.С. Теория финансов предприятий: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 199 с.
6. Фінанси підприємств: Підручник / За ред. А. М. Поддєрьогіна. – К.: КНЕУ, 1998. – 368 с.
7. Чорна Л. О. Стратегії діяльності підприємства та ціноутворення в ринковій економіці: [монографія] / Л. О.Чорна. – Вінниця: Світанок, 2005. – 176с.
8. Бланк И. А. Управление прибылью. / И. А. Бланк – К.: Ника-Центр, 1998. – 544 с.
9. Федоренко В. Г. Політична економія: Підручник.– 2-ге вид. – К.: Алерта, 2015. – 487 с
10. Король В.А. Фінанси підприємств: навчальний посібник [Електронний ресурс] / В.А. Король. – Режим доступу: <http://pulib.if.ua/book/55>
11. Азаренкова Г.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Азаренкова Г.М., Журавель Т.М., Михайленко Р.М. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання-Прес, 2006. – 287 с.
12. Буряковський В. В. Фінанси підприємств: [навч. посібник] / Буряковський В.В., Кармазин В.Я., Каламбет С.В. / За ред. В.В. Буряковського. – Дніпропетровськ: Пороги, 2006. – 246 с.
13. Економічний словник-довідник / За ред. С.В. Мочерного. – Київ: Феміна, 1995. – 368 с.
14. Предборський В.А. Економічна теорія: підручник / В.А. Предборський, Б.Б. Гарін, В.Д. Кухаренко; за ред. В.А. Предборського. – К.: Кондор, 2007. – 492 с.
15. Алексеенко Л.М. Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів / Л.М. Алексеенко, В.М. Олексієнко. – Тернопіль: Астон, 2003. – 672 с.
16. Загородній А.Г. Фінансовий словник. – 4-те вид., випр. та доп. / Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. – К.: Т-во «Знання», КОО; Л.: Вид-во Львів. банк. ін.-ту НБУ. – 566 с.
17. Основи економічних знань: навч. посіб. / А.С.Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Вища школа, 2002. – 543 с.
18. Ільчук М.М. Підприємницька діяльність та агробізнес / За ред. М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко. – К.: Вища освіта, 2006. – 543 с.

## **PROBLEMS OF INCREASE OF THE LABOUR PRODUCTIVITY ARE ON ENTERPRISE**

**HAVRILYUK K. O.**

*Student*

**MELNYK A. O.**

*Scientific leader of d.e.n., manager of department*

*Kyiv National University of Technologies and Design*

*Kyiv, Ukraine*

---

The production of every country and every industry depends on the row of factors. Such factors are shots, labour and remunerations of labour. Shots are the most valuable and important part of productive forces of society. On the whole efficiency of production depends on qualification of workers, their placing and use that influences on a volume and growth of producible products, use of material and technical facilities rates. The that or other use of shots is related direct character to the change of index of the labour productivity. A height of this index is the major condition of development of productive forces of country and main source of height of national income. The existing at every instant system of remuneration of labour influences on the height of the labour productivity, because payment is a stimulant factor for the height of qualification of labour, increase of technical level of the executed work.

Because will compel labour force to work most effectively? An answer for this question is the basis of any skilled politics. And on the first place because of importance among factors that influence on efficiency of the use of labour force, the system of remuneration of labour costs. Exactly a salary is that reason that brings a worker around to his workplace. In fact all in a final result depends on people, from their qualification, ability and desire to work. Exactly human capital, but not plants, equipments and productive supplies, are the head stone of competitiveness, economy growing and efficiency.

Therefore the value of this problem it is difficult to over-estimate.

That characterize the level of the labour productivity basic summarizing indexes on an enterprise these are the indexes of income or charges. Exactly the analysis of these indexes can give the complete picture of the labour and efficiency of activity of enterprise productivity. Actuality by the set questions was stipulated choice of theme, determination of aim and tasks of this research.

Necessities change constantly, that is why it is impossible to bargain that a motivational mechanism that is effective today again will be effective. With development to personality possibilities and requirements broaden in a self-expression.

Thus, the process of motivation must constantly improve by satisfaction of necessities. With the aim of increase of effectiveness of mechanism of collective stimulation it follows to apply on society the system that is based on the all-factory indexes of increase of the labour productivity in natural expression.

They are calculated as the production volume in natural expression, divided by the incurrance of exhaust m/hrs. Depending on the changes of the labour to the workers productivity the tariff rate increased on the corresponding rate of increase of the labour productivity is counted. Advantage of this system consists in that she gives an opportunity to encourage workers in accordance with the really attained increase of the labour productivity.

Directions of improvement of motivation of labour on the whole can be described by basic five directions:

- material stimulation;
- improvement of quality of labour force;
- perfection of organization of labour;
- bringing in of personnel is to the processes of management;
- not money stimulation.

For some professions it is better to use a productive rotary press that assumes the duty of types of works and productive operations, when workers for a day periodically change workers placed, that characteristically mainly for the team form of organization of labour.

Improvement of terms of labour – one of the acute problems this time. On the stage of passing to the market meaningfulness of terms of labour grows as one of the major necessities of man. The new level of social maturity denies the unfavorable terms of productive process. Terms of labour are not only a necessity but also a reason that compels to work with a certain return, can be simultaneously a factor and consequence of certain perfection of organization of production and terms of labour and increase of efficiency.

Basic directions of increase of material motivation are:

- increase of wage (individualization of salary) level;
- participating of workers in incomes;
- development and introduction of the programs of professionally-qualifying development of labour force;
- the wide bringing in of workers is to the management;
- creation of favourable terms of labour;
- introduction of flexible charts of work;
- grant of vacations;
- grant of free extra-time;
- prognostication of advancement of workers on service and planning of career;
- improvement of organization.

Realization of perfection of organization of remuneration of labour needs the native increase of level of setting of norms of labour, works and clarification of qualifying level of workers, improvement of terms of labour and their more correct estimation on every workplace, effective use of mechanism of stimulant additional charges and raises for the account of the personal interests of worker and his professional mastery.

On the working city everybody wishes to show, on what he is capable and that he means for other, that is why it is necessary to acknowledge labour of every separate worker, give possibility to make decision, that behave to his competence on questions,

advise other workers and other Onworkplaces it follows to form the world view of command, it isunpossible to destroy unformally existent groups, if they donot inflict superfluous troubles. Practically everybody has ownopinion, in relation to that, how to improve the labour.

Leaning on the personal interest of guidance, it follows toorganize work so that a desire to realize the plans did notdisappear for a worker.

On the basis of that, in what form, with what speed and howworkers get a task, they estimate own meaningfulness fromthe point of view of leader, that is why it is impossible to makedecision, that touches changes inprocess colleagues withouttheir, even if changes are positive, and also to preventaccess to necessary information. Information on quality oflabour of employee must be operative, scale and timely. It isnecessary to give the maximally possible level of self-controla worker.

### **References:**

1. Slepyan E.V. Ground of stimuli of increase of the labourproductivity as important instrument of development ofindustrial enterprise [Electronic resource] / E. V. Slepyan, O. Y. Zamriy // the Economic announcer of the Zaporizhzhystate engineering academy. – 2016. – 6 (1). – P. 151-155.
2. Tanasienko T. Methodology of measuring of social factorsand backlogs of increase of the labour productivity on anenterprise [Electronic resource] / T. Tanasienko // Ukraine: aspects of labour. – 2014. – № 7. – P. 40-43. it is accessMode: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/of\\_Uap\\_2014\\_7\\_8.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/of_Uap_2014_7_8.pdf)
3. Theoreticalmethodical government of labour theproductivity bases on the enterprises of retail business[Electronic resource] / B.V. Maksyuta // the Scientificannouncer of the Poltava university of economy and trade. Series: are Economic sciences. – 2011. – № 3. P. 143-146. it is access Mode: [http://nbuv.gov.ua/ of\\_UJRN/Nvpushk\\_2011\\_3\\_28](http://nbuv.gov.ua/of_UJRN/Nvpushk_2011_3_28)
4. Hoshа M.O. Effectiveness of charges is on maintenance ofpersonnel and his labour productivity in opening of efficiencyof financial stimulation of labour potential of bank [Electronicresource] / M.O. Hoshа // Announcer of the Chernivtsi tradeand economic institute. Economic sciences. – 2013.. 3. – P. 235-243.

## **СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

**ГНИП Д. В.**

*студентка*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут*

*імені Ігоря Сікорського»*

*м. Київ, Україна*

---

Сучасні умови ринку вимагають постійного розвитку економіки та виробництва. У зв'язку зі зростанням конкурентної боротьби у ринкових відносинах, конкурентоспроможним товаром вважають тільки за умови відповідності вимогам споживача.

Актуальність статті полягає в тому, що конкуренція відіграє провідну роль у функціонування ринкових взаємовідносинах, і є невід'ємною складовою розвитку ринкової економіки у цілому. Конкурентоспроможність підприємства напряму залежить від рівня конкурентоздатності його товару.

Конкурентоспроможність продукції – це сукупність властивостей, які характеризують товар, визначає його переваги на ринку порівняно з аналогічними товарами і оцінюється за ступенем задоволення потреб споживача. Даний показник не є сталим, оскільки рівень конкурентоздатності товару залежить від багатьох факторів, таких як умови на ринку, поведінка конкурентів, рівень платоспроможності споживачів, виробничо-організаційна та соціальна сфера на підприємстві тощо. В основі конкурентоздатності продукції покладено два параметри – це споживчі властивості і ціна.

Найважливішою складовою конкурентоздатності товару є її якість. Але дані поняття не є ідентичними. Якість продукції – це сукупність споживчих властивостей товару, а конкурентоспроможність характеризує ступінь відповідності продукту до суспільної потреби. Кожен ринок має сформовану кон'юнктуру, відповідно до якої оцінюють наскільки конкретна продукція є конкурентоспроможною. Наприклад: найбільш конкурентоздатним на ринку вважається товар, в порівнянні з продукцією аналогічного призначення, який завдяки своїм характерним властивостям приносить найбільший ефект по відношенню до ціни споживання.

Управляти конкурентоспроможністю можна за такими параметрами: поліпшувати якість продукції; знижувати рівень витрат на виробництво; покращити технологію виробництва; підвищувати рівень обслуговування; пошук нових каналів для збуту продукції; розширення груп покупців; поліпшення реклами і сервісу тощо.

З рівнем конкурентоздатності продукції пов'язаний інший, не менш важливий, показник – це конкурентоспроможність підприємства. Конкурентоспроможність підприємства характеризує продуктивність використання всіх ресурсів фірми, що оцінюється через показник рентабельності виробництва.

Фактори, які характеризують рівень конкурентоспроможності підприємства є:

1. Техніко-економічні чинники – витрати на експлуатацію та споживання продукції, якість товару, ціна реалізації тощо.

2. Комерційні фактори – умови реалізації товару на конкурентному сегменті ринку.

3. Нормативно-правові чинники – вимоги щодо технічної, екологічної, морально-етичної та іншої безпеки використання продукту.

Якщо продукція не буде відповідати вимогам, стандартам та нормам на конкретному ринку, то товар не буде мати попиту на даному ринку.

Високий рівень конкурентоздатності підприємства слугує гарантом високого рівня рентабельності, виробництва високоякісної продукції та стійного положення в умовах ринкової системи господарювання.

## **Література:**

1. Тюрченко М.О., Швець М. Д. «Маркетинг» – Київ, Знання, 2011 рік.
2. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій.– 2012.– № 4. – С. 230-235.
3. Гречко Алла Володимирівна, Кафедра економіки і підприємництва ФММ, – «Економіка підприємства» 2016–2017.
4. Коломієць І.Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації / І.Ф. Коломієць / Конкуренція. – 2007.

## **КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**ДАЙНОВСЬКИЙ Ю. А.**

*доктор економічних наук, професор*

**ПЕРЕСТА В. Т.**

*магістрант*

**НИЦА Ю. В.**

*магістрант*

*Львівський торговельно-економічний університет*

*м. Львів, Україна*

---

Забезпечення сталого розвитку підприємств будь-якої галузі діяльності вимагає постійного удосконалення усіх елементів маркетингу відповідно до актуальних умов ринку, змін покупецьких пріоритетів і пропозицій конкурентів. Оскільки одним з найважливіших елементів маркетингу є комунікації виробників з покупцями і торговельними посередниками, система маркетингових комунікацій підприємств також підлягає постійному аналізу і удосконаленню. Нагромаджений досвід діяльності підприємств неспростовно доводить, що без налагодження ефективних маркетингових комунікацій неможливими є ні досягнення належного рівня задоволення споживачами своїх потреб, достатній рівень поінформованості покупців про пропоновані товари, їх властивості і можливості придбання, ні нормальне функціонування ланцюга товаропостачання від виробництва до торговельних посередників.

У сучасних умовах одним з ключових факторів забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств стає дієва система маркетингових комунікацій, яка характеризується появою нових інструментів інформаційного впливу, комплексним застосуванням різноманітних комунікаційних засобів. Запорукою успіху діяльності підприємств на ринку є вміння раціонально організувати взаємодію численних елементів цієї системи, визначати найдієвіші види застосовуваних маркетингових комунікацій і використовувати їх у практичній діяльності.

Попри те, що вивченню маркетингових комунікацій і їх ролі у процесі реалізації товарів було присвячено багато праць вітчизняних і зарубіжних авторів [2; 3], питання теорії та практики застосування системи маркетингових

комунікацій у різних сферах діяльності ще далеко не вичерпані і тому вимагають постійних досліджень. Науковці відзначають низку факторів зростання значення маркетингових комунікацій серед яких – урізноманітнення методів конкурентної боротьби на ринку, товарна насиченість ринків, різноманітність потреб споживачів, удосконалення способів збору, обробки і передачі інформації [1].

Маркетингова комунікаційна політика – це двобічний процес розповсюдження інформації і здійснення впливу на споживачів і зворотнього інформаційного потоку про вимоги до товарів, актуальні потреби, ступінь задоволеності чи незадоволеності від споживання. Комунікація – це постійний процес обміну інформацією, в якому кожна наступна порція інформації повинна містити певну реакцію на попередню отриману інформацію. Маркетингова комунікація – це складна система інформаційного взаємообміну, взаємодії і взаємовпливу ринкових суб'єктів.

Незворотні тенденції віртуалізації, електронізації, цифровізації економіки, впровадження нових бізнес-моделей, висока конкуренція на макро- і мікроринках, мультिकанальність взаємодії підприємств зі своїми клієнтами, динамічність бізнес-аналітики трансформують інструменти маркетингових комунікацій у керунок індивідуалізації, інтерактивності, таргетинговості.

Стрімкий розвиток рекламно-комунікаційного ринку залежить від загального зростання економіки, способів і інструментів регулювання рекламної галузі державою, рівня розвитку підприємницької діяльності, інноваційної активності підприємств і від низки численних інших факторів. Слід підкреслити не тільки абсолютне зростання медіа-реклами, але і стабільне збільшення її частки у загальному обсязі рекламно-комунікаційного ринку. Цифрові медіа і у першу чергу Інтернет зростають швидше від інших видів медіа-реклами, підвищується їх частка у загальних обсягах медіа-реклами. Високими є темпи зростання реклами у соціальних мережах і онлайн-відео, а також мобільної реклами.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства повинні пристосувати свою комунікаційну політику до об'єктивних трендів сучасного суспільства: постійне підвищення комп'ютерної грамотності населення і частки населення, що активно користується Інтернетом, збільшення частки власників сучасних смартфонів, зміна структури населення за віковими групами і підвищення частки населення, яке ознайомлене з новітніми технологіями комунікацій. Інтернет стає важливим носієм комунікативних повідомлень і механізмом індивідуального спілкування з покупцем, забезпечує миттєве розповсюдження комерційно важливої інформації. В міру того, як збільшується кількість людей, які хотіли б, не відриваючись від смартфонів, задовольнити за можливості максимальну кількість своїх потреб, повинна зростати не тільки кількість пропонованих товарів та послуг, але і способів їх продажу і доставки покупцям, а також варіантів комунікації підприємств з такими покупцями.

Інструментальне наповнення комунікаційної політики підприємства повинно залежати від конкретних завдань, які воно перед собою ставить. Зокрема такими завданнями можуть бути: початкове доведення інформації або покращення інформованості цільових споживачів про підприємство і

асортимент його товарів і послуг, формування або зміцнення позитивного іміджу підприємства, збільшення обсягів продажу, спонукання до ознайомлення з товаром, його випробовування, зміна поведінки цільових покупців, залучення нових покупців.

Комплекс маркетингових комунікацій складається з чотирьох основних напрямів діяльності: реклами, стимулювання збуту, персонального продажу і пропаганди. Кожний з цих напрямів має певні переваги та недоліки, особливості застосування і впливу на потенційних покупців. Так, якщо пропаганда має більш іміджевий і стратегічний характер, то реклама переважно є конкретнішою, спрямованою на підвищення інтересу покупців до окремих товарів в обмеженому часовому періоді. Заходи стимулювання збуту (різноманітні акції, розіграші, купони, дегустації) покликані впливати на споживача у даний конкретний момент часу, ефект від них проявляється швидко, але триває недовго. Персональний продаж вимагає активної презентації і особистого комунікування продавця переважно одного або певної лінійки товарів з покупцем. Якщо реклама не індивідуалізована і не передбачає зворотного зв'язку з потенційним покупцем, то персональний продаж ґрунтується саме на такому зв'язку і гнучкості пропозицій для кожного клієнта індивідуально. Витрати на один контакт при застосуванні реклами є мінімальними, при організації розіграшів, конкурсів, дегустацій вони помітно збільшуються, а при персональному продажі вони є найбільшими. Різним є часовий період впливу окремих комунікаційних заходів: від мінімального при стимулювання збуту до доволі тривалого у разі застосування пропаганди. Саме тому зараз все частіше рекомендується застосовувати не окремі розрізнені і непов'язані між собою комунікаційні заходи, а систему інтегрованих маркетингових комунікацій.

Комунікаційний вплив на потенційних покупців може бути різним за тривалістю. Так, створення і пропагування загального іміджу підприємства, бренду, здійснення престижної реклами фірми може вимірюватися багатьма роками. З іншого боку значні рекламні зусилля спрямовуються на те, щоб стимулювати імпульсний попит, провокувати потенційного покупця придбати товар спонтанно. Багато досліджень і практичний досвід мерчандайзингу свідчать про велику роль здійснення впливу на покупців безпосередньо у місцях продажу, а отже і розміщення в них відповідних рекламно-інформаційних матеріалів, що здійснювали б стимулюючий вплив на покупців.

Важко переоцінити роль виставок і ярмарок як елемента комунікацій, адже це не тільки і не стільки спосіб укласти вигідну угоду чи продати товар, а, насамперед, місце контактів, коли зміцнюються старі зв'язки і формуються нові, знаходяться джерела поставок і інформації, виявляються тенденції зміни ринкової кон'юнктури. Основними формами рекламної комунікації на виставках і ярмарках виступають демонстрація реальних товарів з різноманітними способами їх унаочнення (фото, макети, відеороліки), роздача інформаційних і прайс-листів з характеристикою можливих знижок, варіантів сервісного обслуговування, комплектності, адресами і телефонами, видача каталогів і проспектів, що характеризують сам товар, його властивості, особливості споживання чи застосування.



Далеко не завжди у сучасному світі комунікаційний вплив будується за традиційною схемою, у якій приймають участь надавач інформації, посередник (за необхідності) і її отримувач, що є представником цільової аудиторії. Сучасний потенційний покупець прагне крім прямого інформаційного впливу проаналізувати і зворотне інформаційне коло, тобто відгуки покупців і споживачів, які вже придбавали відповідні товари чи послуги і висловлюють у соціальних мережах свої враження. Зараз активно пропагується і впроваджується крауд-маркетинг, тобто вплив на спільноти споживачів з метою їх подальшого вторинного впливу на індивідуальних покупців (причому термін «вторинний» означає лише хронологічну послідовність, а не значимість серед факторів впливу).

Враховуючи, що окремі елементи комунікацій мають різні властивості і по-різному впливають на потенційних споживачів для формування конкурентоздатних бізнес-процесів необхідно реалізовувати концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій, в яких окремі елементи комунікаційного комплексу доповнювали і підсилювали б один одного, створюючи синергетичний ефект.

### Література:

1. Дибчук Л. В. Етапи розробки маркетингової комунікаційної стратегії підприємства / Л. В. Дибчук // Маркетинг та логістика у система менеджменту: тези доповідей XI Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. – С. 64-66.
2. Лэйхифф Дж. Бизнес-коммуникации. Стратегии и навыки / Дж. Лэйхифф, Дж. Пенроуз. – СПб. Питер, 2001. – 688 с.
3. Почепцов Г. Теория коммуникации [Електронний ресурс] / Г.Г. Почепцов – Режим доступу: <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pohepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>

## **ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**ДЕМ'ЯНЕНКО Б. С.**

*аспірантка кафедри маркетингу імені А. Ф. Павленка*

*Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*

*м. Київ, Україна*

---

Сьогодні більшість компаній, як великі корпорації, так і малі підприємства, здійснюють маркетингову діяльність з метою збільшення продажів, впізнаваності бренду, розширення свого бізнесу та ін. З часом підприємства стали все більше використовувати для глибинного аналізу споживачів, їхніх мотивів, аналітики рекламних кампаній та маркетингової діяльності в цілому, різне програмні забезпечення (ПЗ). ПЗ в маркетингу сьогодні відіграє провідну роль для відцифрування результатів роботи одного маркетолога або цілого відділу.

Маркетингове програмне забезпечення – це система, що здійсню наступні дії:

- обробки кількісної (цифрової) інформації (пропонує робочі маркетингові математичні моделі);
- планування процесів реалізації і контролю ходу виконання прийнятих бізнес-рішень;
- звітування стосовно ефективності проведених маркетингових заходів, витрачених коштів і т.д.

Сьогодні в маркетинг-менеджменті не достатньо використовувати такі ПЗ як Microsoft Office Excel, Microsoft Office Word та Microsoft Office PowerPoint. Звичайно, більшість відділів маркетингу використовують подібне ПЗ. Воно використовується переважно для звітування або проведення презентацій про продукти/послуги, або використовується для написання та редагування текстів.

Також в сучасному маркетингу на підприємствах часто використовують ПЗ системи CRM (Customer Relationship Management – англ. Управління відносинами з клієнтами). Це системи, які допомагають відслідковувати як маркетингові активності, так і діяльність відділу продажів. Також CRM визначають як поняття, що охоплює концепції, котрі використовуються компаніями для управління взаємовідносинами зі споживачами, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними [1, с. 12-18].

В сучасному маркетингу все частіше використовуються digital-інструменти для комунікації з кінцевими споживачами. Для здійснення digital-маркетингу необхідно використовувати спеціальні програми та веб-застосунки.

Цифровий маркетинг (англ. digital-маркетинг, Діджитал-маркетинг) – загальний термін, який використовують для позначення таргетингового і інтерактивного маркетингу товарів і послуг, що використовує цифрові технології для залучення потенційних клієнтів і утримання їх як споживачів. Головними завданнями цифрового маркетингу є просування бренду і збільшення збуту за допомогою різних методик. Цифровий маркетинг включає в себе великий вибір маркетингових тактик з просування товарів, послуг і брендів. Крім мобільних технологій, традиційних телебачення і радіо методи цифрового маркетингу використовують інтернет як основний комунікаційний посередник [2].

Зробимо огляд тих програм та застосунків, які використовуються в сучасному маркетинг-менеджменті на підприємствах (таблиця 1).

З таблиці видно, що в маркетинг-менеджменті використовуються різноманітні ПЗ та додатки, які покращують ефективність роботи відділів маркетингу, продажів, розробки систем мотивації співробітників та розвиток компанії в цілому. Так, можна зробити висновок, що чим більше підприємство розвивається, тим більше воно потребує нових рішень для вимірювання ефективності своєї діяльності та для аналітики помилок та досягнень. Сьогодні таку інформацію можливо отримати лише із ПЗ, спеціально розробленого під певні потреби маркетингу.

## Програми та веб-застосунки для маркетинг-менеджменту

Назва програми/ веб-застосунку	Цільове призначення
<b>CRM</b>	
Sales Force	<p>Sales Cloud – функціональна частина CRM-системи для підтримки процесів продажів. Фахівці з продажу компанії-передплатника за допомогою Sales Cloud ведуть дані про потенційних клієнтів, взаємодіють із ними, виставляють їм рахунки, взаємодіють з іншими фахівцями з продажу, проводять маркетингові кампанії, аналізують і сегментують клієнтську базу.</p> <p>Service Cloud – функціональна частина CRM для забезпечення процесів обслуговування і підтримки клієнтів. Система дозволяє побудувати сайт самообслуговування і підтримки своїх клієнтів, фахівці з підтримки отримують можливість взаємодіяти з клієнтами, вести бази даних, менеджери компанії одержують інструменти для аналізу ефективності сервісних процесів.</p> <p>Chatter – рішення, що надається за підпискою корпоративним замовникам для організації внутрішньокорпоративного засобу групової роботи [3].</p>
Atlassian JIRA	Система відстеження помилок, призначена для організації спілкування з користувачами, і для управління проектами [4].
<b>Digital-маркетинг</b>	
Google Analytics	Багатофункціональний сервіс для аналізу інтернет-сайтів та додатків. Дозволяє веб-майстрам перевірити стан індексування та оптимізувати видимість своїх веб-сайтів.
Facebook Business Manager	Дозволяє організаціям управляти всіма своїми маркетинговими ресурсами на Facebook і надавати доступ до них іншим сторонам. Дає можливість управляти правами доступу до кредитних ліній, завантажувати каталог продуктів, створювати публікації, змінювати інформацію про виставлення і формування рахунків і т. д.
Salesforce Marketing Cloud	Програмне забезпечення у сфері хмарних рішень для цифрової автоматизації маркетингу та аналітики. Надає програмні маркетингові рішення та інструменти для автоматизації та аналітики при роботі онлайн за допомогою електронної пошти, мобільного зв'язку і соціальних мереж [5].
MailChimp	Інтернет-сервіс, один з лідерів у маркетингу по електронній пошті. Його основним продуктом є інтернет-платформа для відправки професійних електронних листів розрахованих на масову аудиторію.

## **Література:**

1. С. Шовкопляс. Как повысить конкурентоспособность при помощи CRM // Office – 2005. – № 3-4, С. 12-18.
2. «Definition of digital marketing». Financial Times. Retrieved 22 August 2015.
3. Офіційний сайт інформаційного ресурсу Reference for business <https://www.referenceforbusiness.com/history2/84/salesforce-com-Inc.html>
4. Офіційний сайт компанії Jira <https://ru.atlassian.com/software/jira>
5. Офіційний сайт компанії Salesforce <https://www.salesforce.com/products/marketing-cloud/overview/>

## **ТЕОРИЯ КОНДЖОЙНТ-АНАЛИЗА**

**ЗБОРОВСКИЙ Р. В.**

*аспирант*

*Запорожский национальный университет*

*г. Запорожье, Украина*

---

Конджойнт-анализ – это совокупность методов, использующих принцип декомпозиции в изучении структуры предпочтений опрашиваемых. Происхождение названия отсылает нас к английскому глаголу «to conjoin», что означает «сочетать, соединять». Предложенный метод предусматривает, что покупатель сталкивается с компромиссом в принятии ключевого решения в выборе относительно отличных наборов представленных свойств, свойственных выбранному продукту. Принцип избирательности в спектре различных характеристик продукта позволяет вычлениить их непосредственную полезность для опрашиваемого и предоставить данные для обдумывания производителю [2]. Оценка полезности продукта покупателями позволит производителю получить необходимые для конечного потребителя качества продуктов [3]. Из представленного выше следует ключевое преимущество метода – воспроизведение ситуации реальной покупки.

Во-вторых, оценка полных профилей, а не единовыбранных характеристик товара позволяет изучать взаимодействия между самими характеристиками, эффекты их сочетания и синергии [1, с. 54].

В-третьих, одной из возможностей совместного анализа является то, что он позволяет изучить условия при которых происходит компромиссный выбор в момент определения насколько товар интересен респонденту. Профили продукта, предоставляемые опрашиваемому, имеют желаемые, предпочитаемые уровни атрибутов, так и отрицательные, от которых хотелось бы дистанцироваться. Ранжируя их, респондент вынужденно должен пойти на компромисс в выборе, таким образом, исключается проблема возникновения высоких оценок важности всех атрибутов.

В-четвертых, респондент не должен сам анализировать структур у своей шкалы предпочтений – эта задача отходит к исследователю для дальнейшего изучения, а респондент в должен фокусироваться только на своем выборе в целом.

В случае, выбранном в рамках данного исследования, выявленные основные неточности применения композиционного подхода объясняют выбор использования совместного анализа как базового при декомпозиционном принципе метода. Конджоинт анализ широко применяется в сфере разработки нового продукта для определения функциональности объекта и установления цены.

Применением совместного анализа маркетологи ставят себе цель определить относительный коэффициент важности, который потребители придают конкретно определенным характеристикам продукта, а также единичные полезности, которые они связывают с множеством уровней характеристик. Моделью предполагается линейная взаимосвязь общей полезности продукта и полезностями оставшихся атрибутов. Модель совместного анализа – это математическая модель, выражающая фундаментальную зависимость между характеристиками и полезностью товара [4].

Представлено достаточно разновидностей метода совместного анализа, их отличие может заключаться в алгоритме формирования профилей или же порядке предъявления профилей непосредственно респонденту лично, так же различие может заключаться в способе выставления оценки опрашиваемым. В общем описании следует привести ключевые математические методы, используемые в расчете полезностей, выбор которых зависит от метода выставления оценок респондентами в непосредственно выбранном случае. Множественная регрессия методом наименьших квадратов используется в варианте, когда опрашиваемые оценивали профили продукт по шкале, а также в классическом и адаптивном совместном анализе, это один из наиболее распространённых исследования методов.

Иерархическое байесово моделирование – тип анализа, использующего байесовский подход, базирующийся на теоремах об условных вероятностях. Сутью его является то, что при расчете параметров для каждого респондента модель «занимает» долю информации у оставшихся респондентов. Множественный логит-анализ – это подвид регрессионного анализа, используемый в ситуациях, когда зависимая переменная (номинальная величина) может принимать более двух значений, или иными словами не является дихотомической. Он используется в совместном анализе, образованном на дискретном выборе. Алгоритм поиска латентных классов – вид многомерного статистического анализа, особенностью которого является то, что на основе значений некоторых наблюдаемых номинальных переменных, стремится сгруппировать респондентов в классы, то есть выявить ненаблюдаемую или латентную переменную. Он также используется в совместном анализе, основанном на дискретном выборе. В качестве результата проведения расчетов полезностей необходимо провести декомпозицию и высчитать привлекательность любого продукта, описанного в терминах изучаемых характеристик. Использование симуляционных средств программного обеспечения происходит при анализе полученных данных и дает неоспоримое преимущество по времени по сравнению с прежними методами [1, с. 120]. Далее следует перейти непосредственно к разновидностям совместного анализа, одними из наиболее популярных являются: традиционный совместный анализ, адаптивный совместный анализ и совместный анализ, основанный на выборе.

## **Литература:**

1. Андрейчиков А.В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике: учебник / А.В. Андрейчиков. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 360 с.
2. Конджойнт-анализ // Альянс Мажор <http://www.allianc.ru/> – 2016. – [Электронный ресурс]: <http://www.allianc.ru/methods/conjoint-analysis.html>
3. Конджойнт-анализ // sompis.ru/ – 2016. – [Электронный ресурс]: <http://sompis.ru/isledovanie-potrebiteley/68-kondjoint-analiz.html>
4. Метод совместного анализа (конджойнт-анализ): инновационный подход к изучению структуры предпочтений // нэб.рф. – [Электронный ресурс]: [http://xn--90ax2c.xn--p1ai/catalog/000199\\_000009\\_004375129/](http://xn--90ax2c.xn--p1ai/catalog/000199_000009_004375129/)

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ВИСТАВКОВОМУ БІЗНЕСІ**

**КИРИЛКО Н. М.**

*старший викладач кафедри менеджменту*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

*м. Київ, Україна*

---

В умовах постійної нестабільної економічної та геополітичної ситуації в країні існує необхідність змін та перетворень, в тому числі у сфері вищої освіти.

Створення принципово нових технологій формування професіоналізму: набуття нових знань, нових наукових підходів до процесу навчання; нових методів навчання сприяє новому рівню підготовки фахівців.

Слід зазначити, що для оволодіння новими знаннями і навичками студентам, спеціалістам і керівникам в сфері виставкового бізнесу необхідно використовувати різноманітні способи і методи навчання, але найбільш ефективними серед них є методи конкретних ситуацій.

Варто відмітити, що методологія case-study активно використовується в зарубіжній практиці бізнес-освіти.

Гарвардська школа бізнесу виділяє майже 90% навчального часу на розбір конкретних кейсів, зберігаючи пріоритетне значення методу case-study в навчанні бізнесу [3, с. 110].

Ситуаційне навчання за гарвардською методикою – це інтенсивний тренінг слухачів з використанням відеоматеріалів, комп'ютерного і програмного забезпечення [4].

Варто відмітити, що кейс-метод (метод конкретних ситуацій) є принциповою технікою навчання, яка використовує опис реальних економічних, соціальних і бізнес-ситуацій. Слід зазначити, що узагальнений опис системи за допомогою ситуацій являє собою ситуаційна модель (СМ).

Система ситуаційного моделювання (ССМ) – комплекс програмних і апаратних засобів, які дозволяють зберігати, відображувати та аналізувати інформацію на основі ситуаційної моделі (СМ). Будь-яка програма, де створюється модель, яка відображає поведінку реальних об'єктів є ситуаційною

кімнатою [2]. Ситуаційні кімнати – це спеціальне робоче місце для одного або групи студентів, обладнане для оперативної побудови і «програвання» сценаріїв, швидкої оцінки проблемної ситуації на основі використання спеціальних методів обробки великих обсягів знань і інформації. Відомі кімнати для «мозкового штурму» – аудиторії для проведення практичних занять – це теж є ситуаційними кімнатами [1, с. 118].

Ситуаційна кімната (СК) являє собою комплекс спеціально організованих робочих місць для персональної та колективної аналітичної роботи. Отже, основним завданням СК є організація інтелектуальної активності майбутніх фахівців, правильний підбір інформації, підтримка стратегічних рішень на основі візуалізації та поглибленої аналітичної обробки інформації, яка призначена для акумуляції можливостей сучасних засобів збору, а також інформаційних технологій підтримки групової діяльності експертів.

Ситуаційні кімнати (СК) дають змогу учасникам процесу прийняття рішення якнайшвидше розібратись у проблемі, сформулювати питання використовуючи необхідні джерела. В СК необхідно працювати у наступних режимах: режим планового обговорення – підтримка проведення доповідей по визначених темах та сценаріях або стратегічних засідань; – оперативний (надзвичайний) режим роботи – оперативне прийняття рішень щодо непередбачених, надзвичайних проблем. Попередня підготовка матеріалу й інформації для прийняття рішень у надзвичайному режимі зведеного до мінімуму і складу інформації, необхідної для обговорення проблеми визначається в процесі обговорення.

Ефект від створення і комп'ютеризації ситуаційних кімнат в навчальному процесі ЗВО залежить від розвиненості використовуваних методів збору інформації, структуризації даних, побудови необхідних сценаріїв і застосованих технологій. Великий об'єм достовірної інформації про різні аспекти ситуації є ознакою стійкості її динаміки, заставою ефективності колективних рішень, що приймаються. У таких умовах при пошуку механізмів ухвалення ефективних колективних рішень особливу увагу необхідно приділити використанню інформаційних систем підтримки рішень (СПР).

Найбільш специфічна для СПР функція – підтримка і виконання інформаційними технологіями елементів розумової, інтуїтивної, творчої діяльності. Режими роботи СПР: наочне відображення на екрані поточної актуальної інформації (проблемний моніторинг); заплановане заслуховування і обговорення аналітичних доповідей щодо проблемних ситуацій для ухвалення відповідних рішень; оперативне прийняття і контроль виконання рішень по непередбачених, кризисних, надзвичайних проблемах.

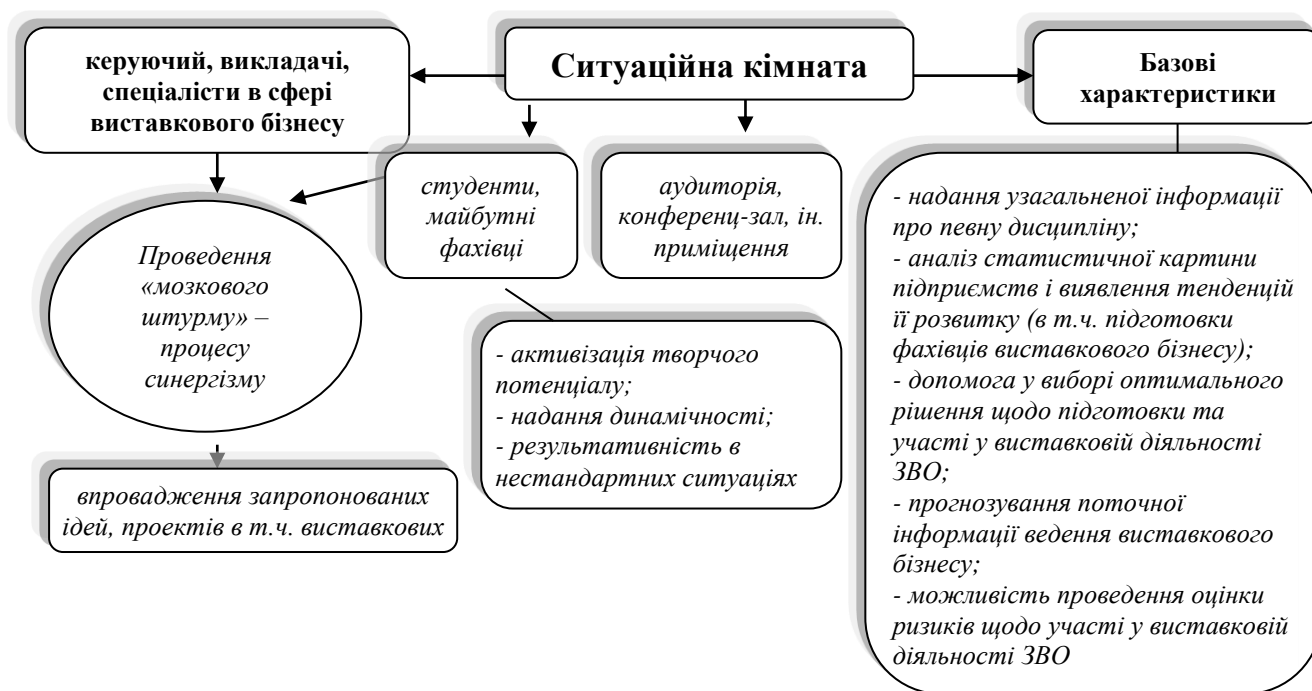
Варто зауважити, що найважливішими атрибутами ситуаційної кімнати є: по-перше, екран колективного доступу куди виводиться раніше заготовлена інформація. Він дозволяє акумулювати образне мислення групи учасників обговорення проблеми; по-друге, інтерфейси – пристрої взаємодії інформаційно-моделюючих і технічних засобів ситуаційної кімнати з учасниками обговорення проблеми; по-третє, програмне і методичне забезпечення.

Слід зазначити, що програмне забезпечення CMS (Control Room Management Suite) є провідним інструментом для ситуаційних кімнат,

забезпечуючи інформаційну підтримку для прийняття рішень та підвищення ефективності співпраці [4]. CMS надає викладачам та майбутнім фахівцям простий доступ до інформації. Це дозволяє швидко підключитися до джерел даних, визначати, як і де потрібно відобразити необхідні дані, а також допомагає реалізовувати принципи плідної співпраці над завданням. CMS надає практично необмежені можливості для керування джерелами даних.

Пропонується подальше впровадження ситуаційних кімнат в початковий процес ЗВО, що дасть змогу покращити методологію навчання, визначити основні орієнтири за допомогою яких відбувається підвищення якості підготовки фахівців в тому числі і у виставковому бізнесі [5, с. 115].

Ситуаційні кімнати акумулюють засоби збору і аналізу інформації щодо дисциплін спеціальностей, інструменти прогнозування і побудови можливих моделей розвитку візуального представлення результатів щодо підготовки фахівців, а саме сфери виставкового бізнесу. На рис. 1 представлена узагальнена модель функціонування ситуаційної кімнати в межах закладу вищої освіти (ЗВО).



**Рис. 1. Узагальнена модель функціонування ситуаційної кімнати**

*На прикладі підготовки фахівців у ЗВО*

Отже, узагальнена модель ситуаційної кімнати вказує на використання інструментів навчання, які дозволяють отримувати загальні результати її функціонування. Застосування методу case-study в ситуаційних кімнатах (СК) полягає у використанні принципів проблемного навчання, принципу емоційності та органічного поєднання теорії і практики, отримання можливості для розвитку фахової майстерності, урізноманітнення самостійної роботи студентів; поєднанні застосування різних методів, прийомів та створенні нових методик на основі створених ситуацій; дотриманні принципу індивідуального підходу у навчанні як можливості викладача реагувати на індивідуальність



студентів у кожному конкретному випадку; розробці індивідуальних технологій до певної теми; активізації творчого потенціалу студентів та навчального процесу загалом; наданні учасникам можливості робити узагальнення, застосовуючи для цього теоретичні знання; наданні майбутнім спеціалістам виставкового бізнесу певної динамічності, здатності діяти результативно у нестандартних ситуаціях тощо.

Отже, у контексті інтерактивного навчання ЗВО знання здобувають інші форми. З одного боку, вони являють собою визначену інформацію із зазначеної дисципліни, теми, питання. З іншого боку, майбутній фахівець у процесі взаємодії на практичному занятті з іншими студентами, викладачем опановує системою апробованих способів діяльності стосовно себе, соціуму, світу взагалі, засвоює різні механізми пошуку знань. Тому знання, отримані студентом, є одночасно й інструментом для саморозвитку та постійного самонавчання. Таким чином інтерактивне навчання case-study у СК сприяє створенню умов, при яких майбутній фахівець самостійно буде відкривати, здобувати і конструювати необхідні знання. Це є принциповою відмінністю цілей активного навчання від цілей традиційної системи освіти ЗВО.

Варто зауважити, що інтерактивне навчання case-study у ситуаційних кімнатах дозволяє значно збільшити відсоток засвоєння матеріалу, а також сприяє розвитку професійних і особистісних якостей майбутніх фахівців, а саме: росту активності, критичному мисленню, розвитку здібностей до аргументації своєї думки, посиленню відповідальності за ухвалення рішення, формуванню здатності до співробітництва і командної роботи, розвитку здатності до подальшої самоосвіти, тобто всіх тих якостей, які повинен мати сучасний фахівець виставкового бізнесу. Таким чином слід зазначити, що застосування системи ситуаційного моделювання є доцільним і ефективним при інтерактивному навчанні в освітньому процесі.

### **Література:**

1. Морозов А.А., Кузьменко Г.Є. Ситуационные центры – технология принятия управленческих решений. XI Междунар. научно-практическая конф. «Построение информационного общества: ресурсы и технологии (тезисы докладов). – Киев. – 2005. – С. 115-123.
2. Райков А. Ситуационная комната для поддержки корпоративных решений // Открытые системы. – 1999. – № 7-8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (<http://www.osmag.24>).
3. Михайлова Е.А. Кейс и кейс-метод: общее понятие // Маркетинг. 1999. № 1. – С. 109-117.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://leater.com/en/services/control-and-situational-rooms.html>.
5. Кирилко Н.М. Формування і розвиток виставкової ідеї в освітянському просторі України / Н.М. Кирилко // Матеріали науково-практичної конференції 27 березня 2009 р. – С. 114-116. – Київ Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні».

## ВПЛИВ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ НА ОЦІНКУ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

**КУРАКІНА Ю. О.**

*старший викладач кафедри обліку, оподаткування,  
публічного управління та адміністрування*

*Криворізький національний університет*

*м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна*

---

Надлишкове залучення підприємством позикових коштів приводить до зниження фінансової стійкості та зростання ризику банкрутства. У наступних періодах у підприємства виникають втрати бізнесу, які прямо корелюють з визначеним надлишком зобов'язань та знижують фінансовий результат діяльності [1]. Вибір джерел фінансування та допустимих розмірів залучених коштів є визначальним, особливо під час проведення оцінки інвестиційних проектів, оскільки дозволяє диференціювати їх вартість шляхом комбінування різних елементів капіталу. Достовірність та реалістичність інвестиційного аналізу значною мірою залежить від того, наскільки повно при розрахунках врахований вплив структури капіталу на показники його ефективності.

В контексті інвестицій під структурою капіталу розуміють співвідношення між величиною залучених та власних коштів, що інвестуються в проект. Обидва джерела фінансування мають ряд переваг та недоліків. Так, підприємство, що використовує тільки власний капітал, має найвищу фінансову стійкість, але обмежує темпи свого розвитку (оскільки не може забезпечити формування необхідного додаткового обсягу активів у періоди сприятливої кон'юнктури ринку) та не використовує фінансові можливості приросту прибутку на вкладений капітал [2].

Перевагами використання позикових коштів для фінансування інвестиційних проектів є наступні: достатньо широкі можливості залучення, особливо при високому кредитному рейтингу підприємства, наявності залогов або гарантії поручителя; забезпечення росту фінансового потенціалу підприємства у разі необхідності суттєвого розширення його активів і зростання темпів росту обсягу його господарської діяльності; більш низька вартість порівняно з власним капіталом за рахунок забезпечення ефекту «податкового щита» (вилучення витрат на його обслуговування з оподаткованої бази при сплаті податку на прибуток); здатність генерувати приріст фінансової рентабельності (коефіцієнта рентабельності власного капіталу) [2]. В той же час, при зростанні частки залученого капіталу знижується фінансова стійкість підприємства та зростає ймовірність банкрутства через погіршення показників діяльності. Як зазначається у роботі [3] ризиковість залучених коштів підприємства моделюється залежністю їх вартості від рівня левериджу, або зростанням рівня зобов'язань зі зростанням левериджу.

У роботі [4] визначені основні фактори, що впливають на оптимальну структуру корпоративного капіталу: результати діяльності корпорації, умови

надання залученого капіталу, податковий фактор, витрати фінансових ускладнень, ліквідність активів, агентські витрати, дивідендна політика корпорації, розмір компанії.

Концепція структури капіталу є досить спірною; єдиної моделі, яка дозволить її оптимізувати не сформовано. Пояснення структури капіталу розглядається з позиції двох підходів: статичного та динамічного. В рамках моделей першого підходу передбачається, що підприємство має дотримуватись певної політики з формування свого капіталу до тих пір, поки граничні вигоди таких дій не будуть покриті граничними витратами. Що стосується динамічного підходу, то його основу складають сигнальні моделі, в яких структура капіталу є кумулятивним результатом діяльності компанії в минулому [5].

Однією з теорій, в основу якої покладено знаходження балансу між перевагами та недоліками залученого фінансування, є теорія компромісу. Статична теорія компромісу стверджує, що оптимальною структурою капіталу є та, за якої приведена вартість економії на податках від додаткових позик, врівноважується зростанням приведеної вартості витрат від фінансових ускладнень. При цьому у якості останніх розглядаються як прямі витрати від банкрутства, так і опосередковані втрати від погіршення умов діяльності.

У роботі [4], очікувані протягом розрахункового періоду витрати від фінансових ускладнень можна розрахувати наступним чином:

$$FDC = kB \times AB \times PB, \quad (1)$$

де  $kB$  – питомі витрати фінансових ускладнень (очікувана доля втрат в активах);

$AB$  – рівень авансованого капіталу, за якого прогнозується банкрутство корпорації;

$PB$  – ймовірність банкрутства.

Недоліками теорії компромісу є: неможливість точного підрахунку витрат від фінансових ускладнень [5], одноперіодність розрахунків [3].

Авторами [3] доведено, що вартість власного капіталу при зміні левериджу теж змінюється, а з деякого рівня починає знижуватись, що свідчить про відсутність оптимальної структури капіталу.

На нашу думку, знаходження оптимальної структури капіталу під час впровадження інвестиційного проекту не є пріоритетною задачею. Більш важливим є врахування впливу залучених коштів на вартість капіталу проекту та корегування величини власних коштів на початковому етапі з урахуванням поточного фінансового стану. Вважаємо, що у якості витрат фінансових ускладнень, необхідно використовувати втрати бізнесу від наявності надлишку зобов'язань, величина якого розраховується на підставі прогнозного балансу, складеного за період життєвого циклу проекту. Зростання величини втрат призведе до необхідності коригування вартості залученого капіталу для власників підприємства.

## **Література:**

1. Куракіна Ю.О. Методичні основи визначення втрат бізнесу від погіршення фінансового стану в результаті впровадження інвестиційного проекту / Ю.О. Куракіна // [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2011. – № 6.– Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
2. Яременко М.І. Структура капіталу підприємства в умовах економічної кризи / М.І. Яременко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2014. – № 3 (65). – С. 192-198.
3. Брусов П.Н., Филатова Т.В., Орехова Н.П. Отсутствие оптимальной структуры капитала в модифицированной теории Модильяни-Миллера / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова, Н.П. Орехова // Финансы и кредит. – 2014. – № 11. – С. 23-31.
4. Анисин А.А. Оптимизация структуры корпоративного капитала: монография / Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2010. – 160 с.
5. Структура капитала корпорации: теория и практика: Монография. Под ред. к.э.н., доц. Никитушкиной И.В., к.э.н., доц. Макаровой С.Г. – М.: Экономический ф-т МГУ, 2013. – 125 с.

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ**

**МОЛЧАНОВА А. Ю.**

*студентка*

*Науковий керівник: БУДНІК М. М.*

*кандидат економічних наук, доцент*

*Харківський торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

*м. Харків, Україна*

---

Головним завданням підприємства, що веде свою економічну діяльність в ринкових умовах, є отримання максимального прибутку [1, с. 33]. Можливості досягнення цих цілей обмежені зовнішніми та внутрішніми чинниками, до яких належать витрати на виробництво і продаж, а також ринковий попит на продукцію підприємства.

Важливим показником, що впливає на діяльність підприємства є собівартість продукції [2, с. 69]. Собівартість – ключовий показник фінансової ефективності виробництва, який сприяє отриманню максимального прибутку підприємством. В господарській діяльності собівартість розглядається як фактор, що впливає на рентабельність і окупність будь-якого підприємства, оскільки є основою ціни товару [3]. Тому вивчення її структури та облік вхідних в собівартість витрат є актуальним для вітчизняних підприємств.

Дослідженню собівартості та її сутності присвячені роботи українських та зарубіжних авторів. Теоретичні та економіко-організаційні аспекти собівартості в умовах ринкової економіки знайшли своє відображення в наукових роботах С. В. Гуцайлюка, С. М. Єргіна, В. І. Єфименко, В. І. Зубкова, А. В. Косінського, О. Б. Кононенко, Б. М. Литвина та інших вітчизняних і зарубіжних авторів.

Так, С. М. Єргіна та С. В. Гуцайлюк вважають, що собівартість представляє собою грошовий вираз витрат підприємства на підготовку, виробництво і реалізацію продукції. У неї включаються витрати на заробітну плату, відрахування на соціальні заходи, амортизаційні витрати тощо [4].

Кожне підприємства в процесі своєї діяльності націлене на одержання прибутку. Однак отримувати прибуток, не маючи при цьому витрат неможливо.

Щоб обсяг понесених витрат негативно не впливав на підприємство і його фінансовий результат, потрібно приділити увагу шляхам зниження собівартості виробленої продукції [5].

Зниження собівартості продукції позитивно впливає на підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності підприємства і виробленої продукції. В цілому для підприємств можна виділити наступні групи заходів з метою зниження собівартості.

Перша група заходів зниження собівартості продукції за рахунок скорочення матеріальних витрат, для цього потрібно:

Оптимізувати використання матеріальних ресурсів і матеріально-технічного постачання. За рахунок зменшення витрат на доставку матеріалів і сировини, зниження витрат від браку, оптимізації зберігання запасів.

Удосконалити та поліпшити технології виробництва, за рахунок повної автоматизації виробничого процесу та застосування комп'ютерних технологій.

Друга група заходів зниження собівартості продукції полягає у зменшенні витрат на збут, за рахунок: оптимізації каналів збуту, удосконаленні рекламної діяльності, введення системи оптових знижок, зменшення транспортних витрат на доставку продукції.

Третя група заходів зниження собівартості продукції полягає у зменшенні витрат на оплату праці і включає в себе наступне:

Збільшення ефективності кадрової служби, яке полягає в удосконаленні якості підбору персоналу, визначенні оптимальної чисельності персоналу, вдосконаленні системи мотивації персоналу, реалізації ефективної соціальної політики.

Збільшення продуктивності праці полягає у встановленні оптимальних норм виробітку на одного робітника, мотивації та стимулювання працівників, вдосконалення матеріально-технічної бази.

Четверта група заходів пов'язана зі зменшенням амортизаційних відрахувань.

В даному випадку потрібно обґрунтовано підійти до вибору методу нарахування амортизації, а також знизити період впровадження нової техніки.

Отже, витрати підприємства безпосередньо впливають на собівартість продукції та багато в чому зумовлюють успіхи підприємства на ринку.

Таким чином, кожному підприємству необхідно розробити програми зменшення витрат та зміни таких факторів: посилення технічного рівня виробництва, поліпшення використання матеріалів і сировини, покращення організації виробництва. Розумне поєднання оптимізаційних заходів сприятиме не тільки зниженню собівартості, а й підвищенню прибутку підприємства та ефективності його функціонування в цілому.

Вдосконалення механізму управління витратами ефективно тільки на основі комплексного системного підходу до вирішення проблеми зниження собівартості продукції на підприємстві. Постійний пошук шляхів зниження собівартості продукції, дозволить підприємствам України вийти на новий рівень розвитку виробничої стратегії та ціноутворення.

### **Література:**

1. Гуцайлюк С. В. Планування собівартості продукції на промисловому підприємстві // Інвестиції: практика та досвід. / С. В. Гуцайлюк. – 2010. – № 2. – С. 32-44.
2. Лебедева Н. В. Підхід до калькуляції та собівартості продукції: досвід країн // Бухгалтерський облік. / Н. В. Лебедева. – 2011. – № 5. – С. 67-70.
3. Зубкова В. І. Економіка підприємства: навч. посіб. / В. І. Зубкова. – К.: Освіта, 2012. – 300 с.
4. Єргіна С. М. Управлінське рішення щодо витрат у собівартості продукції // Фінанси України. / С. М. Єргіна. – 2014. – № 2. – С. 10-25.
5. Ковальов О. Н. Аналіз господарської діяльності підприємства // Світанок. / О. Н. Ковальов. – 2008. – № 1. – С. 420-435.

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**МУШТУК В. В.**

*студентка*

*Національний транспортний університет  
м. Київ, Україна*

---

Інвестування відіграє винятково важливу роль в економіці будь-якого підприємства і країни в цілому, оскільки воно є основою для систематичного оновлення й розширення виробничого капіталу, прискорення науково-технічного прогресу і поліпшення якості продукції, структурної перебудови суспільного виробництва й збалансованого розвитку всіх галузей економіки.

Інвестиційна привабливість підприємства (ІПП) є об'єктом управління, керуючи яким можна залучати інвестиційні ресурси для інноваційного розвитку підприємства в необхідних обсягах та на прийнятних умовах. Інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів [2, с. 12-17].

В управлінському аспекті інвестиційну привабливість підприємства доцільно розглядати як систему фінансових, економічних та інших відносин, що виникають у процесі забезпечення ефективного розвитку підприємства і задоволення вимог потенційних інвесторів. Для оцінки стану цієї системи можна використовувати безліч показників, що відображають різні аспекти діяльності підприємства, важливих для його майбутнього і цікавих для інвесторів.

Формування інвестиційної привабливості підприємства необхідно для:

- забезпечення конкурентоспроможності продукції і підвищення її якості;
- структурної перебудови виробництва;
- створення необхідної сировинної бази для ефективного функціонування підприємств;
- вирішення соціальних проблем: інвестиції необхідні для забезпечення ефективного функціонування підприємств, їхнього стабільного стану й у зв'язку з цим вони використовуються для досягнення подальшого розширення і розвитку виробництва;
- відновлення основних виробничих фондів; підвищення технічного рівня праці і виробництва та ін. [1, с. 358].

Здійснення оцінки інвестиційної привабливості є важливим етапом, що передуює розробку комплексу заходів з підвищення інвестиційної привабливості підприємства. В сучасних умовах існує значна кількість методик оцінювання рівня інвестиційної привабливості підприємств із використанням різноманітних чинників, що впливають на наміри інвесторів.

Можна виділити два основні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості – загальний, який базується на аналізі обмеженої кількості показників, що є універсальним, проте достатньо звуженим, та факторний – оснований на оцінці комплексу чинників, що впливають на інвестиційну привабливість. Будь-яка система показників має завершуватися загальним показником визначення інвестиційної привабливості підприємства. Отримані у процесі оцінки інвестиційної привабливості підприємств результати дозволяють визначити напрями пріоритетного інвестування й економічного розвитку підприємств галузей, що визначають технічний прогрес [3, с. 452]. Також треба враховувати, що кожна модель має відповідну похибку прогнозу, більшу чи меншу, і відповідальність за висновок несе сам аналітик. Різні підходи мають допомагати орієнтуватися в ситуації, забезпечувати прозорість оцінки діяльності підприємств та запобігати прийняттю хибних рішень.

Підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства передбачає створення механізму виявлення і оптимального використання резервів підвищення інвестиційної привабливості.

Одночасне використання усіх резервів зростання інвестиційної привабливості насправді не є можливим, в першу чергу, через брак коштів, кваліфікованих спеціалістів, повного масиву необхідної інформації для здійснення відповідних заходів. Практика доводить неефективність розпорошення зусиль за багатьма напрямками інвестиційної діяльності. Усе потрібно сконцентрувати на окремих, найважливіших інвестиційних проектах. [5, с. 324-330]. Це потребує розробки конкретних рекомендацій щодо виявлення найбільш впливових аспектів, вимірювання ступеню впливу та кінцевих наслідків.

Пропонується підвищення інвестиційної привабливості здійснювати поетапно, за допомогою розробки чіткої стратегії, що пов'язана як із реалізацією у перспективі його інвестиційного потенціалу, так і з забезпеченням дотримання положень загальної стратегії фінансово-економічного розвитку та головних цілей функціонування підприємства.

Основою для розробки стратегії інвестиційної діяльності підприємств автомобільного транспорту є визначення місії (мети, цілей), структури виробничо-господарської діяльності та загальної стратегії економічного розвитку підприємства.

Розробка чіткої стратегії пов'язана як із реалізацією у перспективі його інвестиційного потенціалу, так і з забезпеченням дотримання положень загальної стратегії фінансово-економічного розвитку та головних цілей функціонування підприємства. Інвестиційна стратегія повинна формуватись з орієнтацією на наявні та потенційні фінансові, організаційні, кадрові, технологічні, сировинні, енергетичні та інші ресурси, які є в розпорядженні підприємства і які можуть бути залучені на вигідних для нього умовах [4, с. 29-33].

Отже, формування інвестиційної привабливості підприємства дозволяє забезпечити стійкість і надійність його виробничо-господарської діяльності, підвищення якості та збільшення обсягів перевезень, розширення видів транспортних послуг. Цьому сприяє розробка інвестиційної стратегії автотранспортного підприємства як складової частини системи планування його діяльності у поточному і довгостроковому періодах.

### **Література:**

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: [у 2 т.] / И.А. Бланк – 3-е изд. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2007. Кн. 2. – 624 с.
2. Гребенюк Н. О. Інвестиційна привабливість: сутність та засоби покращення / Н. О. Гребенюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 12. – С. 12-17.
3. Грінцова В.М. Інвестування. Підручник / В.М. Грінцова, В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Косюда – К.: Знання, 2008. – 452 с.
4. Кузьмін О.Є. Фактори формування інвестиційної привабливості підприємств / О.Є. Кузьмін, О.В. Товстенюк // Технологічний аудит та резерви виробництва. – 2013. – № 1/3(9). – С. 29-33.
5. Пилипенко О. І. Аналіз інвестиційної привабливості підприємства: огляд методик / О. І. Пилипенко // Міжнародний збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 1(13). – С. 324-330.

## **СУЧАСНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ**

**НЕТЯЖЕВСЬКИЙ О. В**

*студент*

*Національний університет харчових технологій*

*м. Київ, Україна*

---

Розробка та залучення новітніх методів просування туристичних продуктів завжди є та буде актуальною темою для дослідження та обговорення в туризмі, адже велике значення надається саме заходам щодо просування продукту до споживача. Зумовлено це тим, що саме пристосовуючи просування тур продукту до запитів споживачів, створюючи найбільш привабливі умови – туроператор має змогу перемогти в конкурентній боротьбі, але не слід



забувати, що тренди постійно змінюються, тому важливо постійно слідувати за настроями на бажанням потенційних клієнтів.

Важлива якість надаваних послуг, задоволення споживчого попиту, вміння організувати отримання і використання ринкової інформації, вміння швидко реагувати на зміни навколишнього середовища і, насамперед, стратегічне планування, що досягається через маркетинговий підхід в туристській діяльності. Важлива роль у просуванні туристичного продукту відводиться стимулюванню споживачів. Серед завдань стимулювання споживачів основними є: заохочення інтенсивнішого споживання пропонованих турів або окремих послуг, спонукання туристів до придбання послуг, якими вони раніше не користувалися, залучення уваги до туристичної пропозиції тих, хто користується послугами конкурентів. Стимулювання збуту обходиться підприємству дешевше, ніж реклама; воно відповідає поточним потребам споживача, який хоче отримати продукт більшої цінності. Реклама і стимулювання збуту, здатні працювати в комплексі, що підвищує ефективність впливу на клієнта.

З ростом новітніх технологій все більше уваги зводиться на розміщенні реклами в інтернеті. Туристи, в пошуках турів та послуг, заглядають на різні веб-сторінки туристичних компаній, їхні сторінки в соц. мережах. У разі відсутності сторінки чи її відверто поганої якості – турист вже робить висновок для себе про компанію. Сайт – це обличчя агентства чи оператора, потенційний клієнт повинен мати можливість одержати найбільш повну, актуальну інформацію. Якісний сайт має приємний для користувача дизайн, містить чітку власну базу послуг, зручний пошук і навігацію, інформацію про знижки, акції і зворотній зв'язок.

Реклама фірми в соціальних мережах – досить ефективний спосіб Інтернет реклами туристських послуг і просування туристичного продукту, який в даний момент широко використовується туристичними компаніями. Прикладом туристської реклами може служити наявність безліч груп, що рекламують послуги туристських компаній і просувають туристичні продукти. Створення спеціальної групи фірми може замінити власний сайт – повідомляти про нові пропозиції, інформувати про гарячі пропозиції, приймати заявки та багато іншого – можна прямо з групи в соціальній мережі. А також такі ресурси є чудовим майданчиком для маркетингового дослідження, проведення опитування задля, наприклад, розробки нового тури чи екскурсії.

Окрім заходів для просування туристичного продукту онлайн важливо використовувати наступне – участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, організацію туристичних інформаційних центрів із продажу туристичного продукту, видання каталогів, буклетів та інше.

Отже, можливості глобальної комп'ютерної мережі Інтернет дозволяють використовувати її як ефективний засіб у діяльності туристичних фірм, передусім, в маркетингу. Мережа Інтернет дозволяє туристичним фірмам долучитись до сучасних технологій, відкриває нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії з партнерами, а також доступ до різних інформаційних джерел.

### **Література:**

1. Сучасний маркетинг. За редакцією Хруцького В.Е. М.: Фінанси та статистика, 2006. 472 с.

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

**ПАВЛОВСЬКА Л. М.**

*студентка напряму підготовки «Економіка підприємства»*

*Національний університет водного  
господарства та природокористування  
м. Рівне, Україна*

---

Виникнення кризових ситуацій є характерним для всіх стадій «життєвого циклу» підприємства. Це короточасні ситуації, проте вони можуть мати затяжний характер та завершуватися банкрутством. Для запобігання виникненню кризових ситуацій доцільно вчасно виявити причини, внаслідок яких підприємство опинилося в кризі, і здійснити заходи для їх усунення. Тому, в умовах трансформації економіки України важливим є процес розробки та використання ефективних методів і форм здійснення антикризового управління підприємством. Формування ефективної антикризової програми забезпечує підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства в умовах нестабільного розвитку економіки.

Фінансовий стан більшості підприємств України у сучасних умовах господарювання діагностується як кризовий. Проблема виживання в умовах трансформаційних змін економіки є поширеною, а найбільшого удару зазнають підприємства саме тих країн, які знаходяться на етапі розвитку. Також заслуговує на увагу той факт, що в останні роки розвитку вітчизняної економіки спостерігається перевищення фінансового результату збиткових підприємств над фінансовим результатом прибуткових суб'єктів господарювання [1, с. 152].

Кризовий стан безпосередньо пов'язаний з неплатоспроможністю підприємств. Серед основних причин доречно виокремити наступні: нестабільна соціально-політична ситуація; розвиток інфляційних процесів; значне підвищення ціни на газ та бензин, що спровокувало збільшення собівартості продукції; нестабільність фінансового та валютного ринків; значне знецінення національної валюти; непрофесійне управління тощо.

Суттєве зростання збитків (більш ніж у 5 разів) спостерігається на підприємствах, які працюють у галузях сільського господарства, професійної і наукової діяльності, охорони здоров'я, операцій з нерухомістю. Вищезазначене дозволяє стверджувати, що саме підприємства вказаних галузей мають найвищий ризик банкрутства. У зв'язку з цим актуальності набуває проблема вивчення сутності антикризового управління, а також розробки його дієвого механізму.

Появу і використання терміну «антикризове управління», що в зарубіжній фаховій літературі трактують як «кризовий менеджмент» (crisis management), відносять до середини дев'яностих років минулого століття [2, с. 319].

Окремі науковці розглядають антикризове управління як управління в умовах загальної кризи економіки, інші – як управління напередодні

банкрутства, треті пов'язують поняття антикризового управління з діяльністю антикризових керуючих у межах судових процедур банкрутства [5, с. 72].

Загалом особливістю антикризового управління, порівняно з іншими видами управління, є те, що ухвалення управлінських рішень у більшості випадків здійснюється в умовах високого рівня невизначеності, дефіциту часу, обмеженості фінансових ресурсів, наявності ознак розвитку кризових процесів.

Таким чином, на нашу думку, антикризове управління підприємством – це система заходів передкризового (превентивного) характеру, спрямованих на проведення діагностики загрози банкрутства; реактивного характеру – пошук шляхів виходу підприємства з кризового стану; післякризового характеру, що містять оцінку посткризового стану підприємства та розробку і реалізацію дій щодо усунення підприємством негативних наслідків фінансової кризи.

Заслуговує на увагу той факт, що, на думку окремих науковців, антикризові заходи слід застосовувати в умовах реальної перспективи банкрутства підприємства. За такого підходу повністю ігнорується діагностика загрози банкрутства на ранніх стадіях її виникнення і акцентується увага лише на розробці і реалізації шляхів виходу підприємства з кризового стану [4, с. 87].

Більшість дослідників вважають, що проблеми антикризового управління можна поділити на чотири групи. Перша група містить проблеми розпізнавання передкризових ситуацій. Друга група проблем антикризового управління пов'язана з методологічними проблемами життєдіяльності організації. Ця група об'єднує комплекс проблем фінансово-економічного характеру. Проблематику антикризового управління можна подати і в диференціації технології управління (третя група проблем). Вона містить у найбільш загальному розгляді проблеми моніторингу криз і розробку прогнозів розвитку соціально-економічних систем, проблеми розробки управлінських рішень. Четверта група проблем стосується конфліктології та селекції персоналу, які завжди супроводжують кризові ситуації [5, с. 75].

Вищезазначене підтверджує доцільність системного підходу до тлумачення сутності антикризового управління та розробки і реалізації його дієвого механізму, що полягає у запобіганні кризового стану, ефективному подоланні кризи та ліквідації негативних наслідків.

Під механізмом антикризового управління розуміємо систему цілеспрямованого впливу на фінансово-господарську діяльність підприємства, що дозволяє передбачити, попередити, подолати та знизити ймовірності виникнення фінансової кризи і одночасно утримувати фінансову стійкість та стабільний розвиток підприємства [2, с. 212].

Реалізація механізму антикризового управління підприємства покликана стабілізувати процес діяльності суб'єкта господарювання, збільшити гнучкість, адаптивність та стійкість до змін зовнішнього середовища й дії негативних факторів, забезпечити більшу високу ефективність використання наявних фінансових ресурсів.

Антикризове управління так само, як і будь-яке інше, може бути мало-ефективним чи більш ефективним. Ефективність антикризового управління характеризується ступенем досягнення цілей в зіставленні з витраченими на це ресурсами і проводиться за такою системою критеріїв [3, с. 421]:

- досягнута зміна найважливіших показників господарсько-фінансової діяльності та фінансового стану підприємства за період антикризового управління (порівняно з початком реалізації антикризових процедур);

- швидкість отримання позитивних змін на одиницю часу, тобто приріст узагальнюючих показників господарювання, отриманий за один часовий інтервал (тиждень, місяць, квартал);

- економічність отримання позитивного ефекту;

- достатність змін для відновлення параметрів життєздатності підприємства.

Визначені критерії можуть стати підґрунтям побудови системи локальних та загальних показників ефективності антикризового управління, за допомогою яких можуть оцінюватися альтернативні антикризові пропозиції та формуватися висновки стосовно ефективності системи антикризового управління підприємством.

Отже, для ефективної діяльності підприємства антикризове управління має здійснюватися на постійній основі. Розробка та реалізація дієвого механізму антикризового управління дасть змогу підприємствам гнучко реагувати на його зміни, активно втручатися у хід виробничих процесів, сприяти зменшенню наслідків впливу фінансових ризиків. Усе це надасть можливість створити систему ефективного менеджменту, що забезпечить безперервний і планомірний процес розвитку підприємства.

### **Література:**

1. Боняр, С. М. Теоретичні основи антикризового управління / С. М. Боняр, Я. О. Скутова-Корх // Водний транспорт. – 2013. – Вип. 1. – 302 с.
2. Бланк, И. А. Финансовый менеджмент: учеб. курс / И. А. Бланк. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Київ: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
3. Ван Хорн Дж. К. Основы финансового менеджмента: пер. с англ. / Дж. К. Ван Хорн. – Москва: ООО «И.Д. Вильямс», 2008. – 1232 с.
4. Лігоненко, Л. О. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / Л. О. Лігоненко, М. В. Тарасюк, О. О. Хіленко. – Київ: Київ. нац. торг.-екоп. ун-т, 2005. – 377 с.
5. Телін С. В. Антикризове управління – превентивний захід попередження банкрутства / С. В. Телін // Економіка промисловості. – 2010. – № 2. – 76 с. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr\\_2010\\_213](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2010_213).

## **ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ «LEAN PRODUCTION»**

**ПОДВАЛЬНА В. В.**

*студент*

*Національний технічний університет України*

*«Київський Політехнічний Інститут*

*імені Ігоря Сікорського»*

*м. Київ, Україна*

---

Використання логістичних концепцій є важливою складовою оптимізації роботи фірми. Однією з найбільш поширених концепцій, особливо на західних підприємствах, є концепція lean production (LP). Дана логістична концепція LP є

розвитком концепції «точно в термін». Поєднання таких важливих складових як висока якість, невеликий розмір вироблених партій продукції, низький рівень запасів, висококваліфікований персонал, гнучке устаткування,- все це відображає основну суть технології LP.

Важливою перевагою концепції LP є поєднання позитивних рис як масового (великі обсяги виробництва – низька собівартість) так і дрібносерійного виробництва (різноманітність продукції та гнучкість) [1]. Це відображається в ключових моментах реалізації логістичних цілей, особливо в наступних: зменшення підготовчо-заклучного часу, невеликий розмір партій виробленої продукції, мала тривалість виробничого періоду, партнерство з надійними постачальниками та інші. Якщо деталізувати деякі ключові моменти, то скорочення розмірів партій продукції, запасів і часу виробництва дозволяє значно підвищити гнучкість виробничого процесу та пришвидшити реакцію на зміну ринкового попиту [2].

В LP ефективно застосовуються системи KANBAN (метод управління розробкою, який реалізує принцип «точно в строк» і сприяє рівномірному розподілу навантаження між працівниками) і MRP (концепція планування потреби виробництва в матеріальних ресурсах), що дозволяє істотно знизити рівні запасів МР (граничний продукт) і працювати практично з мінімальними страховими запасами без складування МР, чому сприяє співробітництво з надійними постачальниками [1].

Lean production складається з 5 наступних компонентів: трансформація (перетворення сировини на товар), контроль якості, транспортування, складування, очікування / затримка (у виробничому циклі). Всі ці компоненти мають бути направлені на реалізацію цілей Lean production [2].

Отже, використання концепції Lean production може значно оптимізувати та збільшити ефективність функціонування фірми. Основною ідеєю даної концепції є виключення непотрібних операцій, для зменшення витрат. Тобто виробляти якомога менші партії продукції при використанні мінімальної кількості ресурсів.

### **Література:**

1. Григор'єв, М. М. Логістика: підручник для бакалаврів / М. Н. Григор'єв. – 4-е изд., Испр. і доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 836 с. – (Серія: Бакалавр. Академічний курс). – ISBN 978-5-9916-2731-3.
2. Logistic Systems [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://logsystems.ru/articles/logisticheskaya-tekhnologiya-lean-production>

## РЕЙТИНГУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ІТ-ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДУ VIKOR

**ПОДЧЕРНЯЄВА В. О.**

*студентка*

*Київський національний університет*

*імені Тараса Шевченка*

*м. Київ, Україна*

---

Загальносвітовою тенденцією є перехід до інформаційно-інноваційної економіки, в якій ефективність діяльності підприємств значною мірою визначається використанням інтелектуальних ресурсів. Тому нині найважливішими чинниками розвитку інформаційного суспільства є знання, які представлені у вигляді інформаційних ресурсів, а також інформаційні технології (ІТ) – методи, системи, засоби їх обробки.

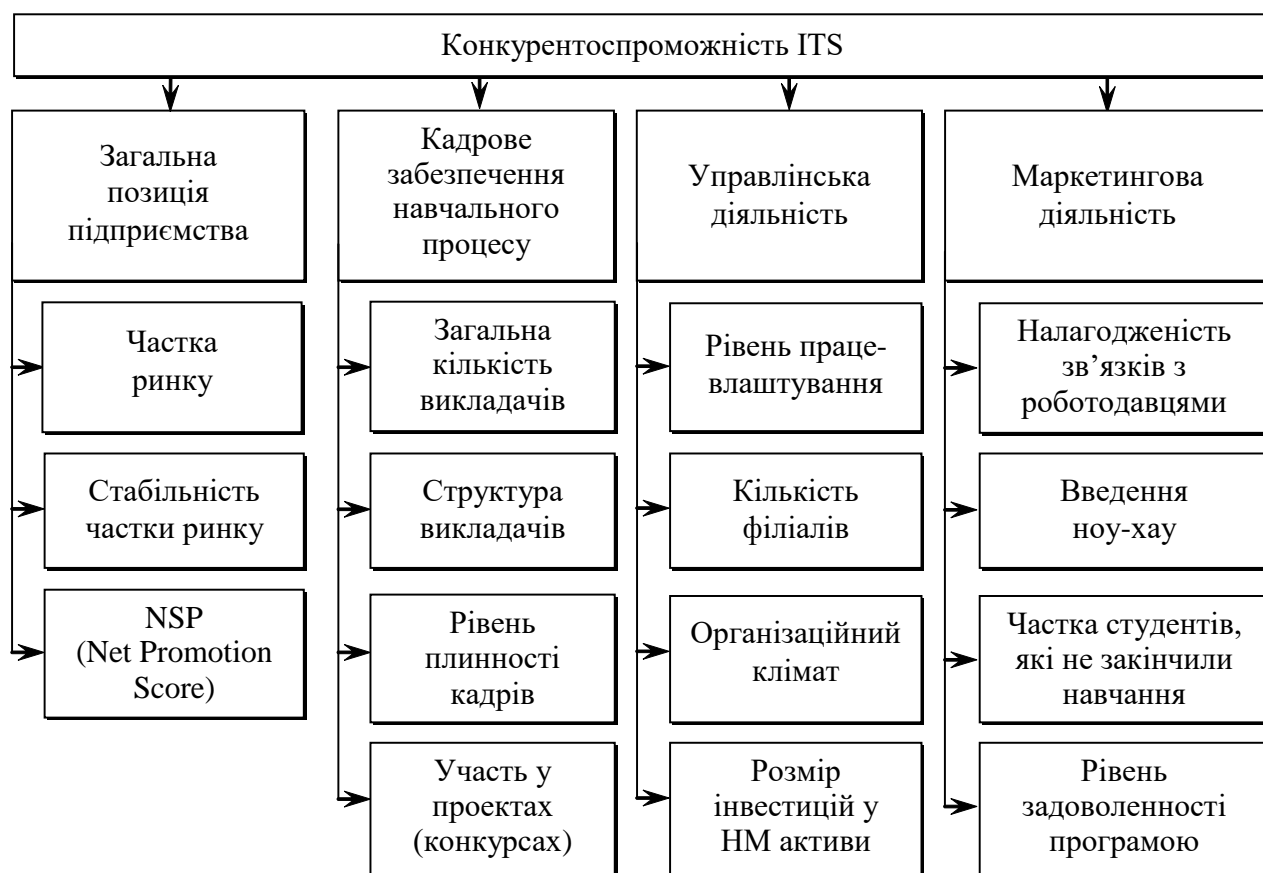
Завдання підготовки високопрофесійних кадрів, здатних розвивати нові технології й ефективно використовувати їх на практиці, стає стратегічно важливим. Для вирішення цього завдання потрібно розвивати національну систему ІТ-освіти, що затребувана наукою та практикою. Україна – провідний центр із розробки програмного забезпечення у Східній та Центральній Європі й займає четверте місце за експортом ІТ-продуктів і послуг у світі. ІТ-індустрія є однією з чотирьох пріоритетних галузей для експортної стратегії України. Як свідчить статистика [2], ринок ІТ-галузі у світі за останні кілька років зростає в середньому на 10% на рік. Навіть у 2008 р., під час гострої фази глобальної фінансової кризи, аналітики Gartner не тільки назвали Україну однією з топ-30 країн для ІТ аутсорсингу, а також долучили її до трійки найбільш економічно привабливих країн у регіоні ЕМЕА.

Дефіцит фахівців у галузі інформаційних технологій в Україні нині становить майже 80% [3]. Незважаючи на такий показник, знайти роботу в ІТ-компаніях можуть лише 25% випускників – інші не відповідають потребам за рівнем своєї кваліфікації. Все зумовлює зростання конкуренції між підприємствами, які надають освітні послуги в сфері ІТ-індустрії та актуалізує потребу в дослідженні їх конкурентоспроможності.

На основі аналізу сучасного стану вітчизняного ринку освітніх ІТ-послуг та на основі розрахованих значень індексів Херфіндаля-Хіршмана й концентрації ринку, зважаючи на наявні тенденції зростання ІТ-індустрії та стабільне збільшення попиту на висококваліфікованих спеціалістів у сфері ІТ-технологій, можна зробити висновок, що даний ринок є сильноконцентрованим, динамічним і високоперспективним. Відповідно до моделі п'яти сил Портера, що визначають конкуренцію в галузі, найбільш значущими факторами на ринку освітніх ІТ-послуг є: загроза появи нових конкурентів та суперництво між наявними конкурентами.

Для оцінювання конкурентоспроможності підприємств у сфері освітніх ІТ-послуг (ITS – IT schools) було сформовано систему узагальнених критеріїв

(загальна позиція підприємства, кадрове забезпечення навчального процесу, управлінська діяльність, маркетингова діяльність), кожний з яких шляхом декомпозиції було розбито на часткові критерії, які мають як монотонно зростаючу, так і монотонно спадну цільові функції (рис. 1).

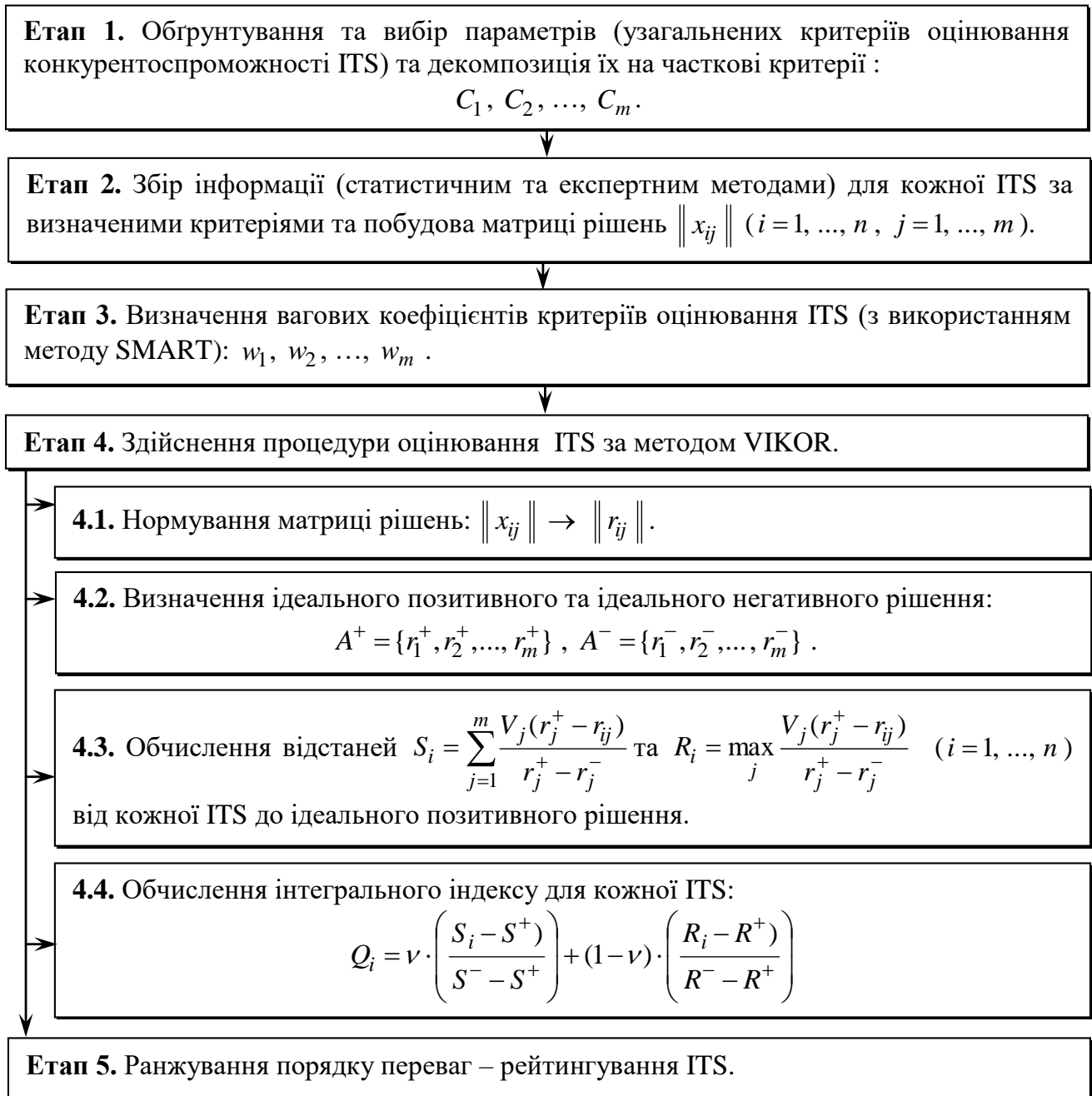


**Рис. 1. Ієрархія критеріїв оцінювання конкурентоспроможності ІТS**

Для компаративного оцінювання конкурентоспроможності підприємств у сфері освітніх ІТ-послуг запропоновано методичний підхід на основі застосування інструментів багатокритеріального аналізу: методу SMART – для визначення вагових коефіцієнтів критеріїв оцінювання та методу VIKOR [1] для безпосереднього оцінювання рівня конкурентоспроможності ІТS (рис. 2).

На 1-му етапі, як вже зазначалося вище, було визначено критерії оцінювання рівня конкурентоспроможності ІТS, які шляхом декомпозиції були розбиті на множини часткових критеріїв (індикаторів).

Найбільш трудомістким та відповідальним кроком оцінювання конкурентоспроможності ІТS є 2-й етап – етап побудови «матриць рішень», тобто отримання інформації про значення ІТS за визначеними частковими критеріями, яке здійснювалося шляхом експертного опитування та на основі статистичних даних. Позначимо  $x_{ij}$  – значення рівня конкурентоспроможності  $i$ -ї ІТS за  $j$ -м критерієм ( $i=1, 2, \dots, n$ ,  $j=1, 2, \dots, m$ ). Припускається, що кожний індикатор оцінювання має або монотонно зростаючу, або монотонно спадну цільову функцію. Тоді «матриця рішень» буде мати такий вигляд:  $\|x_{ij}\|$ .



**Рис. 2.** Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності ІТС

На 3-му етапі необхідно «зважити» індикатори оцінювання. Для цього найважливіший індикатор оцінюється 100 балами, а всі інші порівнюються за важливістю з ним за 100-бальною шкалою. Далі ці вагові коефіцієнти

приводяться до нормованого вигляду, так що  $\sum_{j=1}^m w_j = 1$ .

4-й етап. Для застосування методу VIKOR скористаємося алгоритмом, що містить наступні кроки:

Крок 1. Нормалізація матриці рішення. Елемент  $r_{ij}$  нормалізованої матриці

обчислюється із вихідної матриці рішень за формулою:  $r_{ij} = x_{ij} / \sqrt{\sum_{k=1}^n x_{kj}^2}$ .



Крок 2. Визначення ідеального позитивного та ідеального негативного рішення. Визначимо дві штучні альтернативи  $A^+$  і  $A^-$  таким чином:

$$A^+ = \left\{ \left( \max_i r_{ij} \mid j \in J^{\max} \right), \left( \min_i r_{ij} \mid j \in J^{\min} \right), i = 1, 2, \dots, n \right\} = \{r_1^+, r_2^+, \dots, r_m^+\},$$

$$A^- = \left\{ \left( \min_i r_{ij} \mid j \in J^{\max} \right), \left( \max_i r_{ij} \mid j \in J^{\min} \right), i = 1, 2, \dots, n \right\} = \{r_1^-, r_2^-, \dots, r_m^-\},$$

де  $J^{\max} = \{j \mid j = 1, 2, \dots, m \mid \text{по } j \text{ необхідно максимізувати}\}$ ;

$J^{\min} = \{j \mid j = 1, 2, \dots, m \mid \text{по } j \text{ необхідно мінімізувати}\}$ .

Ці дві штучно створені альтернативи  $A^+$  і  $A^-$  будуть ідеальною позитивною (PIS) й ідеальною негативною (NIS) альтернативами (рішеннями) відповідно.

Крок 3. Визначення для кожної з ITS значень  $S_i$  та  $R_i$ :

$$S_i = \sum_{j=1}^m \frac{V_j(r_j^+ - r_{ij})}{r_j^+ - r_j^-} - \text{відстань від } i\text{-ої ITS до ідеальної позитивної}$$

альтернативи;  $R_i = \max_j \frac{V_j(r_j^+ - r_{ij})}{r_j^+ - r_j^-}$ ,  $i = 1, 2, \dots, n$ ,  $j = 1, 2, \dots, m$ ,  $R_i$  – найгірший

результат  $i$ -ої ITS за певним із критеріїв.

Крок 4. Обчислення значення індексу:

$$Q_i = \nu \cdot \left( \frac{S_i - S^+}{S^- - S^+} \right) + (1 - \nu) \cdot \left( \frac{R_i - R^+}{R^- - R^+} \right),$$

де  $S^+ = \min_i S_i$ ,  $S^- = \max_i S_i$ ,  $R^+ = \min_i R_i$ ,  $R^- = \max_i R_i$ ,  $\nu$  – коефіцієнт, який

визначає стратегію прийняття рішення, що враховує «більшість критеріїв».

Етап 5. Ранжирування освітніх підприємств у сфері ІТ-послуг за обчисленим значенням  $Q$ , причому чим більше значення  $Q$ , тим «слабкішим» є ITS, і навпаки.

За допомогою розрахункової схеми, реалізованої в EXCEL, проведено дослідження чутливості інтегральних значень конкурентоспроможності та рейтингів ITS залежно від значень вагових коефіцієнтів критеріїв оцінювання та у випадку корекції зміни значень за певними критеріями. Дана методика може бути використана для конкурентного аналізу ринку освітніх ІТ-послуг, визначення рейтингу, ідентифікації сильних та слабких сторін підприємств даної сфери з метою посилення їх конкурентоспроможності та привабливості для потенційних клієнтів.

### Література:

1. Opricovic S. Compromise solution by MCDM methods: A comparative analysis of VIKOR and TOPSIS / S. Opricovic, G.H. Tzeng // European Journal of Operational Research, 156 (2), 2004. – P. 445-455.

2. <https://dou.ua/lenta/articles/it-schools-rankings-2016/>
3. <https://itukraine.org.ua/ukra%D1%97nska-%D1%96t-%D1%96ndustr%D1%96ya-drugem%D1%96scze-v-eksport%D1%96-poslug-ta-10-mlrd.-griven-podat%D1%96v.html>

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЛЯ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

**САЗОНОВА С. В.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту*

*Державний університет телекомунікацій  
м. Київ, Україна*

---

На сучасному етапі, не лише в Україні, телекомунікаційні підприємства працюють в умовах нестабільного політичного, економічного та соціального середовищ, а й майже в усіх країнах світу. Ринок телекомунікаційних послуг характеризується швидким насиченням існуючими послугами, високою вибагливістю до послуг з боку споживачів, інноваційністю засобів надання послуг і все це на тлі зниженням приросту прибутків підприємств галузі. Але незважаючи на всі складності, телекомунікаційні підприємства продовжують насичувати ринок послугами. Соціальна та економічна криза в Україні, яка лише розширюється та загострюється, вимагає від підприємств розробки та впровадження оновлених стратегій розвитку. Варто зазначити, що формування інноваційної стратегії для розвитку підприємства є необхідною умовою забезпечення його внутрішньої стабільності та зміцнення конкурентних позицій як серед вітчизняних підприємств, так і на міжнародній арені.

Загальні питання управління економікою й проблеми розробки сучасної стратегії економічного розвитку освітлені в працях А. Глушанкової, О. Гусевої, І. Новікової, та ін. Слід зазначити, окремі аспекти питання визначення проблем інноваційної політики й стратегії інноваційного розвитку розглядаються в роботах Н. Гапоненко, С. Глазьєва, О. Гудзь [7], Л. Гохберга, Л. Дмитриченко, П. Завліна, П. Стецюка та ін. Важливе значення мають праці, що відносяться до управління телекомунікаційними комплексами та їх організації за авторством Л. Беркман, С. Панченко, А. Рокотян [4]. Але, незважаючи на широке освітлення зазначеної проблематики формування інноваційної стратегії розвитку підприємств телекомунікаційних підприємств, у теперішній час не повною мірою вивчено та залишаються невирішеними питання основних принципів розробки та впровадження механізму формування інноваційної стратегії розвитку підприємств.

Аналіз досвіду формування інноваційної стратегії провідних телекомунікаційних підприємств демонструє, що для їх ефективного функціонування необхідно створити систему інтегрованого внутрішньокорпоративного інноваційного стратегічного планування. Така система повинна представляти собою сукупність механізмів стратегічного планування, які дозволять реалізовувати

стратегічні тактичні та операційні плани на всіх рівнях управління підприємством. Механізм планування повинен забезпечувати взаємозгодження між генеральною стратегією підприємства, її окремими бізнес-стратегіями, а також функціональними стратегіями за всіма видами діяльності, згідно карті бізнес-процесів телекомунікаційних підприємств.

Сучасні вітчизняні вчені пропонують визначення інноваційної стратегії, як програму дій, що визначає розвиток фірми, і відповідне управління, а також досягнення поставлених цілей, визначення перспективних орієнтирів діяльності підприємства на основі оцінювання його потенційних можливостей і прогнозування розвитку середовища. [6]. Таке трактування досить точно характеризує стратегію, але не визначає сам механізм формування інноваційної стратегії розвитку підприємств, сутність якого полягає не лише у розробці довгострокового плану дій, але й передбачає здатність підприємства адаптуватись та пристосовуватись до зміни внутрішнього та зовнішнього середовища у процесі розвитку. Розробка та реалізація такого механізму дозволить підприємству завчасно адаптувати свою інноваційну та інвестиційну діяльність до змін, врахувати напрацювання конкурентів, залучати нові технології, розширювати спектр послуг, а також та використовувати досвід у формуванні інноваційної стратегії розвитку провідних компаній світу.

Формування інноваційної стратегії розвитку підприємств, є наразі важливою проблемою для розвитку вітчизняних підприємств [2; 6; 7]. Отже, реалізація інноваційної стратегії розвитку послуг передбачає перш за все розробку та впровадження довготривалої програми дій, тобто стратегії, в якій визначатимуться цінності та стандарти, згідно з якими здійснюватиметься діяльність підприємств телекомунікацій. Сам механізм формування інноваційної стратегії розвитку повинен базуватись на ряді принципів в межах економічної, соціальної та екологічної діяльності підприємств, основними з яких можна зазначити: принцип єдності, гнучкості, безперервності, реальності, точності та соціальної необхідності.

Основними перевагами реалізації та впровадження механізму формування інноваційної стратегії розвитку для телекомунікаційних підприємств є покращення як вітчизняного, так і міжнародного рейтингу, оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат, розширення можливостей для залучення висококваліфікованих працівників, налагодження та побудова відкритих та прозорих взаємовідносин із зацікавленими сторонами з метою раціонального використання наявних ресурсів підприємства, поліпшення фінансових та економічних показників діяльності в цілому.

### **Література:**

1. Измерение информационного общества 2013 ITU Международный союз электросвязи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.itu.int/go/mis2013](http://www.itu.int/go/mis2013) Place des Nations CH-1211 Geneva Switzerland
2. Ильин А.И. Планирование на предприятии: Учебник / А.И. Ильин. – Мн: Новое знание, 2010. – 700 с.
3. Національна доповідь «Цілі Розвитку Тисячоліття Україна – 2010». – К.: Програма Розвитку ООН в Україні, 2010. – 108 с.

4. Рокотян А. От телекома к инфокому. URL [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iksmmedia.ru/data/318/497/1236/Book.pdf>, ИКС, 2009. 67 с. (дата обращения: 1.05.2010)
5. Руководство по социальной ответственности. Международный стандарт ISO/FDIS 26000: 2010. – 140 с.
6. Оберемчук В. Ф. Стратегія розвитку бренду роботодавця як складова бізнес-стратегії підприємства / В. Ф. Оберемчук // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. – 2015. – Вип. 10. – С. 205-209. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen\\_2015\\_10\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen_2015_10_37).
7. Gudź O., Prokopenko N. Management of the Innovative Developments in Terms of the Digital Economy: Transformation of Organizational Mechanisms (Управління інноваційним розвитком підприємств в цифровій економіці: трансформація організаційних механізмів) Management of innovative development the economic entities: collective monograph / ed. by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko in 2 Vol. / Higher School of Social and Economic, Przeworsk: Wydawnictwo I Drukarnia Nova Sadec, 2018. Vol. 1. Pp. 55-63.

## **ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ДІЛ»**

**СИРОТА Б. В.**

*студентка факультету економіки та управління*

*Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*

*м. Київ, Україна*

---

Збалансована Система Показників забезпечує інтеграцію фінансових та нефінансових індикаторів з урахуванням причинно-слідчих зв'язків між показниками та факторами, під впливом яких вони формуються.

Під збалансованою системою показників розуміється система управління, що забезпечує планомірну реалізацію стратегічних планів підприємства, їх інтерпретацію на мову операційного управління і контроль над здійсненням стратегії на основі ключових показників діяльності [3, с. 246].

Найважливіше завдання при виборі конкретних показників збалансованої системи полягає у визначенні тих показників, які найкраще виражали б стратегію підприємства. Оскільки кожна стратегія унікальна, такою ж неповторною має бути і система її показників [4, с. 31].

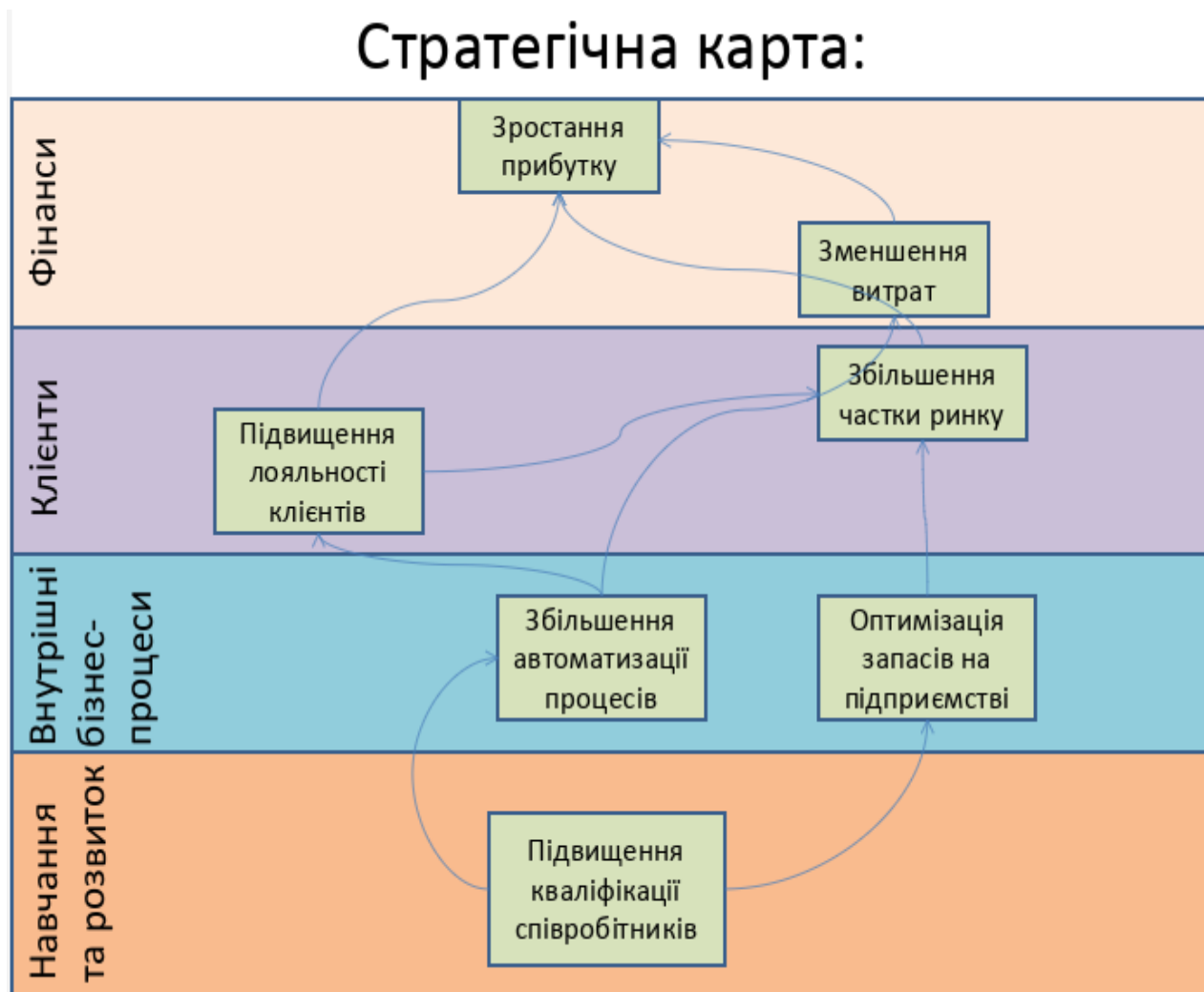
Впроваджувати збалансовану систему показників необхідно поетапно: перший етап – підготовчий; другий – безперервний циклічний процес розгортання та доробки системи.

Спочатку потрібно виділити ключові стратегічні цілі, які й будуть утворювати основу всього аналізу, такі як «фінанси», «клієнти», «процеси», «розвиток». Розбиваючи ці поняття на більш вузькі, можна скласти дерево рішень стосовно проблеми підвищення ефективності управління підприємством [2, с. 56].

В Збалансованій Системі Показників слід розрізняти показники, що вимірюють досягнення цілей (безпосередньо КРІ), і показники, які

відображають процеси, що забезпечуються досягнення цих цілей (оперативні показники).

Для початку побудуємо стратегічну карту ТОВ «ДІЛ» (рис. 1):



**Рис.1. Стратегічна карта ТОВ «ДІЛ»**

Завдяки стратегічній карті ми маємо можливість виділити найважливіші аспекти в компанії за 4 стратегічними межами.

Далі, на основі стратегічної карти формуємо вже Збалансовану Систему Показників (рис. 2):



**Рис. 2. Збалансована система показників ТОВ «ДЛ»**

Проаналізувавши Збалансовану Систему показників, маємо можливість виділити КРІ, що будуть важливими та актуальними саме для нашого підприємства.

Фінанси:

– чистий прибуток

Клієнти:

– кількість залишених позитивних відгуків на сайті компанії

Внутрішні бізнес-процеси:

– обсяг виготовлення продукції

Навчання та розвиток персоналу:

– виручка на одного працівника

Практична значимість збалансованої системи показників полягає у вирішенні проблеми вимірювання результатів по досягненню стратегічних цілей компанії, що є вельми важливим для будь-якого підприємства. На думку Роберта С., Каплана та Дейвіда П. Нортон, завдання BSC полягає в тому, щоб трансформувати місію компанії в конкретні, відчутні показники [4, с. 8]. Втілення місії в стратегії та розкриття стратегії через набір стратегічних цілей, в розрізі чотирьох перспектив, демонструє логіку збалансованої системи показників. Але за допомогою відповідних показників – ключових показників діяльності (Key Performance Indicators) ми можемо побачити реальний вплив на діяльність підприємства. Тому, дослідження щодо формування та використання ключових показників діяльності (Key Performance Indicators) як основного елемента збалансованої системи показників на українських підприємствах мають велике перспективне значення.

## **Література:**

1. Калінеску Т.В. Формування збалансованої системи показників стратегічного управління підприємством / Т.В. Калінеску // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. –2008. –№ 10(128). – С. 40-44.
2. Малярець Л. М. Збалансована система показників в оцінці діяльності підприємства / Л. М. Малярець, А. В. Штереверя. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 188 с.
3. Мілаш І.В. Методичний інструментарій оцінки результативності стратегічного управління витратами торговельного підприємства / І.В. Мілаш, А.В. Красноусов // Бізнес Інформ. – 2014. –№ 4. –С. 245-50.
4. Прайснер А. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте. / Прайснер А., 2007. – 304 с.

## **ЗНАЧЕННЯ ТА СКЛАДОВІ БІЗНЕС-ПЛАНУ**

### **СПРІДОНОВА К. О.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку, економіки  
та управління персоналом підприємства*

### **ОЛІФЕР А. О.**

*студентка економічного факультету  
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури  
м. Дніпро, Україна*

---

Планування – важливий інструмент виробничої діяльності, складова успіху будь-якої підприємницької структури. Планування – це процес, який складається з наступних процедур:

- 1) аналіз фінансових та інвестиційних можливостей, які має підприємство;
- 2) прогнозування наслідків поточних рішень з метою уникнення несподіванок і усвідомлення зв'язку зробленого сьогодні з тим, які рішення доведеться приймати в майбутньому;
- 3) обґрунтування обраного варіанту рішень з ряду можливих;
- 4) оцінка результатів підприємства в порівнянні з цілями, встановленими у фінансовому плані.

Виникнення будь-якої бізнес-ідеї (створення нового бізнесу або вдосконалення діяльності наявного) вимагає вирішення питань: хто виступає споживачем, яким є ринок продукту підприємства, який обсяг вкладень потрібен для реалізації проекту, чи є економічно доцільним реалізація проекту. Бізнес-план – це спрямована модель діяльності підприємства, яка включає аналіз бізнесу, рівня конкуренції, діяльності маркетингових підрозділів, комерційного ризику, стратегії фінансування, досягнення беззбитковості та необхідного рівня рентабельності, забезпечення якісного обслуговування споживача. При цьому бізнес-план є не лише важливим інструментом управління підприємством, а й необхідною умовою для фінансування створення або розширення бізнесу, який визначає оптимальні за часом і найменш ризиковані шляхи реалізації інвестиційного проекту [1, с. 85].

Бізнес-план оформляється відповідно до вимог потенційних інвесторів і партнерів по бізнесу. Він містить низку обов'язкових розділів, а наведені показники в них повинні бути достовірними, обґрунтованими, базуватися на документах і розрахунках. Обсяг бізнес-плану залежить від специфіки проекту і не перевищує 50 сторінок. Структура бізнес-плану залежить від конкретних цілей, задач і об'єкта підприємництва.

Бізнес-план повинен бути представлений у формі, що дозволяє зацікавленій особі отримати чітке уявлення про суть бізнесу і ступінь його участі в ньому. Він повинен бути написаний просто і ясно, мати чітку структуру. Обсяг і ступінь деталізації розділів визначаються специфікою і галуззю діяльності фірми. Перше уявлення про бізнес-план може дати його структура, яку і потрібно сформулювати [2, с. 62].

Зміст і структура бізнес-плану не є регламентованими. Однак аналіз й узагальнення теоретичних та практичних аспектів бізнес-планування дозволяють визначити таку оптимальну структуру обов'язкових розділів бізнес-плану:

А. Титульний аркуш.

Б. Зміст, перелік розділів.

В. Резюме проекту.

Розділ 1. Галузь, підприємство та його продукція.

Розділ 2. Дослідження ринку.

Розділ 3. Маркетинг-план.

Розділ 4. Виробничий план.

Розділ 5. Організаційний план.

Розділ 6. Оцінка ризиків.

Розділ 7. Фінансовий план.

Г. Додатки.

Починати розробку бізнес-плану необхідно з надання стислої характеристики галузі, до якої належить бізнес-проект (її сучасний стан; тенденції розвитку; можливість появи нових видів продукції; галузеві чинники, які сприяють або обмежують розвиток підприємства (реалізацію бізнес-проекту) [3, с. 215].

Наступним кроком є розкриття концепції поведінки підприємства в галузі, що передбачає висвітлення стратегічних і тактичних цілей діяльності; продукції (послуг), що реалізується, її привабливості; перспектив розвитку підприємства. Після цього надається загальна характеристика ринку продукції (послуг) підприємства: потенціалу та тенденцій розвитку ринку та цільового сегменту; обґрунтування розміщення підприємства; оцінки впливу конкуренції.

Наступним етапом є визначення орієнтирів та цілей маркетингової діяльності підприємства: планової частки ринку; розгалуженості системи збуту; застосування системи знижок та обґрунтування стратегії маркетингу і програм, що її забезпечують (засоби і канали збуту; політика ціноутворення; рекламна компанія; політика підтримки продукту).

Логічним наступним етапом розробки бізнес-плану є прогнозування обсягів продажу продукції (послуг) підприємства (за часовими інтервалами; за видами продукції (послуг); за споживачами; консервативні прогнози; найбільш вірогідні прогнози; оптимістичні прогнози) [4, с. 30].



Одним з найважливіших етапів розробки бізнес-плану є розрахунок фінансових потреб реалізації бізнес-проекту (складання плану доходів і витрат; плану грошових надходжень і виплат; планового балансу; розрахунки фінансових коефіцієнтів; аналіз чутливості; пропозиції щодо форми отримання та термінів повернення залучених коштів) відповідно до потреб, передбачених у кожному з попередніх розділів бізнес-плану, зведення інвестицій та проведення розрахунків економічних показників ефективності реалізації проекту.

Фінансовий план необхідно присвятити плануванню фінансового забезпечення діяльності фірми з метою найефективнішого використання наявних грошових коштів. Потенційні інвестори з особливою ретельністю і інтересом аналізують фінансові принципи запропонованого проекту. Необхідно розробити наступні документи: оперативний план (прогноз) продажів, план (прогноз) прибутків і збитків, план (прогноз) руху грошових коштів, прогнозний баланс. Подібний перелік документів стає звичним і для українських підприємців, він відповідає вимогам світової практики. В українському законодавстві простежується стійка тенденція наближення до світових стандартів [5, с. 259].

Тривалість планово-звітних періодів залежить від конкретних умов і може змінюватися в часових межах: місяць, квартал, півроку, рік.

Інвестиційний план. У фінансовому плані одержано відповіді на два запитання: скільки коштів потрібно для реалізації даного проекту і коли можна чекати повного повернення вкладених коштів та отримання інвесторами доходів від них. У цьому розділі слід викласти план одержання коштів для створення чи розширення підприємства.

На наступному етапі необхідно обґрунтувати організаційні параметри підприємства (бізнес-проекту) (організаційну форму управління; потребу в персоналі, зокрема управлінському, зовнішніх консультантах), щоб усвідомити, яким чином буде організовано процес реалізації бізнес-проекту, управління ним, у межах якої організаційно-правової форми буде реалізовуватись проект.

По мірі розробки кожного з розділів бізнес-плану необхідно виявити та здійснити опис потенційних загроз реалізації бізнес-проекту і передбачити способи їх мінімізації (типи можливих ризиків; найбільш імовірні ризики; способи реакції на загрози бізнесу) [6, с. 213].

Грамотно складений бізнес-план відіграє вирішальну роль у пошуку джерел фінансування проекту. Саме цей документ дає можливість визначити, наскільки пропонувані інвестиційні проекти вигідні для потенційних інвесторів.

### **Література:**

1. Гетало В. П. Бізнес-планування: навч. посіб. / В. П. Гетало, Г. О. Гончаров, А. В. Колісник. – К.: Професіонал, 2008. – 240 с.
2. Барроу К. Бізнес-план: практ. посіб. / К. Барроу, П. Барроу, Р. Браун. – К.: Знання, 2001. – 285 с.
3. Карпов В.А. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навч. посіб. Друге видання – Одеса: Атлант, 2015. – 241 с.
4. Козловський В. О. Бізнес-планування: навч. посіб. / В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Вінниця: ВНТУ, 2006. – 190 с.
5. Покропивний С. Ф. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посіб. / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболь, Г. О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2002. – 379 с.
6. Должанський І. З. Бізнес-план: технологія розробки: навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: ЦНЛ, 2006. – 384 с.

## АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

**СТАШЕНКО Н. А.**

*студентка*

*Національний транспортний університет*

*м. Київ, Україна*

---

Нестабільний стан економіки негативно впливає на всі сфери суспільного та економічного життя країни. В даний час проблема банкрутств, які відбуваються в останні роки все частіше та частіше, є актуальною, тому що від ліквідації великого числа підприємств потерпають люди, які втратили робочі місця, терпить збитки бюджет, куди не надходять податки, і економіка України в цілому. У результаті різкого загострення проблем неплатежів, боргів, неплатоспроможності підприємств, хронічної збитковості їхньої виробничо-торговельної діяльності в умовах ринку закріпився термін «Антикризове управління». В останні роки він увійшов у науковий і практичний обіг, але разом з тим не здобув чіткого трактування.

В умовах економічної нестабільності в Україні значна кількість підприємств є збитковими або працюють на межі збитковості. Одним із шляхів виживання і подальшого розвитку таких підприємств, як свідчить світовий досвід, є їх реформування і реструктуризація. Для інших підприємств, які працюють більш-менш ефективно, антикризова політика також є актуальним питанням, тому що дозволяє шляхом комплексного реформування всіх сторін своєї діяльності постійно і гнучко пристосовуватися до змін зовнішнього і внутрішнього середовища і забезпечувати високу конкурентоспроможність його продукції на вітчизняному і світових ринках.

Головна мета антикризового управління підприємством полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування і високий потенціал розвитку в майбутньому. Можна сказати, що антикризове управління має поєднувати в собі заходи з попередження виникнення кризи, підтримання підприємства у стабільному стані та, у разі необхідності, виведення підприємства з кризи.

Теоретична невизначеність поняття «антикризове управління» є основною причиною різностороннього його трактування. Варто відзначити, що багатозначність антикризового управління розглядається з чотирьох позицій, а саме:

- управління підприємством за умов макроекономічної кризи;
- управління підприємством, яке викликане його кризовим станом через неефективний менеджмент;
- управління підприємством, яке знаходиться на етапі банкрутства;
- управління підприємством, яке визнане банкрутом [1, с. 42].

Крім того, сутність антикризового управління виражається в його характерних ознаках, які спрямовані на передбачення і ліквідацію ризикових управлінських рішень. Йдеться, насамперед, про можливість прогнозування і планування кризових ситуацій, регулювання наявних криз через використання специфічних підходів менеджменту. Саме тому, у широкому розумінні, антикризове управління розглядається як управління, у якому поставлено

передбачення небезпеки кризи, аналіз його симптомів, а також заходів для зниження негативних наслідків кризи і використання факторів для його подальшого розвитку.

Антикризове управління включає сукупність знань і результати аналізу практичного досвіду, які направлені на оптимізацію механізмів регуляції систем, виявлення прихованих ресурсів та потенціалу розвитку. Специфіка антикризового управління пов'язана з необхідністю ухвалення складних управлінських рішень в умовах обмежених фінансових коштів, великого ступеня невизначеності та ризику. Менеджер, що вирішує подібні завдання, стикається з необхідністю діяти своєчасно і швидко, підвищується рівень його відповідальності.

Управління системами у стані не рівноваги та дисбалансу вимагає від керівників освоєння практичних навиків передбачення і розпізнавання криз, усунення негативних наслідків, виникаючих негативних чинників. Антикризове управління повинно включати комплекс методів, що вживаються в різних функціональних підсистемах менеджменту. Соціальні технології, методи економічного аналізу, прогнозування, розробка складних інвестиційних проектів і антикризових програм, планів реструктуризації та реорганізації повинні застосовуватися в комплексі для своєчасного попередження і подолання криз [2, с. 136].

Роблячи підсумки можна розглядати поняття антикризового управління як систему управління підприємством, яка має комплексний системний характер і направлена на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ з допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер, яка дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, спираючись в основному на власні ресурси [3, с. 160]. При формуванні даного визначення автор намагався сформулювати єдине універсальне поняття для антикризового управління, але на мою думку його потрібно вдосконалити.

Отже, антикризове управління – це система економічних відносин, які виникають в процесі розробки, затвердження, реалізації та контролю за реалізацією заходів, що направлені на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ з допомогою використання всього потенціалу менеджменту, який дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, спираючись на різні види ресурсів. Разом з цим антикризове управління має широку видову класифікацію, за допомогою якої можна визначити реальний стан підприємства, який виник внаслідок кризи, та сформулювати систему заходів, які допоможуть йому визначити напрямлення виходу з ситуації, що вже склалася.

### **Література:**

1. Бурій, С. А. Антикризове управління та управлінські рішення – проблеми підприємств малого бізнесу [Текст]: монографія / С. А. Бурій, Д. С. Мацеха. – Хмельницький: Тріада-М, 2006. – 42 с.
2. Жарковская, Е. П. Антикризисное управление [Текст]: учебник / Е. П. Жарковская, Б. Е. Бродский. – М.: Омега-Л, 2004. – 136 с.
3. Бабушкина, Е. А. Антикризисное управление. Конспект лекций [Текст] / Е. А. Бабушкина, О. Ю. Бирюкова, Е. А. Верещагина. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 160 с.

# АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**СТОЯНОВА В. В.**

*студентка Навчально-наукового інституту фінансів, банківської справи*

*Науковий керівник: КОЗЯТИНСЬКИЙ О. М.*

*старший викладач*

*Національний університет державної фіскальної служби України*

*м. Ірпінь, Київська область, Україна*

---

У сучасній системі ринкових відносин аграрні підприємства не можуть повноцінно функціонувати без маркетингової служби, складовими якої є комерційна діяльність, робота з вивчення ринку, покращення якості продукції та управління її збутом.

Дослідженням процесу впровадження маркетингу у вітчизняне сільське господарство займалися такі дослідники, як: Андрощук І.М., І.С. Земляков, В.І. Бойко, А.А. Коваленко, Г.Я. Левків, Якубовська Н.В. та інші. Вони зосередили свою увагу не тільки на вивченні загальних питань маркетингу, але й на його спроможність позитивно впливати на сільськогосподарське виробництво.

Із кожним роком популярність аграрного маркетингу у сільськогосподарському підприємстві зростає, але його практичне впровадження вкрай недостатнє, а іноді через використання лише окремих елементів – неефективне. Тому виникає необхідність вивчення аграрного маркетингу як комплексної системи, аби чітко зрозуміти потреби споживачів та їх задовольнити, а отже, виконати основне завдання аграрного маркетингу [1].

Наразі аграрний маркетинг – це своєрідна управлінська концепція, яка забезпечує ринкову орієнтацію виробничо-збутової діяльності підприємства, а в основі прийняття управлінських рішень знаходяться не лише можливості виробника, а в першу чергу, потреби агропромислового ринку, існуючі і потенційні потреби споживачів і покупців сільськогосподарської продукції [2].

Протягом усіх років незалежності України вітчизняні виробники намагаються знайти якомога ефективніше застосування маркетингу і використати його найрізноманітніші засоби, щоб отримати прихильність споживачів і збільшити попит на свою продукцію.

Так, дієвим засобом аграрного маркетингу, як і будь-якого іншого, є реклама. Вона забезпечує майже 80% складових успішної торгівлі. У світі існує чимало способів рекламування сільськогосподарської продукції, наприклад, використання придорожніх рекламних стендів і торговельних павільйонів, які інформують покупців про асортимент та ціни, телебачення, друковані інформаційні джерела та мережа Інтернет як найоптимальніший варіант, якщо необхідно охопити велику аудиторію. Інтернет-реклама може не тільки забезпечити ринок збуту для продукції, яка не має достатнього попиту на ринку, а й допомогти з її асортиментом, враховуючи критичні обсяги виробництва і вимоги до якості.

Серед інших прикладів дії аграрного маркетингу є участь суб'єктів господарювання у різноманітних виставках та ярмарках, де можна заявити про себе та про свою продукцію, або коли в меню закладів харчування поряд з назвою страви вказують ще й назву аграрного підприємства та його реквізити.

Також одним із головних механізмів маркетингу є застосування бечмаркінгу – безперервного процесу порівняння товарів (робіт, послуг), виробничих процесів, методів та інших складових ефективної діяльності підприємства. Порівняння показників діяльності та зіставлення своїх можливостей з конкурентами дає можливість виявити позитивні та негативні моменти розвитку підприємства [3].

Таким чином, формування та розвиток маркетингової діяльності на агропромисловому підприємстві означає організацію своєї роботи в сфері виробництва та збуту продукції за конкретною програмою. Маркетингові аспекти повинні стати головними в управлінні сільськогосподарськими підприємствами, оскільки вони охоплюють питання реалізації продукції, конкурентне середовище, коливання цін, збільшення прибутку тощо. Тому застосування аграрного маркетингу дозволить створити конкурентоспроможні та ефективні підприємства агропромислового комплексу України.

### **Література:**

1. Земляков І.С. Маркетинг фермерського господарства // Ефективна економіка. – 2015. – № 3. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=>
2. Якубовська Н.В. Розвиток агромаркетингу, як базової концепції ринкової діяльності сільськогосподарських підприємств /Н.В. Якубовська// Вісник ХНУ. – Х.: ХНУ, 2011. – № 3. Т.3. – С. 180-183.
3. Андрощук І.М. Агромаркетинг в підприємствах АПК [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.int-konf.org>.

## **НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ**

**ТЕСЛЮК А. В.**

*магістр*

*Національний аерокосмічний університет  
імені М. Є. Жуковського*

*«Харківський авіаційний інститут»*

*м. Харків, Україна*

---

Як в зарубіжних країнах, так і в Україні ведеться постійний пошук ефективних напрямків державного управління сферою оподаткування. Проте в час активних воєнних дій на сході країни складно говорити про підвищення ефективності. З урахуванням того, що Україна зараз переживає економічний спад, знаходиться на грані дефолту та введення воєнного стану основним завданням для юридичних осіб буде зберегти свій бізнес та залишитись «на плаву».

З метою забезпечення розвитку української економіки, перетворення України на конкурентоспроможного суб'єкта системи міжнародних відносин потрібно ввести ряд невідкладних заходів щодо реформування податкової системи України:

1. Знижати ставку податку на додану вартість (ПДВ) щороку на декілька відсотків. Таким чином у 2018 р. ставка ПДВ складе 10%. Сплата ПДВ стане більш прозорою, здійснити заходи щодо дієвої протидії корупції і махінаціям у цій сфері. Перелік операцій, що не належатимуть до об'єктів оподаткування, а також тих, що оподатковуються за нульовою ставкою значно розширити. У перспективі, до 2020 року ПДВ буде повністю скасовано і замінено на податок з реалізації. Зрозумілим є те, що ПДВ є одним з найнепрозоріших податків, що відкриває шлях до шахрайства та корупції. Фактично цей податок сплачується з кишені кожного громадянина, котрий купує товари. Проте одразу і повністю відмовитись від нього ми не можемо, оскільки він складає значну частину надходжень до Державного бюджету. Саме тому відмова від ПДВ повинна проходити поетапно і бути складовою реформування системи оподаткування в цілому.

2. Ввести в дію диференційований податок з реалізації (ДПР), що у перспективі повністю замінить собою ПДВ та податок на прибуток підприємств. Ставка ДПР по галузям економіки має коливатись від 3% до 10%. Спрощена система оподаткування для ряду юридичних осіб, перелік яких передбачено чинним законодавством, повинна бути збережена, проте згодом в її основу необхідно покласти фіксований податок з реалізації на рівні 5%. Ці зміни в сфері оподаткування стимулюватимуть виробників до збільшення кількості і якості продукції, і, як результат, призведуть до збільшення надходжень до Державного бюджету України і зростання рівня життя населення.

3. З метою подолання економічної кризи та стимулювання підприємницької ініціативи для малого та середнього бізнесу необхідно вводити податкові канікули. Раніше говорило про введення податкових пільг для платників податку на прибуток тих підприємств річний дохід яких становив не більше 3 млн грн., проте цю правку не було введено в дію. Я пропоную ввести податкові пільги для новостворених підприємств. Задля того, щоб це не призвело до корупції та «тінізації», необхідно для всіх діючих підприємств зробити систему пільг. Знизити ставку податку з прибутку до 9%, а податку на додану вартість – до 10%. Суб'єкти малого та середнього бізнесу у період податкових канікул не сплачуватимуть диференційований податок з реалізації. Від податку на додану вартість буде звільнено вітчизняну сільськогосподарську продукцію первинного виробництва. Це надасть можливість зменшити ціни на основні групи вітчизняних продуктів харчування для населення та сприятиме розвитку сільськогосподарського сектору української економіки.

4. Задля підтримання та розвитку вітчизняного виробника необхідно заохочувати сільськогосподарський сектор, який на даному етапі теж переживає занепад або працює на благо інших держав.

5. Настав час справедливого розподілу національного багатства. Бідні не повинні платити за багатих. Податки для великого бізнесу треба збільшити. Саме тому необхідно ввести прогресивну шкалу оподаткування, що передбачає збільшення податкових ставок у відповідності від зростання оподаткованого

прибутку. Проте я ініціюю зміни у вітчизняному законодавстві, відповідно до яких будуть передбачені податкові пільги у разі підтримки і застосування у виробництві інноваційних технологій, розроблених вітчизняними вченими. Особливу увагу необхідно приділити розвитку альтернативної енергетики, що матиме на меті зменшити залежність економіки України від постачань енергоносіїв з-за кордону. Основою розвитку вітчизняної економіки повинні бути новітні наукові технології. Найкращі інвестиції – це інвестиції в освіту та науку. Вони згодом принесуть найбільший прибуток українському народу.

6. Важливим кроком у напрямі подолання тіньової економіки повинна стати амністія капіталів. Отримані дані не будуть використовуватись проти власників капіталів, що легалізуються. Амністія капіталів буде мати своєю складовою і податкову амністію, що передбачає звільнення від сплати податків за тіньовий період.

7. Збільшення частки прямих податків, що відповідає практиці розвинутих країн. Непрямі податки хоч і зручніші для фіскальних органів з позиції їх стягнення, однак їх сплата лягає тягарем на плечі кінцевого споживача. Тому переваження справедливих прямих податків дасть змогу уникнути таких негативних наслідків, як зубожіння більшості населення, подальший спад і занепад вітчизняного виробництва, нездатного конкурувати з дешевою продукцією іноземних фірм, тощо.

8. Застосування пропорційної шкали оподаткування дасть змогу рівномірно розподіляти виплати між верствами населення.

9. Вирішити питання нагромадження первинного капіталу для підйому виробництва. Потрібно розробити програми та дати зелене світло процесу правового та легального накопичення капіталу, використовуючи податкові важелі та стимули.

10. Своєчасність подання інформації про підготовку, ведення в дію чи зміну податкового законодавства. Нажаль в нашій країні є дуже погана звичка вводити в дію деякі законопроекти поспіхом. В цьому випадку ні податківці, ні платники податків не можуть точно зрозуміти, що потрібно робити.

11. Необхідно докорінно змінити ставлення до місцевих податків і зборів, суттєво підняти їх значення у формуванні дохідної частини місцевих бюджетів. Найсуттєвішими вадами місцевого оподаткування, на мою думку, є незначна фіскальна роль податків і зборів та відсутність прав у органів місцевого самоврядування запроваджувати на своїй території власні податки і збори.

Запропоновані заходи щодо реформування податкової системи України спрямовані перед усім на підтримку малого і середнього бізнесу. Адже саме представники малого і середнього бізнесу повинні скласти основу формування середнього класу і розвитку громадянського суспільства в Україні. Зменшення податкового тиску, диференційований підхід у сфері системи оподаткування та виведення значної частини економіки з тіні є першочерговими заходами у процесі дієвого забезпечення економічної безпеки України і підвищення рівня життя її громадян. І це лише один з напрямів економічних реформ, кінцевим результатом яких повинно стати втілення в життя інноваційної моделі розвитку української економіки.

## **Література:**

1. Азаров М.Я. Податкові системи зарубіжних країн / За ред.. – К: ВД «Калініютерпрес», 2013. – 240 с.
2. Бечко П.К., Захарчук О.А. Основи оподаткування: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 327 с.
3. Богатиренко К. Проблеми існування вітчизняних підприємств в умовах фінансової кризи / К. Богатиренко // Вісник КІБІТ. – 2013. – № 1. – С. 34-37.
4. Герасим П.М., Десятнюк О.М., Журавель Г.П. Система оподаткування та її інформаційно-облікове забезпечення: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2009. – 736 с.
5. Гуцаленко Л.В., В.А. Дерій М.М., Коцупатрий Підручник «Державний фінансовий контроль». – К.: Знання, 2012. – 600 с.

## **ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ**

### **ФЕДОРУК К. В.**

*магістр*

*Чернівецький національний університет*

*імені Юрія Федьковича*

*м. Чернівці, Україна*

---

Кожний процес, що протікає на підприємстві, підлягає впливу ряду чинників, які обґрунтовують вибір функцій, що забезпечать в подальшому розвиток всієї системи.

Сучасні умови характеризуються підвищенням ролі трудових ресурсів на підприємствах, що, у свою чергу, зумовлено такими чинниками:

- зміни у змісті праці, які викликані застосуванням нової техніки, технологій;
- трансформація функцій контролю, підвищення значущості самоконтролю і самодисципліни;
- макроекономічні чинники (загострення конкуренції на ринку, орієнтація підприємства на задоволення попиту покупців, підвищення уваги до якості товарів);
- зміна форм організації праці на підприємствах;
- підвищення освітнього і культурного рівня працівників;
- зміна пріоритетів у системі цінностей персоналу [1, с. 38].

Формування трудового потенціалу робітників підприємства відбувається під впливом багатьох чинників, що визначають тенденції його відтворення, масштаби та результативність використання. Комплексний аналіз чинників, що відображають причинно-наслідкові зв'язки формування трудового потенціалу підприємства та трудового потенціалу робітника, служить методологічною та інформаційною базою для оцінки трудового потенціалу.

Ряд авторів пропонують різноманітні класифікації чинників, що впливають на формування трудового потенціалу як окремого робітника, так і підприємства в цілому. Зокрема, в роботі Яхварової О.В. [6, с. 47] приведені результати



двовимірної класифікації чинників формування трудового потенціалу з виділенням різноманітних груп чинників (науково-технічні, соціально-економічні, культурні) та зазначенням на різних рівнях впливу (держава, регіон, галузь, підприємство) для цих груп чинників.

Чинниками ефективного використання трудових ресурсів підприємства є об'єктивні умови виробництва, що визначають її рівень. Вони відносно стабільні і не залежать від трудових зусиль працюючих. До них належать:

- природні умови (кліматичні умови, характер родовища і фізико-механічні властивості корисних копалин та ін.);
- географічне положення підприємства;
- виробнича потужність, структура, комбінація і масштаби виробництва;
- умови праці;
- технологічне застосування наукових досягнень у виробництві [2].

З огляду на можливості впливу на діяльність підприємства та за рівнем керованості всі чинники ефективного використання трудових ресурсів підприємства можна поділити на дві групи: зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх чинників належать:

- загальноекономічні, які визначають загальні умови зростання продуктивності праці на всіх підприємствах (політика держави, розвиток науково-технічного прогресу, кваліфікаційний рівень населення, рівень інфляції, рівень матеріального добробуту населення та ін.);
- галузеві чинники, які зумовлюють рівень продуктивності праці в окремій галузі порівняно з іншими (спеціалізація галузі, стабільність попиту на продукцію, кон'юнктура споживчого ринку, динаміка грошових доходів населення та ін.). Торговельне підприємство не може активно впливати на перелічені чинники, воно має врахувати їх у своїй діяльності, передусім під час розроблення перспективних програм розвитку [3, с. 59].

Чинники ефективного використання трудових ресурсів підприємства дуже різноманітні і багатогранні, тому на макро- і мікро- рівні для прогнозування і планування зростання продуктивності, а також їх системного сприйняття застосовуються різні групування.

На думку Н. Михайленко, за своїм внутрішнім змістом і суттю всі чинники слід об'єднати в три основні групи:

- матеріально-технічні, які характеризують досконалість уживаних засобів виробництва;
- організаційно-економічні, що визначають якість з'єднання робочої сили із засобами виробництва;
- соціально-економічні, що характеризують якість використовуваної робочої сили [5].

Також, всі чинники, що впливають на ефективність використання трудових ресурсів, можна об'єднати в такі основні групи.

1. Зміна обсягу і структури продукції, що випускається (збільшення обсягу виробництва, зміна асортименту, зміна частки покупних виробів і напівфабрикатів).

2. Підвищення технічного рівня виробництва (впровадження нових видів обладнання, нових технологій, нових матеріалів і т.д.).

3. Організація виробництва праці та управління. Мабуть, найчисленніша група чинників, що включає в себе нові системи, методи і моделі управління, психологічні та соціальні чинники, у тому числі це і зміна форм власності на майно підприємств і на результати праці, а також демократизація комерційної та суспільного життя і розвиток самоврядування. У результаті використання цих чинників змінюється матеріальна і моральна зацікавленість у результатах праці; рівень кваліфікації, професійну майстерність; ставлення до праці, трудової дисципліни.

4. Галузеві чинники, обумовлені природними географічними або геологічними умовами (сезонність робіт у сільському господарстві або час нересту для рибальства, характер родовища мінералів для добувної промисловості тощо).

Отже, де і коли б праця не здійснювалася, вона не мислима без людей, які керуються свідомо поставленими цілями, інтересами, механізм яких визначає в кінцевому розрахунку закономірності суспільного виробництва. Зміст праці полягає в самостійності елементів, які характеризують місце, роль, розвиток особистого чинника, трудового процесу і склад трудових функцій працівника, ступень його впливу на ефективність та якість праці, необхідний освітній і професійно-кваліфікаційний рівень. У зв'язку з цим організація праці повинна будуватися на основі врахування мотивів і чинників, які стимулюють участь в праці. Адже саме працівникам належить вирішальна роль в розвитку засобів і предметів праці – основних елементів будь-якого виробництва. Від організованості працівників, їх знань, ініціативи і дисципліни залежить продуктивність праці та ефективність виробництва [4].

### Література:

1. Арефьева Е. Факторы воздействия на производительность труда // Бизнес Информ. 2014. № 7. С. 37-39.
2. Бондар О.С. Эффективность использования трудовых ресурсов как фактор повышения конкурентоспособности вітчизняних торговельних підприємств. URL: [http://www.rusnauka.com/32\\_PRNT\\_2013/Economics/5\\_148953.doc.htm](http://www.rusnauka.com/32_PRNT_2013/Economics/5_148953.doc.htm)
3. Жулавський А. Чинники та фактори зростання продуктивності праці на підприємстві // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-річчю наукової діяльності ф-ту економіки та менеджменту СумДУ (Суми, 3-5 квітня 2012 р.) / відп. за вип. О. Прокопенко. Суми: СумДУ, 2012. С. 58-60.
4. Крат С. В. Трудові ресурси як чинник розвитку підприємства. URL: [http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/2\\_krat.htm](http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/2_krat.htm)
5. Михайленко Н. Резерви підвищення продуктивності праці персоналу підприємства. URL: <http:// nauka. kushnir. mk.ua/?p=59086>.
6. Яхварова Е.В. Трудовой потенциал региона: формирование, развитие и использование. Саратов: Издательство Саратов. гос. техн. ун-та, 2004. 100 с.

# ПОБУДОВА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

## **ЧИЧУЛІНА К. В.**

*кандидат технічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємства  
та управління персоналом*

## **ЧАПЧА І. О.**

*студентка  
Полтавський національний технічний  
університет імені Юрія Кондратюка  
м. Полтава, Україна*

---

## **ХАФІЗОВА КАМІЛА**

*студентка  
Вища школа менеджменту інформаційних систем  
м. Рига, Латвія*

---

Велика кількість підходів стосовно сприйняття функцій і завдань системи управління витратами (СУВ) її роль в загальній системі управління підприємством утруднюють процеси координованого управління його коштами. Значної актуальності набувають труднощі координування функцій і завдань СУВ у структурі дієвої системи керування витратами підприємства. Результативність дій стосовно зменшення витрат залежить від рівня їх координованості із завданнями роботи підприємства. З метою узагальнення завдань і функцій, які виконуються на підприємстві визначено дані, котрі занесені до таблиць 1 і 2.

Таблиця 1

### **Функції управління витратами у трактуванні різних авторів**

Джерело	Аналіз	Облік	Прийняття рішень	Планування	Організація	Контроль	Мотивація
Голов С.Ф. [1]	+	+		+	+	+	+
Крапівницька С.М. [2]	+	+		+	+	+	+
Дощич Г.А. [3]				+	+	+	+
Ясінська А.І. [4]				+	+	+	+
Адирова Т.І. [5]	+	+		+	+	+	+
Турило А.М. [6]	+	+	+	+	+	+	+
Козаченко Г.В. [7]	+	+		+	+	+	
Грещак М.Г.[8]	+	+		+	+		+
Кількість	6	6	1	8	8	7	7

Джерело	Регулювання	Перегляд планів	Коригування діяльності	Прогнозування	Нормування	Калькулювання собівартості	Стимулювання зменшення
Голов С.Ф. [1]	+	+	+				
Крапівницька С.М. [2]	+			+	+	+	+
Дощич Г.А. [3]	+						
Ясінська А.І. [4]	+						
Адирова Т.І. [5]	+						+
Турило А.М. [6]							
Козаченко Г.В. [7]				+	+	+	+
Грещак М.Г. [8]	+			+			
Кількість	6	1	1	3	2	2	3

Існує декілька підходів щодо управління витратами підприємства (табл. 1). І погоджуючись із Ясінською А.І. [4], їх можна систематизувати у групи. До першої групи відносяться науковці, які реалізують функції управління витратами через елементи управлінських дій. Друга група – ототожнює функції управління витратами із класичними функціями управління.

Подібний підхід спостерігається і в міркуваннях Козаченко Г.В. та ін. [7]: виділяються класичні функції управління – «функції першого порядку», які розширюються функціями «другого порядку», притаманними системі управління витратами підприємства.

Крім того, таке розмаїття функцій СУВ свідчить про не розуміння авторами, що є функція, а що завданням системи управління витратами підприємства. Такий висновок підтверджується і спробою узагальнення підходів щодо визначення завдань СУВ.

На сьогодні існує потреба в пошуку більш раціонального підходу стосовно координування завдань діяльності і розвитку підприємства із прямим направленням використання коштів підприємства і розробки інструментів стосовно оцінювання результативності їх вирішення. Сформована гіпотеза дає можливість запропонувати систему розподілу функцій і завдань СУВ підприємства та інструментів стосовно їх подолання. Оцінка результативності системи відбувається в структурі кожної функції за допомогою системи угрупованих показників спостереження роботи і розвитку підприємства цілком.

**Система розподілу функцій і завдань СУВ підприємства  
та інструментів щодо їх вирішення**

<b>Функції системи управління</b>	<b>Завдання системи управління витратами</b>	<b>Інструмент вирішення завдання</b>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Планування діяльності з управління витратами підприємства	1.1 Планування об'ємів витрат в розрізі: економічної діяльності підприємства; структурних підрозділів підприємства; операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства; елементів витрат (в т.ч. планується фонд стимулювання (преміювання) працівників підприємства)	Стратегічні (перспективні) плани розвитку підприємства, поточні та тактичні плани діяльності, бюджет витрат в розрізі діяльності структурних підрозділів підприємства, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства; елементів витрат
	1.2 Прогнозування зміни витрат підприємства;	Система показників трендового аналізу, стратегічні карти розвитку, концепція узгодженого контролювання [9]
	1.3 Планування резервного фонду витрат;	Бюджет витрат
	1.4 Планування напрямків економії витрат підприємства (розробка ієрархічної структури допустимої економії витрат підприємства);	Бюджетування, концепція узгодженого контролювання [9]
	1.5 Оцінка ефективності планування діяльності з управління витратами підприємства;	Система показників оцінки ефективності
	1.6 Розробка та впровадження коригуючих та попереджуючих заходів в процесі планування за результатами контролю діяльності з управління витратами підприємства	Концепція узгодженого контролювання [9]; розпорядження керівника підприємства, внутрішні інструкції і положення підприємства
Організація та реалізація завдань щодо управління витратами підприємства	2.1 Розподіл завдань щодо організації: планування витрат підприємства; освоєння виділених активів підприємства; обліку витрат підприємства; реалізації заходів з мотивації працівників підприємства; моніторингу, аналізу та перевірки обґрунтованості витрат підприємства; розробки та реалізації коригуючих і попереджуючих заходів; заходів за результатами контролю діяльності з управління витратами підприємства; оцінки ефективності функціонування СУВ	Розподіл і делегування повноважень, обов'язків та відповідальності: розпорядження керівника підприємства, внутрішні інструкції і положення підприємства (розроблені з урахуванням вимог чинного законодавства)

1	2	3
	2.2 Реалізація поставлених завдань щодо: витрачання коштів в розрізі розроблених планів підприємства; обліку витрат підприємства; моніторингу, аналізу та перевірки обґрунтованості витрат підприємства; реалізації коригуючих і попереджуючих заходів за результатами контролю	Розпорядження керівника підприємства, внутрішні інструкції і положення підприємства, кошториси і виконавські звіти, інструменти поточного контролювання, концепція узгодженого контролювання
Мотивація працівників підприємства задіяних в управлінні витратами підприємства	3.1 Розробка плану заходів з мотивації працівників щодо дотримання рівня запланованих витрат підприємства	Коллективний договір, система стимулювання працівників, критерії оцінки ефективності праці
	3.2 Преміювання працівників підприємства	Фонд стимулювання діяльності працівників, критерії оцінки ефективності праці
	3.3 Оцінка ефективності праці та заходи з мотивації працівників щодо дотримання рівня запланованих витрат	Система показників оцінки ефективності
	3.4 Реалізація коригуючих і попереджуючих заходів за результатами контролю	Розпорядження керівника підприємства, внутрішні інструкції і положення
Контроль діяльності з управління витратами підприємства	4.1 Планування моніторингу і аналізу витрат підприємства: розробка системи показників моніторингу і аналізу витрат підприємства; розробка показників оцінки ефективності перевірок обґрунтованості витрат підприємства	Система збалансованих показників моніторингу і аналізу витрат підприємства, концепція узгодженого контролювання [9]
	4.2 Планування перевірок обґрунтованості витрат підприємства: визначення критеріїв та періодичності контролювання витрат підприємства; розробка показників оцінки ефективності перевірок обґрунтованості витрат підприємства	Система збалансованих показників моніторингу і аналізу витрат підприємства, концепція узгодженого контролювання [9], розпорядження керівника підприємства, внутрішні інструкції і положення
	4.3 Реалізація завдань контролю діяльності з управління витратами підприємства (моніторинг, аналіз та перевірки обґрунтованості витрат підприємства)	Розпорядження керівника підприємства, внутрішні інструкції і положення підприємства
	4.4 Звітування про результати моніторингу і аналізу витрат підприємства	Виконавські звіти, розпорядження керівника, внутрішні інструкції і положення
	4.5 Розробка та впровадження коригуючих і попереджуючих заходів в процесі контролю діяльності СУВ	Розпорядження керівника підприємства, внутрішні інструкції і положення

## **Література:**

1. Голов С.Ф. Футурологія бухгалтерського обліку / С.Ф. Голов // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2014. – № 794. – С. 153-157. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2014\\_794\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2014_794_23)
2. Крапівницька С.М., Зарукевич М.В. Розвиток системи управління витратами підприємства [Електронний ресурс] / С.М. Крапівницька, М.В. Зарукевич // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2013. – Режим доступу: [http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2013\\_18\\_3\\_1/41.pdf](http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2013_18_3_1/41.pdf)
3. Дощич Г.А. Дослідження актуальних проблем управління витратами підприємства [Електронний ресурс] / Г.А. Дощич // Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/29\\_DWS\\_2012/Economics/10\\_120778.doc.htm](http://www.rusnauka.com/29_DWS_2012/Economics/10_120778.doc.htm)
4. Ясінська А.І. Сутність управління витратами на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс] / А.І. Ясінська // Національний університет «Львівська політехніка». – 2007. – Режим доступу: <http://vlp.com.ua/files/54.pdf>
5. Адирова Т.І. Удосконалення системи управління витратами на підприємствах виноробної промисловості [Електронний ресурс] / Т.І. Адирова // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – 2011. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=846>
6. Турило А.М. Уточнення сутності поняття «витрати» і їхньої економічної оцінки на підприємстві / А.М. Турило, Ю.Б. Кравчук, Н.М. Цуцурук // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 11. – С. 85-88.
7. Управління затратами підприємства: [монографія] / Г.В. Козаченко, Ю.С. Погорелов, Л.Ю. Хлапюнов, Г.А. Макухін / Східноукраїнський національний ун-т. – К.: Лібра, 2007. – 320 с.
8. Управління витратами: [навч. посібник] / М.Г. Грещак, В.М. Гордієнко, О.С. Коцюба та ін.; за заг. ред. М.Г. Грещака. – К.: КНЕУ, 2008. – 264 с.
9. Балан А.А. Економічний інструментарій узгодженого контролювання діяльності та розвитку енергопостачального підприємства: монографія / А.А. Балан, С.В. Філіппова. Донецьк: видавництво «Ноу-лідж» (донецьке відділення), 2013. – 181 с.

## СЕКЦІЯ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

### ОСОБЛИВОСТІ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН У РЕГІОНАХ АЗЕРБАЙДЖАНА

**КАЩЕЕВА В. Ю.**

*кандидат технічних наук,  
доцент кафедри фінансів*

**ГУСЕЙНОВ ІМРАН**

*магістр*

*Національний аерокосмічний університет  
імені М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»  
м. Харків, Україна*

---

Удосконалення соціально-економічних відносин у державі і регіонах та регіональна проблематика набули останнім часом пріоритетного значення у сфері державної регіональної політики.

Одним з основним завдань регіональної політики є зменшення дисбалансів у рівнях соціально-економічного розвитку регіонів. Це пов'язано з тим, що доходи держави розподілено нерівномірно у її регіонах і тому виникає необхідність у фінансовій підтримці місцевих бюджетів із відносно слабшою доходною частиною [1].

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку Азербайджанської Республіки вдосконалення бюджетного процесу є пріоритетним напрямком державної бюджетної політики. Необхідність успішного і стабільного розвитку країни вимагає довгостроковості бюджетів, орієнтованих на результат [2].

Бюджетним законодавством Азербайджанської Республіки передбачено, що всі бюджети, що входять до бюджетної системи країни, взаємопов'язані в рамках міжбюджетних відносин.

Міжбюджетні відносини – це відносини між органами державної влади Азербайджанської Республіки, органами місцевого самоврядування, пов'язані з формуванням і використанням відповідних бюджетів.

Міжбюджетні відносини Азербайджанської Республіки ґрунтуються на наступних принципах:

- розподілу і закріплення видатків бюджетів за певним рівням бюджетної системи Азербайджанської Республіки;
- закріплення на постійній основі і розподіл по тимчасовим нормативам регулюючих доходів за рівнями бюджетної системи Азербайджанської Республіки;
- вирівнювання рівнів мінімальної бюджетної забезпеченості всіх бюджетів і муніципальних утворень;



– рівність всіх бюджетів Азербайджанської Республіки – у взаєминах з державним бюджетом, рівність місцевих бюджетів у взаєминах з бюджетами інших рівнів.

Аналіз бюджетних доходів економіко-географічних районів Азербайджана вказує на те, що забезпеченість бюджетними доходами на душу населення до трансфертного вирівнювання нерівномірна.

До виділення трансфертів на одного жителя Баку виділено 3274,9 манат бюджетних доходів, тоді як в Апшеронському економіко-географічному районі на одного жителя виділено 262, манат бюджетних доходів, в Гянджа-Газагхському економіко-географічному районі – 99,12 манат, в Шеки-Загатальському економіко-географічному районі – 100,2 манат, в Губинско-Хачмазському – 102,96 манат, в Аранському – 109,68 манат. І найменша кількість доходів бюджету на одного жителя виділяється в таких регіонах: в Ленкоранському – 60,12 манат, в Карабахському – 36,84 манат, в Кельбаджар-Лачинському – 39,84 манат, в Горно-Ширванському – 73,8 манат.

Після трансфертного вирівнювання в середньому на одного жителя Азербайджану доводиться 205,92 манат. При цьому, в деяких регіонах цей рівень перевищується, а саме у Апшеронському економіко-географічному районі – 239,4 манат бюджетних доходів, в Гянджа-Газагхському економіко-географічному районі – 257,5 манат, в Шеки-Загатальському економіко-географічному районі – 253,2 манат, в Губинско-Хачмазському – 224,64 манат, в Аранському – 121,76 манат, в Кельбаджар-Лачинському – 317,88 манат, в Горно-Ширванському – 248,16 манат. А, наприклад, у Баку і в Ленкоранському районі ця сума нижче ніж у середньому по країні.

Районами донорами є місто Баку і Апшеронський економіко-географічний район. В цілому місто Баку передає до держбюджету близько 95% своїх бюджетних доходів, а Апшеронський економіко-географічний район близько 12%. Також деякі регіони Апшеронського економіко-географічного району є дотаційними, і з урахуванням цього даний район є дотаційним на 9%. Всі інші 8 економіко-географічних районів є дотаційними.

Таким чином, фінансове вирівнювання в країні проводиться нерівномірно і не стимулює економічно сильні райони нарощувати власні доходи своїх бюджетів. З двох районів до державного бюджету передається 86% доходів, тоді як в дотаційні регіони цих коштів надходить тільки 13,5%, інші 86,5% лишаються у держбюджеті. Отже, в даний час в Азербайджанській Республіці серйозних перетворень вимагає вдосконалення бюджетного процесу і міжбюджетних відносин. Незважаючи на певне вдосконалення, проведені останнім часом, що склалася система міжбюджетних відносин все ще не відповідає основоположним принципам бюджетного централізму і стратегії розвитку країни.

### **Література:**

1. Тофанюк О.В. Сучасні проблеми регіонального розвитку в Україні: шляхи подолання депресивності та застосування механізмів державно-приватного партнерства [Текст]: монографія / О.В. Тофанюк, Т.В. Момот, Ю.В. Ткаченко. – Харків: «Дв. служба», 2011. – 294 с.

2. Беглеров Р. Р. Організація та вдосконалення бюджетного процесу [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міністерства освіти Азербайджану. – Режим доступу: [http://unec.edu.az/application/uploads/2015/12/beylerov\\_rufat.pdf](http://unec.edu.az/application/uploads/2015/12/beylerov_rufat.pdf)
3. Адміністративно – територіальний поділ Азербайджану [Електронний ресурс] / Вікіпедія. – Режим доступу: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Административно-территориальное\\_деление\\_Азербайджана](https://ru.wikipedia.org/wiki/Административно-территориальное_деление_Азербайджана)
4. Місцеві доходи та видатки [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міністерства фінансів Азербайджана. – Режим доступу: <http://www.maliyye.gov.az/en>

## **АНАЛІЗ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

**МАЗУР А. Б.**

*асистент кафедри менеджменту  
і публічного адміністрування*

*Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова  
м. Харків, Україна*

---

Для ефективного функціонування економіки в регіоні на даний час необхідно насамперед дослідити існуючі методичні підходи до визначення рівня економічного розвитку регіонів України, а також розробити та впровадити нові механізми стимулювання розвитку територій шляхом усунення диспропорцій в національному економічному просторі, вирішенню складних регіональних проблем, створенню умов для стійкого розвитку всіх регіонів і країни в цілому.

Розробка концептуальних підходів і практичного алгоритму формування ефективної регіональної політики, а також вдосконалення практики її реалізації є актуальною і важливою проблемою, вирішення якої допоможе створити міцні основи для розвитку стабільної економіки України і її регіонів.

Різноманіття існуючих методик відображає відмінність цілей дослідження економічного розвитку регіону. В своїй сукупності вони дозволяють з різних сторін охарактеризувати стан і динаміку соціально-економічного розвитку території, виявити закономірності, діагностувати проблеми і розробити варіанти їх вирішення.

На погляд Герасимчука З.В. та Галушак В.Л., рівень соціально-економічного розвитку регіонів значною мірою залежить від темпів та пропорцій інвестицій у пріоритетні галузі та виробництво певного регіону, поточного рівня інфляції як в конкретному регіоні так і в країні, демографічних процесів, що відбуваються в регіонах, середньомісячної заробітної плати, навантаження на одне вільне робоче місце, вартості наборів найважливіших продуктів харчування у заробітній платі та ін., що в свою чергу впливає на якість життя населення того чи іншого регіону. Показником, що найкраще віддзеркалює розподіл коштів у бюджетній системі між окремими видами бюджетів регіонів,

є рівень середньодушових видатків місцевих бюджетів. Відмінності соціального стану регіонів доцільно, на погляд авторів, згладжувати через державні системи горизонтального та вертикального вирівнювання за допомогою таких фінансових важелів – компенсаційні виплати, дотації, субвенції, субсидії, податкові пільги тощо. Стимування інфляційних процесів у регіонах можна реалізовувати через врегулювання міжбюджетних відносин [1, с. 192].

За останні роки вітчизняними та закордонними вченими накопичений багатий досвід розробки методик аналізу соціально-економічного розвитку регіонів. Необхідно більш докладніше розглянути деякі з них:

1. Методика оцінки економічного потенціалу регіону – виділення різних потенціалів (ресурсний, фінансовий, екологічний, організаційний, інноваційний потенціал, потенціал якості життя та ін.), їх аналіз та оцінку на основі даних наборів показників. Одним з представників, що займався дослідженням методик оцінки економічного потенціалу регіону є О.М. Тищенко, який розробив методику інтегральної оцінки ефективності використання економічного потенціалу регіону з урахуванням впливу складових його елементів, яка ґрунтується на використанні методів таксономічного аналізу та моделі еластичності. В основу цього методу покладено розрахунки впливу різних ознак інвестиційного, інноваційного, природно-ресурсного, трудового потенціалів та інтегральної оцінки ефективності використання економічного потенціалу регіону [7, с. 264]. Після вивчення цього методу можна зробити висновок, що він достатньо складний та потребує спеціальних знань із математики.

2. Методика виділення депресивних і відсталих регіонів – формування певного набору індикаторів соціально-економічної обстановки в регіоні (бажано мінімального набору), побудова інтегральних оцінок положення регіонів і порівняння їх за цими оцінками. В результаті дослідження соціально-економічної, екологічної, демографічної, регіональної, галузевої депресивності України, Заставний Ф.Д. [3, с. 156] зазначає, що Україна є однією з найдепресивніших держав Європи, адже у країні простежується велика внутрішньотериторіальна диференціація рівнів депресивності, кожен регіон має суто індивідуальний рівень депресивності та її покомпонентну структуру. Депресивним регіонам необхідна фінансова підтримка для розвитку, тому виникає потреба в розробці ефективного механізму бюджетного регулювання, що дозволить подолати не лише регіональні нерівності а й вивести регіон зі стану небезпеки, забезпечити соціально-економічну безпеку та визначити можливості подальшого розвитку.

3. Методика кількісного аналізу структурних зрушень – припускають оцінку ступеня зміни галузевої структури, оцінку індексу структурних зрушень, формування балансових моделей оцінки узагальнюючого показника структурних зрушень та ін. Структурними зрушеннями в економіці називають структурні зміни, які обумовлюють якісне перетворення характеристик економічної системи, що відображені в кількісних показниках [4, с. 36]. Тобто змістовні характеристики цієї економічної категорії обумовлені відповідними змінами певних кількісних і якісних параметрів, а також умов функціонування господарюючих суб'єктів.

4. Методика оцінки соціально-економічної конкурентоспроможності регіону – визначення рангу територіального утворення регіону, а також оцінка його потенціалу. Представниками цієї методики є Журба І.Є. [2, с. 47], Кузьмін О.Є. [5, с. 187], Реутов В.Є. [6, с. 54], які в основу підходу заклали систему різнопланових показників, які зводяться в інтегральний індекс конкурентоспроможності регіону. Це дозволяє, в свою чергу, здійснити порівняльну характеристику регіонів країни за рівнем конкурентоспроможності. Для оцінювання ефективності використання конкурентних переваг регіону, рівня людського розвитку та рівня зовнішньоекономічної відкритості доцільно використовувати кількісні методи. Інтегральну оцінку шляхом зведення різнопланових показників конкурентоспроможності регіонів країни слід здійснювати, використовуючи індексний метод розрахунку. Для групування регіонів за рівнем конкурентоспроможності застосовується кластерний метод аналізу.

Наведені приклади свідчать про існуючі відмінності в складі системи показників та методику оцінки економічного стану розвитку регіонів. У зв'язку з вищевикладеним доцільно зауважити, що назріла необхідність створення нової методики з принципово новим підходом, регіональних коефіцієнтів, що дозволяють наблизити інтерпретацію результатів до особливостей регіону.

При визначенні рівня економічного розвитку регіону необхідно враховувати наступні основні принципи:

- достовірність вихідних даних при виборі базових показників регіонального розвитку;
- комплексність оцінки має приймати до уваги найважливіші складові показників рівня економічного розвитку регіонів;
- системність оцінки передбачає взаємозв'язок базових показників і характеристик розвитку регіонів;
- інформативність результатів оцінки рівня розвитку регіонів забезпечує можливість прийняття оптимальних рішень на регіональному рівні державного управління;
- поєднання загальноекономічних індикаторів з показниками результатів діяльності органів державної влади суб'єктів України за рішенням найважливіших соціальних і економічних проблем.

Методичний підхід до визначення рівня економічного розвитку регіонів має базуватися на аналізі існуючих методичних підходів та використанні в них часткових показників оцінки соціально-економічного розвитку регіону, а також доцільно врахувати позитивні й негативні сторони методичних підходів, а саме:

- для оцінки економічного розвитку доречно використовувати такі статистичні методи як коефіцієнт варіації, дисперсію, середньоквадратичне відхилення, а також методи групування, стандартизації показників, визначення сумарних та інтегральних показників тощо;
- більшість методичних підходів оцінки розвитку економічного розвитку регіонів базуються на використанні інструментарію визначення інтегральної оцінки за різними показниками, які об'єднані у певні підгрупи, що характеризують багатоаспектні процеси економічного розвитку. Інтегральний показник розраховується або за допомогою коефіцієнтів вагомості, з урахуванням

думки експертів, або за рахунок встановлення відхилення нормованих значень часткових показників від еталонного, за який частіше за все приймається максимальне значення часткового показника в певному регіоні;

– після оцінки стану економічного розвитку в регіоні, для розроблення подальших варіантів розвитку, з врахуванням регіональної специфіки й впливу зовнішніх факторів, прийняття управлінських рішень, особливе місце займає використання методів економіко-математичного моделювання, що дозволяє мінімізувати витрати праці й часу при обробленні параметрів економічного розвитку регіонів шляхом групування їх показників, залежно від отриманого значення індексу економічного розвитку регіону.

### **Література:**

1. Герасимчук З.В. Політика розвитку проблемних регіонів: методологічні засади формування та реалізації: [монографія] / З.В. Герасимчук, В.Л. Галушак. – Луцьк: Надстир'я, 2006. – 246 с.
2. Журба І.Є. Конкурентоспроможність регіону: суть, методи оцінки, сучасний стан // Економіка підприємства. – 2005. – № 3. – С. 45–49.
3. Заставний Ф.Д. Проблеми депресивності в Україні (соціально-економічної, екологічної, демографічної): [монографія] / Ф.Д. Заставний. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. – 348 с.
4. Кобзистий М.О. Інституціональні умови реалізації структурних зрушень у трансформаційній економіці / М.О. Кобзистий // Науково-технічна інформація. – 2005. – № 2. – С. 34-38.
5. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
6. Реутов В.Є. Міжнародна конкурентоспроможність регіону: сутність, методи оцінювання // Економіка та держава. – 2006. – № 4. – С. 52-54.
7. Тищенко О.М. Оцінка ефективності використання економічного потенціалу / О.М. Тищенко. – Київ: ВНТУ, 2004. – 350 с.

## **СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ КОМПЛЕКСІВ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

### **ОБОЛЕНЦЕВА Л. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
завідувач кафедри туризму і готельного господарства*

*Харківський національний університет міського  
господарства імені О. М. Бекетова  
м. Харків, Україна*

---

Сьогодні економічне зростання України неможливе без всебічного включення у міжнародний поділ праці за рахунок стимулювання розвитку потенційно конкурентоспроможних на світовому ринку галузей промисловості. Значним чинником економічного розвитку промисловості є спроможність вітчизняних промислових комплексів своєчасно реагувати на економічні,

технічні і інформаційні зміни, що відбуваються в світі під впливом економічної інтернаціоналізації.

Динамічність сучасного середовища, у якому функціонують підприємства, вимагає від них швидко реагувати на зміни, приймаючи оперативні рішення, розробляючи й коригуючи тактичні дії та стратегічні наміри. Питання забезпечення конкурентоспроможності підприємств промислового комплексу в сучасних умовах економічної глобалізації вважаються актуальною проблемою національного господарства України. Для ефективного вирішення цієї проблеми має бути досягнутий відповідний рівень якості промислової продукції з урахуванням витрат щодо його забезпечення.

У науковій літературі є різні погляди щодо змісту таких понять, як «комплексний розвиток промисловості» та «промисловий комплекс». У процесі визначення та інтерпретації потрібно враховувати той факт, що в основі комплексоутворення лежить поділ праці, зокрема його міжгалузева і просторова форми. Оскільки суспільний поділ праці властивий усім формаціям і постійно поглиблюється, то відбуваються зміни і в комплексоутворенні. Отже, комплексний розвиток галузей народного господарства і зокрема промисловості – це один з головних напрямів суспільного поділу праці, що виявляється в різних формах [1, с. 370].

Сучасний світовий розвиток продуктивних сил характеризується істотним посиленням внутрішньо- та міжрегіональної інтеграції. Внутрішньорегіональна інтеграція, що зумовлена географічною цілісністю регіону, розвивається переважно на основі економічних взаємозв'язків між усіма елементами його господарського комплексу. Внаслідок цього формується цілісна інтегрована господарська система або єдиний регіональний економічний простір. Міжрегіональна економічна інтеграція розвивається на базі територіального поділу праці, оскільки спеціалізація регіонів, їх певне територіальне відокремлення потребує встановлення й поглиблення економічних міжрегіональних зв'язків [2, с. 121].

Методологічною основою управління конкурентоспроможністю є концептуальні положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема – ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів, зокрема – процесного, системного, ситуаційного.

В останні роки спостерігається низка негативних тенденцій і проблем, що становлять перешкоду в забезпеченні конкурентоспроможності промислових комплексів в умовах зони вільної торгівлі між Україною та ЄС. Вплив на регіональну конкурентоспроможність промисловості, за умов створення зони вільної торгівлі з країнами ЄС, наряду з наявністю природно-ресурсного, виробничого, трудового потенціалу, мають чинники зовнішньої дії (рівень соціально-економічного розвитку регіонів, національно-культурні особливості та економічні інтереси). Тому особливо важливим є зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, регіонів і країни загалом до впливу як внутрішніх, так і зовнішніх чинників.

Виокремлюють зовнішні та внутрішні фактори впливу на процес управління конкурентоспроможністю. До внутрішніх факторів відносять наступні: організаційно-правова форма та структура суб'єкту господарювання, рівень науково-технічного розвитку виробництва, рівень освіченості та кваліфікації персоналу, діловий імідж. Проте не менший вплив на конкурентоспроможність суб'єкту господарювання мають зовнішні фактори, які вже, на відміну від внутрішніх, не підконтрольні суб'єкту господарювання. Серед них виокремлюють такі: стан ринку товарів, технологій, робочої сили, науково-технічний розвиток, ступінь державного регулювання [3, с. 45].

З метою підвищення конкурентоспроможності галузей вітчизняної економіки та окремих підприємств на рівні регіонів країни державі необхідно спрямовувати свої зусилля на стимулювання впровадження інновацій та високих технологій, реструктуризацію та підвищення ефективності вітчизняного виробництва, удосконалення нормативно-правового регулювання природних монополій. В Україні є необхідність придбати нові технологічні засоби, також активізувати інноваційну діяльність можна завдяки поєднанню можливостей освіти і науки, з одного боку, виробництва та бізнесу – з іншого.

В результаті проведеного дослідження, можна вважати, що на сучасному етапі розвитку економіки України та її регіонів, вагомим фактором її оздоровлення може стати підвищення конкурентоспроможності промислових комплексів регіону на основі освоєння сучасних методів управління. Управління конкурентоспроможністю промислового комплексу регіону на основі науково-обґрунтованих підходів сприятиме покращенню стану промисловості та підвищенню соціально-економічного рівня регіональних систем. Підводячи підсумки можна дійти висновку, що для підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю промисловості регіонів України необхідно розробити дієві регіональні стратегії розвитку промислових комплексів та механізми управління їх конкурентоспроможністю.

### Література

1. Географія промислових комплексів: підручник для вузів / Степан Іванович Іщук, Олександр Віталійович Гладкий. – Київ: Знання, 2011. – 375 с.: карт.; табл.; схеми. – (Вища освіта XXI століття). – Бібліогр.: С. 357-362. (67 назв). – На укр. яз. – ISBN 978-966-346-863-1
2. Розміщення продуктивних сил України: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / С. І. Дорогунцов, Ю. І. Пітюренко, Я. Б. Олійник та ін. – К.: КНЕУ, 2000. – 364 с. ISBN 966-574-049-0
3. Костусєв О. Конкурентне середовище в Україні: стан та тенденції розвитку / О. Костусєв, М. Пугачова // Конкуренція. – 2007. – № 4. – 114 с.

## СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

### СУЧАСНІ ГЕОІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТАХ

**КОЛГАНОВА І. Г.**

*асистент кафедри землевпорядного проектування*

**СМІТЮХ А. А.**

*студентка факультету землевпорядкування*

*Національний університет біоресурсів*

*і природокористування України*

*м. Київ, Україна*

---

Революція в області комунікацій і інформатизації підготувала зміну світогляду людини. Масова комп'ютеризація, розвиток і впровадження новітніх інформаційних технологій призвели до вражаючого ривка провідних країн світу в сферах освіти, наукових досліджень, економіки, соціального життя. Інформація перетворилася в глобальний, невичерпний ресурс людства, яке вступило в нову епоху розвитку – епоху інформаційної цивілізації. Завдяки цим процесам відбувається бурхливий розвиток військової справи. З'являються нові види озброєння, засновані на застосуванні інформаційних технологій, які дозволяють вести неконтактні бойові дії. Розвиваються засоби розвідки, автоматизовані системи управління військами та зброєю.

У зв'язку із суттєвим підвищенням ролі інформації та поширенням напрямків її застосування в сучасних війнах і конфліктах провідні держави світу постійну увагу приділяють підвищенню інформаційно-технологічного рівня власних збройних сил (ЗС). Це досягається шляхом створення військових інформаційних систем різного призначення, важливою складовою яких є засоби обробки цифрової інформації про місцевість у взаємодії з різноманітними даними про противника та свої війська. Глобальною метою на цьому шляху є створення єдиної для ЗС інтегральної системи автоматизованого керування, контролю, зв'язку, розвідки [1].

Досвід зарубіжних держав свідчить, що застосування геоінформаційних систем дозволяє більш точно і оперативно вирішувати більшість завдань як повсякденної діяльності військ, так і планування та ведення бойових дій. Ефективність сучасних збройних сил значною мірою залежить від рівня їх інформатизації – насиченості на всіх рівнях управління комп'ютерами і засобами комунікації, базами даних і електронними носіями інформації, а також уміння всіх військовослужбовців ефективно використовувати всі ці засоби. ГІС дає можливість створювати інформаційні продукти, які відображають інформацію, що точно відповідає потребам користувача. Крім того, ГІС дають нові можливості візуалізації картографічної інформації, яка недоступна для паперових карт. Тривимірне відображення місцевості з



конкретної точки місцезнаходження спостерігача або віртуальний обліт місцевості з нанесеною бойовою обстановкою, дасть більш повне розуміння задачі командирові будь-якої ланки, ніж просто паперова карта з нанесеними на ній об'єктами [6].

Військові фахівці розвинутих країн світу наполегливо працюють над розробкою та впровадженням нових концепцій ведення операцій. Впровадження ІТ дозволяє суттєво поширити можливості з розробки таких концепцій.

Серед концепцій, що засновані на застосуванні «жорсткої сили», найбільш показовими є так звана «Мережевоцентрична концепція ведення бойових дій», що розроблена американськими фахівцями, та концепція «Інтегрованого бойового простору», що запропонована військовими фахівцями Великої Британії. «Мережевоцентрична концепція ведення бойових дій» у сполученні з застосуванням високоточної зброї, що вперше використана американцями і їхніми союзниками в останній операції в Іраку, фактично зробила справжню революцію у військовій справі, увібравши в себе всі досягнення військового мистецтва. Ця концепція, наочно продемонструвала високу ефективність ведення бойових дій на основі розширення інформаційного простору і зменшення циклу управління (зменшення часу для ураження цілей) [7].

Іншою особливістю цієї концепції є те, що американські офіцери більше не малюють карт і не передають бойові повідомлення по радіо. В останній війні в Іраку вони вперше використали нову розподілену інформаційну систему бойового управління FBCB (Force XXI Battle Command Brigade or Below), що охоплює рівень бригади, батальйону і роти. Інформаційна система збирає і розподіляє дані, що надходять від усіх джерел розвідувальної інформації: супутника, літака, вертольота, танка, БМП і навіть окремого піхотинця. Для проведення телеконференцій у режимі цифрового відеопотоку з місця бойових дій була розгорнута спеціальна система з 30 могутніх серверів – Battlefield Video Teleconference, розроблена фахівцями General Dynamics Corp. Для оперативного закритого обміну інформацією між частинами, підрозділами та окремими екіпажами на марші (метеозведення, розвідувальні повідомлення, накази та ін.) використовується система передачі даних DMS (Defense Message System), що працює на основі ресурсів глобальної мультимедійної мережі Пентагону (Defense Information Systems Network). Для зручності користувачів формат повідомлень DMS наближений до звичної пошти Outlook, і дозволяє відправляти і одержувати повідомлення з вкладеннями, що мають гриф «Таємно» і «Цілком таємно». У випадку захоплення супротивником обладнання передбачено режим дистанційного знищення ключів і програм для шифрування повідомлень [6].

Госпіталі оснащуються сучасними інформаційними і телекомунікаційними системами, що дозволяють оперативно проводити обстеження вже в перші і самі дорогоцінні хвилини після поранення, робити рентген і одержувати знімки ще до надходження поранених, готувати все необхідне для хірургічного лікування. Лікарі і персонал мають у своєму розпорядженні портативні супутникові станції, ноутбуки і спеціальне діагностичне устаткування, що транспортується на поле бою для проведення обстеження. Усі дані про стан здоров'я, проведене хірургічне і медикаментозне лікування заносяться в базу даних, що має захист від несанкціонованого доступу. Ця система сполучена з

іншою тиловою транспортною системою, що дозволяє командирам стежити не тільки за станом поранених бійців, але і їхньою подальшою долею [3].

Таким чином, це принципово нова стратегія і тактика ведення бойових дій, що коаліція змогла продемонструвати усьому світу, насамперед завдяки новим інформаційним і мережним технологіям.

У порівнянні зі збройними силами провідних країн світу теперішній стан забезпечення Збройних Сил України інформацією про місцевість і об'єкти на ній характеризується недостатнім використанням величезних можливостей інформаційних технологій в процесах створення і обробки геопросторової інформації. Тому необхідно прискорити процес впровадження ГІС як для військових інформаційних систем нового покоління, так і для вирішення завдань геоінформаційного забезпечення Сухопутних військ (СВ). Постійне збільшення об'єму потрібної інформації та зменшення часу на прийняття рішення обумовлює актуальність задачі, для вирішення якої необхідно розробляти геоінформаційні системи і використовувати їх при плануванні та управлінні бойовими діями.

Для отримання перемоги в конфлікті не обов'язково знищувати угруповання військ, руйнувати економіку держави. Достатньо вивести з ладу фінансову, енергетичну, транспортну системи, паралізувати економіку держави, підкріпити це політичною ізоляцією – і держава паралізується, військові формування втрачають боєздатність. Цього можна добитися через дії в комп'ютерних мережах, за допомогою яких здійснюється управління вказаними системами. Для цього використовується інформаційна зброя, яка являє собою сукупність спеціально організованої інформації та інформаційних технологій, що дозволяють цілеспрямовано знищувати, копіювати, блокувати інформацію, блокувати системи захисту, обмежувати допуск законних користувачів, здійснювати дезінформацію, руйнувати функціонування носіїв інформації, дезорганізовувати роботу комп'ютерних систем та інформаційно-обчислювальних мереж, і що застосовується у ході інформаційної боротьби (війни) для досягнення поставлених цілей [2].

Таким чином, новітні інформаційні технології сьогодні із фактора забезпечення управлінської діяльності перетворюються в системоутворюючий фактор сучасної військової боротьби. Завдяки їх використанню суттєво поширюється кількість сценаріїв розв'язування і ведення збройних конфліктів з детальним плануванням і прогнозуванням їх наслідків у всіх галузях (політичній, економічній, воєнній тощо). Вони дозволяють досягнути якісно нового етапу розвитку воєнного мистецтва – переходу від управління військами в ході збройного конфлікту до управління конфліктом у цілому.

### **Література:**

1. Перспективи застосування інформаційних технологій в збройній боротьбі. Аналітичний матеріал кафедри інформатизації штабів. – Київ: НАОУ, 2003. – 20 с.
2. Михайленко О.П. Геопросторові технології в інформаційному забезпеченні Збройних Сил України / О. Михайленко, М. Попов, О. Порхун // Наука і оборона. – 2000. – № 2 – С. 31-40.
3. Червокнижний О.А. Автоматизована картографічна система військового призначення / О. Червокнижний // Науковий збірник «Труди академії» – К.: НАО України. – 2002 – № 40 – С. 11-46.

4. Геоінформаційні системи у військових задачах. Другий науково-технічний семінар 21-22 січня 2011 року. – Львів: АСВ, 2011. – 272 с.
5. Геоінформаційні системи та інформаційні технології у військових і спеціальних задачах. Збірка матер., статей, доповідей і тез III НПС. – Львів: АСВ, 2012. – 294 с.
6. Коцюба В. Особливості забезпечення збройних сил провідних країн світу вихідними топогеодезичними даними у збройних конфліктах останніх десятиліть / В. Коцюба, О. Федченко // Системи озброєння і військова техніка. – 2010. – № 3(23). – С. 48-56.
7. Попов М.О. ГІС-технології у військових інформаційних системах / М.О. Попов, Є.С. Серединін, О.А. Порхун // Вісник геодезії та картографії. – 2000. – № 2. – С. 45-48.

## СЕКЦІЯ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

### ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

**ДЮКАРЕВА Д. О.**

*студентка*

**КОЖЕМЯЧЕНКО О. О.**

*старший викладач кафедри економіки та підприємництва*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут*

*імені Ігоря Сікорського»*

*м. Київ, Україна*

---

Конституцією України гарантується безоплатне надання медичних послуг громадянам. Проте очевидним є той факт, що виконання цієї конституційної норми виключно бюджетним коштом є неможливим. Встановлення загальнообов'язкового медичного страхування даватиме змогу збільшити фінансові надходження до галузі охорони здоров'я в межах законодавства, оптимізувати їх використання, надаватиме гарантію фахової, високоякісної медичної допомоги громадянам, а також сприятиме заохоченню добровільного страхування [1; 2].

Питанням обов'язкового державного медичного страхування, займалися вчені С. Котова, Н.А. враменко, Л. Новосельська, В. Стеценко та ін.

Об'єктом дослідження загальнообов'язкове соціальне медичне страхування, предметом – механізм його впровадження.

Метою дослідження є визначення проблем впровадження загальнообов'язкового соціального медичного страхування.

Основні принципи медичного страхування полягають у наступному:

- фінанси на медичну підтримку жителів України формуватимуться завдяки цільовим страховим внескам;
- правові відносини учасників формуються і регулюються на договірній основі;
- всі страхові випадки будуть профінансовані коштами, які накопичуються в фондах обов'язкового державного соціального медичного страхування.
- Впровадження такого виду страхування породжуватиме здорову конкуренцію медичних установ [3].

Попри це, Закон про загальнообов'язкове соціальне медичне страхування не вступив у дію через низку дискусійних питань:

1. Статтями розробленого проекту точно та зрозуміло не визначено, як саме надаватиметься медична допомога та послуги, сам процес страхування. Не дається пояснення, як мають відбуватися відносини між створеним страховим

механізмом та структурами, які вже існують та діють в межах нинішньої медицини, волонтерських організацій, у першу чергу з лікарняними касами.

2. Застерігає розв'язання таких важливих питань, як доведення до ладу наявних закладів охорони здоров'я, де надаватимуться медичні послуги, консультації та інше. Ці заклади, згідно розробленому законопроекту, стануть суб'єктами загальнообов'язкового державного медстрахування після проходження певних перевірок та отримання акредитації. Проблема постає в тому, що у законопроекті вони описані надто загально, дають підстави для сумніву щодо перспективи реконструкції чинних медичних закладів.

3. На нашу думку, у законопроекті необхідно більш конкретно врегулювати найважливіші для сфери взаємовідносин питання, а саме форму та розміри вкладів на страхування, порядок використання страхових грошових надходжень та процедуру сплати, перевірку дій страховиків та саме функціонування системи, нагляд за якістю наданої допомоги, відповідальність тих, хто надаватиме цю допомогу громадянам України, схема взаємодії учасників системи загальнообов'язкового соціального медичного страхування.

4. Чітко не вирішена основна проблема, а саме величина медичного страхування (забезпечення) всіх членів суспільства. Згідно законопроекту визначається, що витрати на страхування будуть зазначені у договорі, але надалі передбачається лише те, що Програма загальнообов'язкового соціального медстрахування включає тільки мінімум медпослуг, виробів для медичного використання та лікарських засобів, що призначаються медичними закладами особам, які оформили страхування, шляхом страхових виплат, які здійснюються страховиками і включає: список медичних послуг, виробів мед призначення, лікарських засобів. Також передбачається розробка такої Програми терміном на три роки яка буде затверджуватися Кабінетом Міністрів України. Було запропоновано визначити також і розмір страхового платежу ВРУ, погоджуючи його з Кабінетом Міністрів. Тобто така схема забезпечуватиме непередбачуваність і не сприятиме стабільному правовому регулюванню відносин.

5. Досить вагомим є те, що громадянам медична допомога та послуги надаватимуться на різному рівні, зважаючи на те, що сплата на страхування буде однаковою для всіх, також кваліфікація лікарів у великих містах та в селах різна, що також негативно впливатиме на саму схему механізму, це може призвести до конфліктів громадян через несправедливе визначення умов надання допомоги та послуг [4].

Внаслідок проведеного дослідження виявлено низку проблем, які потребують системного рішення, а саме: створення законодавчої бази; встановлення балансу між обсягами потрібних медичних послуг та фінансуванням страхування.

### **Література:**

1. Аптека. Online.ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/381066>

2. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне медичне страхування в Україні»/Народний депутат України Богомолець О.В. / (посвідчення № 067)
3. Висновок на проект Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне медичне страхування в Україні»/ До № 4981-2 від 02.08.16 р. / О. Богомолець. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=59862](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=59862)

## **ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА**

**ЖОВНІР С. М.**

*кандидат географічних наук,  
старший науковий співробітник  
відділу соціально-економічних проблем праці  
Інститут економіки та прогнозування  
Національної академії наук України  
м. Київ, Україна*

---

Характер і глибина світових суспільно-економічних процесів дозволяють говорити про те, що у географічному просторі відбувається реструктуризація глобального масштабу, формуються якісно нові, багатовимірні типи світо-господарських зв'язків і взаємозалежностей, що водночас відкривають перспективи якісного зростання і породжують новітні загрози людству.

Визначальними чинниками трансформації сучасного світу виступають науково-технічна революція, глобалізація і міжнародний географічний поділ праці, загострення фундаментальних суперечностей між сформованими системами цінностей, діяльність транснаціональних корпорацій, мілітаризація, загострення глобальних проблем людства. Вступаючи у взаємодію, ці чинники різновекторно впливають на стан соціуму та його мобільність, трансформацію територіальної структури господарства, посилюють невизначеність, непередбачуваність, раптовість, радикальність змін.

Динамічні трансформації в Україні є об'єктивним відображенням глобалізації та інтернаціоналізації економічних, фінансових, політичних та суспільних відносин. Підтвердженням і наочним проявом цього є структурні зміни основних макроекономічних показників у часі відповідно світовим тенденціям. Глобальний суспільно-економічний процес утвердження сфери послуг як найперспективнішої сфери ділової активності обумовлює поступове збільшення частки зайнятих у сфері послуг у структурі зайнятості населення.

За даними Світового банку [1], з 1995 р. по 2017 р. частка сфери послуг у структурі зайнятості у світі зросла на 15,2% й нині становить понад 51% зайнятих. В країнах Євросоюзу цей показник ще більший – близько 72%. В Україні за цей період зайнятість у сфері послуг зросла з 43% до 60%, що на рівні таких країн-сусідів, як Словаччина, Польща, Чехія. Разом з тим, за цим показником Україна ще не наблизилась до рівня найрозвинутіших країн світу, у

яких домінування сфери послуг у структурі економік є беззаперечним, а зайнятість у сфері послуг доходить до 80%. Тому можна із впевненістю говорити, що український ринок послуг має великі потенційні можливості для створення нових робочих місць і залучення економічно активного населення.

На трансформацію ринку праці України усе потужніше впливають міжнародні процеси злиттів та поглинань (M&A), які протягом тривалого часу залишаються найважливішою стратегією розвитку процесів концентрації капіталу у світовій економіці. Найбільш активним з точки зору M&A в Україні є аграрний сектор, насамперед, рослинництво та інфраструктура агробізнесу, а також сектор ІТ, де відбувається активне залучення інвестицій під нові проекти і консолідація ринку. Надалі найбільшу M&A-активність в Україні варто очікувати в агросекторі, сфері переробки, ІТ-сфері, фармацевтиці, медицині, ритейлі, адже у цих галузях зберігається значний потенціал для концентрації бізнесу. При цьому пріоритетним є розвиток експортоорієнтованого виробництва.

Позиціонування країн світу у глобальній економіці визначається на основі рейтингових досліджень, зокрема, шляхом комплексної оцінки макроекономічних і мікроекономічних показників, які визначають рівень продуктивності економіки та її довгострокове зростання. В умовах глобальної конкуренції фундаментальною умовою інтеграції України до глобального простору в якості рівноправного учасника міждержавних економічних відносин є забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національної економіки. Під конкурентоспроможністю мається на увазі здатність національної економіки створювати і підтримувати середовище, в якому виникає конкурентоспроможний бізнес.

У щорічній доповіді Всесвітнього економічного форуму у рейтингу глобальної конкурентоспроможності за 2018 р. Україна посіла лише 83-тє місце серед 140 держав світу, включених у дослідження [2]. У цьому ж рейтингу Польща зайняла 37 місце, Росія – 43, Казахстан – 59, Грузія – 66. До першої п'ятірки в рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2018 р. увійшли США, Сінгапур, Німеччина, Швейцарія і Японія. Показово, що ці країни також лідирують за показниками, які характеризують розвиток та ефективність ринку праці. Зокрема, за таким важливим показником, як гнучкість ринку праці, у трійці лідерів – США, Сінгапур і Швейцарія.

Серед негативних факторів для ведення бізнесу в Україні, поряд з інфляцією, корупцією та політичною нестабільністю, традиційно визначають низку факторів, які стосуються функціонування ринку праці. Це недостатня освіченість працівників, недостатня етика працівників, недостатня здатність до інновацій, обмежувальне регулювання ринку праці. Упродовж останніх років Україна займає невисокі позиції за показниками, що характеризують розвиток та ефективність ринку праці, вищу освіту та професійну підготовку, здатність утримувати таланти. Погіршує становище й низька якість охорони здоров'я в країні. Таким чином, послаблення конкурентоспроможності України у світі напряму пов'язане з вадами функціонування національного ринку праці.

Фактор людських ресурсів у системі конкурентоспроможності відіграє одну з провідних ролей, а збереження його потенціалу виступає пріоритетним питанням для держави. Посилення конкурентоспроможності України у світі

напряму пов'язане з удосконаленням функціонування національного ринку праці. Для забезпечення загального зростання економіки країни необхідне поєднання гнучкості ринку праці із захистом працівників.

Натомість держава більше декларує, ніж виконує свої зобов'язання щодо забезпечення рівних прав і можливостей громадян у соціально-трудої сфері. Це підтверджують результати аналітичних досліджень: у вже згаданому рейтингу глобальної конкурентоспроможності за показником «права працівників», який визначає рівень захисту основних міжнародних стандартів праці, Україна знаходиться лише на 97 позиції [2]. В реальності соціальний діалог щодо захисту трудових і соціально-економічних прав працівників, недопущення поширення бідності серед працюючих в нашій країні дуже часто перетворюється на імітацію.

У цьому контексті трудову еміграцію можна розглядати як неконфліктну форму протесту громадян проти відсутності гідної зайнятості, порушення трудових прав, кричущої соціальної нерівності, корумпованості та неефективності влади на всіх рівнях. Як наслідок – Україна поступово втрачає не тільки наукову еліту та висококваліфіковані кадри, які спроможні значно підвищити конкурентоспроможність держави, а й робочу силу взагалі.

Цьому також сприяють трансформації європейського інституційного середовища в умовах побудови конкурентного ринку праці. Перспектива старіння населення країн ЄС фокусує увагу європейців на таких ключових завданнях, як забезпечення загальноєвропейського ринку праці робочою силою і зменшення дисбалансів на ринках праці країн-членів ЄС. З огляду на це, у стратегії соціально-економічного розвитку ЄС на період до 2020 р. «Європа – 2020» [3] особливу увагу акцентовано на географічній мобільності студентів і працівників та створенні умов для їхньої кращої адаптації до змін на ринках праці країн ЄС.

Для забезпечення європейського ринку праці робочою силою розроблені і діють гнучкі схеми імміграції громадян третіх країн і членів їхніх сімей до країн-членів ЄС з метою спрощення їх працевлаштування в якості кваліфікованих працівників. Схеми імміграції створені для таких груп мігрантів, як особливо висококваліфіковані кадри, фахівці дефіцитних професій, інші ключові фахівці вищої кваліфікації, ключові фахівці-індивідуальні підприємці, випускники вищих навчальних закладів з держав, що не входять до складу ЄС.

Деякі держави запроваджують власні програми забезпечення галузей економіки кваліфікованими кадрами з-за кордону. Для прикладу, з жовтня 2016 р. Федеральним міністерством праці та соціальних питань Німеччини і Федеральним агентством зайнятості у співпраці з асоціаціями роботодавців, профспілками та громадськими організаціями започатковано новий пілотний проект RuMa або «Базова модель» – регіональну програму з працевлаштування іноземних фахівців з професійно-технічною освітою на основі бальної системи у федеральній землі Баден-Вюртемберг [4]. За умовами проекту, кваліфікованим працівникам з країн, що не є членами ЄС, значно полегшується доступ до ринку праці Німеччини. Іноземцям надається можливість працювати у регіоні з високою економічною активністю та високим попитом на кваліфікованих робітників у будь-якій сфері за всіма спеціальностями, що не обмежуються так званим «білим списком» професій. Серед завдань проекту –



запропонувати професійну перспективу учасникам програми та інтегрувати їх у нове середовище з високою якістю життя та соціальними стандартами.

Запровадження безвізового режиму між Україною та Євросоюзом дозволяє громадянам України вільно перетинати міждержавні кордони країн ЄС, знаходити вакансії й отримувати дозволи на працевлаштування, використовувати діючі гнучкі схеми імміграції. Сьогодні в Україні формуються тенденції збільшення масштабів короткострокової міграції, посилення відтоку кваліфікованих працівників, індивідуальних підприємців, а також молоді, яка здобула освіту за кордоном. Можна також очікувати посилення тенденції виїзду за кордон членів сімей успішних довгострокових трудових мігрантів з метою возз'єднання сімей.

Дефіцит кваліфікованих кадрів може наростати, насамперед, у таких галузях, як транспорт і логістика, збут, металообробка, машино- і автомобілебудування, енергетика, електротехніка, будівництво та охорона здоров'я. Натомість можливе збільшення притоку на вивільнені вакансії менш освічених і кваліфікованих мігрантів з азійських і африканських країн.

Створення передумов для нарощування експортного потенціалу, інтенсифікація розвитку експортоорієнтованих галузей внаслідок розширення доступу до зовнішніх ринків, зміцнення навичок і компетенцій українського бізнесу є чинниками-стимуляторами залучення України до сучасної світогосподарської системи й переходу на якісно нові засади подальшого соціально-економічного розвитку. Пріоритетний розвиток ІКТ, інвестиції у людський капітал покращать можливості для інновацій, стимулюватимуть динамізм вітчизняного бізнесу і підвищать його конкурентоспроможність.

### **Література:**

1. The World bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/>
2. The Global Competitiveness Report 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/>
3. Communication from the Commission Europe 2020 – A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, COM 2020 of 3 March 2010; European Council Conclusions of 17 June 2010.
4. PuMa – Points-Based Model Project for Foreign Skilled Workers [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://regional-skilled-workers-initiative.de/en/>

## НОТАТКИ

## НОТАТКИ

МАТЕРІАЛИ  
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРІОРИТЕТИ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ  
В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

м. Дніпро  
15 грудня 2018 року

Частина I

---

Ум.-друк. арк. – 7,21.  
Замовлення # 5111-18. Папір офсетний.  
Віддруковано з готових діапозитивів.  
Наклад – 100 прим.

---

Надруковано у малому видавничому центрі  
Наукової економічної організації «Перспектива»  
а/с 5738, 49107, м. Дніпро  
[www.perspektyva.dp.ua](http://www.perspektyva.dp.ua)