

**Міністерство освіти і науки України**

**Донецький національний університет економіки і  
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського**

**Навчально-науковий інститут економіки управління та  
адміністрування**

**Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин**

**СТІЙКИЙ РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ  
ЕКОНОМІКИ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА  
МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**



**МАТЕРІАЛИ  
III МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-  
ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ  
26 квітня 2019 р.**

**Кривий Ріг – 2019**

УДК (330.5+502.131.1):004.773.7

**С80 Стійкий розвиток національної економіки: актуальні проблеми та механізми забезпечення:** матеріали III міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (26 квітня 2019 р.) / м-во освіти і науки України, Донець. нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. – 254 с.

**Організатори конференції та редакційна колегія:**

*Чернега О.Б.* – д.е.н., професор

*Никифоров Р.П.* – к.т.н., доцент

*Кожухова Т.В.* – д.е.н., доцент

*Неізнана О.В.* – к.е.н., доцент

*Бочарова Ю.Г.* – к.е.н., доцент

*Яковенко Ю.В.* – асистент

Матеріали конференції висвітлюють питання, пов'язані з теоретичними і практичними проблемами соціально-економічного розвитку національної економіки та пріоритетами її функціонування.

Рекомендуються викладачам і студентам закладів вищої освіти, науковцям, аспірантам, докторантам і практикам.

*За інформацію, наведену у тезах, несуть відповідальність автори. Водночас, редакційна колегія вважає доцільним їх обговорення у наукових колах. Претензії до організаторів конференції не приймаються. При передруку матеріалів посилання обов'язкове.*

© ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, 2019

© Автори тез, 2019

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ (ФІЛОСОФСЬКІ, ІСТОРИЧНІ, ПРАВОВІ ТА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ)</b>	8
Сало І.А.	Концептуальні основи розвитку ринку плодів в Україні 8
Сас Н.М.	Поняття та особливості освітньої послуги 14
Зеленюк А.А., Брода А.Ю.	Нормативно-правове регулювання в оцінці майна 20
Ременюк А.В.	Правове регулювання ринку фінансових послуг 24
Сидоренко Л.В.	Фінансова стійкість банківських установ та методи її оцінки 28
<b>СЕКЦІЯ 2. МАКРОЕКОНОМІЧНА ДИНАМІКА: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ</b>	33
Зиза О.О., Овсієнко Н.М.	Галузеві особливості концентрації ринку пива України 33
Кондратюк О.М., Петровська О.О. Митрофанова А.С.	Фальсифікація чаю на ринку України 37
Трушкіна Н.В.	Макроекономічні та мікроекономічні фактори розвитку українських підприємств 40
Богун О.Р.	Інтегрована транспортно-логістична система ЄС: актуальні проблеми та пріоритети розвитку 44
Дядюра К.В.	Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України 48
Губанов А.В.	Макроекономічна динаміка, економічне зростання та розвиток 51
	Ефективність капітальних інвестицій та методи її оцінки 54
<b>СЕКЦІЯ 3. РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В АКТИВІЗАЦІЇ ЧИННИКІВ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ</b>	60
Busarievа T.G.	The influence of TNC on the enchancing

	economic growth	60
<b>Рязанова Н.О.</b>	Напрями удосконалення енергетичної політики	63
<b>Кушнір С. О., Зублевська Я.Ю.</b>	Вплив збройних конфліктів в країні на інвестиційний клімат	69
<b>Москаленко К.С.</b>	Індикатори інвестиційної привабливості України	72
<b>Бойко Т.П.</b>	Особливості формування інвестиційної політики АПК на регіональному рівні в контексті стійкого розвитку	77
<b>Гібадуллін О.В.</b>	Визначення поняття та класифікація підприємств торгово-промислової сфери економіки України як об'єкта державного регулювання	82
<b>Мирна Є.В.</b>	Фінансовий механізм і його вплив на соціально-економічний розвиток України	87
<b>Харьков В.В.</b>	Маркетингова діяльність служби зайнятості	95
<b>СЕКЦІЯ 4. МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУСПІЛЬНОГО ДОБРОБУТУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ</b>		100
<b>Лисевич С.Г., Квітка Т.В.</b>	Світові тенденції вищої освіти у світі та Україні	100
<b>Логвиненко Н.І.</b>	Аналіз споживання нафтопродуктів в Україні	103
<b>Мастабай С.С.</b>	Фактори, що перешкоджають інноваційній діяльності підприємств	107
<b>Попова Г.О. Харькова А.О.</b>	Диверсифікація підприємства: мотиви і цілі Сприяння сталого розвитку регіонального ринку праці в контексті діяльності маріупольського міського центру зайнятості	110 114
<b>Яковенко Ю.В., Воробйова Ю.М.</b>	Проблеми і перспективи розвитку міграційних процесів в Україні	120

**СЕКЦІЯ 5. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ В СИСТЕМІ ЦІЛЕЙ  
ТА ЗАВДАНЬ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ  
ЕКОНОМІКИ** 125

<b>Гудзь М.В.</b>	Сучасні імперативи трудової міграції в Україні	125
<b>Ключенко А.В.,</b>	Алгоритм оцінки рекреаційного потенціалу як складова досягнення ефекту синергії в кластерних системах	129
<b>Коджебаш А.П.</b>	Транспортно-логістична система як інструмент відповідального поводження з відходами в Україні	133
<b>Отливанська Г.А.</b>	Продуктивність праці ПРАТ «КИЇВСТАР» та фактори її зростання	138
<b>Новицький Р.О.</b>	Сучасний стан та проблеми формування персоналу на підприємстві	142
<b>Томчук О.В.</b>	Вплив інтелектуального капіталу на підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах інноваційної економіки	146
<b>Шахно А.Ю.,</b>		
<b>Бублик М.І.,</b>		
<b>Тхоренко Д.В.</b>		

**СЕКЦІЯ 6. РОЛЬ МАРКЕТИНГУ І МЕНЕДЖМЕНТУ В  
ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ  
СТАБІЛЬНОСТІ** 151

<b>Пілявський В.І.</b>	Маркетинговий потенціал і його складники на підприємстві	151
<b>Сало І.А.,</b>	Методологічні основи маркетингових досліджень вітчизняного ринку плодів та ягід	155
<b>Попова О.П.</b>		
<b>Попович В.В.</b>	Концепції управління маркетинговою діяльністю підприємств аграрного сектору	160
<b>Отливанська Г.А.</b>	Сучасні вимірники економічної ефективності телекомунікаційного підприємства	163
<b>Галактіонова А.О.</b>		
<b>Елісова А.А.</b>	Фінансування маркетингових досліджень медійних проектів	167
<b>Кулакова К.В.</b>	Маркетинг банківських інновацій	171
<b>Суконнова А.А.</b>	Методи оцінки ступеня ризиків маркетингової стратегії	175

**СЕКЦІЯ 7. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ** 180

<b>Тернов С.А., Лисевич С.Г., Копайгора О.К.</b>	Безробіття серед молоді та шляхи її подолання в Україні	180
<b>Макаренко О.І., Зублевська Я.Ю.</b>	Аналіз впливу макроекономічних показників на економічний розвиток регіонів	182
<b>Ткачова О.К., Власенко А.В.</b>	Інформаційні технології в управлінні підприємствами	187
<b>Хасін В.К.</b>	Закономірності в ціноутворенні олігополістів на ринку з недостатньою інформацією і високою соціальною значимістю	191

**СЕКЦІЯ 8. ФІНАНСОВІ ТА БУХГАЛТЕРСЬКІ  
ІНСТРУМЕНТИ В АКТИВІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО ПІДНЕСЕННЯ** 195

<b>Кожухова Т.В., Кондратюк О.М. Рогов Г.К.</b>	Бухгалтерський облік в управлінні підприємством Формування фінансових механізмів сталого розвитку	195 199
<b>Гнєшєва В.О.</b>	Пенсійна поведінка домогосподарств на фінансовому ринку України	203
<b>Бойко Т.В.</b>	Нефінансові активи бюджетних установ: нематеріальний актив як предмет обліку	209
<b>Данченко Ю.О.</b>	Перспективи розвитку інвестиційного кредитування малого та середнього бізнесу в Україні із урахуванням зарубіжного досвіду	214
<b>Лисевич С.Г., Сенчуков Я.В.</b>	Роль і місце фінансово-промислових груп в економіці України	218
<b>Рогаченко О.С., Сьомченко В.В.</b>	Сучасні способи оцінки ефективності використання матеріально-виробничих запасів на підприємстві	223
<b>Рогаченко О.С., Уманська Ю. М.</b>	Вартість підприємства як важливий критерій оцінки ефективності підприємства	227
<b>Шинкар Ю.С.</b>	Аналіз видатків місцевих бюджетів в контексті децентралізації	231

**СЕКЦІЯ 9. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ  
СТАЛОГО РОЗВИТКУ** 235

<b>Лазарєва О.В.</b>	Досвід реалізації стратегій сталого розвитку	235
<b>Fu Yanjun, Zhang Wenxi</b>	Research on the effect of Chinese higher education on sustainable economic growth	239
<b>Воробйова Ю.М., Калініченко Д.Р.</b>	Теоретичні аспекти конкурентоспромож- ності країни в умовах глобалізації	242
<b>Яковенко Ю.В., Воробйова Ю.М.</b>	Аналіз основних тенденцій розвитку ринку продажу автомобільного ринку в Україні	246
<b>Логвиненко Н.І.</b>	Аналіз ринку нафтопродуктів України	251

**СЕКЦІЯ 1 «КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ  
(ФІЛОСОФСЬКІ, ІСТОРИЧНІ, ПРАВОВІ ТА ЕКОНОМІЧНІ  
АСПЕКТИ)»**

*Сало І.А., д.е.н., с.н.с.*

*Український інститут експертизи сортів рослин, м. Київ, Україна*

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛОДІВ В  
УКРАЇНІ**

Ринок плодів, як окремий в системі продовольчого, має власну сутність, типологію, інфраструктуру. Він вирізняється специфікою продукції, можливостями збуту та становлення. Через це дослідження концептуальних засад розвитку ринку плодів, його основних економічних параметрів з позиції класичної ринкової економіки є вчасним і актуальним.

Існуючий науковий доробок і практичне використання результатів досліджень, зокрема, теоретичні основи розвитку економіки садівництва на відповідних історичних етапах (дореволюційний період, часи Радянської влади, перехід до ринкових відносин), а також становлення ринку садівницької продукції та організаційно-економічний механізм його функціонування служать підґрунтям для вирішення проблем розвитку галузі та вітчизняного плодового ринку.

З огляду на зміну суспільних відносин, форм власності, структури товаровиробників, державного устрою, вступу України в Світову організацію торгівлі (СОТ), появу нових інформаційних джерел існує необхідність розкрити особливості розвитку ринку плодів з позиції класичної концепції ринкової економіки.

Метою досліджень є розкриття концептуальних основ розвитку ринку плодів, його категоріальну сутність.

Незважаючи на те, що ринок плодів по своїй сутності має низку спільних рис з іншими продуктовими ринками, він відрізняється об'єктом купівлі-продажу, специфікою ціноутворення, формування попиту та пропозиції, способом споживання та відтворення. Ринок плодів складається із сукупності окремих ринків за їх видами, кожен з яких має свою економічну історію, особливості розвитку, структуру, організацію. Тому, якщо



говорити про один спільний вітчизняний макроринок плодів, який об'єднує окремі ринки різних видів плодів, не зайвим буде навести його визначення.

Вітчизняний ринок плодів є агрегативним, складається із окремих ринків за їх видами, характеризується сукупністю економічних взаємовідносин у системі «виробництво → реалізація → споживання» плодів на рівні країни. Зрозуміло, що для дослідження тієї чи іншої ринкової ситуації до уваги приймаються і узагальнюються також і мікрорівневі явища та процеси, які впливають на формування ринку плодів. Ефективне функціонування ринку плодів є необхідним з точки зору реалізації у достатній мірі економічних інтересів його операторів, розвитку виробництва більш швидкими темпами і відповідної структури, забезпечення економічної та соціальної рівноваги в суспільстві. Основним оператором цивілізованого ринку плодів виступає споживач.

Поряд з визначенням категорії ринку плодів слід з'ясувати і сутність трьох його основних параметрів – попиту, пропозиції та ціни. Звичайно трактування цих трьох категорій наближене до класичних.

Під попитом на вітчизняному ринку плодів слід розуміти обсяг їх реалізації, який задовольняє потребу споживачів відповідно до купівельної спроможності. Коли говоримо в даному випадку про попит, то мається на увазі величина попиту всіх споживачів плодів, тобто його ринкова величина, а не окремого споживача (індивідуальна).

В Україні склалася така ситуація на ринку, що у формуванні рівня споживання плодів на перший план виходить платоспроможний попит, який характеризується доходами населення. Так, рівень заробітної плати, яка практично є основою сукупних доходів населення залишається дуже низьким. У світі визначено, відповідно до даних ООН, що погодинна заробітна плата нижча за три долари є критичною і виштовхує працівника за порогову межу його життєдіяльності [1]. В Україні середня погодинна заробітна плата працівників становила в 2014 р. 21 грн. за 1 люд.-год., що на 56% (при курсі 1 долара США 15,76 грн.) менше за встановлену мінімальну світову норму. Звичайно, за такої ситуації спостерігається надмірний вплив доходів та цін на попит – 94%, тоді як на інші фактори: культура споживання, сортимент,

асортимент, якість продукції, сезонність виробництва та інші припадає лише 6% [2].

Пропозиція плодів – це кількість плодової продукції, що виробляється вітчизняними товаровиробниками всіх категорій господарств залежно від їх бажання та можливостей, а також ввозиться у країну і реалізується на ринку за певними цінами. В Україні вона формується сільськогосподарськими підприємствами, господарствами населення та за рахунок імпорту.

Садівницькі підприємства визначаються як організаційно-правова форма виробництва і реалізації плодоягідної продукції зі стійкою спеціалізацією галузі, частка виручки від реалізації плодів та ягід в якій становить понад 50%, і яка виробляє конкурентоспроможну садівницьку продукцію для задоволення попиту споживачів і одержання максимального прибутку на використаний капітал [3, с. 13].

Слід розмежувати категорії «господарства населення», «домогосподарства» та «особисті селянські господарства» (ОСГ), щоб при аналізі товаровиробників плодів вживати відповідні.

«Господарства населення», як категорія, здебільшого використовується Державною службою статистики України і крім даних домогосподарств, ОСГ, включає показники всіх фізичних осіб, які є товаровиробниками сільськогосподарської продукції. Так, згідно з Наказом Держстату України була затверджена «Методика проведення поточних розрахунків основних показників виробництва продукції рослинництва в усіх категоріях господарств», де в загальних положеннях наводиться наступне визначення: господарства населення – це сукупність осіб (або одна особа), які спільно проживають в одному житловому приміщенні (його частині), ведуть спільне господарство, мають спільні витрати на утримання житла, харчування тощо [4]. У цю категорію також включаються дані про фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, які займаються виробництвом сільськогосподарської продукції. Поряд з цим зауважимо, що у вже згаданому Законі України «Про особисте селянське господарство» чітко вказується, що діяльність ОСГ не відноситься до підприємницької. Саме в цьому і полягає нюанс розмежування категорій «особисте селянське господарство» та «господарства населення». Об'єднання показників декількох категорій товаровиробників сільськогосподарської продукції в одну часто призводить до

невірного трактування статистичних даних. Оскільки основною інформативною базою для здійснення аналізу та прогнозу розвитку вітчизняного ринку плодів та продовольчого забезпечення є статистичні дані, в подальших дослідженнях вважаємо доцільним використання категорії «господарства населення».

Ціна – це категорія вартості та рівноваги попиту і пропозиції. У сучасних умовах ціна на ринку плодів відображає кількість грошей, яку споживачі готові заплатити за плоди відповідно до своєї купівельної спроможності, а виробники продати відповідно до їх вартості, що включає крім суспільно-необхідних витрат виробництва і прибутку.

На формування роздрібних цін на плоди у сільськогосподарських підприємствах впливатимуть ціни конкурентів – господарств населення та торговців імпортною продукцією. За дослідженнями, ціни на плоди господарств населення практично в 2-2,5 рази нижчі, ніж на імпортовані плоди і в 1,2-1,5 рази вищі за роздрібні ціни сільськогосподарських підприємств на міських ринках України. Це пояснюється тим, що при відсутності відповідних технологій зберігання промислові підприємства намагаються реалізувати значний обсяг плодів швидко і з мінімальними втратами продукції. Тоді як кожне окреме підсобне господарство має незначну масу плодів для продажу, а відтак, може реалізувати їх за той же термін і за вищими цінами. До того ж спрацьовує психологічний фактор – споживачі переважно вважають, що вирощування плодів населенням є органічним, а отже не може зашкодити здоров'ю, через що охоче купують продукцію інколи за значно вищими цінами. Як правило, ця категорія господарств при встановленні цін орієнтується, в першу чергу, на ціни конкурентів, тобто затрати праці практично не враховуються і не втілюються в товарі. Тоді як сільськогосподарські підприємства, для ефективності господарської діяльності, змушені обраховувати повну собівартість, де включаються всі витрати виробництва та реалізації плодів.

Наступним кроком у теоретико-методологічному забезпеченні розвитку ринку плодів є визначення до якої моделі він належить. Так, вчені пропонують вивчення ринкової системи починати з її абстрактної «ідеальної» моделі, яка має назву «риннок довершеної конкуренції» і має ряд особливостей [5]: свобода підприємницької діяльності; мобільне перетікання ресурсів у різних

сферах; вільне ціноутворення; відкрита інформація про стан розвитку ринку.

У реальності ринок плодів, як і більшість продовольчих, не відповідає «ідеальній» моделі та класичній ринковій теорії. Однак в цілому за типологією його можна вважати наближеним до моделі «чистої конкуренції» за такими критеріями: наявність великої кількості продавців та покупців; вільне ціноутворення та практична відсутність перешкод у виробництві та комерційній діяльності і проявів нецінової конкуренції; розширена і доступна інформація про кон'юнктуру та зміну цінової ситуації. Поряд з цим, щодо окремих видів плодів ринок може різнитися за типологією. Перш за все це проявляється у формуванні кон'юнктури, цін, наявності олігополії при збуті імпортованих плодів, присутності елементів вільного й регульованого ринку. Наприклад, для ринку яблук, який охоплює 35-45% ринку плодів характерні перераховані особливості «чистої конкуренції». А для ринку бананів, який формується виключно за рахунок імпорту, склалася інша ситуація. Він в Україні контролюється декількома компаніями-імпортерами. Ця імпортована продукція стандартна, ціни на неї переважно взаємоузгоджені, існують перешкоди виходу на ринок і вплив на ціну іншими операторами. Наприклад, постачання бананів зверх необхідної, заздалегідь прорахованої пропозиції, призводить до перенасичення ринку і падіння оптових цін, а також обумовлює можливість нецінової конкуренції. Все перераховане свідчить про належність ринку бананів до моделі «олігополія», яка зазвичай і є переважаючою формою сучасної вітчизняної ринкової структури.

Фундаментом ринку є його інфраструктура за допомогою якої здійснюється функціонування та поєднання ринкових відносин сукупністю підприємств, організацій різних організаційно-правових форм. Недостатній розвиток ринкової інфраструктури особливо негативно впливає на функціонування вітчизняного ринку плодів після вступу України в СОТ, зокрема, необхідно відзначити: послуги окремих формувань інфраструктури не задовольняють потреб сільськогосподарських товаровиробників плодів; значна різниця у задоволенні потреб у інфраструктурних послугах регіональних ринків плодів; упущення у нормативній базі конкретної методики щодо ефективності розподілу державних коштів з 1,5%-го збору на розвиток садівництва і, як результат, виникнення порушень та нецільового використання; неефективний

розвиток торгівлі – непрозорість каналів збуту плодів; практично відсутня діюча система цінового моніторингу плодів у розрізі помологічних сортів, а також розширений і комплексний аналіз, прогнозування розвитку регіональних ринків, які мають свої кон'юнктурні нюанси та цінову позицію; запізнiла державна підтримка у формуванні конкурентоспроможності вітчизняних плодів за якістю – стандарти почали узгоджуватися з міжнародними ISO, практично, у період вступу України до СОТ.

Розвиток ринку плодів повинен ґрунтуватися на поєднанні ринкових законів та елементів державного регулювання. Зважаючи на специфіку вирощування та реалізації плодів, ринок є складнорегульованим і при наданні державної підтримки потребує особливих підходів і нормативного впорядкування, зокрема, щодо розподілу коштів та їх цільового використання.

У перспективі з метою формування необхідної стабільної товарної пропозиції плодів, вітчизняний ринок повинен розвиватися в таких напрямках: збільшення обсягів виробництва високоякісних плодів у спеціалізованих сільськогосподарських підприємствах; формування стандартних партій вітчизняних плодів різного асортименту і сортименту в необхідних обсягах для задоволення як внутрішніх потреб, так і нарощування експортного потенціалу; розвиток взаємовідносин між товаровиробниками та закупівельними організаціями (посередниками) повинен бути основою комерційної політики садівницьких підприємств і спрямовуватися на зосередження основних прибутків у первинній ланці – безпосередніх виробників плодів; ціноутворення на вітчизняному ринку плодів має спрямовуватися на забезпечення цінової доступності споживання плодів, покриття виробничих витрат і можливості розширення пропозиції; взаємоузгоджені економічні зв'язки між галуззю садівництва та ринками промислових ресурсів повинні спрямовуватися на забезпечення садівницьких підприємств матеріально-технічними ресурсами на принципах еквівалентності; використання інноваційних екологічнобезпечних технологій вирощування плодів у садівницьких підприємствах; спрямування зовнішньоекономічної діяльності на розвиток торговельних відносин з іншими країнами та знаходження власної ніші на світовому ринку; інвестиційна діяльність, спрямована на залучення капіталу, зокрема, іноземного.

#### Література:

1. Кирилюк Є.М. Сучасний стан і шляхи гарантування продовольчої безпеки України [Електронний ресурс] / Кирилюк Є.М., 2011. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/№153.pdf>.
2. Сало І. А. Методичні положення прогнозування кон'юнктури ринку плодів та ягід в Україні / І. А. Сало., К. : ВЦ НУБіП, 2009., 60 с.
3. Барабаш Л.О. Організаційно-економічні основи розвитку садівницьких підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Л.О. Барабаш. , К., 2004., 19 с.
4. Методика проведення поточних розрахунків основних показників виробництва продукції рослинництва в усіх категоріях господарств [Електронний ресурс]: Наказ Державного комітету статистики України від 02.08.2005 р. №225. URL: <http://zakon.nau.ua>.
5. Основи аграрної економіки: підручник / [В.П. Галушко, Гвідо Ван Хуленбрук, О.А. Ковтун та ін.], К. : Вища освіта, 2003., 399 с.

***Сас Н.М., д.пед.н., доцент***

*Полтавський національний педагогічний  
університет імені В.Г.Короленка, м. Полтава, Україна*

## **ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ**

Перетворення світового ринку освіти на галузь економіки, яка, на даний момент, найбільш інтенсивно розвивається (обсяги продаж на ринку освітніх послуг досягають декількох десятків мільярдів доларів; потоки міжнародної академічної мобільності – кілька мільйонів чоловік в рік) [2]; реструктуризація державних закладів освіти обумовили зростаючу значущість дефініції і поняття «освітня послуга».

Аналіз існуючих визначень терміну «освітня послуга» свідчить, що формування уявлення про освітню послугу знаходиться у процесі становлення й остаточно не сформульовано.

Згідно Закону України «Про освіту» «освітня послуга» визначається як комплекс визначених законодавством, освітньою програмою та/або договором дій суб'єкта освітньої діяльності, що

мають визначену вартість та спрямовані на досягнення здобувачем освіти очікуваних результатів навчання [4].

Серед інших визначень знаходимо такі:

– «освітня послуга» розглядається як акт (процес), за допомогою якого здійснюється поєднання людини, яка навчається, та ринку як середовища, де знання, одержані людиною, набувають властивостей товару [7];

– освітня послуга – набуття індивідом знань, умінь, навичок в принципово новій сфері, а також підвищення кваліфікації в раніше відомій галузі знань.

– під поняттям освітньої послуги пропонуємо вважати такі економічні блага, які реалізуються для задоволення освітніх потреб людини та в яких зацікавлене і суспільство загалом і кожна людина окремо [5].

– освітня послуга – це організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь. Це – особливий інтелектуальний товар, який надається стороною, що організує і здійснює процес навчання, та отримується іншою стороною, яка може бути одночасно і учнем, і контролером якості послуги, і платником за неї. У ролі останнього можуть виступати держава, юридичні та фізичні особи, резиденти або нерезиденти [1].

Узагальненим визначенням терміну «освітня послуга» можна вважати таке: освітня послуга – економічне благо (що має визначену вартість), процес задоволення здобувачем освіти власних освітніх потреб результатом якого є інтелектуальний товар (набуті індивідом знання, вміння, навички в принципово новій сфері чи підвищення кваліфікації в раніше відомій галузі знань). Стороною, що організує і здійснює освітню послугу можуть виступати держава, юридичні та фізичні особи, резиденти або нерезиденти.

Здобувач освіти може отримувати освітню послугу на оплачуваній та безоплатній основі. Згідно Закону України «Про освіту» безоплатна освіта – освіта, яка здобувається особою за рахунок коштів державного та/або місцевих бюджетів згідно із законодавством [4].

Відповідно до International Standard Classification of Education (ISCED) [12] освітня послуга може надаватися та отримуватися в межах формальної, неформальної та інформальної освіти.

Формальна освіта (англ. Formal education) – освіта, що є інституціональною, свідомо визначеною та спланованою завдяки

тому, що впроваджується державними або визнаними приватними закладами освіти, та яка в сукупності складає офіційну систему освіти країни [6]. Формальна освіта – освіта, яка здобувається за освітніми програмами відповідно до визначених законодавством рівнів освіти, галузей знань, спеціальностей (професій) і передбачає досягнення здобувачами освіти визначених стандартами освіти результатів навчання відповідного рівня освіти та здобуття кваліфікацій, що визнаються державою [4].

Неформальна освіта (англ. Non-formal education) – освіта, яка є інституціоналізована, цілеспрямована, спланована особою або організацією, яка забезпечує надання освітніх послуг. Визначальною характеристикою неформальної освіти є те, що вона є доповненням та / або альтернативою формальної освіти в навчанні протягом усього життя індивідуума [8]. Неформальна освіта не обов'язково має спрямовану структуру; вона може бути короткою за тривалістю та / або низькою за інтенсивністю; й вона, як правило, організується у вигляді короткострокових курсів, майстер-класів, семінарів, професійного стажування. Неформальна освіта – це освіта, яка здобувається, як правило, за освітніми програмами та не передбачає присудження визнаних державою освітніх кваліфікацій за рівнями освіти, але може завершуватися присвоєнням професійних та/або присудженням часткових освітніх кваліфікацій [4].

Інформальна освіта (англ. Informal education) – форми освіти, що є цілеспрямованими або ретельно спланованими, але не інституціоналізованими, тобто менше організована і структурована, ніж формальна і неформальна освіта. Інформальна освіта може включати навчальну діяльність в родині, на робочому місці, за місцем проживання і в повсякденному житті, її спрямованість визначається самостійно, родиною або соціумом [12]. Інформальна освіта (самоосвіта) – це освіта, яка передбачає самоорганізоване здобуття особою певних компетентностей, зокрема під час повсякденної діяльності, пов'язаної з професійною, громадською або іншою діяльністю, родиною чи дозвіллям [4]. Розповсюджене в Україні репетиторство можна вважати видом інформальної освіти.

Характеристики освітньої послуги повною мірою не розроблені. Аналіз публікацій за темою дослідження виявив суспільні, маркетингові та фінансово-економічні особливості освітньої послуги.



А. Дмитрів, зважаючи на тривимірну сутність освітньої послуги, розкриває її суспільні особливості:

1) з погляду особистості – це процес передачі кінцевому споживачеві сукупності знань, вмінь та навичок професійного змісту, які необхідні для задоволення його особистих потреб в отриманні професії, а також самовдосконаленні та самоствердженні; цей процес здійснюється за тісної взаємодії зі споживачем відповідно до встановленої програми та за певною формою (стаціонарна, заочна, вечірня або дистанційна);

2) з погляду підприємства – це процес фахової підготовки, підвищення кваліфікації або перепідготовки персоналу, яка необхідна для забезпечення його подальшої працездатності, підтримки конкурентоздатності людського капіталу і розвитку у змінному ринковому середовищі;

3) з погляду держави – це процес, який забезпечує розширене відтворення сукупного особистісного та інтелектуального потенціалу суспільства [3].

У п'ятивимірній системі маркетингових особливостей освітніх послуг (за А. Чухно) наводяться такі їх характерні ознаки:

– є нематеріальними, їх неможливо «відчутти» до моменту придбання. Для більшої наочності вони можуть бути проілюстровані навчальними планами, програмами, інформацією про методи, форми й умови надання послуг, ліцензії;

– неможливо відділити від суб'єктів, які їх надають, а заміна одного викладача іншим може вплинути на якість освітньої послуги;

– неможливо попередньо заготовити, зберігати в очікуванні підвищення попиту на них;

– відрізняються від процесу реалізації товару тим, що їхнє надання відбувається не одномоментно, а протягом тривалого часу;

– вирізняються тим, що якість послуги може бути оцінена тільки в ході реалізації знань і навичок спеціаліста в практичній господарській діяльності [10].

В контексті тріади ринків: знань, послуг і праці О. Ніколаєва [11] виокремлює такі необхідні елементи освітньої послуги:

1. Сторона (державні або приватні навчальні заклади, юридичні або фізичні особи), яка надає освітні послуги.

2. Сторона (фізична особа або колектив), яка одержує освітню послугу.

3. Системи забезпечення освітніх послуг, до складу яких входять:

а) приміщення з необхідним обладнанням: столи (парти), комп'ютери, мультимедійні засоби, проєкційні системи та ін.;

б) підручники, посібники та методичний матеріал;

в) програми, стандарти, плани, угоди, які визначають головні параметри освітньої послуги. Основними з них є:

– мета і кінцевий результат її надання;

– строк надання послуги;

– способи та методи (технології) її надання;

– технічні засоби та елементи її практичного забезпечення;

– якість освітньої послуги, її вимірювання та контроль за нею;

– вартість послуги.

Особливості сучасних освітніх послуг з огляду на швидкозмінюване інформаційне середовище розкриває В. Александров [1]. Щоб вижити й успішно розвиватися в умовах ринкових відносин, люди та установи мають вчитися з швидкістю, що перевершує швидкість змін на ринку. У цьому відношенні нашому навчанню заважає те, що ми ідеалізуємо минуле й віримо в його досвід. Справжнє навчання – це комбінація обраних знань з минулого, змінених на основі деяких нових і необхідних (інколи революційних) досліджень, з набуттям інтегрального планового результату  $K(it)$ :

$$K(it) = P(to) + F(tn + tt),$$

де  $K(it)$  – результат останнього інтегрування минулих і нових знань, умінь і життєвого досвіду;

$it = to + (tn + tt)$  – інтегральний період часу, витраченого на здобуття минулих і нових знань, умінь і життєвого досвіду;

$P(to)$  – минулі знання та вміння, які вже були одержані з попереднього навчання або в процесі одержання практичних навичок при вирішенні вчорашніх проблем та ін. і з наявного життєвого досвіду;  $to$  – строк який було витрачено на навчання та здобуття знань, умінь і життєвого досвіду які складають духовне багатство людини;

$F(tn + tt)$  – нові актуальні та необхідні знання вміння та життєвий досвід, які треба додати до минулих для переходу людини в нову пізнавально-практичну якість (для її піднесення на якісно новий щабель знань і вмінь) -  $tn$  - період останнього витраченого

часу на здобуття нових знань або строк змінений (оновлення та об'єднання) знань  $F(tn)$ ;

$tt$  - період останнього витраченого часу на відпрацювання нових умінь та об'єднання їх у наступний життєвий досвід  $F(tt)$ .

Попри те, що явище і поняття «освітня послуга» вимагає подальшої роботи стосовно визначення, класифікації, виокремлення й характеристики властивостей, важливими є питання якості надання освітніх послуг. Зокрема: хто надає фахівцям освітні послуги рівня  $F(tf)$ ? Який рівень якості цих послуг і якими є засоби та механізми підтримання їх в активному стані, що випереджає розвиток ринку та держави? Скільки коштують ці послуги? Чи відповідає ціна наданих освітніх послуг їхній якості? Якими є тенденції розвитку ринку освітніх послуг і його зв'язок з традиційними (теоретичними) освітніми послугами? Яка роль держави в регулюванні ринку освітніх послуг?

#### Література:

1. Александров В. Освітня послуга [Текст] / В. Александров // Економіка України. 2006. №8. С.53-60.

2. Воинова О.В. Мировой рынок образования / О. В. Воинова // Социология образования. 2008. № 1. С. 56-82.

3. Дмитрів А. Я. Характеристика особливостей освітньої послуги з погляду маркетингу/ А. Я. Дмитрів Вісн. Нац. ун-ту «Львівська Політехніка». 2010. № 690. С. 40-42.

4. Закон України Про освіту від 05.09.2017 № 2145-VIII [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-VIII>

5. Матюк Т. В. Освітня послуга як товар нематеріального виробництв/Т. В. Матюк [Електронний ресурс]. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/handle/123456789/18683/62-67.pdf>.

6. Освітня послуга //Вікіпедія [Електронний ресурс]. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

7. Освітня послуга // Технічна енциклопедія [Електронний ресурс]. URL: <http://techtrend.com.ua/index.php?newsid=18363>

8. Освіта протягом життя: світовий досвід і українська практика. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. URL: [www.niss.gov.ua](http://www.niss.gov.ua).

9. Сас Н.М. Альтернативні джерела фінансування освіти/Н.М.Сас// Витоки педагогічної майстерності. 2009. №6. С.280-284.

10. Чухно А. А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. К.: Логос, 2003. 631 с.

11. Николаева Е. М. Формирование рынка образовательных услуг и его регулирование // Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. М., 2006. С. 13 – 20.

12. International Standard Classification of Education ISCED 2011/UNESCO URL: [uis.unesco.org/sites/ .../international-standard-classification-of-education-isced-2011](http://uis.unesco.org/sites/.../international-standard-classification-of-education-isced-2011).

*Зеленюк А. А., студентка*

*Брода А. Ю., викладач*

*Вінницький технічний коледж, м. Вінниця, Україна*

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ В ОЦІНЦІ МАЙНА**

Оціночна діяльність як об'єкт правового регулювання являє з одного боку послугу оцінювачів - незалежних експертів з визначення ринкової вартості, з іншого боку - юридичною силою, що встановлює вартість об'єкта оцінки для визначення цілей, які зазначенні у договорі про оцінку (або іншого підстави проведення оцінки).

Оцінка майна та майнових прав є важливою передумовою функціонування та розвитку цивілізованих ринкових відносин. Спонтанність ринкових перетворень в Україні породила значну низку невідповідностей та протиріч у багатьох сферах економіки, в тому числі й у системі розподілу та перерозподілу майна, його використанні, що не дало змогу вчасно створити досконалу систему оцінки майна та майнових прав. Сучасна оцінка нерухомості повинна сприяти підвищенню довіри з боку іноземних інвесторів, а також вільному входженню України до світової спільноти.

Методичне регулювання оцінки майна здійснюється у відповідних нормативно-правових актах з оцінки майна: положеннях (національних стандартах) оцінки майна, методиках та інших нормативно-правових актах, які розробляються з

урахуванням вимог положень (національних стандартів) і затверджуються Кабінетом Міністрів України або Фондом державного майна України. Розроблення нормативно-правових актів з оцінки майна здійснюється на засадах міжнародних стандартів оцінки. До їх розроблення Фонд державного майна України залучає інші органи державної влади, саморегульовані організації оцінювачів, найбільш авторитетних оцінювачів, наукові та інші установи.

Першими законами, що були прийняті, стали Закон України «Про приватизацію державного майна» у 1992 році, Закон України «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)». Цими документами визначалось, що ціна об'єктів приватизації чи розмір статутного фонду господарського товариства, що приватизується, повинно визначатися відповідно до методики, затвердженої Кабінетом Міністрів України. Проте у першому законі також зазначалося, що при викупі, оцінка вартості об'єкта приватизації здійснюється експертним методом. Слід також згадати Закон України «Про особливості приватизації об'єктів незавершеного будівництва», який також вказує на оцінку вартості об'єктів незавершеного будівництва для продажу на аукціоні, за конкурсом, під розбирання або шляхом викупу, а також для передачі його до статутного фонду господарського товариства. Практична оцінка нерухомості розпочалась в Україні з моменту переоцінки основних фондів підприємств та приватизації. Таким чином 2 вересня 1992 року Постановою Кабінету Міністрів України № 522 було затверджено «Методику оцінки вартості об'єктів приватизації та оренди». Далі ж, була створена «Методика оцінки вартості об'єктів приватизації» 8 вересня 1993 року. Як показали результати дослідження, зазначені методики не змогли забезпечити об'єктивності оціночної вартості нерухомості, через брак досвіду в даній сфері. Діюча в той час методика передбачала проведення масової та експертної оцінки, за своєю ж сутністю це була оцінка, яка базувалась на нормативному підході, з використанням даних лише бухгалтерської звітності. Наслідком цього, розпочали формуватись та виникати перші консалтингові фірми, що поклали початок експертній, незалежній оцінці майна. Такі фірми виступили ініціаторами підготовки ряду документів, співпрацюючи з Фондом Державного майна та Кабінетом Міністрів України по регулюванню та регламентації приватизаційних процесів.

Через певний період виникла потреба у створенні професійного об'єднання, яке б змогло очолити роботу з оцінки майна та взяти на себе функції громадського контролю. 25 жовтня 1994 року було створено Українське товариство оцінювачів (УТО), яке стало першим всеукраїнським добровільним об'єднанням громадян, інтереси яких сконцентровані у сфері оцінки майна та майнових прав.

Слід сказати, що першими кроками діяльності УТО була робота у напрямку легалізації, законодавчого визнання оціночної діяльності та формування цивілізованого ринку оціночних послуг, чому сприяла розробка та прийняття «Норм професійної діяльності в Україні» та ініціативні дії щодо внесення професії «оцінювач майна» до державного класифікатора професій. Таким чином, експертна оцінка набувала поширення, поступово витісняючи нормативну.

З метою цілеспрямованої роботи над впровадженням міжнародної методології оцінки було створено Комісію з методології та стандартів оцінки.

На зміну попередній методиці прийшла більш вдосконалена «Методика оцінки вартості об'єктів приватизації» №36, яка внесла основні зміни експертної оцінки при заставі майна та призупинила порушення у цій сфері.

На далі, була Методика № 1554, яка стала шостою з початку приватизації державного майна в Україні. Методика вперше врегулювала організаційні та методичні питання оцінки майна, заклала основу майбутніх положень експертної оцінки (Національних стандартів оцінки).

Надзвичайно важливим є й той факт, що введення Методики дало можливість відмінити або видозмінити близько 60 нормативних документів, у тому числі і Положення «Про порядок проведення експертної оцінки майна при приватизації», затверджене Наказом Фонду державного майна України від 2 лютого 1995 р. № 100, яке значно обмежувало можливості використання підходів, методів, процедур що вважаються загальноприйнятими у світовій оціночній практиці. Попри все вище згадане, оціночна діяльність досі не була визнана законодавчо.

Так продовжувалось до вересня 2001 р., поки не було прийнят Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [1], який практично увів

у вітчизняний кругообіг термін «оцінка майна» та дав визначення їй. Тобто те, що оцінка майна є результатом практичної діяльності суб'єкта оціночної діяльності. З моменту прийняття цей Закон став головним законодавчим актом, який повинен регулювати оцінку майна та майнових прав в Україні. Детальний аналіз показав, що з прийняттям вище зазначеного Закону в Україні було практично створено систему державного регулювання оціночної діяльності та запроваджено правові засади її здійснення, створено базу для регулювання оціночної діяльності саморегульованими організаціями оцінювачів. Надалі відбулися зміни що надавали можливість для вдосконалення законодавства та методики оцінки майна: 10 грудня Постановою КМУ № 1891 було прийнято «Методику оцінки майна»; 12 грудня - прийнято Закон України «Про оцінку земель»; 17 грудня Постановою № 1960 - внесено зміни до Методики оцінки об'єктів оренди. Проте найважливішою подією цього періоду було затвердження Постановою Кабінету Міністрів України Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна та майнових прав» [2]. Стандарт став першим в системі стандартів оцінки певних видів майна, встановив єдиний порядок проведення незалежної оцінки майна, вимоги до роботи оцінювача, визначив зміст його професійної діяльності та конкретизував процедурні вимоги до звіту про оцінку.

28 жовтня 2004 р. Постановою Кабінету Міністрів України № 1442 було затверджено Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна» [3]. Стандарт № 2 дозволив подолати певні протиріччя у сфері оцінки нерухомості, надав значну низку переваг практичним оцінювачам та став важливим нормативним документом у даній сфері. Важливим став 2006 р., який знаменувався наступним: 24 січня було створено Всеукраїнську громадську організацію «Асоціація фахівців оцінки» (АФО);

29 листопада Постановою Кабінету Міністрів України було затверджено Національний Стандарт № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів» [4]. Черговий етап розпочато роботою з доопрацювання основного у цьому напрямку Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні».

Можна зробити висновок, що як і будь-який професійний вид діяльності, порядок здійснення оцінки нерухомого майна регулюється цілим рядом законодавчих та нормативних актів. У

розробці і поширенні нормативних документів з оцінки активну роль відіграє українське товариство оцінювачів, яке за весь час свого існування перетворилося на саморегульовану організацію. Таким чином, оцінка майна, майнових прав та професійна оціночна діяльність в Україні регулюються чинним законодавством, нормативно-правовими актами з оцінки майна та відповідними органами.

#### Література:

1. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: закон України від 12.07.2001р.
2. Про затвердження Національного стандарту №1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав»: постанова КМУ № 1440 від 10.09.2003р.
3. Про затвердження Національного стандарту №2 «Оцінка нерухомого майна»: постанова КМУ № 1442 від 28.10.2004р.
4. Про затвердження Національного стандарту №3 «Оцінка цілісних майнових комплексів»: постанова КМУ № 1655 від 29.11.2006р.
5. Про затвердження Методики оцінки майна: постанова КМУ № 1891 від 10.12.2003р.
6. Родін А.Ю. Правові основи оціночної діяльності 2005р.

*Ременюк А.В., студентка*

*Науковий керівник: Чайка В.В., д.ю.н, доцент, професор*

*Навчально-науковий інститут права університет державної  
фіскальної служби України, м.Ірпінь, Україна*

## **ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ**

Однією із важливих ознак сучасної ринкової економіки є наявність розвинутого ринку фінансових послуг. Ефективне регулювання ринку фінансових послуг є однією із передумов забезпечення надійної та стабільної економічної ситуації країни. Проблема реформування національного законодавства, одним з аспектів якої являється його адаптація до законодавства Європейського Союзу, є вельми актуальною, що в повній мірі відноситься і до законодавства в сфері ринків фінансових послуг,



оскільки воно відіграє значну роль в ефективному розвитку економіки держави.

Питанням правового регулювання ринку фінансових послуг присвячені праці значної кількості науковців, серед яких Борисов І.В., Глібко С.В., Шовкопляс Г.М., Ониськів І.О., Латковська Т.А., Бондаренко А.І., Приходько Н.В., Науменкова С.В. та інші.

Загальні правові засади у сфері надання фінансових послуг, здійснення регулятивних та наглядових функцій за діяльністю з надання фінансових послуг встановлені Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12 липня 2001 року №2664-III [1]. Метою Закону є створення правових основ для захисту інтересів споживачів фінансових послуг, правове забезпечення діяльності і розвитку конкурентоспроможного ринку фінансових послуг в Україні, правове забезпечення єдиної державної політики у фінансовому секторі України.

Державне регулювання ринків фінансових послуг здійснюється: щодо ринку банківських послуг та діяльності з переказу коштів – Національним банком України; щодо ринків цінних паперів та похідних цінних паперів (деривативів) – Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку; щодо інших ринків фінансових послуг – національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг). Антимонопольний комітет України та інші державні органи здійснюють контроль за діяльністю учасників ринків фінансових послуг та отримують від них інформацію у межах повноважень, визначених законом [1].

Тобто, законодавець передбачає закріплення за кожним органом окремого напрямку (сфери) здійснення ними своєї діяльності. Проте, у дійсності вони взаємодіють між собою і розмежувати повноваження цих органів досить складно, тому що деякі сектори ринку фінансових послуг взаємопов'язані, і вони контролюються одночасно декількома регуляторами.

Крім загального законодавства у сфері ринків фінансових послуг, що регулює основні положення здійснення державного регулювання в даній сфері, діяльність конкретних органів контролю (наприклад, Указ Президента України «Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг» від 23 листопада 2011 року №1070/2011 [2]), також діють

законодавчі акти, що урегулюють діяльність страхового ринку, кредитних установ, недержавних пенсійних фондів, фінансових компаній, ломбардів та лізингодавців, бюро кредитних історій та інших сфер. Саме тому вищезгаданий Закон містить положення про те, що державне регулювання діяльності з надання фінансових послуг здійснюється відповідно до цього Закону та інших законів України. Тобто, коло нормативно-правового забезпечення діяльності на ринку фінансових послуг є досить широким і містить значну кількість актів. Існування ж таких актів потребує їх адаптації до законодавства Європейського Союзу (згідно з Угодою про Асоціацію).

В ЄС було сформовано Європейську систему фінансового нагляду the European System of Financial Supervisor (ESFS), яка складається із:

1) Європейської ради із системних ризиків – European Systemic Risk Board (ESRB);

2) Європейського органу з цінних паперів та ринків – the European Securities and Markets Authority (ESMA);

3) Європейського банківського органу – the European Banking Authority (EBA);

4) Європейського органу із страхування та пенсійних фондів – the European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA) [3, с. 10].

ESFS була створена як з метою надійного захисту громадян, так і для відновлення довіри до фінансової системи взагалі. Документами, на підставі яких і була створена нова ESFS є Регламент Європейського Парламенту та Ради «Про створення Європейського Комітету Системних Ризиків» [4] та Регламент ЄС «Про передачу Європейському центральному банку конкретних завдань, пов'язаних з функціонуванням Європейської ради із системних ризиків» [5]. Головна мета створення цих наглядових органів – запобігання ризикам, які послаблюють стабільність всієї фінансової системи. ЄС використовує структуру регулювання за секторальним принципом. Проте, для деяких провідних країн, які є членами ЄС, характерним є модель єдиного нагляду. Так, наприклад, в Німеччині контролюючі функції на ринку фінансових послуг покладено на Федеральне управління фінансового нагляду – Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) [3, с. 12]. BaFin є і єдиним пруденційним органом, і органом який здійснює

легалізацію всіх фінансових установ. Даний орган включає в себе загальні складності близько 14 департаментів, що в своїх рамках контролюють різні сфери ринку фінансових послуг.

В Україні на законодавчому рівні закріплено значну кількість органів, на які покладено функції регулювання окремих секторів ринку фінансових послуг. Проте, як зазначалося вище, кожен з цих органів може виконувати функції, взаємодіючи з іншими. Існування значної кількості органів та нормативно-правових актів, які регулюють сферу ринків фінансових послуг, може спричинити неналежне розмежування відповідних повноважень між даними органами, а також неналежне виконання їх ними. Саме тому важливим є досвід зарубіжних країн, в яких модель регулювання ринків фінансових послуг вже сформована і є дієвою.

Отже, в Україні модель регулювання ринків фінансових послуг перебуває на етапі становлення, а ті структури, які вже створено та функціонують, потребують додаткових важелів для забезпечення належного розвитку та функціонування ринків фінансових послуг. Для цього необхідним є вдосконалення нормативно-правового регулювання функціонування ринку фінансових послуг та його адаптації до стандартів європейських держав з процвітаючим економічним становищем.

#### Література:

1. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12 липня 2001 року №2664-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2002 р. № 1. Ст.1.

2. Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг: Указ Президента України від 23 листопада 2011 року №1070/2011. *Офіційний вісник України*. 2011 р. № 94. С.41. Ст.3419.

3. Глібко С. В., Шовкопляс Г. М., Ониськів І. О. Актуальні питання правового регулювання ринків фінансових послуг в Україні: монографія. Харків: Право, 2016. 186 с.

4. Council Regulation (EU) № 1092/2010 of the European Parliament and of the Council of 24/11/2010 on European Union macroprudential oversight of the financial system and establishing a European Systemic Risk Board. URL: <http://www.esrb.europa.eu/shared/pdf/ESRB-en.pdf?aa560e12d90f1c1456c76f429ba5b05e>. (accessed date: 13.03.2019).

5. Council Regulation (EU) № 1096/2010 of 17/11/2010 conferring specific tasks upon the European Central Bank concerning the functioning of the European Systemic Risk Board. URL: [https://www.esrb.europa.eu/shared/pdf/101117\\_council\\_regulation.en.pdf?e27372cf6734cce64cfedb55592f95a9](https://www.esrb.europa.eu/shared/pdf/101117_council_regulation.en.pdf?e27372cf6734cce64cfedb55592f95a9). (accessed date: 13.03.2019).

*Сидоренко Л.В., студентка  
Науковий керівник: Рогов Г.К., д.е.н., доцент  
НУК ім. адм. Макарова, м.Миколаїв, Україна*

## **ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ**

Забезпечення фінансової стійкості банків — це умова ефективного функціонування економіки України. Банк, як комерційне підприємство, зацікавлений у найбільш прибутковому вкладенні наявних грошових ресурсів. Прагнення до максимізації прибутків зумовлює вкладення коштів в операції, що мають підвищений ступінь ризику. Отже, банк, здійснюючи певні операції, може зазнати ризику втрат та банкрутства. Тому проблема забезпечення фінансової стійкості банків є особливо актуальною в сучасних умовах глобалізації фінансових ринків, ускладнення банківських продуктів, загострення міжбанківської конкуренції, зростання банківських ризиків, а також високого впливу кризових явищ у фінансовому секторі протягом останніх років.

Питанню управління фінансовою стійкістю банківських установах приділяється багато уваги як у міжнародній, так і у вітчизняній банківській теорії та практиці. Зокрема, важливе місце в дослідженні даного питання посідають праці учених-економістів О. Барановського, В. Міщенко, І. Нідзельської, Ж. Довгань, Л. Примостки, О. Кириченка та багатьох інших. Аналізом фінансової стійкості займалися багато вчених, серед яких: Е. Альтман, Берест М. М., У. Бівер, Герасимова В. Я., Р. Ліс, Плаксюк О. Ф., Пластун О. Л., Г. Спрінгейт, Дж. Таффлер, Г. Тішоу, Тимошенко А. П. та інші.

Мета статті полягає в поглибленні теоретичних та практичних аспектів фінансової стійкості банківської системи загалом, способів її забезпечення та оцінки, особливостей її розвитку в Україні.

В економічній літературі немає єдиного підходу до визначення поняття фінансової стійкості банку. Його ототожнюють з такими економічними поняттями, як ліквідність, надійність, платоспроможність.

Згідно праць сучасних фахівців – економістів сутність фінансової стійкості розглядається як:

- ✓ відповідність сукупності оптимальних значень певних фінансових показників, що характеризують окремі аспекти фінансового стану банку [1];

- ✓ динамічну категорію «системи трансформації ресурсів та ризиків» повноцінно виконувати свої функції, витримуючи [1];

- ✓ складову загальної стійкості банку, до якої, окрім фінансової ресурсної бази, комерційну та організаційно-структурну стійкість.

Тому, під стійкістю банку розуміють якісну характеристику стану банку, що обумовлена дотриманням збалансованості, взаємозв'язку і взаємного узгодження складових елементів: фінансових (власного капіталу, активів та зобов'язань, ліквідності, платоспроможності, прибутковості, ризиків) й організаційних компонентів(організаційна структура, кадровий потенціал, інформаційні технології та рівень контролю і банківської безпеки), який відображає здатність витримувати непередбачені втрати й забезпечує досягнення стратегічних цілей та високі результати функціонування.

Банк можна розглядати як систему управління, що трансформує ресурси та ризики зовнішнього середовища. У діяльності банку проявляється його подвійна соціально-економічна природа. З одного боку, це самостійний фінансово-господарський суб'єкт, діяльність якого спрямована на отримання прибутку від послуг, що надаються. З іншого боку, це кредитна інституція, ключовий елемент інфраструктури фінансово-кредитного сектору економіки [2].

Процес трансформування банківських ресурсів в системі фінансового менеджменту проходить через управління фінансовими операціями банку, що відбивається на його стійкості і надійності. Виділяють п'ять блоків стійкості банку:

- 1) фінансова стійкість;
- 2) організаційна стійкість;
- 3) функціональна стійкість;

- 4) комерційна стійкість;
- 5) капітальна стійкість.

Єдиної системи показників, яка б характеризувала фінансову стійкість банку, не існує. Тому використовують різні методики, в тому числі ті, що включають різноманітні показники та їх кількість. Таким чином, зазвичай використовують чотири основних групи показників, а саме: капітальної стійкості, якості активів та пасивів банку, ліквідності та ефективності управління банком [3].

Фінансова стійкість банківських установ на грошовому ринку може бути оцінена на основі таких методів оцінки, як:

1. Рейтинговий спосіб. Рейтинги – певні характеристики банків як однорідних елементів банківської системи, які розраховуються на основі вибраних показників і відповідно до прийнятої методики, відображаючи місце кожного з банків щодо інших елементів цієї системи. Вони комплексно характеризують діяльність банків та проводяться по активних і пасивних операціях.

2. Індексний (коефіцієнтний) спосіб. Аналіз побудований на розрахунку фінансових показників, які впливають на фінансову стійкість банку. За допомогою цього методу можна всебічно та детально охарактеризувати діяльність банку, а також визначити специфічні особливості його діяльності.

3. Математично-статистичні методи, використовуючи дискримінантний аналіз, факторний аналіз та нелінійне оцінювання.

4. Регресійна методика. Визначає певну сукупність банків, розраховує значення факторних показників у кожному банку та середніх за сукупністю.

5. Номерна система. Передбачає обчислення сукупності значень обсягових та інших показників фінансового стану банків і присвоєння всім банкам певного місця в рейтингу за кожним з оцінюваних показників.

6. Метод синтетичного коефіцієнта. Заснований на методиці В. Кромонава та О. Ширинської. У результаті застосування одержують розрахункове значення синтетичного коефіцієнта, який і є відображенням позиції банку [4].

7. Стрес-тестування. Головною метою є прогнозування ризиків, виникнення яких можливе у процесі функціонування банку. Використання цього методу дає можливість оцінити вплив ризиків на діяльність банку та, виходячи з цього, обрати стратегію

розвитку банку з метою забезпечення фінансової стійкості та підтримки фінансово-економічної стабільності.

8. Макро- та мікропруденційний аналіз. Місією мікропруденційного аналізу являється захист інтересів вкладників і кредиторів банків. Проводиться аналіз внутрішніх ризиків окремих банків. Метою макропруденційного аналізу є мінімізація витрат, які пов'язані з фінансовою нестабільністю та підтримання фінансової стабільності в глобальних масштабах [5]. Оцінюються зовнішні ризики та проводиться моніторинг системних ризиків фінансового сектору.

Малі та середні за розмірами банки не в змозі впливати на економічне оточення. Отже, держава та її органи цілеспрямовано впливають на банк у частині його взаємовідносин із зовнішнім середовищем, ухвалюючи закони і встановлюючи нормативи, обов'язкові для виконання банком, що істотно впливає на його діяльність [6]. Банк як суб'єкт взаємовідносин із зовнішнім економічним середовищем є об'єктом як цілеспрямованого впливу з боку держави, так і випадкового впливу за наявності у нього можливості самостійно визначити пріоритетність своїх дій і рішень на основі власних цілей діяльності.

Погоджуючись з таким твердженням фінансової стійкості комерційного банку, можна визначити напрями її оцінки, які обумовлені сучасними соціально економічними реаліями, що склалися у теперішній час. Доних слід віднести:

- оперативний моніторинг макроекономічної ситуації, а також тенденцій розвитку банківського сектору;
- оперативний моніторинг діяльності комерційного банку (зміна клієнтської бази, умов залучення грошових коштів та надання кредитів);
- аналіз банківської звітності й вивчення динаміки зміни ключових показників діяльності банків (перевірка відповідності нормативам НБУ, побудова діаграм і моделей ліквідності, формування стратегії розвитку банку).

Отже, у підсумку можна зробити висновок, що фінансова стійкість банку - це не конкретний числовий показник його діяльності, це - якісна характеристика спроможності комерційного банку стабільно функціонувати під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів [1]. Поняття «фінансова стійкість комерційного банку» об'єктивно обумовлена середовищем його функціонувань

комерційний банк - це система трансформації ресурсів і ризиків. І його складові повинні діяти скоординовано і синхронно як єдина система заходів у сфері грошей та кредиту, спрямованих на повноцінне виконання банком своїх функцій, з урахуванням існуючого балансу економічних інтересів і вирішення завдань близької та далекої перспективи.

#### Література:

1. Хуторна М. Е. Теоретико-методологічні підходи до тлумачення фінансової стабільності макро- та мікрорівневих економічних систем. Наук. вісн. Ужгород. ун-ту ; редкол.: В. П. Мікловда (гол. ред.), В. І. Ярема, Н. Н. ПойдаНосик та ін. Ужгород : Говерла, 2017. Вип. 1(49). Т. 1. С. 295–303. Серія: Економіка.

2. Майба В.В. Оцінювання факторів фінансової стійкості комерційних банків / В. В. Майба // 36. наук. праць / М-во освіти і науки України, ДВНЗ Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана; відп. ред. В. К. Галіцин. 2011. № 83. С. 49–65.

3. Савлук М.І., Мороз А.М. Банківські операції // За ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Мороза. 2-ге вид., випр. і доп. К.: КНЕУ, 2014. С. 476

4. Коваленко В. В., Гаркуша Ю. А. Забезпечення фінансової стійкості банків: теоретичні та практичні аспекти : монографія. Німеччина : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2017. 113 с.

5. Кретов Д. Ю. Особливості макропруденційного регулювання банків України в умовах економічної циклічності. Наук. вісн. Ужгород. нац. ун-ту. 2017. Вип. 13. С. 81–96. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.

6. Михайлюк Р. В. Концептуальні засади механізму управління фінансовою стійкістю комерційних банків. Світ фінансів. 2017. Вип. 3–4 (4–5). С. 21–32.



## **СЕКЦІЯ 2. МАКРОЕКОНОМІЧНА ДИНАМІКА: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

*Зиза О.О., к.е.н., доцент*

*Овсієнко Н.М., студент*

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

### **ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕНТРАЦІЇ РИНКУ ПИВА УКРАЇНИ**

Пивоварна галузь є прибутковою не лише для інвесторів та безпосередніх виробників, а й для держави, оскільки пивоварні підприємства є великими платниками податків. Пиво є досить рентабельним та популярним, тому інвестування коштів в розвиток його виробництва є фінансово доцільним та перспективним.

Через певні обмеження конкуренції на даному ринку з боку держави і потужних гравців тут має місце значна концентрація. Проте з одного боку вона заважає розвитку конкурентних відносин, але з іншого штовхає основних гравців до суперництва, що впливає на ціну пива, його асортимент(диференційованість) і, все таки, дає шанс іншим гравцям вирватися у лідери.

Тенденції до концентрації ринкової влади на вітчизняному ринку пива чітко прослідковуються. Концентрація ринку визначає структуру та галузеві особливості його функціонування. Показників концентрації у арсеналі антимонопольних органів різних країн є багато. Переважно вони застосовуються для поточної оцінки конкурентності ринку або ж для надання згоди чи не згоди для злиття(поглинання) суб'єктами ринку один з одним.

У таблиці 1 представлено основних гравців на ринку пива та динаміку зміни їхніх часток у загальному виробництві пива.

Як показано у таблиці 1 основними гравцями ринку пива протягом зазначеного періоду(та навіть до нього) було 3-5 компаній, які володіли і володіють найбільш потужними пивоварними заводами України. Тому для аналізу концентрації ринку слід зосередитися саме на цих лідерах.

Звичайно розрахунок показників концентрації дозволяє отримати повнішу картину ринку, якщо розраховується за даними усіх учасників. Проте, коли на ринку проявляються явні лідери,

існує ряд показників, за допомогою яких можна здійснити розрахунок саме за результатами їхньої діяльності. У антимонопольній політиці найчастіше використовуються індекс концентрації, індекс Херфіндаля – Хіршмана, індекс Хола-Тайдмана, індекс Джині, індекс Лінда, індекс ентропії, коефіцієнт відносної концентрації та інші. Проте ми зосередимося на індексі концентрації, як найбільш поширеному, та Хола-Тайдмана, який враховує певні нюанси, які не враховує попередній індекс.

Таблиця 1 - Частки основних гравців ринку пива за період 2011-2017 років

Ринок пива	Роки						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ринок пива, всього	100	100	100	100	100	100	100
Основні гравці на ринку пива	94,5	97,7	90,1	93,1	82,7	79,1	77,9
SunInterbrew (з 1996 року)	34,6	34,2	33,2	35	30,9	27,6	26,7
Оболонь (плюс експорт) (з 1993 року)	28,8	29,1	21,7	22	21,5	21,6	23,2
BalticBeveragesHolding (Карлсбергз 2008 року)	26,6	29,1	27,9	29,1	30,3	29,9	28
Група "Сармат" до 2012 року (Ефес Юкрейн з 2012)	4,6	5,3	7,3	7			

*Джерело: складено автором на основі даних [1,4,5]*

Індекс концентрації визначає суму ринкових часток найбільших фірм, що діють на ринку (табл..2). Чим вищим є значення цього показника для одного і того числа найбільших фірм, тим менш конкурентною є галузь.

Так, у період 1968-1982 рр. розрахунок цього індексу для чотирьох найбільших компаній у різних галузях використовувався Міністерством юстиції США як орієнтир при оцінці допустимості

(чи недопустимості) злиття. На основі цього показника визначаються такі рівні концентрації ринку [2]:

$C_R > 70$  - ринок висококонцентрований;

$70 > C_R > 45$  - ринок потенційно конкурентний;

$C_R < 45$  - ринок неконцентрований і високо конкурентний.

Найчастіше за допомогою цього показника вимірюють частку трьох, чотирьох, шести або десяти найбільших фірм на ринку чи в галузі.

У поточному дослідженні проведено розрахунок даного показника для 4 фірм-лідерів до 2014 року і 3 фірм-лідерів з 2015 до 2017 року. Зменшення кількості лідерів сталося через воєнні дії на Донеччині та Луганщині і виробництво Ефес Юкрейн (до 2012 року група "Сармат") було націоналізовано урядом так званою ДНР.

Судячи з результатів розрахунку, ринок є висококонцентрованим. Проте його концентрованість набула найвищого значення за досліджуваний період у 2012 році, а найменшого у 2017 році. Причиною цьому є зміни у кількості лідерів ринку, у виробництві (див. табл.1) тощо.

Недоліком цього показника є те, що він не враховує розмір фірм і їхню величину відносно ринку. Це стосується як тих фірм, що ввійшли до вибірки під час його визначення, так і тих, які до неї не було включено. Як уже згадувалося раніше він характеризує лише суму часток фірм, тоді як розрив між ними може бути різним.

Недостатність індексу концентрації для характеристики потенціалу ринкової влади фірм полягає у тому, що він не відображає розподіл часток як усередині групи найбільших фірм, так і поза її межами - між фірмами-аутсайдерами. Тому додаткову інформацію про розподіл ринку між фірмами надають інші показники концентрації.

Такими є показники оцінки ринкової концентрації, які дають змогу враховувати не лише розміри фірм, але й інформацію про ступінь їх значущості на ринку. Для цього фірми розташовують за порядковою шкалою, тобто за рангами. До таких показників належить індекс Хола-Тайдмана ( $R_{HT}$ ), який розраховують на основі зіставлення відносних рангів фірм на ринку (табл.2) [3]. Значення цього показника для досконалої конкуренції дорівнює нулю, а для ринку, на якому присутня лише одна фірма – одиниці.

До переваг цього показника можна віднести згадану вище можливість враховувати інформацію про ранг (ступінь значущості)

окремих фірм на ринку поряд із інформацією про їхню кількість і їхні частки на ньому. Тому оціночні дані отримані на основі використання цього індексу є більш комплексними, аніж ті, що отримані з використанням інших показників.

Таблиця 2 - Рівень концентрації за індексом концентрації та Хола-Тайдмана у 2011-2017 роках

Показник	Роки						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Індекс концентрації (CR <sub>k</sub> ) $CR_k = \sum_{i=1}^k Q_i^k = \sum_{i=1}^k Q_i^k / Q^k$	94,53	97,70	90,10	93,10	82,67	79,09	77,85
Індекс Хола-Тайдмана (R <sub>HT</sub> ) $R_{HT} = 1/2 \left[ \sum_{i=1}^n R_i \delta_i \right] - 1$	0,57	0,56	0,60	0,58	0,62	0,64	0,65

*Розраховано авторами самостійно*

Отже, за результатами розрахунків індексу Хола-Тайдмана ринок пива є олігополією, яка має високу концентрацією і нерівномірний розподіл часток виробництва між учасниками ринку.

Виходячи із аналізу результатів розрахунку рівня його концентрації на ринку та аналізу поточної та перспективної діяльності лідерів ринку, можна вважати, що, очевидно, суттєвих змін у його структурі очікувати не слід.

#### Література:

1. Ермолаєв П.В. Тенденції розвитку пивного ринку України  
 URL: [http://kneu.edu.ua/userfiles/ec\\_pidpr\\_th\\_pr\\_4/3/Ermolaev.doc](http://kneu.edu.ua/userfiles/ec_pidpr_th_pr_4/3/Ermolaev.doc) (дата звернення: 25.12.2018)

2. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка: Навч. посіб.: У 2 кн. / За ред. С. Панчишина і П. Острроверха. – Кн. 2: Мікроекономіка. – 4-те вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2006. – 437 с.

3. Лупак Р. Л., Чабан Ю.Р. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг URL: [http://www.rusnauka.com/16\\_ADEN\\_2010/Economics/68433.doc.htm](http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68433.doc.htm) (дата звернення: 01.02.2019)

4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.12.2018)

5. Український ринок пива: цифри та тенденції. 2017. URL: <https://agronews.ua/node/89992>. (дата звернення: 25.12.18)

**Кондратюк О.М., к.е.н, доцент  
Петровська О.О., магістрантка**

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

## **ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ЧАЮ НА РИНКУ УКРАЇНИ**

На сьогоднішній день, коли ринок знаходиться під дією недоброзичливої конкуренції, під час жадання підприємствами отримання максимального прибутку, можливе використання різноманітних способів фальсифікацію продукту, зокрема чаю. Сучасному споживачеві необхідно знати способи фальсифікації, щоб уникнути придбання неякісного продукту і отримати максимально ефективно витрачання своїх коштів.

Якість чаю досліджували значна кількість дослідників, такі як Кунділовська Т.А., яка надала кваліметричну оцінку чаю, Офіленко Н.О., який дослідив мікробіологічні показники чаю та інші дослідники.

Для того, щоб уникнути придбання фальсифікованої продукції, фірми які реалізують чай, а також споживачі, які прагнуть придбати саме якісний чай повинні звертати увагу на ознаки, які можна перевірити найпростішими засобами вивчаючи саме маркування запропонованого ним товару.

По-перше географічне походження чаю. Чай з високоякісної сировини буде походити з таких країн як: Індія, Китай, Кенія, Шрі Ланка. В тому разі, коли чай походить з країн Європи, варто розуміти, про те, що даний випадок містить два можливі шляхи: чай реекспортували, тоді буде значно вище ціна, але і висока якість або чай зроблений не з високоякісної сировини.

По-друге, необхідно звертати увагу на іноземні назви чаю, якщо чай якісний, то назва буде зарекомендована і споживач буде знати про її існування, так як виробником буде велика компанія з позитивним іміджем, яка дозволить собі реалізацію справжнього чаю. В разі коли назва невідома, то можна поставити під сумніви якість чаю.

По-третє, необхідно звертати увагу на якій мові нанесено маркування, так як чай з Китаю або Індії, якщо чай з Китаю не пройшов через офіційного китайського експортеру чаю, то назва буде виключно на китайській мові, а зверху матиме етикетку з перекладом [1].

Знаючи дані етапи на які необхідно звертати увагу споживач може більш-менш захистити свої права споживача, кошти, а також здоров'я своє та своїх близьких.

Варто зазначити, що споживач являється недостатньо обізнаний у способах визначення неякісного чаю, тому споживає доступний для нього чай, не вимагаючи належної якості, більш того він може і не знати про можливість фальсифікації даного товару. Тому необхідно підвищувати споживчу грамотність споживачів, для підвищення якості пропонованої продукції на ринку.

Для детального аналізу можливих шляхів чайної фальсифікації і визначення можливих шляхів виявлення фальсифікації, використовуючи джерела [2, 3, 4] було розроблено таблицю 1.

Таблиця 1 – Фальсифікація чаю та методи її виявлення

Спосіб фальсифікації	Метод виявлення
1	2
Заміна високоякісних сортів – низькоякісними	Проведення органолептичної оцінки: наявність грубого смаку, слабкого аромату, мутний колір настою, непрозорість, чайнки нерівномірні, погано скручені. Фізико-хімічний: визначення кількісного та якісного складу катехинів, цукру, будова листя.
<i>Додавання:</i>	
Низькоякісні частини чайної флеші або листя інших рослин	Візуальний огляд чайного листя, як в звичайному так і в розвареному стані,

1	2
	листя рослинних добавок, як правило, не скручені; Фізико-хімічним визначають екстрактивність та кількість катехінів.
Старого чаю	Органолептична оцінка смаку та запаху. Чай матиме присмак старого чаю, можлива наявність сторонніх запахів та присмаків колір настою буде мутним.
Підфарбовування сухого чаю фарбуючими речовинами	При поміщенні чаю у холодну воду, натуральний чай не змінить кольору, а чай, який містить фарбуючі речовини почне фарбувати воду.
Питної соди для підвищення інтенсивності настою	Смак і аромат слабо виражені, можливий присмак соди, додавання лимонної кислоти викликає помітне виділення вуглекислого газу. Фізико-хімічним методом можна визначити рН екстракту і порівняти із нормою у стандарті.

Визначивши можливі засоби фальсифікації чаю, необхідно зазначити про достатньо широкий спектр можливостей, для фальсифікації даного товару. Однак, варто зазначити, що всі засоби фальсифікації, можна виявити в стандартних умовах, які доступні споживачу, шляхом органолептичної оцінки якості.

Таким чином, споживач, а також торгові посередники, які не мають значного досвіду в виявленні якісної продукції, можуть захистити себе, від недоброякісних торгівців, не звертаючись за допомогою в спеціалізовані лабораторії, так як для визначення якості чаю достатньо звичайної органолептичної оцінки, спираючись на нормативну документацію, яка знаходиться у вільному доступі.

#### Література:

1. Балаева, С.І. Товарознавство та експертиза продовольчих товарів / С.І. Балаєва. М: Дашков, 2011. 552 с.
2. Малигіна В. Д. Основи експертизи продовольчих товарів : Підручник. / В. Д. Малигіна. [Електронний ресурс]. URL:

<http://westudents.com.ua/knigi/162-osnovi-ekspertizi-prodovolchih-tovarv-maligna-v-d.html>.

3. Кунділовська Т. А. Кваліметрична ідентифікація чаю зеленого байхового / Т. А. Кунділовська. [Електронний ресурс]. URL: <https://is.gd/zFhmAu>

4. Офіленко Н. О. Дослідження мікробіологічних і фізико-хімічних показників якості різних видів чаю / Н. О. Офіленко [Електронний ресурс]. URL: <http://foodind.donnuet.education/download/ua/2013/30/Ofilenko.pdf>.

*Митрофанова А.С., к.е.н.*

*Національний технічний університет*

*«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна*

## **МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТА МІКРОЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сучасному розвитку української економіки властивий суперечливий та кризовий характер. Протягом років незалежності час від часу її спіткали періодичні кризи: у 1990-х роках, у 2008–2009 роках, сучасна криза 2014–2015 років. Отже, в таких умовах ані економіка держави в цілому, на макрорівні, ані окремі галузі (в світлі процесів деіндустріалізації), ані окремі підприємства не можуть розвиватися успішно, стабільно та ефективно. Необхідним є розширення досліджень в галузі вивчення сукупності макроекономічних та мікроекономічних факторів функціонування підприємств в специфічних умовах, що склалися.

Метою роботи є розкриття комплексу макроекономічних та мікроекономічних факторів функціонування підприємств у сучасній економіці України.

Вчені виділяють багато класифікацій факторів функціонування підприємств. Наприклад, автори [1] виділяють такі фактори впливу економічних криз на діяльність підприємств: А) екзогенні – технологічні, демографічні, соціокультурні, державно-правові; Б) ендогенні – відтворювальні, інституційні, державного регулювання економіки, зовнішньоекономічні. Крім того, дослідники [3] пропонують розподілити фактори впливу на ефективність діяльності підприємства на зовнішні (ринкові, кон'юнктурні, господарсько-правові, адміністративні) та внутрішні



(матеріально-технічні, організаційно-управлінські, економічні, соціальні); суб'єктивні та об'єктивні; загальні (діють у всіх галузях економіки) та специфічні (діють в межах окремої галузі); елементарні та комплексні. Певні дослідження [2] традиційно розглядають фактори зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Так, до чинників внутрішнього середовища звичайно відносять процес виробництва, персонал, організаційну структуру, стратегію, фінансові відносини, НДДКР. Зовнішнє середовище впливає на діяльність підприємства через дію таких зовнішніх сил, як законодавство, постачальники ресурсів, партнери, конкуренти, споживачі, органи державної влади, політична ситуація, економічна ситуація, науково-технічний прогрес, інформаційне забезпечення. Неважко помітити, що в такому випадку до зовнішніх факторів віднесені досить різнорівневі сили, оскільки постачальники, партнери, конкуренти, споживачі діють в межах окремого ринку, де функціонує підприємство, а решта факторів впливає на організацію діяльності усіх ринків країни. Отже, необхідно погодитися з виділенням в рамках зовнішнього середовища макроекономічного та мікроекономічного середовища і відповідних факторів. Тоді до мікросередовища слід віднести постачальників ресурсів, конкурентів, споживачів, торгових посередників, кредитні установи, страхові компанії та інші контактні аудиторії. Макросередовище впливає на підприємство та його мікросередовище і включає не тільки економічні, правові, політичні відносини, науково-технічний прогрес, але й природно-екологічну та демографічну складові.

На наш погляд, фактори впливу економічних криз на функціонування сучасних українських підприємств є важливим напрямом аналізу, оскільки весь період розвитку української економіки з часів набуття незалежності характеризується нестабільністю, коли періоди поступального розвитку, мабуть, були рідшими та коротшими, аніж періоди кризових явищ. Ці фактори правомірно віднести до групи чинників зовнішнього макроекономічного середовища. Цілком плідною буде спроба їх аналізу у сучасних умовах. Дійсно, підприємство майже не має ресурсів впливу на зовнішні макроекономічні чинники, однак, проаналізувавши їх наявність, загрози та сферу дії, можна відповідним чином скорегувати фінансову, продуктову, маркетингову політику підприємства та ін.

Екзогенні фактори впливу економічних криз, такі як технологічні, демографічні, соціокультурні, державно-правові справляють наступний вплив. У результаті кризи 1990-х років у країні відбулася масштабна деіндустріалізація, зупинилися підприємства цілих галузей, які були тісно пов'язані з народногосподарським комплексом СРСР. Це призвело до втрати певної частини науково-технічного потенціалу, кваліфікованих кадрів, а отже і конкурентних переваг на зовнішніх ринках. Зниження якості соціальної політики, зубожіння широких верств населення внаслідок економічної кризи призвело до демографічної кризи, що вилилася у від'ємні показники природного приросту населення та широкі хвилі міграції. У результаті сьогодні «звужене» покоління 1990-х народжує ще менше дітей, ніж це могло б бути, крім того, подальші хвилі економічних криз знову спонукають людей залишати нашу країну. У результаті маємо деструктивний вплив як на сукупний попит (зниження платоспроможного попиту населення), так і на сукупну пропозицію (зниження темпів зростання ВВП, а в окремі роки і його від'ємний приріст). Як наслідок, макроекономічна рівновага досягається за умов меншого рівня ВВП та вищого рівня цін. Таким чином, підприємства стикаються з додатковими проблемами пошуку кваліфікованих кадрів, ресурсів для технологічного оновлення та здійснення інновацій, пошуку свого місця на внутрішньому та зовнішніх ринках. Законодавчо-правове середовище функціонування підприємств не сформоване остаточно, або зазнає постійних змін.

Серед ендогенних факторів (відтворювальних, інституційних, державного регулювання економіки, зовнішньоекономічних), напевне, лише зовнішньоекономічні фактори справляли не тільки негативний, але й позитивний вплив. З одного боку, внаслідок відкритості української економіки (зовнішньоторгова квота, як правило, перевищує 100%), вона постійно підпадає під вплив світових або регіональних економічних криз (1998 р., 2008 р.). З іншого боку, пожвавлення світових ринків основних експортних позицій України (продукція сільського господарства, металургійної галузі) та підвищення цін на них забезпечувало зростання експортної виручки та спонукало до пожвавлення і внутрішнього ринку. Щодо державного регулювання економіки, то, на жаль, політичні цикли впливають на врівноваженість економічної

політики держави, яка часто набуває рис популізму та призводить до невиправданого дефіциту бюджету. Часті зміни політичного курсу призводять до непередбачуваності фіскальної, монетарної, податкової політики. Крім того, активна співпраця з МВФ диктує необхідність слідувати його вимогам у економічній політиці (жорсткі обмеження бюджетного дефіциту, встановлення високих цін на газ для населення, пенсійна реформа та ін.). Інституційні основи функціонування ринкової економіки в Україні були закладені у період економічних реформ 1990-х рр. при переході від командно-адміністративної до ринкової економіки. Демонтаж однієї системи та перехід до іншої відбувся за історичною мірою надзвичайно швидко, не була побудована модель процесу переходу із відповідною економічною політикою держави, яка була майже усунена від керівництва цим процесом, не завжди ясною була остаточна мета. Все це призвело до важкої трансформаційної кризи, вихід з якої намітився лише на початку 2000-х рр. Але і сьогодні деякі елементи цих реформ не завершені, наприклад, процеси приватизації державного майна.

Таким чином, на функціонування підприємств у сучасній економіці України неоднозначно та різноспрямовано впливає комплекс мікроекономічних та макроекономічних факторів, серед яких слід надавати особливої уваги факторам дії економічних криз.

#### Література:

1. Бобрышев А.Д. Факторы, влияющие на деятельность компании [Электронный ресурс] / А.Д.Бобрышев // Вестник университета (ГУУ). 2011. № 23. URL: [https://www.cfin.ru/anticrisis/methodical\\_material/consultants/factors.shtml](https://www.cfin.ru/anticrisis/methodical_material/consultants/factors.shtml).
2. Зингер О.А. Факторы, влияющие на устойчивое развитие промышленных предприятий [Электронный ресурс] / О.А. Зингер, А.В. Ильясова // Современные проблемы науки и образования. 2015. №1. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18044>.
3. Калиева О.М. Факторы, влияющие на экономическую эффективность деятельности предприятия / О.М. Калиева, Н.В. Лужнова, М.И. Дергунова, М.С. Говорова // Инновационная экономика: материалы Международ. науч. конф. Казань: Бук, 2014. С.93-96.

*Трушкіна Н.В., к.е.н.  
Інститут економіки промисловості  
НАН України, м. Київ, Україна*

## **ІНТЕГРОВАНА ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА ЄС: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ**

На даний час формування інтегрованої транспортно-логістичної системи є важливою умовою економічного зростання ЄС, розвитку функціонального внутрішнього ринку транспортних послуг, створення для кожного регіону можливостей стати частиною глобальної економіки за рахунок конкурентних позицій у сфері інфраструктурного забезпечення, організації логістичної діяльності, реалізації систем управління рухом та інформаційних технологій. У транспортній сфері ЄС працює понад 10 млн осіб. Частка даної галузі в обсязі ВВП становить 5% [1, с. 8].

За останні десятиріччя актуалізуються питання розробки якісно нової транспортної політики Європейського Союзу, що, в першу чергу, пов'язано з його інтенсивним розширенням. Однак, як показує аналіз директивних документів [2-8], це призвело до ряду проблем, а саме: недостатнього врахування глобальних трансформацій світової економіки і негативних наслідків зміни клімату, розрізненості й неоднорідності транспортної інфраструктури, розвитку слабо інтегрованих національних сегментів у структурі транспортного ринку ЄС тощо.

За даними Європейської економічної комісії ООН, виявлено, що, як правило, в країнах ЄС розвинута діяльність автомобільного та залізничного транспорту. Встановлено, що обсяг перевезення вантажів автомобільним транспортом збільшився за 2000-2017 рр. у ряді європейських країн: Латвії – на 103,8%; Литві – на 47,6%; Австрії – на 41,6%; Естонії – на 40,8%; Португалії – на 31,6%; Польщі – на 23,6%; Чехії – на 4,0%; Німеччині – на 2,3%.

За досліджуваний період обсяг перевезення вантажів залізничним транспортом зріс у більшості країн ЄС: Литві – на 60,1%; Німеччині – на 46,8%; Латвії – на 32,5%; Австрії – на 26,1%; Польщі – на 21,2%; Португалії – на 17,2%; Італії – на 14,8%; Угорщині – на 0,9%. За цей період спостерігається тенденція суттєвого зростання обсягу вантажоперевезень річковим

транспорт у Словаччині, Угорщині та Литві. Так, значення цього показника збільшилося в цих країнах, відповідно, у 4; 1,9 і 1,5 раза. В інших країнах ЄС річковий транспорт використовується недостатньо ефективно, про що свідчить скорочення обсягів відвантаження (*табл.*).

З огляду на це, доцільним є створення єдиної європейської транспортної мережі у рамках реалізації транспортної політики TEN-T. Раніше TEN-T була одним із інструментів фінансування великих проектів у сфері транспорту. На сучасному етапі дана політика спрямована на досягнення довгострокових цілей ЄС: забезпечення мобільності при умові ефективного використання ресурсів і скорочення викидів вуглекислого газу.

Таблиця 1 – Динаміка обсягу перевезення вантажів в країнах ЄС за видами транспорту, тис. т

Країни	Залізничний транспорт		Автомобільний транспорт		Річковий транспорт	
	2000 р.	2017 р.	2000 р.	2017 р.	2000 р.	2017 р.
Австрія	80819	101919	277048	392169	10979	8801
Естонія	63861	22327	25514	35923	–	–
Італія	79636	91446	1205117	861220	1368	190
Латвія	36413	48264	32911	67066	–	–
Литва	30712	49185	45013	66451	31	48
Німеччина	282861	415334	3005104	3073180	242223	218405
Польща	185334	224548	1083071	1338354	10433	2793
Португалія	9046	10060	112529	148121	–	–
Румунія	71461	49203	262943	167506	131102	1386
Словаччина	54177	49986	188901	149653	1607	6498
Угорщина	49625	50082	261019	185461	4422	8467
Франція	141941	80517	1923842	1758446	70669	63259
Чехія	98255	97769	414725	431284	1739	687

*Складено за даними: [9, с. 158-163].*

До ключових завдань транспортної політики ЄС можна віднести: усунення «вузьких місць», технічних бар'єрів й обмежень, що перешкоджають функціонуванню внутрішнього транспортного ринку; комплексне координування системи транспорту; популяризація використання екологічно чистого палива; інтеграція міських транспортних мереж в TEN-T;

ефективне використання транспортної інфраструктури за допомогою інноваційних навігаційних систем; підвищення безпеки.

Очікується значний розвиток транспортної інфраструктури на базі мультимодальних європейських коридорів, кожний з яких включає як мінімум 3 виду транспорту, 2 транскордонні ділянки і поєднує не менш 3 держав. На впровадження TEN-T виділено понад 24 млрд євро. До 2030 р. планується побудувати повну базову транспортну мережу. Це створить передумови для суттєвого економічного зростання ЄС у результаті скорочення часу на вантажні перевезення, збільшення вантажообігу та пропускної спроможності транспортних мереж.

Для цього необхідні трансформаційні перетворення транспортно-логістичної системи ЄС, які полягають у такому:

- до 2050 р. більше половини вантажних перевезень на відстані понад 300 км здійснюватиметься залізничним і водним транспортом;

- у пасажирських перевезеннях на середні відстані головну роль відіграватиме залізничний транспорт;

- центри міст планується повністю позбавити від автомобілів з бензиновими й дизельними двигунами; ставка робиться на гібридні й електричні;

- на авіаційному та водному транспорті за допомогою нових видів палива шкідливі викиди в атмосферу мають бути скорочені на 40%;

- зменшити загальний обсяг шкідливих викидів в атмосферу до 60% в 2050 р. порівняно з 1990 р.;

- до 2020 р. модернізувати інфраструктуру управління повітряним рухом і закінчити роботу з формування Загального європейського повітряного простору; створити системи управління автомобільним і водним транспортом; запустити європейську систему супутникової навігації Galileo;

- до 2050 р. закінчити формування європейської мережі високошвидкісних залізничних доріг; до 2030 р. збільшити мережу таких доріг у 3 рази;

- розробити і впровадити інтегрований квиток, який припускає використання різних видів транспорту (авіаційний, залізничний, водний); у перевізників з'явиться уніфікований перевізний документ в електронній формі;

розробити базову мережу стратегічної інфраструктури, яка має базуватися на системі пан'європейських транспортних коридорів;

підвищити рівень безпеки на автомобільному транспорті в межах міських агломерацій.

Отже, створення єдиного європейського простору сприятиме досягненню конкурентної та ресурсозберігаючої транспортно-логістичної системи. Транспортна політика ЄС у довгостроковій перспективі має вирішити такі стратегічні завдання, як розробка і впровадження нових і екологічних видів палива; оптимізація мультимодальних логістичних ланцюгів, у тому числі за рахунок розширеного використання енергоефективних видів транспорту; підвищення ефективності функціонування транспортно-логістичної системи та інфраструктури шляхом застосування сучасних цифрових інформаційних технологій і ринкових ініціатив.

#### Література:

1. Белая книга – Транспорт. Стратегический план для единой европейской транспортной зоны: в направлении к конкурентоспособной и ресурсоэффективной транспортной системе. Люксембург: Бюро официальных публикаций Европейского Союза, 2011. 28 с.

2. EU Transport Policy Analysis: strengths and weaknesses. URL: [http://www.eutraproject.eu/uploadfiles/EU\\_Transport\\_Policy\\_Analysis.pdf](http://www.eutraproject.eu/uploadfiles/EU_Transport_Policy_Analysis.pdf).

3. Implementation of the Waterborne Strategic Research Agenda. Waterborne Transport & Operations. Key for Europe's Development and Future. Route Map Issue 2. Brussels, Belgium, Waterborne TP, 2011. 90 p.

4. Meeting the Challenges through Ambitious Innovation. Waterborne Transport & Operations. Vision 2025. Brussels, Belgium, Waterborne TP, 2011. 34 p.

5. Flightpath 2050. Europe's Vision for Aviation. Report of the High Level Group on Aviation Research. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011. 28 p.

6. Implementation of the ERTRAC Strategic Research Agenda 2010: ERTRAC Research and Innovation Roadmaps. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011. 278 p.

7. Ratcliff C. Common transport policy: overview. 2017. URL: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/eu/displayFtu.html?ftuld=FTU\\_5.6.1.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/eu/displayFtu.html?ftuld=FTU_5.6.1.html).

8. Transport in the European Union. Current Trends and Issues. Mobility and Transport. European Union. April 2018. URL: <https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/2018-transport-in-the-eu-current-trends-and-issues.pdf>.

9. Транспорт і зв'язок України за 2017 рік: стат. збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 168 с.

*Богун О. Р., студент*

*Науковий керівник: Яковенко Ю.В., асистент*

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

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Погіршення становища у світовій економіці у 2018 році, а також нестабільна ситуація початку 2019 року, посилило занепокоєність експертів та пересічних громадян щодо перспектив стабільності української економіки. Таким чином, у країні на сьогоднішній день дуже багато проблем.

Опитування, проведене Українським центром економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, показало, що 35% респондентів вважають найсерйознішою економічною проблемою низьку заробітну плату, 24% - безробіття, 11% - високі ціни на продовольчі продукти, 10% - підвищення тарифів на послуги житлово-комунального господарства, 10% - високу плату за навчання у вищих навчальних закладах і 10% - недоступність і низьку якість медичного обслуговування.

Україна за своїми соціально-економічними показниками займає місце серед найбідніших країн світу (узагальнюючий показник економічного розвитку - суспільний продукт на душу населення - в Україні менше 3000 дол. на рік, у країнах Західної Європи - 20 000).

Друга за значимістю економічна і соціальна проблема України - це зайнятість, забезпечення ефективними робочими



місцями. Згідно з переписом, в Україні 42 млн. населення. Серед них 17 млн. пенсіонерів та людей з інвалідністю, 12 млн. дітей і молоді до 24 років. Залишається 13 млн. За даними соціологічних опитувань, до 40% вважають себе безробітними, та й формально зафіксоване безробіття - 2,3 млн. Таким чином, фактично працює 9,5 млн. чол. А ще за рахунок держбюджету живуть чиновники, працівники силових структур і армії, медицини. Залишається менше 5 млн., що працюють в реальній економіці.

Однією з найбільших проблем в Україні є низький рівень соціального захисту молоді сім'ї, що в свою чергу породжує її дезорганізацію, внутрішні дестабілізуючі процеси, конфлікти і, нарешті, веде до розпаду.

Останні два десятиліття на ринку України функціонували системи розподілу, в яких кожен учасник діяв, орієнтуючись на свої цілі, найчастіше не дивлячись на інших. Пізніше стали все більше поширюватися вертикальні маркетингові системи розподілу. У міру їх розвитку основна увага починає приділятися стратегії конкурентної боротьби. Проте час показав, що найбільш ефективними є не конкурентна боротьба, а співпраця.

Не дивлячись на все, Україна - країна з величезним економічним потенціалом. Він дозволяє протягом найближчих 10-15 років стати на один рівень з країнами Центральної Європи. Займаючи один відсоток території планети, наша держава має 5,2% світових запасів природних ресурсів, у тому числі - 40 % європейських запасів чорноземів. Ще не втрачені до кінця інші передумови: освічене населення, вигідне географічне положення в центрі Європи, достатня індустріально-виробнича та науково-технологічна бази. В Україні високі інформаційні технології, де є можливість зайняти вагоме місце в світі; наша країна - велика металургійна держава з повним і самодостатнім комплексом (сировина, виробництво, наука, кадри); повинні бути відроджені і примножені традиції в машинобудуванні, адже у нас є все для космічних, авіаційних, електронних, ядерних, енергетичних, суднобудівних комплексів. Але при цьому не можна забувати, що від цього не повинні «страждати» інші галузі народного господарства (харчова, текстильна).

Розвиток інтеграційних процесів у світі є безпрецедентним явищем, що визначає нинішній і майбутній поступ держав та їх місце в системі міжнародних відносин. Інтеграція у світовий

економічний простір є важливою умовою забезпечення динамічного розвитку національних економік, що відповідає як необхідності налагодження цивілізованих зовнішньоекономічних відносин, так і сучасним тенденціям. Об'єктивною необхідністю сучасного етапу є поступове та неухильне включення економіки України до системи міжнародного поділу праці та світових інтеграційних процесів. Вагомого значення для України набувають європейські інтеграційні процеси, як економічні так і політичні.

Європейська інтеграція для України – це ефективний шлях до модернізації економіки, залучення додаткових іноземних інвестицій і новітніх технологій, підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняного товаровиробника, створення нових робочих місць, вихід на світові ринки, модернізації існуючої та створення нової інфраструктури, підвищення ефективності всього господарського комплексу та досягнення міжнародних стандартів якості життя населення. Зростання товарообігу між Україною та Європейським Союзом робить ще більш нагальним вирішення питання про взаємну лібералізацію торгового режиму задля покращення доступу українських підприємств на європейський ринок. На сьогоднішній день існує низка проблем, які стоять на заваді членства України у Європейському Союзі, головними з яких є: низькі стандарти якості життя, недосконала пенсійна система, низька конкурентоспроможність продукції вітчизняного товаровиробника, недосконалість законодавчої системи, складні умови для ведення бізнесу, високий рівень корупції, наявне антропогенне забруднення тощо.

Для вирішення зазначених проблем у першу чергу необхідно модернізувати господарський комплекс України у напрямку зменшення його матеріаломісткості, енергомісткості та збільшення наукомісткості, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національної продукції, створенню нових робочих місць та підвищенню стандартів якості життя населення. Запорукою успішного входження нашої держави у європейський інтеграційний простір має стати вчасне проведення реформ у бюджетній та податковій сферах, пенсійній системі, освіті, охороні здоров'я, житлово-комунальному господарстві. Реалізація зазначених завдань дозволить вийти Україні на один рівень з провідними країнами Європи та увійти до співдружності вільних, економічно і політично розвинених держав.

Література:

1. Варналій З., Серебрянський Д. Вплив оподаткування прибутку на економічний розвиток України / Варналій З., Серебрянський Д. // Економіка України. 2018. №5. С. 55-69.
2. Економіка України після кризи: орієнтири стратегічних реформ / Я. А. Жаліло, Д. С. Покришка, Я. В. Белінська [та ін.]. К.: НІСД, 2014. С. 52–56.
3. Економіка України на шляху від депресії до зростання: джерела, важелі, інструменти / Я. А. Жаліло, Д. С. Покришка, Я. В. Белінська [та ін.]. К.: НІСД, 2010. 96 с.
4. Єрмолаєв, А. В. Щодо проблем реалізації модернізаційних стратегій в умовах сучасної України / А. В. Єрмолаєв, Я. А. Жаліло // Стратегія розвитку України. 2011. № 1. С. 74.
5. Скібіна, С.О. Динаміка, тенденції й системність формування доходів домашніх господарств в умовах трансформації економіки в Україні [Текст] / С.О. Скібіна // Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. 2017. № 11 (101). С. 190-199.
6. 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. К.: Фенікс, 2012. Т.1: Економіка знань – модернізаційний проект України. 544 с.

*Дядюра К. В., студентка*

*Науковий керівник: Яковенко Ю.В., асистент*

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

## **МАКРОЕКОНОМІЧНА ДИНАМІКА. ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ ТА РОЗВИТОК**

Макроекономіка – галузь економічної науки, що вивчає поведінку економіки як єдиного цілого з метою забезпечення умов сталого економічного зростання, повної зайнятості ресурсів, мінімізації рівня інфляції і рівноваги платіжного балансу.

Для макроекономіки є характерним те, що вона базується на мікроекономічних явищах, а саме:

1. Макроекономічні показники є результатом зведення показників економічної діяльності окремих фірм;

2. Макроекономічні закономірності відображають тенденції масової поведінки на мікрорівні;

3. Макроекономічні процеси є результатом економічної політики держави.

Економічна динаміка – зміна економічних параметрів внаслідок їх взаємодії. Економічна динаміка характеризується розробкою і впровадженням в економічне життя економіко-математичних моделей, які описують економіку.

Існує безліч підходів, які необхідні для побудови динамічних моделей:

1. Оптимізаційний – характеризується вибором оптимальної траєкторії економічного розвитку з багатьох можливих варіантів;

2. Описувальний – характеризується описання економічних дій в центр яких закладено поняття рівноважного розвитку, тобто всебічного збалансованого розвитку.

Розрізняють два типи макроекономічної динаміки:

Моментний – це тип макроекономічної динаміки, який характеризує стан економічного явища конкретно на певний момент часу.

Інтервальний – це тип макроекономічної динаміки, який характеризує стан будь-якого процесу за певний інтервал – за добу, місяць, квартал [2, с.18].

Під економічним зростанням розуміють такий стан економіки, коли протягом тривалого періоду кількісно і якісно зростають виробництво і споживання, які перебувають в постійному русі. Зростання характеризується збільшенням загального обсягу ВВП за певний період часу, або збільшення ЧНП на душу населення. Зростання національної економіки визначається факторами економічного зростання.

Існують такі фактори економічного зростання:

1. Кількість і якість природних ресурсів;
2. Кількість і якість трудових ресурсів;
3. Обсяг основного капіталу, зайнятого у суспільному виробництві;
4. Технологія і організація суспільного виробництва;
5. Рівень суспільного попиту на товари і послуги
6. Суспільний розподіл і обмін продукту.

Основним джерелом економічного зростання:

1. Пропозиція чинників виробництва;
2. Стан інфраструктури;
3. Фактори сукупного;
4. Політика уряду.[3, с. 220]

При змішаному типі економічного зростання відбувається поєднання інтенсивних та екстенсивних факторів, їхнє взаємодоповнення. [4, с. 134]

Екстенсивне зростання здійснюється на основі нарощування кількості виробничих ресурсів за їх незмінності

Інтенсивне зростання пов'язане з якісним удосконаленням виробничих факторів і підвищенням на основі цього ефективності національного виробництва. Показники ефективності функціонування національної економіки найбільшою мірою характеризують рівень економічного розвитку.

Рівень економічного розвитку визначають на підставі показників рівня життя населення, таких як: середня тривалість життя, рівень освіти, середня тривалість робочого дня, охорона здоров'я. Для визначення рівня якості життя нині міжнародні організації дедалі частіше використовують індекс людського розвитку. Цей індекс обчислюють на підставі освітнього рівня населення, середньої тривалості життя та подушного ВВП. В деяких випадках зростання ВВП супроводжується вичерпування економічного потенціалу країни, заперечуються можливості для покращення рівня життя у перспективі.[6,153]

Саме макроекономічна динаміка відіграє важливу роль для розвитку країни. Тому, що вона показує зміни стану економіки, під час яких змінюється показники економічних об'єктів та системи в цілому. Економіка може бути у стані зростання, застою чи спаду. Отже, економічне зростання, застій та спад є складовими етапами економічної динаміки.

#### Література:

1. Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Баластрик Л.О. Макроекономіка: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. К.: Знання, 2010. 851 с.
2. Батура О.В., Івашина О. Ф., Новикова Л.Ф. Макроекономіка: Навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2009. 236 с.

3. Вініченко І. І., Гончаренко О.В., Дацій Н. В., Корецька С.О. Макроекономіка: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2009. 176 с.

4. Економічна енциклопедія: У трьох томах. - Т.1. / За ред. С.В. Мочерного К.: Видавничий центр "Академія", 2010 864 с.

5. Економічна теорія: політична економія. Підручник / За заг. ред. С. І. Юрія. К.: Кондор, 2009. 604 с.

6. Романюк О.П., Сніжко О.В. Макроекономічна політика: Навчальний посібник. К.: Вид-во УАДУ, 2009. 250 с.

*Губанов А.В., студент*

*Науковий керівник: Яковенко Ю.В., асистент*

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

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ**

До переходу економіки на ринкові відносини широко використовувалися методи абсолютної та порівняльної економічної ефективності капітальних вкладень і нової техніки. В їх основу був покладений критерій народногосподарського ефекту, який можна отримати в результаті створення і реалізації об'єкта інвестицій. Абсолютна економічна ефективність розраховується як частка від ділення прибутку (зниження собівартості) до суми вкладень, що її обумовили. Порівняльна економічна ефективність розраховується так званим методом приведених витрат.

Способи оцінки ефективності капітальних вкладень і нової техніки виявилися недієздатними в нових ринкових умовах господарювання. Стало очевидним, що в умовах ринкових стосунків в основі розрахунків економічної ефективності інвестиційних проєктів повинні бути покладені інші критерії і методи.

Дослідження ефективності інвестицій підприємства та обґрунтування шляхів покращення та вдосконалення системи інвестування підприємства.

Методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів – це способи визначення доцільності довгострокового вкладення

капіталу в різні об'єкти (проекти, заходи) з метою оцінки перспектив їх прибутковості і окупності. Інвестиційні проекти, включаючи пропозиції з розроблення нової конструкції машин і устаткування, технології, нових матеріалів та інші заходи, повинні піддаватися детальному аналізу з погляду кінцевих результатів, критерію оптимальності – показника, що виражає граничну міру економічного ефекту ухвалюваного рішення для порівняльної оцінки можливих альтернатив і вибору з них якнайкращого.

У країнах з розвинутою ринковою економікою розроблені й широко застосовуються методи оцінки інвестицій, засновані переважно на порівнянні прибутковості (ефективності) вкладених коштів у різні проекти. При цьому як альтернатива інвестиціям в той або інший проект виступають фінансові вкладення в інші об'єкти, а також розміщення коштів (капіталу) в банку під відсотки або в цінних паперах.

Відомо, що капітал, вкладений в інвестиційні проекти разом із частиною прибутку від їх реалізації, реінвестується в активи з метою отримання доходу (прибутку) в майбутньому.

Отже, на етапі розроблення проекту необхідно визначити:

а) мету, що переслідується проектом (чим він викликаний, якими обставинами, його основна мета, навіщо він потрібний, де буде здійснений і чому);

б) зміну організаційної структури, якості продукції, обсягів виробництва, екології і т.д.;

с) терміни для досягнення результатів реалізації проекту (наприклад, проектної потужності, яке для цього потрібне устаткування, терміни його надходження і ціна продажу тощо);

д) інвесторів та обсяги інвестицій.

Критеріями для обґрунтування ефективності інвестиційного проекту можуть бути максимум прибутку або прибутковості, мінімум витрат, досягнення мети, частка ринку, якість продукції тощо.

При цьому необхідно розрахувати і прослідкувати напрями руху грошових потоків: капітальні витрати – на придбання (оренду) землі, будівництво, придбання (проектування, виготовлення) устаткування і машин, підготовку спеціалістів; поточні витрати – на сировину і матеріали, паливо і енергію, оплату праці і т.д.; прибуткові статті – на економію витрат, роялті (регулярні платежі,

винагорода за право користування предметом ліцензійної угоди), урядові позики тощо.

Інвестиційні проекти можуть бути оцінені різними способами, але для будь-якого з них (окрім екологічних, соціальних і деяких інших проектів) важливо знати рівень доходу, який забезпечать інвестиції, і розмір додаткового прибутку, який вони принесуть.

При практичному завданні і використанні грошових потоків доводиться враховувати дві (пов'язаних між собою) ускладнюючі обставини: інфляцію і багатовалютність.

Наявність інфляції обумовлює необхідність:

1) відображати грошові потоки (для правильного розрахунку показників ефективності) в тій самій валюті, в якій вони надходять під час здійснення проекту (продаж і купівля на внутрішньому ринку – в гривнях, на зовнішніх – у відповідних валютах) і лише під час визначення завершального підсумкового потоку призводити до однієї підсумкової валюти;

2) правильно вибирати саму підсумкову валюту, оскільки показники ефективності проекту можуть виявитися залежними від цього вибору, оскільки відносні курси валют часто не враховують відносні темпи інфляції.

Для оцінки ефективності інвестиційного проекту грошові потоки повинні прогнозуватися. Це можна робити у фіксованих цінах, що дорівнюють цінам на момент розроблення проекту (так званих поточних цінах), а можна – в очікуваних у майбутньому прогнозних цінах, що вимагає урахування інфляції, оскільки у ряді випадків може спостерігатися завищення показників ефективності проекту.

Друга ускладнююча обставина – багатовалютність. Багато інвестиційних проектів здійснюються одночасно в декількох валютах.

Поряд з оцінкою інвестиційних проектів за критерієм ефективності здійснюється їх оцінка за рівнем інвестиційного ризику і рівнем ліквідності. Мірою ризику є очікуваний рівень варіабельності показника чистого грошового потоку або інвестиційного прибутку за проектом (що розраховується за допомогою середньо-квадратичного відхилення та коефіцієнта варіації), а мірою ліквідності – період інвестування до початку експлуатації проекту (виходячи з того, що здійснений



інвестиційний проект, який приносить реальний чистий грошовий потік, може бути проданий у відносно короткий термін, ніж об'єкт незавершений).

Інвестиційні проекти можна оцінювати за багатьма критеріями – з точки зору їх соціальної значущості, масштабами впливу на навколишнє середовище, ступеня залучення трудових ресурсів і т.п. Однак центральне місце в цих оцінках належить ефективності інвестиційного проекту.

Під інвестиційним проектом слід розуміти сферу діяльності по створенню або зміні технічної, економічної або соціальної систем, а також розробку нової структури управління або програми науково–дослідних робіт.

Оцінка ефективності інвестиційних проектів є одним з найбільш важливих етапів в процесі управління інвестиціями. Тому, наскільки якісно виконана така оцінка, залежить правильність ухвалення остаточного рішення.

Коефіцієнт ефективності розраховується як відношення грошових надходжень (N) до суми інвестованих коштів (K). У практичних розрахунках використовується річна норма ефективності (Er):

$$Er = \frac{\sum N}{\sum K} \quad (1)$$

де N – середньорічні грошові надходження. Допустиме значення:  $Er \geq 1$

Період окупності обчислюється як зворотний показник:

$$PO = \frac{\sum K}{\sum Np} \quad (2)$$

Методи оцінки інвестицій на основі бухгалтерської звітності (облікові методи) передбачають розрахунки балансової та чистої рентабельності інвестицій. Балансова та чиста рентабельність розраховуються за формулами:

$$Rd = \frac{Dr}{\sum K} \quad (3)$$

$$Rp = \frac{(Dr - PP)}{\sum K} \quad (4)$$

Rb-балансова рентабельність інвестицій

Rp-чиста рентабельність інвестицій

Дг-середньорічний дохід підприємства  
К-обсяг інвестицій  
РР- податкові та відсоткові платежі

Отже можемо визначити 5 головних заходів, внаслідок яких можна забезпечити підвищення ефективності

а) забезпечення комплектності й пропорційності капітальних вкладень. Необхідно зберігати раціональну відповідність між вкладеннями в сільськогосподарську техніку і в заходи з поліпшення родючості землі. У тваринництві має існувати раціональне співвідношення затрат на будівництво приміщень із затратами на формування основного стада, а також на впровадження комплексної механізації. Для забезпечення комплексності, раціональності й пропорційності капітальних вкладень потрібно, щоб вони були науково обґрунтовані, з використанням прогресивних нормативів капітальних вкладень;

б) скорочення вартості будівництва виробничих об'єктів, якого можна досягти з допомогою використання дешевих матеріалів місцевого виробництва, прогресивних методів ведення будівельно-монтажних робіт, поліпшення проектування сільськогосподарських об'єктів і зниженням кошторисної вартості проектно-конструкторських робіт;

с) скорочення розриву в часі між капітальними вкладеннями й освоєнням основних фондів. Середній нормативний термін будівництва сільськогосподарських об'єктів не повинен перевищувати двох років. Однак часто будівництво розтягується на термін у 2-3 рази більший. Це пов'язано як зі слабкою потужністю будівельних організацій, так і з недостатньою концентрацією капітальних вкладень, їх розпорошеністю;

д) реконструкція будівель і споруду унаслідок чого можна ущільнити забудову. Блокування виробничих приміщень з допоміжними об'єктами в єдиний комплекс дає змогу знизити приведені затрати в молочному тваринництві в розрахунку на одну корову до 8-10 %, а затрати на реконструкцію скуповуються в 2-2,5 рази швидше порівняно з вкладеннями у нове будівництво;

е) матеріальне стимулювання працівників за поліпшення якості й економічного ведення будівельно-монтажних робіт, що сприяє скороченню термінів капітальних вкладень.

Література:

1. Гойко А.Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрямки їх реалізації / А.Ф.Гойко. Київ: ВІРА-Р, 1999. 320 с
2. Работа. [Електронний ресурс]. URL: [http://elkniga.info/book\\_225\\_glava\\_16\\_4.1.\\_Problemi\\_o%D1%81%D1%96nki\\_efektiv.html](http://elkniga.info/book_225_glava_16_4.1._Problemi_o%D1%81%D1%96nki_efektiv.html)
3. Воробьев Ю.Н. Инвестирование: (учеб.пособие) / Ю.Н. Воробьев, Е.И.Воробьева. Симферополь. Житомир: Таврия, 2004. 340с.

### **СЕКЦІЯ 3. РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В АКТИВІЗАЦІЇ ЧИННИКІВ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

***Busarieva T.G.***

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the  
Department of International Economics  
SHEE " Kyiv National Economic University named after Vadym  
Hetman", Kyiv, Ukraine*

#### **THE INFLUENCE OF TNC ON THE ENCHANCING ECONOMIC GROWTH**

The determination of the methods and mechanism of regulation of the national economy is one of the most pressing problems of economic practice and theory. The growth of production, improvement of living conditions and an increase in the population size have an impact on changing economic conditions, which requires a more subtle and developed regulatory mechanism. The theoretical aspect of this problem is to justify the new effective forms of regulation of the national economy.

The accumulation of capital at a certain stage leads to the emergence of new organizational structures - transnational corporations (TNCs), whose activities negate the borders of the country of origin and affect the state of the national economy and the world economy. On the one hand, each TNC continues to remain an organic part of the economy of the home country, and on the other, it becomes the carrier of the interests of international capital. By virtue of their international character of activity, elements of the planned regulation of the economy at the level of the main link appear in TNCs.

Thus, the development of the national economy is largely determined by the development of TNCs. This circumstance determines the coincidence of the strategic interests of the state and TNCs, realized through the system of state - corporate regulation. The union of administrative regularity, the carrier of which is the national government, and economic regularity, the carrier of which are TNCs, are a new form of state and corporate regulation.

International operations carried out by TNCs, exacerbate competition in the global market. Today they are the main suppliers of resources and currencies, determine the scale and pace of scientific and

technical progress, ensure the growth of tax revenues to the state budget. TNK and TNB are a force with which any government cannot fail to reckon. Moreover, government policy in developed countries can no longer be implemented without reliance on financial and technical support from corporations. The close ties of the state and TNCs are a well-known phenomenon, brought about by the needs of the national economy and the interests of TNCs. Corporations traditionally use state services to support exports, to finance the costs associated with the development of industrial and social infrastructure [1, p. 34-37].

Such areas of economic activity as the production and distribution of electricity, gas, construction of roads and ports, as well as the preparation of the workforce, research, health care costs, ensuring the stability of profits, are unattractive for each corporation separately. Therefore, they become objects of the state. The state is actively involved in innovative institutional processes, taking on not only the risk associated with the development and development of new technology, but also the cost of creating new industries that at first do not provide sufficiently large profits to the monopolies. Recently, state - corporate regulation of the economy has reached such a high level that it has become an organic part of the whole mechanism of reproduction of the national product in the economies of developed countries.

Simultaneously with the strengthening of the role of TNCs in the national economy, the contradictions in the system of state monopoly regulation also intensified. The question arose of changing the principles of regulation of the national economy: to restore market regulatory mechanisms in areas where they are violated, weakening the interference of TNCs in the economic life of society, and also to create government bodies that control the activities of national and international corporations.

The contradictory state - corporate regulation is due to the simultaneous existence of two processes in the national economy: competition and intramonopolistic planning. Monopoly is the opposite of competition. Capitalism adapts both processes for profit, but does not eliminate their opposites. In recent decades, especially since the early 80s, there has been an increase in both trends [2, p.22-24].

The internationalization of economic life, the formation on the basis of national markets of relatively common world markets contributed to the development of international competition. On the other hand, the intensification of the socialization of production, the complication of the conditions for economic growth, the highlighting of

social priorities, demanded new, more effective methods of state regulation of the economy. Increasingly, the limitations of traditional credit and budgetary levers of government influence on aggregate demand — policies that leave the principle of an enterprise's sovereignty in making strategic decisions untouched — were revealed.

The main subject of regulation in industrialized countries was the economy as a whole. With the development of the internationalization of the economy, the strengthening of the role of industrial and banking groups in the economies of states, large monopolistic corporations became the primary object of regulation [3,p.11-12].

The contradictory nature of the system of state-corporate regulation is aggravated by the fact that, no matter how strong the elements of monopolistic planning are in this system, they play a subordinate role with respect to the spontaneous market laws, adapt and change them in accordance with the changes of the latter.

Having analyzed the above, it can be concluded that the deepening of international integration and the internationalization of production today largely determines the international economic agenda. A key role in these processes is played by transnational corporations (TNCs), which have sufficient financial and technological capabilities to conduct trade and investment activities beyond national borders. Involving new countries in their “orbit”, they expand their access to additional resources and markets, transfer labor-intensive, energy-intensive and environmentally harmful production to less developed countries, but also contribute to the spread of new technologies in third-world countries, unification modern business schemes, stimulate the growth of exports of developing countries. Thus, TNCs, through various trading and financial instruments, mainly foreign direct investment (FDI), have a significant both positive and negative impact on the development of these countries and territories.[4, p.230]

#### Література:

1. Горбачева М. С. Грани глобализации / С предисловием и послесловием М. С. Горбачева. М.: Альпина Паблишер, 2016, стр.34-37
2. Зименков Р., Романова Е. Американские ТНК за рубежом: стратегия, направления, формы // МЭ и МО. 2015. - № 8, стр.22-24
3. Иноземцев В. Л. Парадоксы постиндустриальной экономики // МЭиМО. 2014. № 3, стр.11-12

4. Курицкий А. Б. ТНК в информационном обществе. СПб.: Судостроение, 2016. 230 с.

*Рязанова Н.О., к.е.н., доцент  
ДЗ «Луганський національний університет  
ім. Т.Шевченка», м. Старобільськ, Україна*

## **НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ**

В сучасних умовах проблема розвитку енергетичної галузі ускладнена багатофакторними кризовими явищами, як глобального, так внутрішньогалузевого характеру. Це нераціональне використанням соціо-еколого-економічних ресурсів, неконтрольована експлуатація невідновлювальних та обмежено відновлювальних природних ресурсів, незадовільним екологічним становищем, негативними економічними та соціальними тенденціями.

Тому досить важливим є створення таких умов функціонування енергетичної галузі, які б забезпечили стійкий рівень економічного зростання, підвищення рівня логістизації розвитку, не порушуючи стану соціо-еколого-економічної безпеки з метою задоволення потреб теперішніх та майбутніх поколінь. Створення означених умов можна досягти завдяки розвитку альтернативної енергетики.

Це зумовлює необхідність наукового вивчення питань, пов'язаних із стратегічним управлінням розвитком альтернативної енергетики на основі існуючих фундаментальних розробок та синтезу вітчизняного та зарубіжного досвіду.

Для активізації розвитку альтернативної енергетики потрібна розробка і проведення ефективної енергетичної політики шляхом концентрації зусиль і ресурсів на формуванні технологічно розвинутого і конкурентоздатного ринкового господарства.

У зв'язку з цим представляється доцільним обґрунтування розробки енергетичної політики, що, як правило, закріплюється та підтверджується у відповідних програмних документах (рис. 1).

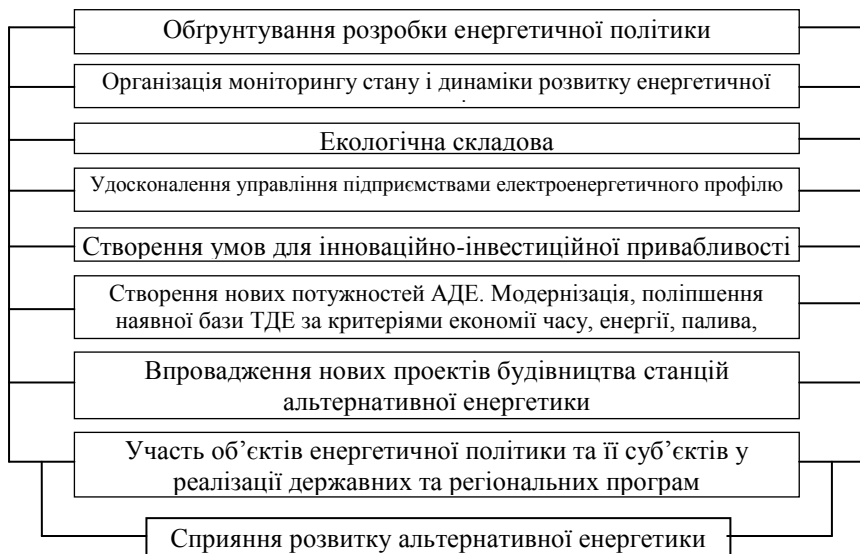


Рис. 1 - Обґрунтування необхідності розробки енергетичної політики

Поняття «Енергетична політика» відноситься до комплексу урядових заходів, спрямованих на довгострокову стабілізацію внутрішнього енергетичного ринку і забезпечення ефективності функціонування національної економіки в умовах сильної нестабільності світових цін на природні непоновлювані енергоносії і стимулювання розвитку, усебічну підтримку альтернативної енергетики.

Класифікація інструментів енергетичної політики регіону залежить від трьох базових функцій – аналітичної, оперативної і контрольної [1;2]. Відповідно, у складі комплексу тактичних інструментів можна виділити три основні групи інструментів: аналітичні інструменти, оперативні інструменти, контрольні інструменти. Виходячи з приведеної класифікації, доцільний розгляд кожної групи інструментів окремо, визначаючи відповідні цільові завдання, що стоять перед інструментами.

До групи аналітичних інструментів енергетичної політики раціонально віднести інструменти, стани параметрів енергетичної системи, що функціонально забезпечують аналіз, у тому числі, аналіз і оцінку розвитку альтернативної енергетики. У групі



аналітичних інструментів необхідно особливо визначити критерії політики підтримки розвитку альтернативної енергетики, до складу якого доцільно включити показники, які характеризують оцінку політики підтримки розвитку альтернативної енергетики. А також основні індикатори соціо-еколого-економічного розвитку, методики оцінки виробничої, інвестиційної, фінансової, кадрової та інших важливих складових розвитку альтернативної енергетики, методики оцінки політики підтримки розвитку альтернативної енергетики, аналіз виникаючих ризиків та загроз енергетичної системи регіону, інструменти аналізу і оцінки взаємовпливу інститутів влади, громадських організацій, інструменти аналізу і оцінки соціальних, інвестиційних, економічних потреб розвитку галузі на перспективу довготривалого і середньострокового розвитку [3].

До оперативних інструментів слід віднести бюджет розвитку, який консолідує у своєму складі інвестиційні програми розвитку; податкові інструменти, які входять до складу податкової політики; управління борговими зобов'язаннями суб'єктів господарського процесу енергетичного сектору; спеціальні режими ведення господарської діяльності; регіональні програми соціально-економічного розвитку; договори щодо комплексного соціально-економічного співробітництва між сусідніми регіонами, які дозволяють знизити міжрегіональні бар'єри на шляху потоків капіталу, праці та ресурсів; фонди підтримки регіональних інновацій і суспільних ініціатив.

До контрольних інструментів слід віднести тарифні та нетарифні методи регулювання енергетичної діяльності. Представимо в схематичному вигляді класифікацію інструментів енергетичної політики регіону (рис. 2).

Енергетична політика має бути предметом постійної оцінки, головним чином, тому, що вона має на увазі значну фінансову підтримку, яка повинна піддаватися постійному ретельному моніторингу. Очікується, що глобальні витрати на підтримку альтернативних джерел енергії (АДЕ) в період з 2010 по 2030 рр. зростуть з 44 млрд дол. до 175 млрд дол. [4]. До того ж, безперервна оцінка може допомогти своєчасно виявити вузькі місця і провали політики, а також ідентифікувати можливості адаптації і оптимізації програми підтримки. Це надзвичайно важливо для довгострокових політичних програм підтримки, оскільки зовнішні умови можуть мінятися з часом.



Рис. 2 - Класифікація інструментів енергетичної політики

Стимулювання ринків для забезпечення скорочення витрат є ключовою основою для політики підтримки АДЕ. Оцінка скорочення витрат може бути заснована на так званих кривих зниження вартості продукції зі збільшенням обсягу виробництва і накопиченням досвіду («кривих навчання»), або ж технічної оцінки і

параметричного моделювання. Криві зниження вартості за рахунок накопичення досвіду демонструють рівень «досвіду» або «навчання» у використанні технології (як цей показник використовується кумулятивна міра виробництва або використання технології), проти зміни у витратах і/або цінах [5]. Криві можуть бути використані для оцінки «інвестицій в знання», потрібних для технологічних удосконалень, які, як очікується, приведуть до скорочення витрат.

Оцінки, подібні до цих, можуть бути використані для аналізу динамічної ефективності, наприклад, через порівняння очікуваних інвестицій в знання з об'ємом вироблення або з очікуваним скороченням витрат. Проте, зручного і легко застосовного індикатор для оцінки динамічної ефективності або зв'язку між оцінкою ефективності політики і накопиченням досвіду/скороченням витрат поки що не визначено.

У літературі аналізується зв'язок між реалізацією державної політики підтримки і зміною ринкової структури, наприклад, міра, в якій фіксовані тарифи стимулюють входження нових гравців на ринок [6]. Згідно з дослідженням Д. Пабло [7], динамічну ефективність слід розуміти як комплексну величину, залежну від безлічі параметрів, таких як конкуренція, технічні інновації, технологічне різноманіття, ефекти накопичення досвіду і знання, приватні дослідження.

Переваги технологій АДЕ відносно традиційної генерації значною мірою залежать від локальних умов: там, де є вигідні умови для впровадження АДЕ-технологій, можливе досягнення нижчих витрат генерації на основі АДЕ, чим на основі викопних палив. На віддалених та ізольованих територіях, де централізоване енергопостачання виявляється недоцільною розкішшю, створення децентралізованих об'єктів генерації на основі АДЕ безперечно сприятиме економічному розвитку.

Отже, енергетична політика підтримки розвитку альтернативної енергетики є складовою частиною державного програми розвитку країни, при цьому до неї пред'являються специфічні вимоги і обмеження. Зокрема, вона визначається, виходячи з напрямів і темпів соціально-економічного розвитку країни, характеристик конкурентного середовища, екологічних умов, кліматичних умов, ресурсного потенціалу, а також з урахуванням інноваційно-інвестиційної політики.

Розробка концептуальних положень розвитку енергетичної політики знаходить своє віддзеркалення в механізмі реалізації і сукупності форм, рівнів, методів і напрямів її здійснення. Концепція енергетичної політики відбиває у своєму складі стратегію розвитку альтернативної енергетики, принципи взаємодії з державними органами влади, форми підтримки і зміст надання допомоги енергетичним підприємствам. Таким чином, активна енергетична політика стає головним чинником ефективного входження в світогосподарську систему і розвитку альтернативної енергетики.

#### Література:

1. Третяк В.В. Домінанти регіональної інноваційної політики: монографія / В.В. Третяк, Н.В. Воробйова. Луганськ: Ноулідж, 2011. 163 с.

2. Третяк В.В. Регіон в аспекті розвитку інтеграційних зв'язків / В.В. Третяк, Н.А. Куценко // Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету. Серія: економічні науки. Луганськ: ЛНАУ, 2010. Вип. 13. С. 124-131.

3. Третяк В.В. Проблеми формування та напрямки реалізації регіональної інноваційної політики / В.В. Третяк, Н.В. Дронова // Вісник економічної науки України. 2009. № 2 (16). С. 154-156.

4. Evaluating Renewable Energy Policy: A Review of Criteria and Indicators for Assessment, IRENA, 2014 [Электронный ресурс]/ URL:

[http://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/Evaluating\\_RE\\_Policy.pdf](http://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/Evaluating_RE_Policy.pdf)

5. Candelise, C., M. Winskel and R. Gross (2013), “The dynamics of solar PV costs and prices as a challenge for technology forecasting”, Forthcoming in Renewable and Sustainable Energy Review.

6. IEA (2011), “Deploying Renewables 2011 - Best and Future Policy Practice”, Renewable Energy Markets and Policies. Paris.

7. Pablo, D. (2012), “The dynamic efficiency of feed-in tariffs: The impact of different design elements”, Energy Policy, Vol. 41, pp. 139–151.

*Кушнір С. О., к. е. н., доцент  
Зублевська Я. Ю., студентка  
Запорізький національний університет,  
м. Запоріжжя, Україна*

## **ВПЛИВ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ В КРАЇНІ НА ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ**

Поліпшення ринкових відносин та активізація економічних процесів в Україні на пряму залежить від залучення інвестицій. Державна інвестиційна політика повинна мати на меті розробку заходів щодо залучення коштів задля реконструкції, оновлення та технічного переоснащення підприємств. Оскільки, в нашій країні наявний дефіцит власних коштів, то нам необхідна підтримка іноземних інвесторів. Тож створення привабливого інвестиційного клімату є першочерговим завданням для нашої країни.

Інвестиційний клімат — це сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, соціально-культурних, організаційно-правових і географічних факторів, які притаманні певній країні і визначають привабливість її для іноземного інвестора [1]. Інвестиційний клімат України останні чотири роки погіршується, і цьому сприяють наступні фактори:

- політична ситуація у 2014 р.;
- анексія Криму та збройний конфлікт на Сході країни;
- високий рівень злочинності;
- приховане безробіття;
- слабка дисципліна виконання законодавчих актів;
- наявність корупційної складової в країні та ін. [1].

Проблема залучення інвестиційного капіталу завжди турбувала вітчизняних вчених. Питанням активізації інвестиційних процесів та створенням сприятливих умов займалися Музиченко А. С., Іванов С. В., Марцин В. С., та інші зарубіжні та вітчизняні науковці.

Одним з основних факторів формування сприятливого інвестиційного клімату є політична та воєнна ситуація в країні. Після подій на Майдані Незалежності в Києві, анексії Криму та протистоянь на Донбасі у 2014 р. нові прямі іноземні інвестиції значно скоротились від \$4,5 млрд у 2013 р. до \$410 млн у 2014 р. (рис. 1.) [2].

Загибель великої кількості людей, складності забезпечення роботи підприємств, падіння внутрішнього попиту – відображення впливу воєнних дій на інвестиції Багатосторонньої агенції з гарантій інвестицій (MIGA) провела дослідження та визначила, що після значного конфлікту кількість прямих інвестицій в країні знижується на 34 %, кількість інвестиційного капіталу на 90 %. Часто інвестори передбачають загрозу, та утримуються від інвестиційних вкладень в певну країну ще до початку конфлікту.



Рис. 1 – Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну 2002-2018 рр.

*Джерело: складено авторами на основі [3].*

Наслідки озброєних конфліктів залежать від їх масштабів, тривалості, природи конфлікту, та суб'єктів які приймають участь. Наприклад, в Сирії під час громадянської війни прямі іноземні інвестиції відсутні, в Україна вони знизилась в десятеро, а в Грузії нетривала війна з Росією у 2008 р. призвела до падіння прямих іноземних інвестицій менше ніж у три рази.

Існує декілька шляхів щодо мінімізації впливу локальних конфліктів на інвестування:

- інвестор може захистити інвестиції на території конфлікту;
- інвестиції спрямовуються у безпечну зону, та в разі поширення конфлікту можуть бути фізично захищені;

- у країні попри збройний конфлікт покращується інвестиційний клімат (влада проводить реформи, скасовується диктаторський режим, знищується корупційна складова)[4].

На прикладі України ми можемо побачити, що вже у 2015 р. прямі іноземні інвестиції починають зростати.

Отже, збройний конфлікт з Росією і надалі буде впливати на прямі інвестиційні потоки в Україну. Хоча конфлікт і локалізовано до невеликої території в межах України, проте іноземні інвестори досі ризикують вкладати в наші підприємства. Держдепартамент США зазначив, що завдяки широкому висвітленню ситуації міжнародними ЗМІ, інші країни не розмежовують Схід та ніші частини України. Щоб така відмінність стала зрозумілою нашій країні необхідна добра репутація, яку можна заробити за допомогою відсутності ескалації конфлікту, активної інформаційної політики та прикладам позитивних інвестиційних проєктів. Також Україна повинна запропонувати надійну та високу дохідність проєктів, щоб покрити супутні з вкладанням коштів ризиків.

В Україні крім збройного конфлікту існує ще багато чинників як політичного, так і економічного характеру, які впливають на інвестування. Серед проблем, які впливають на інвестиційний клімат нашої держави виділяють: формування незалежної нормативної бази, боротьба з корупцією, негативний міжнародний імідж, обтяжливість та складність податкового законодавства. Зазначені проблеми виходять за межі даного дослідження і становлять перспективні напрями майбутніх досліджень.

#### Література:

1. Пересада А. А. Інвестування: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А. А. Пересада, О. О. Смірнова, С. В. Онікієнко, О. О. Ляхова. Київ: КНЕУ, 2001. С. 251.

2. *Аверчук Р.* Прямі іноземні інвестиції в Україну. *Дніпропетровське інвестиційне агентство.* URL: <http://dia.dp.gov.ua/pryami-inozemni-investici%D1%97-v-ukra%D1%97ni-vijna-i-mir/>

3. Міністерство фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/fdi/>

4. Баронін А. Як військові конфлікти впливають на економіку. Mind. URL: <https://mind.ua/openmind/20173685-yak-vijskovi-konflikti-vplivayut-na-ekonomiku>

*Москаленко К.С., аспірант  
Науковий керівник: Бочарова Ю.Г., к.е.н., доцент  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*

## **ІНДИКАТОРИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ**

На сучасному етапі розвитку світового господарства та міжнародних економічних відносин жодна країна світу не може розвиватися лише за рахунок внутрішніх ресурсів. Як наслідок, залучення ресурсів ззовні у вигляді прямих іноземних інвестицій, кредитного капіталу, імпорту, трансферу технологій, іміграційних потоків тощо стає важливим напрямом державної політики. Одне із визначальних місць серед зазначених ресурсів, серед різновидів державної політики займають прямі іноземні інвестиції, і, відповідно, державна інвестиційна політика, адже іноземні інвестиції як ресурс розвитку не тільки сприяють створенню нових робочих місць, підвищенню підприємницької активності, рівня зайнятості населення, але й сприяють структурним змінам у економіці, її технологічному оновленню, підвищенню рівня інтернаціоналізації. Беручи до уваги цілу плеяду позитивних ефектів, що виникають у зв'язку із залученням іноземних інвестицій, цілком закономірно виглядає той факт, що всі країни світу намагаються підвищити свою привабливість для іноземних інвесторів – інвестиційну привабливість, створити умови для нарощення обсягів прямих іноземних інвестицій і Україна не є виключенням.

При цьому тут треба звернути увагу на те, що як не парадоксально, але це факт, у 2010-2018 рр., незважаючи на цілу низку негативних процесів та явищ, що мають місце у економічному, політичному, соціальному аспектах розвитку країни, спостерігається збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій в економіку країни (рис. 1).

Так, якщо у 2010 році країні вдалося залучити майже 38993 млн дол. США, то у 2010 році – вже майже 40021 млн. дол. США. Таким чином, збільшення становило майже 1028 млн дол. США, а це майже 1% ВВП країни, при тому, що економіка країни в цілому за 2018 рік зросла на 3,2%. Однак, все ж таки негативні тенденції та



процеси, що мають місце у країні позначилися на її інвестиційній привабливості, про що красномовно свідчать дані, наведені на рисунку 1 за 2014 рік. Так, якщо у 2014 році прямі іноземні інвестиції становили 53704 млн. дол. США, то у 2015 році 38356,8 млн. дол. США, що на 15347,2 млн. дол. США менше.

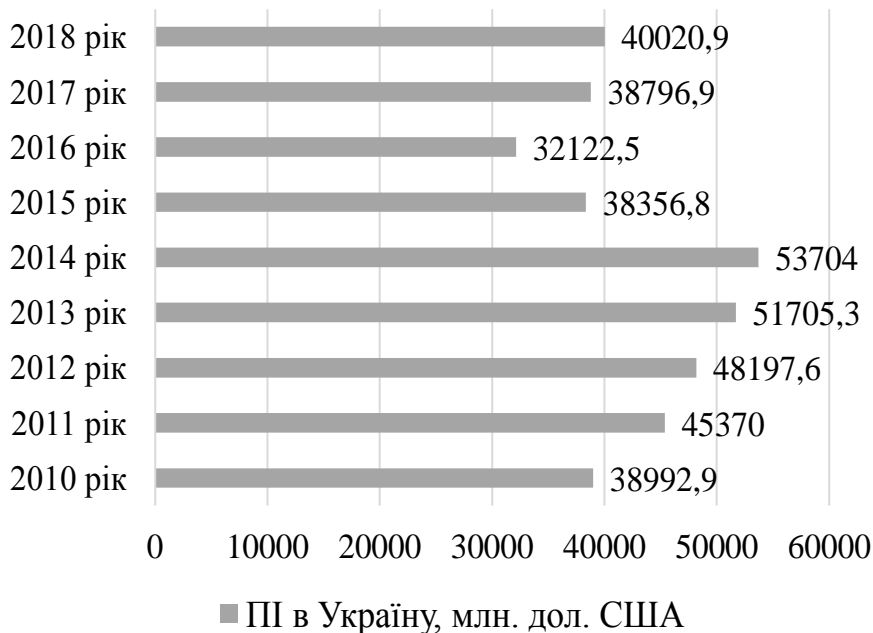


Рис.1 - Динаміка прямих інвестицій в економіку України за 2010-2018 рр.<sup>1</sup>

*Джерело: складено автором за даними [1]*

Основними капіталовкладниками серед країн-інвесторів за дев'ять останніх років є: Кіпр (104089,1 млн. дол. США), Нідерланди (71976,9 млн. дол. США), Німеччина (30693,2 млн. дол. США), Велика Британія (20099,8 млн. дол. США), Російська

<sup>1</sup> без урахування тимчасово окупованих територій (АР Крим, м. Севастополь) та без частини зони проведення антитерористичної операції (м. Донецьк, м. Луганськ) на період з 2014-2018 рр.

Федерація (17821,4 млн. дол. США), Віргінські Острови (15109,8 млн. дол. США), Австрія (15191,6 млн. дол. США) та Швейцарія (10786,6 млн. дол. США).

Треба зазначити, що найбільш привабливим для іноземних інвесторів галузями економічної діяльності України є професійна, наукова та технічна діяльність – 58820,3 млн. дол. США; фінансова та страхова діяльність – 1454,2 млн. дол. США; промисловість – 1274,0 млн. дол. США; оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 1071,5 млн. дол. США та операції з нерухомим майном – 513,8 млн. дол. США.

Незважаючи на фундаментальне значення іноземних інвестицій для економіки всіх країн сучасного світу сьогодні не існує єдиної системи індикаторів ефективності державних зусиль, спрямованих на підвищення інвестиційної привабливості країни, а отже індикаторів інвестиційної привабливості країни. Як свідчить аналіз економічної літератури, іноземні інвестори, приймаючи рішення про здійснення інвестицій у інші країни, оцінюючи інвестиційну привабливість країни керуються та беруть до уваги різні індикатори, серед яких найбільш авторитетними та розповсюдженими у плані використання є Індекс процвітання («Prosperity Index»), індекс інвестиційної привабливості країни («A Global Foreign Direct Investment Country Attractiveness») та індекс легкості ведення бізнесу («Doing business»).

Індекс процвітання («Prosperity Index») щорічно, починаючи з 2006 року розраховується і складається відповідний рейтинг Лондонським аналітичним центром Legatum Institute на основі 9 критеріїв: економіка, можливості підприємництва, державне управління, особиста свобода, соціальний капітал, безпека, освіта, охорона здоров'я та природне навколишнє середовище станом на 2018 рік, Україна посідає 111 місце з 149 можливих, яке в порівнянні з 2009 роком є гіршим на 20 позицій [2].

Індекс інвестиційної привабливості країни, який на сьогоднішній день можна назвати найавторитетнішим серед зазначених індикаторів, розроблений в 2013 році. Він дозволяє оцінити інвестиційну привабливість 109 країн, на які припадає 97% світових потоків ПІІ. Даний рейтинг складається з 11 ключових факторів ПІІ, які дозволяють інвесторам використати інформацію для виявлення конкурентних переваг країни. Серед них: фактори невизначеності та макроекономічне становище; фінансова

структура та розвиток; державне управління; бізнес-середина; доступ до ринку, розмір та його потенціал; людські та природні ресурси; компоненти вартості; логістика; телекомунікація; присутність транснаціональних корпорацій та інновації. За його даними (табл. 2), станом на 2018 рік, Україна посідає 58 місце, що вказує на позитивну тенденцію так, як рейтинг в порівнянні з 2013 роком покращився на 10 позицій.

Таблиця 1 – Динаміка показників індексу GFICA за 2013-2018 рр.

Роки	Індекс GFICA	Загальна динаміка рейтингу країни
2018	58	(↑)
2017	60	(↓)
2016	59	(↑)
2015	61	(↑)
2014	62	(↑)
2013	68	-

*Джерело: складено автором за даними [3]*

Індекс легкості ведення бізнесу, який систематично із 2002 року розраховуються Міжнародною фінансовою корпорацією та Світовим банком для 190 країн. Методологія розрахунку індексу передбачає аналіз 10 груп показників: створення підприємства, отримання дозволу на будівництво, підключення до системи електропостачання, реєстрації власності, отримання кредитів, захист міноритарних інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання умов контракту, дозвіл неплатоспроможності. Його дані, дозволяють потенційному інвестору побачити, наскільки сприятливі умови в тій чи іншій країні для ведення бізнесу. Так, за рейтингом даного проекту, станом на 2019 рік, Україна посідає 71 місце, що є позитивною динамікою. Адже, в порівнянні з 2009 роком Україна піднялася на 28,9 балів [4].

Дослідження обсягів іноземних інвестицій та динаміки індексів інвестиційної привабливості України дозволяє виявити для країни найбільш об'єктивний (рис. 2).

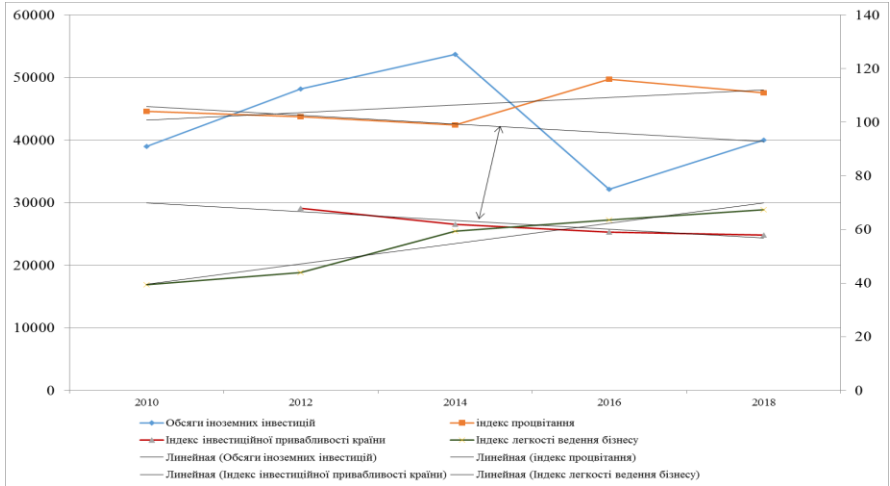


Рис. 2 - Аналіз синхронності варіації обсягів ІІІ та індексів інвестиційної привабливості України

*Джерело: складено автором за даними [1-4]*

Отже, як свідчить аналіз синхронності варіації обсягів іноземних інвестицій та динаміки індексів інвестиційної привабливості України, найбільш синхронним, а відтак, репрезентативним індексом інвестиційної привабливості країни є Індекс інвестиційної привабливості країни, що є досить очікувано, тому даний показник може розглядатися як індикатор ефективності державних зусиль, спрямованих на підвищення інвестиційної привабливості країни.

#### Література:

1. Прямі інвестиції (акціонерний капітал та боргові інструменти) в економіці України (за періоди з початку року, щоквартально) [Електронний ресурс]. URL: <http://ukrstat.gov.ua>

2. Legatum Prosperity Index. URL: <http://admin.prosperity.com/rankings>

3. A Global Foreign Direct Investment Country Attractiveness. URL: <http://www.fdiattractiveness.com/>

4. Doing business. URL: <http://www.doingbusiness.org/en/doingbusiness>

**Бойко Т.П., аспірант**  
*Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ АПК НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ В КОНТЕКСТІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ**

В умовах ринку, питання, пов'язані з управлінням інвестиційними процесами і розробкою інвестиційної політики в АПК, стають досить актуальними. Це пов'язано з тим, що українські підприємства АПК стикаються не стільки з вибором пріоритетних напрямків вкладення інвестицій, скільки з пошуком джерел фінансування інвестицій при нестачі власних фінансових ресурсів. Тому держава повинна управляти всіма процесами, що протікають в агропромисловому комплексі (особливо інвестиційними). Держава в особі органів державної і політичної влади виступає суб'єктом першого рівня управління інвестиційними процесами в АПК (державного), а банки, інвестиційні фонди, фінансові компанії, холдинги, акціонерні товариства та інші учасники того ж процесу - роль суб'єктів другого рівня управління (господарського) [1]

Для залучення інвестицій і підвищення ефективності їх використання інвестиційним процесом, як і будь-яким іншим, необхідно управляти. Загалом управління - це такий процес „ за допомогою якого здійснюється вплив на будь-яку систему, який буде забезпечувати підтримку її в певному стані або переведе в новий стан, відповідне властивим даній системі об'єктивним законам і конкретним цілям [2, 3].

Для забезпечення стійкого розвитку підприємств АПК механізм інвестування повинен бути спрямований на цілеспрямовані зміни внутрішнього середовища з урахуванням майбутніх змін у зовнішньому середовищі [4]. В результаті в якості ключових факторів успіху такого механізму виступають: довгострокова перспективність; збалансованість інноваційної, виробничої і маркетингової діяльності; орієнтованість на забезпечення конкурентних переваг, а також інноваційність реалізованих проєктів.

АПК, виступаючи в якості об'єкта управління, має свої відмінності, а саме: основним засобом виробництва тут виступає земля, відносна нееластичність продукції, самого сільського господарства і трудових ресурсів, висока потреба в капіталі при відносно низькій фондівіддачі.

Управління інвестиційними процесами в АПК ґрунтується на тих же принципах, що і в інших галузях народного господарства: системності, комплексності, розподіленості, компліментарності, конкурсності, орієнтації на широку мобілізацію позабюджетних інвестиційних ресурсів, баланс інтересів, гласність і ефективність [5].

В умовах ринку основними виконавчими механізмами управління агропромисловим комплексом є законодавчий, який відображає прийняту модель ринкових виробничих відносин, і інвестиційний, який полягає в сукупності прийомів і методів, пов'язаних із залученням і розміщенням інвестиційних ресурсів. Головна їхня особливість полягає в тому, що дія інвестиційного механізму управління повинно йти з випередженням по відношенню до законодавчого, так як регіональна законодавча функція управління агропромисловим комплексом виражена слабше, ніж державна, оскільки вона діє в рамках державного законодавства. Отже, основний економічний механізм управління АПК на регіональному рівні - це інвестиційний механізм [6].

Для того щоб інвестиційний механізм на рівні регіону був з економічної точки зору обґрунтованим, необхідна розробка концептуальної моделі управління цим механізмом з боку держави.

Основними цілями управління інвестиційними процесами на регіональному рівні виступають: створення сприятливого інвестиційного клімату в регіоні та підвищення його інвестиційної привабливості в порівнянні з іншими регіонами. В цілому управління інвестиційними процесами на регіональному рівні має оптимально поєднувати функції виконавчих органів та її суб'єктів при чіткому визначенні компетенції кожного.

Основними завданнями системи управління інвестиційними процесами в АПК на регіональному рівні є:

- формувати попит на продукцію організацій АПК регіону і на інвестиційні ресурси;

- створити умови, для того щоб залучити в АПК позабюджетні джерела фінансування інвестицій, в т. ч. вільні кошти населення, іноземні інвестиції;
- підтримати великі інвестиційні проекти в АПК, які здійснюються спільно з провідними корпораціями за участю зацікавлених відомств;
- розширити практику спільного державно-комерційного фінансування цільових галузевих програм та інвестиційних проектів.

Поняття інвестицій в першу чергу знаходить своє практичне вираження в розробці і реалізації інвестиційних проектів. Особливе значення має розгляд даного питання на регіональному рівні. М.І. Буробкін підкреслює той факт, що розгляд інвестиційних процесів на рівні регіону має важливе значення для оцінки його інвестиційного потенціалу в найближчій перспективі [3]

Однак, державі при відборі інвестиційних проектів, слід враховувати вплив інвестиційних проектів на концепцію сталого розвитку. Як відомо, проблемам сталого розвитку присвячено багато соціально-економічних досліджень. Сталий розвиток в них розкривається як розвиток, процес, рівновагу, стан, мета, завдання, напрямок, форма, стратегія [1; 2; 3]. Це обумовлено складністю і багатоаспектністю процесів соціально-економічного розвитку. На нашу думку, необхідно розрізняти «сталий розвиток - абстрактне» (в широкому сенсі) і «сталий розвиток - конкретне» (у вузькому сенсі), яке і реалізується в таких різнопланових формах. У них відбивається багатогранність терміна «сталий розвиток». Під стійким розвитком регіонів і муніципальних утворень ЦЧР в широкому сенсі можна розуміти підвищення або збереження духовного, економічного, соціального, демографічного потенціалів при невиснажливому природокористуванні. У вузькому сенсі одним з аспектів сталого розвитку регіонів і муніципалітетів є підвищення зайнятості та зростання доходів більшості або всіх їх мешканців.

Функція регіонального управління зводиться до визначення загального вектора зусиль, який слід вибудовувати з урахуванням диспропорції в розподілі фінансових ресурсів всередині регіонів і між ними. Розробка інвестиційних програм розвитку регіональної економіки включає набір методів вивчення проблем даного регіону, ранжування цих проблем за важливістю, і може бути представлена

наступною логічною послідовністю: проблема - цілі - стратегія - завдання організації - можливі рішення - необхідні ресурси - відбір найбільш пріоритетних цілей, завдань організації і рішень в рамках наявних обмежених ресурсів. В даному випадку процес структурних змін економіки буде приведений у відповідність з обсягом наявних ресурсів, що дозволить уникнути завищених очікувань від економічних заходів [3].

Кількість чинників, що визначають інвестиційну привабливість регіону, теоретично безмежно. Однак важливо відібрати тільки найбільш значущі. Це завдання вирішується на основі дотримання системних принципів достатньої різноманітності чинників, мінімальної достатності їх кількості та цільової їх спрямованості із застосуванням якісного і кореляційного їх аналізу. Об'єктивним критерієм обґрунтованості методики оцінки інвестиційної привабливості є тіснота кореляційного зв'язку між інтегральною інвестиційною привабливістю регіонів і інтегральною інвестиційною активністю в них, які розглядаються як дві підсистеми.

Концепція управління регіональним розвитком повинна виходити з того, що АПК є найважливішою частиною територіальної системи і істотним фактором соціальної та політичної стабільності в регіоні. Дана постановка передбачає перетворення АПК в фактор позитивної регіональної динаміки і дозволу територіальної депресії, оскільки визначається місцем і роллю комплексу в соціально-економічній системі регіону. Йдеться про регіональний розвиток на базі поглиблення аграрних перетворень в регіоні, акцентуванні регулюють зусиль на підтримку агропромислового виробництва. Причому інвестицій відводиться роль вирішального чинника у відновленні і підйомі агропромислового виробництва, підвищення ефективності регіональної економіки. Інвестиційні ресурси в першу чергу повинні направлятися на розвиток тих галузей (підприємств), в яких намітилося відносно поживлення інвестиційних мотивацій. Це запобіжить можливість розпилення ресурсів по численних об'єктах, дозволить швидко освоїти їх і забезпечити своєчасну окупність. Достовірна інформація про стан ділової активності створить передумови для залучення як приватного, так і іноземного капіталу [6].



Регіональна інвестиційна політика повинна охоплювати діагностику і соціально-економічне прогнозування розвитку економіки, оцінку поточного і перспективного інвестиційного клімату, інституційно-правову основу інвестиційної діяльності в регіоні. Реалізація регіональної інвестиційної політики в АПК передбачає розробку цільових програм, що включають оцінку ефективності використовуваних заходів для досягнення цілей і оцінку відповідності ресурсів цілям.

Критерієм оцінки зусиль регіональних влад у створенні сприятливих умов для інвесторів, веденні бізнесу і поліпшення життєвого рівня населення є рейтинги інвестиційної привабливості [6].

#### Література:

1. Вайнштейн, С. Ю. Інвестиційне проектування: навч. посібник / С.Ю. Вайнштейн // М-во освіти Рос. Федерації; Новосиб. держ. акад. економіки і упр. - Новосибірськ: Новосиб., 2000.
2. Лось, В. Н. Інтелектуальна й інформаційні підтримці інвестиційного процесу в Омському регіоні / В.М. Лось // Регіон Росії. 2018. № 3. С. 7-9.
3. Оцінка ефективності інвестиційних проектів в сучасній економіці (теорія і методологія); під ред. В.Р. Атояна. - Саратов: СарГТУ, 2013.
4. Буробкін, М. І. Економічний механізм формування і використання інвестицій в агропромисловому виробництві регіону (на прикладі Курської області): автореф. дис. ... канд. екон. наук. : 08. 00. 05 / Буробкін Михайло Іванович. - М., 2003.
5. Гриценко, М. П. Проблеми організації агробізнесу в регіоні: матеріали міжнар. очно-заочній наук.-практичної конф., 22 Квітня. 2005; під ред. М.П. Гриценко; відп. ред. та ін. - Барнаул: Изд-во Алтайського держ. ун-ту, 2005. - С. 22-27.
6. Дохолян, С. В. Системний підхід до формування концепції розвитку агропродовольчого комплексу регіону / С.В. Дохолян, В.З., Петросянц // Проблеми розвитку АПК регіону. 2012. № 3. С. 121-130.

*Гібадуллін О.В., аспірант  
Харківський регіональний інститут державного управління  
національної академії державного управління при  
Президентові України, м. Харків, Україна*

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЯК ОБ'ЄКТА ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

Прийнята досі точка зору описує підприємства торгово-промислової сфери економіки України за структурою існуючої класифікації галузей та не розглядає торгово-промислову сферу, як окрему, досить значущу одиницю національної економіки.

Визначення сфери діяльності підприємств, що відносяться до торгово-промислової сфери, досить гнучке та залежить від кінцевого продукту виробництва, споживача продукту та засобу його використання. За Господарським Кодексом Країни, до підприємств торгово-промислової сфери належать здебільше комерційні підприємства, продуктом яких є засоби виробництва, що використовуються іншими підприємствами для виготовлення та реалізації свого, продукта кінцевому споживачу. Отже і система виробничих відносин у подібних підприємств, в процесі розподілу, обміну та споживання продукту, побудована саме між підприємствами.

Але, нажаль, це визначення не може дати відповідь, як саме складаються система економічно-виробничих відносин у подібних підприємств, в процесі розподілу, обміну та споживання продукту, які чинники впливають на побудови та розвиток подібних відносин. Вивчення системи виробничих відносин між підприємствами торгово-промислової сфери детально показує цілі і мотиви виробництва, форми управління, принципи розподілу створеного продукту та одержаних доходів. Діалектика виробничих відносин розкриває причини саморуху виробництва і тим самим сутність всього процесу та взаємозв'язок між виробництвом та споживанням [1]. «Структура розподілу, - писав К. Маркс, - повністю визначається структурою виробництва. Розподіл саме є продукт виробництва - не лише за змістом, бо розподілятися можуть тільки результати виробництва, а й за формою, бо певний спосіб участі у

виробництві визначає особливу форму розподілу, форму, в якій беруть участь в розподілі» [7]. Для визначення особливостей підприємств торгово-промислової сфери, основним продуктом яких є засоби виробництва, розглянемо структуру розподілу їх продуктів - ринок засобів виробництва.

Ринок засобів виробництва в Україні, як у всіх постсоціалістичних державах, є новим. Триває процес його створення - перехід від фондового розподілу матеріальних ресурсів до застосування широкого спектру товарно-грошових відносин. Ринок матеріальних ресурсів, характеризується високим ступенем самозбалансованості і саморегулювання; сприяє високій соціальній активності підприємств з метою забезпечення виробництва. Існує чітке визначення ринку засобів виробництва, як сукупності економічних відносин між самостійними суб'єктами господарської діяльності, що виникають у сфері обігу, в зв'язку з продажем-купівлею товарів, призначених для виробництва нових продуктів та послуг [4]. В економічно розвинутих країнах, для визначення ринку засобів виробництва, більш прийнятний термін «Business to business», або «Бізнес для Бізнесу», що відомо з середини ХХ століття. Під ринком В2В прийнято розуміти розподіл підприємств за кінцевим продуктом підприємства – товаром, чи послугою, матеріальним, або інтелектуальним результатом людської праці, яка служить матеріалом для виготовлення або вироблення будь чого, а також товар, який задовольняє бажання чи потреби ринку [6]. Іншими словами, В2В-діяльність підприємств можна визначити як діяльність, що здійснюється юридичними особами чи організаціями, включаючи комерційні підприємства та установи, для сприяння продажу своїх товарів або послуг іншим компаніям та організаціям, які, в свою чергу, можуть перепродати їх, використати їх як компоненти для продуктів або послуг, що їх пропонують наступним юридичним особам [8].

Ринок В2В, що описує відносини в торгово-промисловій сфері має ряд особливостей:

Природа попиту:

– попит похідний, вторинний, визначається місцем споживача в ланцюжку створення цінності і характерним для цього ланцюжка попитом кінцевих споживачів;

– попит (особливо на інвестиційні товари) може сильно реагувати на невеликі зміни кінцевого попиту;

– попит часто малоеластичний за ціною (якщо немає заміщають товарів, високі витрати перемикавання і кінцевий споживач не дуже сильно реагує на ціну);

– попит чутливий до змін зовнішнього середовища, наприклад до змін законодавства.

Особливостями споживачів-покупців:

– основні покупки мають велике значення, так як число покупців на більшості ринків обмежена, а обсяги закупівель окремими закупаються організаціями можуть значною мірою визначати обсяги продажів постачальника;

– покупки є учасниками складної системи виробничих і невиробничих зв'язків (ланцюжки і мережі створення цінності, ланцюги постачання, галузеві);

– покупки вибагливі до організації технічного обслуговування товарів, що продаються, організації структури сервісу від виробників продуктів [2].

Для підприємств, що працюють на ринку B2B, є ряд характерних рис:

1. Попит на ринку B2B має виробничий характер, регулюється попитом на кінцевий продукт клієнта. Сировина, деталі, комплектуючі стають складником кінцевого продукту клієнта, тому попит на них безпосередньо визначається попитом на продукт промислового клієнта [5]. Крім того, існують другорядні товари і послуги, наприклад: транспортна логістика, IT-послуги тощо, які є важливою ланкою в ланцюжку постачань і необхідні для безперебійного здійснення виробничої діяльності підприємства.

2. Продукти та послуги, що продаються на ринку B2B, як правило, високотехнологічні, потребують додаткового сервісу та гарантійного обслуговування, задовольняють ключові стратегічні потреби клієнтів. Від представників компаній сегмента B2B, вимагаються додаткові глибокі знання особливостей та потреб своїх клієнтів, тенденцій розвитку технологій, особливостей ведення бізнесу клієнта.

3. Довгі цикли продажів: комерційна пропозиція готується протягом тривалого часу, враховуючи всі потреби клієнта, в обговоренні приймають участь декілька спеціалістів, продукт, звертаючи увагу на стратегічне значення для клієнта, та комерційна пропозиція прискіпливо оцінюється. Для успішності процесу продажу, продавець повинен переконати, принаймні більшість осіб,

які приймають рішення про покупку, а не впливати лише на одну людину. Рішення про закупівлю приймається колегіально.

4. Експлуатаційні характеристики продукту, наявність додаткового сервісу та послуг, відгук від кінцевого споживача продукту [9].

5. Фірма, що функціонує на ринку B2B, характеризується колегіальною структурою прийняття рішень на кожному рівні ланцюжка постачань. Рішення організаційного споживача про закупівлю товарів та послуг передбачає групове рішення команди спеціалістів, які можуть мати різну компетенцію і мотивацію та ролі і функції в організації. Крім того, споживач повинен наслідувати політику закупівель компанії та дотримуватись певних обмежень і вимог, причому, чим вище рівень технічних знань фахівця із закупівель, що дозволяє йому оцінити інформацію про запропонований товар або послугу, тим ефективнішою виявиться покупка [3].

Аналізуючи особливості B2B ринку, базовому ринку для підприємств торгово-промислової сфери, особливості системи економічно-виробничих відносин та, безпосередньо, особливості роботи підприємств торгово-промислової сфери, що дає академічні джерела, ми можемо більш детально визначити поняття підприємства торгово-промислової сфери:

– Через продукт: До підприємств торгово-промислової сфери належать підприємства, що виготовляють наукоємний, високотехнологічний продукт, який використовується іншими підприємствами для ведення свого бізнесу. До продуктів підприємств торгово-промислової сфери, від яких залежить успішність бізнесу інших підприємств, висувається ряд додаткових вимог: якість, експлуатаційність, наявність сервісної послуги, тощо.

– Через структуру попиту та клієнтів: До Підприємства торгово-промислової сфери належать підприємства, попит на продукти яких регулюється не тільки користувачем продукту – іншим підприємством, а і кінцевим клієнтом користувача продукту, через систему виробничих і невиробничих зв'язків – ланцюги створення доданої вартості.

– Через структуру збуту та конкуренцію: До Підприємства торгово-промислової сфери належать підприємства, що працюють в умовах жорсткої конкурентної боротьби, з обмеженими числом покупців, обсяги закупівель можуть значною мірою визначати

обсяги виробництва постачальника та значною мірою впливати на обсяги збуту. Рішення про закупівлі приймаються після ретельного оцінювання та колегіально.

Ми бачимо, що визначення поняття торгово-промислової сфери, з урахуванням особливостей ринку – системи економічно-виробничих відносин, більш детальне та предметне, ніж визначення тільки за кінцевим продуктом та способом його використання. Це визначення дає нам можливість з'ясувати як вимоги до продукту підприємств торгово-промислової сфери, так і форму прийняття рішень клієнтом цих підприємств, визначити засоби «ведення гри» та визначитися з правилами конкурентної боротьби на міжнародних ринках.

Враховуючи, що до підприємств торгово-промислової сфери економіки належать найбільш передові, технологічні підприємства, які мають можливість виходу та виходять зі своїм продуктом на міжнародний ринок, за своєю специфікою та характером своїх економічно-виробничих відносин розуміють за якими законами працює цей ринок, мають сталі міжнародні коопераційні зв'язки, важко переоцінити їх значення для національної економіки та вплив у формуванні валового внутрішнього продукту.

#### Література:

1. Борисов Є.Ф. Економічна теорія : підручник / Є.Ф. Борисов. М, МАУП, 2003.
2. Забазнова Т.А. Особенности применения маркетингового инструментария а рынке «B2B» / Т.А. Забазнова, Е.Г. Попкова, И.В. Токарева // Вестник СГТУ. 2010. С. 228–235.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер.– 12-е изд. – СПб. : Питер, 2009. 816 с.
4. Крушельницька О.В. Управління матеріальними ресурсами / О.В. Крушельницька. К., 2003, 162 с.
5. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг / Ж-Ж Ламбен ; пер. с англ. Ж.-Ж. Ламбен. СПб.: Питер, 2005. 796 с.
6. Маркс К. – Сочинения / К. Маркс, Ф. Енгельс, 2 изд., Т.12.
7. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности / Ф. Никсон ; [пер. с англ. ]. – М. : Изд-во стандартов, 1990. 230 с.

8. Cooke I. Introduction to Innovation and Technology Transfer / Cooke Ian, Mayers P. – Boston : Artech House, Inc., 1996, 235 p.  
Wendy Connick. What is a Complex Sale? [Electronic resource]. – Mode of access: <http://sales.about.com/od/glossaryofsalesterms/g/What-Is-A-Complex-Sale.htm>

*Мирна Є.В., студентка*

*Науковий керівник: Яковенко Ю.В., асистент*

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

## **ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ І ЙОГО ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ**

Нині з погляду управління й організації у навчальній та науковій літературі немає однозначного тлумачення фінансового механізму. Треба розрізнити поняття механізм управління фінансами, фінансовий механізм управління і механізм фінансового управління.

Механізм управління фінансами – це комплекс форм і методів управління фінансовими ресурсами. Головними тут є форми і способи бухгалтерського, податкового, бюджетного, банківського і статистичного обліку й звітності.

Фінансовий механізм управління економікою – це система, що включає такі основні елементи: організаційну структуру управління фінансами в державі; чинне законодавство і нормативну базу, які регулюють фінансове управління державними фінансами і фінансами підприємств; планування державних фінансів центральними економічними органами; планування децентралізованих фінансів суб'єктами господарської діяльності; систему методів і форм стимулювання та обмеження фінансово-господарської діяльності в державі; систему аудиторських органів і органів контролю за функціонуванням фінансів на всіх рівнях управління [1, с. 25-27].

Механізм фінансового управління – це механізм управління, котрий не включає в себе організаційну структуру управління фінансами в державі і систему аудиторських та контрольних органів. Механізм фінансового управління зосереджений на прогнозі кон'юнктури ринку і виробленні фінансової стратегії й

тактики досягнення довгострокового та короткострокового фінансового успіху; плануванні фінансово-господарської діяльності та її фінансових результатів; використанні законодавчих можливостей для цілеспрямованого державного регулювання економіки.

Фінансовий механізм організації – це система фінансових форм, методів, важелів та інструментів, які використовуються у фінансовій діяльності держави і підприємств при відповідному нормативному, правовому та інформаційному їх забезпеченні фінансовою політикою на мікрорівні та макрорівні.

Вихідною складовою фінансового механізму є фінансове планування й прогнозування. За його допомогою залучаються інші структурні елементи фінансового механізму, такі як фінансові показники, норми і нормативи, ліміти, резерви, фінансові стимули.

У процесі фінансового планування й прогнозування визначаються обсяги фінансових ресурсів, які створюватимуться в державі в цілому, обсяги ресурсів, що зосереджуватимуться й розподілятимуться через бюджетну систему й інші фінансові інститути, а також визначаються обсяги тих фінансових ресурсів, які перебувають у розпорядженні підприємницьких структур і населення.

Стан фінансового механізму, ступінь його довершеності залежить від удосконалення всього господарського механізму в цілому і його окремих елементів. В управлінні фінансовим механізмом важливим є аспект: на що має бути націлене його функціонування? На те, щоб з його допомогою вирішувати ті чи інші проблеми, що періодично виникають у суспільстві, чи на те, щоб їх не виникало? Фінансовий механізм має реагувати на існуючі проблеми і сприяти їх вирішенню. Та все ж головна його мета полягає в тому, щоб не допускати зародження, а тим більше, загострення проблем [2, с. 74-76].

Способом впливу фінансових відносин на господарський процес є фінансові методи. У господарській практиці широко застосовують такі фінансові методи: фінансове планування й прогнозування, оперативне управління, фінансовий контроль, фінансове забезпечення і фінансове регулювання.

Фінансове планування – діяльність зі складання планів формування, розподілу і використання фінансових ресурсів на рівні окремих суб'єктів господарювання, їх корпоративних об'єднань,



галузевих структур, територіально-адміністративних одиниць, країни в цілому.

Основні завдання фінансового планування:

– виявлення внутрішніх резервів збільшення доходів і їх мобілізація;

– втілення розроблених стратегічних завдань у конкретні фінансові показники;

– забезпечення відтворювального процесу необхідними джерелами фінансування;

– обґрунтування найбільш вигідних напрямів інвестиційної політики;

– контроль за оптимальним формуванням та ефективним використанням фінансових ресурсів.

Об'єкт фінансового планування – фінансова діяльність держави, суб'єктів господарювання та інших учасників суспільного життя. Суб'єктами фінансового планування є окремі підприємства, установи, організації, відомства, фінансові органи, органи державного управління на місцевому рівні.

У процесі фінансового планування й прогнозування визначаються обсяги фінансових ресурсів, які створюватимуться в державі в цілому, обсяги ресурсів, що зосереджуватимуться й розподілятимуться через бюджетну систему й інші фінансові інститути, а також тих, що будуть у розпорядженні підприємницьких структур і населення. Проте для здійснення запланованих показників треба насамперед вдосконалювати методику й методологію фінансового планування та прогнозування.

Фінансове планування повинно базуватися на достовірній інформації, передусім на правильно визначених макроекономічних показниках, таких як обсяги валового внутрішнього продукту, фонду оплати праці, прибутку, амортизаційних відрахувань, загального обсягу фінансових ресурсів тощо. На даний момент є підстави стверджувати, що методологія визначення зазначених показників не має достатнього наукового обґрунтування.

Оперативне управління – діяльність, пов'язана із необхідністю втручання в розподільчі процеси з метою ліквідації диспропорцій, подолання недоліків, своєчасного перерозподілу коштів, забезпечення досягнення запланованих результатів.

Об'єктами фінансового управління є фінансові відносини, централізовані і децентралізовані фінансові ресурси усіх ланок

фінансової системи. Найважливіші об'єкти управління – фінанси підприємств, організацій і установ, фінанси домогосподарств, загальнодержавні фінанси. Суб'єктами фінансового управління є держава в особі законодавчих і виконавчих органів (у тому числі фінансових), а також фінансові служби підприємств, організацій і установ.

Фінансовий контроль – заходи, що проводяться під час складання й виконання фінансових планів, а також по закінченні певних періодів. Вони спрямовані на перевірку доцільності та коректності вартісного розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту та цільового витрачання коштів із відповідних фондів, порівняння фінансових результатів. Іншими словами, фінансовий контроль – цілеспрямована діяльність уповноважених органів щодо забезпечення законності і доцільності виконання фінансових операцій та реалізації на цій основі завдань фінансової політики, своєчасного перерозподілу коштів, забезпечення досягнення запланованих результатів.

На макрорівні об'єктом фінансового контролю є фінансово-господарські операції, пов'язані з формуванням і використанням державних фінансових ресурсів на соціально-економічний розвиток. Суб'єктами фінансового контролю є державні органи влади і управління в особі постійних комісій Верховної Ради України, Національного банку України, органи податкової та контрольно-ревізійної служб, аудиторські фірми тощо.

Фінансовий контроль держави спрямований на раціональне використання бюджетних коштів, дотримання фінансової дисципліни в державних господарських структурах, повне та своєчасне виконання фінансових зобов'язань юридичними і фізичними особами перед бюджетом. Фінансовий контроль, як одна із функцій управління фінансами, є особливою діяльністю щодо перевірки формування й використання фондів фінансових ресурсів у процесі створення, розподілу та споживання валового внутрішнього продукту з метою оцінювання обґрунтованості й ефективності прийняття рішень і результатів їх виконання. Його об'єктом є процеси формування й використання фондів фінансових ресурсів. Суб'єкт контролю – це носій контрольних функцій щодо об'єкта даного контролю. Він, як правило, визначається законодавством держави, нормативно-правовими актами суб'єктів фінансової діяльності.

Основні принципи фінансового контролю:

- незалежність (не враховуються матеріальна чи моральна зацікавленість перевіряючого);
- гласність (результати перевірок публікуються для широкого загалу);
- превентивність (попереджувальний характер фінансового контролю);
- дієвість (за результатами контрольної перевірки завжди вживаються певні заходи);
- регулярність (контроль проводиться з певною періодичністю);
- об'єктивність (контроль проводиться згідно з вимогами чинного законодавства);
- всеохоплюючий характер (фінансовий контроль має охоплювати всі сторони фінансово-господарської діяльності).

Фінансове забезпечення – формування цільових грошових фондів суб'єктів господарювання у достатньому розмірі та їх ефективне використання.

Основні елементи фінансового забезпечення суб'єктів господарської діяльності:

- самофінансування (відшкодування витрат на основну діяльність та її розвиток за рахунок власних джерел);
- кредитування (надання коштів на принципах поворотності, платності, строковості і забезпеченості);
- бюджетне фінансування (надання коштів з бюджету на безповоротних засадах);
- оренда (передавання майна у користування на певний строк і за певну плату);
- інвестування (вкладання коштів у певні об'єкти з метою отримання прибутку або соціального ефекту).

Фінансове регулювання – метод фінансового впливу, пов'язаний із регулюванням економічних процесів. Фінансове регулювання здійснюється через систему норм і нормативів, лімітів та фінансових резервів..

Основні елементи фінансового регулювання: оподаткування (вилучення частини доходів підприємств і населення до бюджету та державних цільових фондів); бюджетні трансферти (виділення коштів з бюджету на безоплатних і безповоротних засадах: дотації, субвенції, субсидії).

Важливого значення при функціонуванні фінансового механізму набуває система фінансових норм і нормативів. До її розробки й використання входить низка організаційних і методологічних труднощів, пов'язаних із тим, що фінансові норми є синтетичним показником, а значить на їхню абсолютну величину впливає безліч факторів, які необхідно врахувати. Треба також відпрацювати методи коригування норм залежно від зміни факторів у кожному певному періоді часу. Найважливішим елементом фінансового механізму є фінансові норми.

Існує чотири групи фінансових норм:

1. Норми, що централізовано затверджуються органами законодавчої та виконавчої влади (розмір стипендій, ставки і мінімальний розмір заробітної плати, ставки податків, зборів і відрахувань).

2. Норми, що ґрунтуються на матеріальних потребах (норми витрат на медикаменти, на харчування в дошкільних та інших закладах освіти й охорони здоров'я, норми витрат на освітлення, опалення тощо).

3. Норми, що визначаються міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади (норми значної частини витрат бюджетних установ).

4. Норми і нормативи, що характеризують пропорції економічного та соціального розвитку. На сьогодні ця група найменш досліджена.

В сучасних умовах реформування економіки України відбувається вдосконалення фінансового механізму. При цьому вирішуються такі найважливіші проблеми, як: створення передумов для розвитку ринку; підвищення результативності фінансового контролю; науковообґрунтоване фінансове планування і прогнозування обсягів централізованих і децентралізованих фінансових ресурсів, їх розподілу і використання; забезпечення раціональних пропорцій розподілу і перерозподілу валового національного продукту і національного доходу; вихід із фінансової кризи і забезпечення необхідних темпів економічного зростання; вдосконалення механізму дії фінансових важелів, стимулів і санкцій; адекватне правове і нормативне забезпечення функціонування усього фінансового механізму [3, с. 207-209].

Перед Україною стоїть завдання створити такий фінансовий механізм, який би не допускав виникнення проблем в регулюванні економіки, або зводив би їх до несуттєвого рівня.

Важливою складовою фінансового механізму є також стимули, спрямовані на забезпечення своєчасного й повного надходження коштів до бюджету, найекономнішого і найефективнішого їх використання, що припускає застосування як матеріального заохочення, так і економічних санкцій. Система стимулювання, знаходячись у складі нині діючого фінансового механізму, включає різні санкції за неповне й несвоєчасне надходження коштів до бюджету, неекономне й неефективне використання бюджетних асигнувань.

Фінансовий механізм – явище об'єктивне, зумовлене наявністю фінансів в економічній системі держави, проте його функціонування значною мірою залежить від того, як владні структури в державі зуміють його використати для досягнення поставлених цілей, тобто для здійснення тієї фінансової політики, яку вони проводять.

Слід враховувати, що фінансовий механізм за ринкових умов потребує чіткої взаємодії всіх його складових. Серед них немає таких, якими можна було б знехтувати чи застосувати без взаємозв'язку з іншими складовими.

Для нормального функціонування фінансового механізму необхідним є його відповідне нормативно-правове забезпечення, представлене передусім Конституцією України, численними законами, а також підзаконними нормативно-правовими актами. Ефективність функціонування фінансового механізму залежить також від якості його інформаційного забезпечення. Вичерпна, достовірна, своєчасна і зрозуміла інформація є запорукою прийняття оптимальних фінансових рішень, спрямованих на забезпечення економічного розвитку і соціальних потреб громадян. Інформаційне забезпечення складається з різних видів економічної, фінансової та іншої інформації.

До джерел фінансової інформації належать показники, що характеризують макроекономічний розвиток країни, окремих галузей, кон'юнктуру фондового і грошового ринків, повідомлення про фінансову діяльність контрагентів і конкурентів, фінансова звітність суб'єктів господарювання тощо.

Організаційне забезпечення реалізації фінансової політики через фінансовий механізм полягає у створенні відповідної системи фінансових органів та інституцій, визначенні їх функцій і повноважень з метою забезпечення повноти здійснення фінансової політики та досягнення координації дій усіх суб'єктів. Кожен з фінансових органів та інституцій має власну сферу діяльності і несе відповідальність за реалізацію фінансової політики в певному напрямі.

Необхідно підкреслити, що стан фінансового механізму, ступінь його довершеності залежить від удосконалення всього господарського механізму в цілому і його окремих елементів (механізму ціноутворення, економічного стимулювання, кредитного механізму та ін.). Основні напрями перебудови фінансового механізму виходять із загальних завдань економічних перетворень в Україні [4, с. 54-56].

Отже, теоретичне розуміння суті фінансового механізму організації економіки, чітке осмислення його структури, місця і мети окремих елементів має важливе практичне значення, оскільки може сприяти визначенню слабких сторін цього механізму, а отже, і шляхів їхнього зміцнення, підсилення позитивної дії кожної ланки фінансового механізму. Зрештою, вивчення усіх особливостей фінансового механізму буде забезпечувати сталість зростання економіки України. Досвід розвитку економіки в умовах ринку в багатьох зарубіжних країнах підтверджує, що стабільність економічного зростання й підвищення суспільного добробуту потребують постійного вдосконалення фінансового механізму в кожній із його складових [5, с. 134-135].

#### Література:

1. Львовичкін С. В. Фінансовий механізм макроекономічного регулювання. 2004. С. 25-33
2. Вожков А. П. Фінансові методи забезпечення економічного зростання. 2004. С. 74-83
3. Оспіщев В. І., Близнюк О. П., Людмила Л. І. Фінанси: Навчальний посібник. Київ: Знання, 2006. 415 с.
4. Артус М. М. Фінансовий механізм в умовах ринкової економіки. 2005. С. 54-59
5. Стеців Л. П., Копилук О. І. Фінанси: Навчальний посібник. Київ: Знання, 2007. 235 с.

*Харьков В.В., магістрант  
Науковий керівник: Лохман Н.В., к.е.н., доцент  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*

## **МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ**

Сучасні економічні умови в Україні потребують нових підходів до вирішення проблем ринку праці при скороченні попиту на робочу силу та зростанні конкуренції. Проблема зайнятості населення набуває загостреності у зв'язку з підвищенням рівня безробіття, нераціонального використання праці, значними розривами між попитом та пропозицією на ринку праці.

Враховуючи зазначені проблеми, маркетингова робота в межах служби зайнятості здатна стати ключовою умовою підвищення ефективності надання сервісних послуг, встановлення продуктивних контактів з клієнтами та партнерами служби зайнятості і задоволення їх потреб у межах наявних ресурсів.

Дослідження питань діяльності служби зайнятості у сфері державного управління було і залишається важливою науково-методичною проблемою, вагомий внесок у вирішенні якої належить таким науковцям, як Васильченко В.С., Герасимчук В.І., Маршавін Ю.М., Петюх В.М., та ін. Проте слід зазначити відсутність системних досліджень з маркетингового управління регіональними центрами, що реалізують державну політику зайнятості у наукових доробках вчених.

Маркетинг виступає як соціальний процес, за допомогою якого прогнозується, розширюється і задовольняється попит на товари і послуги шляхом їх розробки, просування і реалізації, що дає змогу зробити висновок про можливість застосування даного поняття в діяльності служби зайнятості [3]. Основними причинами, що спонукають громадян звертатися до служби зайнятості є: низький рівень заробітної плати, можливе звільнення у зв'язку зі скороченням штату, постійні відпустки без збереження заробітної плати та інше. Маркетингове забезпечення діяльності служби зайнятості полягає у стимулюванні надання якісних послуг клієнтам, які передбачені її функціями.

У даний час уже формуються умови для маркетингової діяльності на ринку праці [1]:

1. утворюється ринок покупця трудових послуг;
2. з'явилася конкуренція як між працівниками, так і між роботодавцями;
3. у працівника і роботодавця встановлюється довготривала мотивація у сфері зайнятості;
4. працівник і роботодавець вільні у виборі прийняття рішення щодо найму;
5. з'явилася відносна свобода у переміщенні робочої сили;
6. сформувалися умови для вільного вкладення капіталу.

Роль маркетингу в системі управління ринком праці на різних рівнях визначається цілями і завданнями економічних суб'єктів ринку. На загальнодержавному рівні вона полягає в ранній діагностиці запобігання майбутніх структурних дисбалансів у сфері зайнятості, тому вихідною позицією в управлінні ринком праці мають стати маркетингові дослідження, тобто збір і аналіз інформації про проблеми, пов'язані з узгодженням попиту та пропозиції робочої сили, виявлення тенденцій формування і розподілу робочої сили між регіонами країни, галузями виробництва, зміни галузевої і професійно-кваліфікаційної структури робочої сили відповідно до динаміки розвитку різних галузей, визначення тенденцій у формуванні вартості робочої сили [3].

На регіональному рівні роль маркетингу на ринку праці полягає в підтримці відповідності попиту і пропозиції робочої сили в умовах конкретної території, у вирішенні наступних завдань: формування трудового потенціалу, що за своїми кількісними та якісними характеристиками відповідає вимогам суспільного господарства регіону з урахуванням менталітету населення; забезпечення підприємств необхідними кадрами з різних джерел, у т.ч. й за рахунок міжрегіонального перерозподілу; забезпечення ефективної та динамічної зайнятості населення (навчання, перенавчання, працевлаштування вивільнених працівників і незайнятих громадян, що потребують працевлаштування); підтримання регіональної, галузевої та професійно-кваліфікаційної збалансованості між структурою пропозиції робочої сили і структурою робочих місць [5].

Найбільш близькою до маркетингових завдань управління зайнятістю населення є діяльність сектору рекрутингу. Саме цей структурний підрозділ служби зайнятості забезпечує надання



сервісних послуг з пошуку роботи та взаємодії з роботодавцями. На цьому рівні реалізації державної політики зайнятості застосовуються принципи аналізу потреб роботодавців та безробітних з метою задоволення професійних потреб, створюється система індивідуального підходу до клієнта або партнера, організуються масові, медійні та культурні заходи щодо залучення нових клієнтів та партнерів служби зайнятості а також створюються рекламні продукти для підтримання іміджу служби зайнятості.

Індивідуальну роботу з клієнтом необхідно розуміти як щоденну, безперервну, системну працю фахівця базового центру зайнятості. Вакансія підходящої для нього роботи може надійти у період між його відвідуваннями, і спеціаліст має негайно зв'язатись з людиною, пізніше улагодити питання зустрічі із роботодавцем.

Часто безробітному для працевлаштування необхідно змінити свій фах, а для деякого із них доцільним є вирішення питання зайнятості через організацію власної підприємницької діяльності. Головний чинник впливу працівника центру зайнятості на подібну ситуацію – професійне володіння технікою ведення співбесіди з клієнтом. Співбесіда є головною формою взаємодії спеціаліста центру зайнятості з шукачем роботи в процесі надання послуг.

У разі потреби можна використовувати допоміжні ланки: профорієнтацію, професійну підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації, участь у громадських чи тимчасових роботах. Окреме і дуже важливе питання – участь безробітного у тематичних семінарах, тренінгах із техніки пошуку роботи і відновлення мотивації до праці.

В рамках маркетингової діяльності сектор рекрутингу Маріупольського міського центру зайнятості надає послуги: з консультивання роботодавців та шукачів роботи, організації ярмарок вакансій, презентацій роботодавців, анкетування безробітних, створення відео вакансій та відео презентацій, організацію скайп-конференцій, call-центру.

Наскільки шукач роботи мобільний на ринку праці з точки зору володіння навиками самопрезентації, написання резюме, співбесіди із роботодавцем – визначає спеціаліст центру зайнятості. У процесі щоденної роботи спеціалістам центру зайнятості доводиться постійно переконувати, спрямовувати, нав'язувати та

вимагати виконання тих чи інших дій. Щоб бути переконливим, їм необхідно володіти інформацією та вміти оперувати нею при організації співпраці з клієнтом.

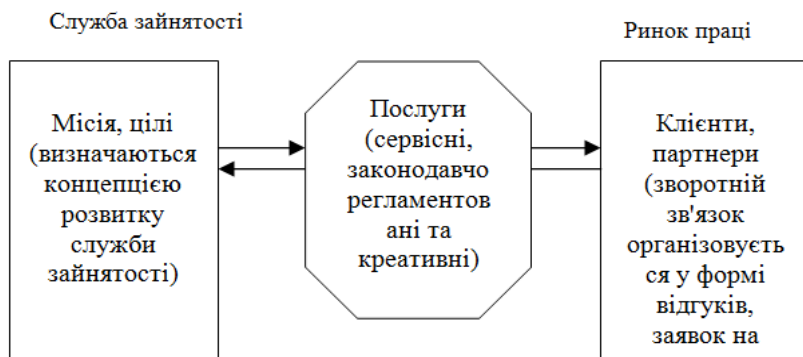


Рис. 1 - Маркетингова модель у діяльності служби зайнятості [3]

Маркетингова діяльність служби зайнятості, враховуючи поточні та довготривалі інтереси суспільства, передбачає у зв'язку своїх внутрішніх можливостей із фактичними потребами ринку праці, виявлення запитів реальних і потенційних клієнтів, організацію досліджень та розробок щодо вдосконалення послуг для найефективнішого задоволення попиту. Маркетинг відображає якість відносин, яку слід визначити ключовою умовою ефективного управління довготривалими зв'язками між службою зайнятості та її клієнтами. Дотримання принципів маркетингу та використання його основних інструментів у діяльності центру зайнятості забезпечує ефективність маркетингових алгоритмів у її роботі, налагодження зв'язків із цільовими аудиторіями, просування різноманітних ідей, підтримку інтересів роботодавців, незайнятих та безробітних громадян, дає змогу виявляти причини помилкових дій, зменшувати ступінь невизначеності при прийнятті обґрунтованих управлінських рішень як тепер, так і в перспективі [6].

Основним завданням маркетингової діяльності служби зайнятості є розвиток напрямку рекрутингу, в майбутньому ми зможемо побачити ребрендинг Державної служби зайнятості, яка стане провідним HR – коучем для своїх клієнтів. Завдяки

маркетинговим інструментам служба зайнятості зможе перетворитися на простір нетворкінгу, креативу та стратегічного кар'єрного планування.

#### Література :

1. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер: пер. с англ. И. Петровой, В. Васильевой; под общ. ред. Ю.Н.Каптуревского и др. СПб.: Питер, 1999. 395 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг : підруч. / Л.В. Балабанова. – [2-ге вид., перероб. і допов.]. К.: Знання-Прес, 2004. 645 с.
3. Васильченко В.С. Управління трудовим потенціалом / В.С. Васильченко. К.: КНЕУ, 2005. 403 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підруч. / С.С. Гаркавенко. [5-те вид., допов.]. К. : Лібра, 2007. 720 с.
5. Герасимчук В. І. Маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності регіону / З. В. Герасимчук, О. О. Яринюк // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка. 2014. Вип. 11. С. 75-84.
6. Карпов В.А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: [навч. посіб.] / В.А. Карпов, В.Д. Кучеренко; 2-ге вид., випр. і доп. К.: Знання, КОО, 2003. 284 с.
7. Легомінова С.В. Маркетинг ринку праці (методологія досліджень) / С.В. Легомінова [Електронний ресурс] URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/26468.html>.
8. Маршавін Ю.М. Економічна ефективність заходів щодо активного сприяння зайнятості зареєстрованих безробітних в умовах тривалої кризи: методологія та інструментарій оцінювання / Ю. М. Маршавін // Ринок праці та зайнятість населення. 2016. № 1. С. 3-7.
9. Менеджмент персоналу: навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін. К.: КНЕУ, 2004. 398 с.

## **СЕКЦІЯ 4. МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУСПІЛЬНОГО ДОБРОБУТУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

*Лисевич С.Г., к.е.н., доцент*

*Квітка Т.В., старший викладач*

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

### **СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СВІТІ ТА УКРАЇНІ**

Міжнародний досвід доводить, що перемогу у конкурентній боротьбі здобувають не ті країни, які мають багаті природні ресурси, а ті, які активно фінансують освіту, культуру і науку. При цьому зростає людський капітал, що позитивно відображається на всіх сферах розвитку суспільства. Справа в тому, що сьогодні у сучасному швидкоплинному світі виникають різні проблеми, які вимагають свого оперативного, якісного і на належному науковому рівні рішення. А це може зробити лише освічений персонал. Тому неспроста в розвинених країнах відбувається збільшення чисельності населення з вищою освітою. Сьогодні питома вага осіб з вищою освітою в розвинених країнах становить близько 30% і ця величина постійно збільшується [3, с. 41].

Враховуючи роль та значення вищої освіти, багато вчених досліджують тенденції в її розвитку. Так, Горбенко А.Л. виділяє наступні тренди в розвитку вищої освіти: зростання ролі вищої освіти в становленні економіки знань та соціально-економічному розвитку; інформатизація вищої освіти; посилення координації між університетами і бізнесом та інші [3].

Шнякіна Є.Ю. наголошує на таких глобальних тенденціях: ріст студентської мобільності, підвищення ролі освіти в економічному розвитку; впровадження інформаційних технологій; конкуренція між навчальними закладами та ін. [6].

Козлова М.І. і Гапоненко Н.Г. виділяють наступні світові тенденції щодо розвитку вищої освіти: масовість вищої освіти; безперервність освіти; вплив інформаційних технологій; інтернаціоналізація; наукові дослідження [4].

Враховуючи важливість вищої освіти у розвитку суспільства, вважаємо найважливішими тенденціями – це динаміка випускників вищих навчальних закладів та стан наукової діяльності і результати

її впровадження в країні. Динаміка випускників характеризує рівень освіти суспільства в цілому, а стан наукових розробок та впроваджень – результат наукової діяльності людського капіталу країни.

У таблиці 1 представлено статистичні дані про динаміку студентів в Україні.

Таблиця 1 – Динаміка студентів та кількість випущених осіб з вищою освітою в Україні [1]

Роки	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19
Випущено всього осіб з вищою освітою	447 418	386 668	421 131	412 914
Кількість студентів у розрахунку на 10000 населення	375	372	363	361

Дані таблиці 1 свідчать, що в Україні спостерігається негативна динаміка як по кількості випущених осіб з вищою освітою, так і по кількості студентів у розрахунку на 10000 населення. На відміну від розвинених країн, в Україні спостерігається динаміка по зменшенню як числа студентів, так і числа випускників, що негативно відображається на всебічному розвитку суспільства.

В таблиці 2 наведена питома вага виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП.

Таблиця 2 – Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП, % [5]

Роки	2012	2013	2014	2015
Всього	0,80	0,80	0,69	0,64

Дані таблиці 2 свідчать, що за досліджуваний період частка наукових та науково-технічних робіт у ВВП України має від’ємну динаміку, що свідчить про зниження рівня його наукомісткості.

В таблиці 3 наведено питому вагу підприємств, які впроваджували інновації.

Таблиця 3 – Питома вага підприємств, що впроваджували інновації,  
% [2]

Роки	2014	2015	2016	2017
Всього	12,1	15,2	16,6	14,3

Дані таблиці 3 свідчать, що за останні роки частка підприємств, які впроваджували інновації зменшилась, що негативно відображається на конкурентоспроможності українських підприємств.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити наступні висновки про тенденції розвитку вищої освіти:

1) в Україні на відміну від розвинених країн світу спостерігається динаміка по зменшенню кількості осіб з вищою освітою;

2) відбувається також і зниження обсягу впроваджень наукових розробок, що свідчить про результати використання наукового потенціалу країни.

Враховуючи таку динаміку, слід відзначити, що Україна володіє могутнім науковим потенціалом, який характеризується значною кількістю науково-педагогічного персоналу, вищих навчальних закладів та їх матеріально-технічної бази. Проблема полягає в тому, що українські підприємства недостатньо економічно зацікавлені у впровадженні наукових розробок. Причина цього криється в низькому рівні конкуренції на внутрішньому ринку, що не спонукає суб'єктів господарювання до інноваційного розвитку, побудованого на науці. Виходом з цієї ситуації є розвиток конкуренції на всіх ринках країни, що можливе, в першу чергу, за рахунок розвитку малого та середнього бізнесу, а також державної підтримки наукових досліджень в пріоритетних напрямках розвитку суспільства.

#### Література:

1. Вища освіта в Україні в 2018 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Впровадження інновацій на промислових підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Горбенко А.Л. Сучасні тенденції й ознаки глобалізації освітнього простору. Економіка. 2014. Випуск 26. С. 39-45.

4. Козлова М.И., Гапоненко Н.Г. Мировые тенденции высшего образования в XXI в. В сборнике: 75-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета. Материалы конференции. В 3-х частях. Редколлегия: В.Г. Сафонов [и др.]. 2018. С. 105-108.

5. Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <http://www.ukrstat.gov.ua/>

6. Шнякина Е.Ю. Оценка влияния глобальных трендов на развитие системы высшего образования. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 6 (152). С. 37-45.

*Логвиненко Н.І., магістрант*

*Науковий керівник: Яковенко Ю.В., асистент*

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

## **АНАЛІЗ СПОЖИВАННЯ НАФТОПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ**

Забезпечення енергетичної безпеки і побудови розвинутого та перспективного ринку нафтопродукту, залежить від ефективного управління ринком та впливу на нього зовнішніх факторів. Через важливість даної групи товарів і поширене її використання населенням, варто приділяти достатньо уваги з боку держави і контролюючих органів, в напрямку вивчення даного ринку і допомогти в його розвитку.

Враховуючи залежність України в енергетичній галузі [20] кон'юнктура яка склалась на Українському ринку нафтопродуктів буде впливати на всі галузі господарства. Через стратегічне значення даного ринку, для України саме вплив і регулювання держави буде мати вирішальне значення, для розвитку всієї економіки в цілому.

Дослідженням ринку нафти займалися такі дослідники як Григор'єва А.О. [1], яка дослідила напрями за якими необхідно досліджувати даний ринок, Дорожкіна М.Є. [2], яка проаналізували тенденції ринку нафтопродуктів.

Для детального розгляду і аналізу ринку нафтопродуктів необхідно визначити за якими напрямками аналізували інші

дослідники. Григор'єва А.О. розглядає ринок нафтопродуктів за наступними напрямками:

- 1) За напрямками торгових потоків: внутрішній та зовнішній.
- 2) За регіональною приналежністю центрів торгівлі нафтопродуктом: європейський, російський, південно-азійський, північноамериканський, латиноамериканський, близькосхідний.
- 3) За обсягами попиту та пропозиції: світовий, міжрегіональний, регіональний та національний [1].

Наведена класифікація допомагає спростити створення торгового ланцюга, о приносить до отримання можливостей пошуку потенційних суб'єктів, для співпраці на даному ринку.

Дорожкіної М.Е. розглядає безпосередньо суб'єктів ринку нафтопродуктів. Суб'єктами на даному ринку являються:

- безпосередньо виробники нафтопродуктів;
- учасники гуртового сегменту ринку, що не володіють нафтодобувними, нафтопереробними підприємствами та не мають мереж автозаправних станцій;
- власники автозаправних станцій, які володіють нафтопереробними активами;
- власники автозаправних станцій, які не володіють нафтопереробними активами;
- споживачі нафтопродуктів [2].

Для обробки статистики було взято дані зі звіту НАК «НафтогазУкраїни», які наводяться в якості щорічної доповіді, в якій зазначалось, що: «загальноукраїнська потужність нафтопереробних підприємств складає близько 40 млн т нафти на рік, що майже в чотири рази перевищує попит на продукти нафтопереробки в Україні» [4]. Даний факт являється дуже суттєвим, так як свідчить про можливість надлишкової переробки нафти.

Проте Нак «НафтогазУкраїни» надає дані, що «рівень завантаження НПЗ є дуже низьким і складає близько 7%» [4]. На теперішній час переробляють нафту і газовий конденсат Кременчуцький та Шебелинський НПЗ, переважно вітчизняного видобутку, в обсязі близько 2,7 млн т вуглеводневої сировини в 2016 році [4]. Даний рівень є дуже недостатнім, для експорту і навіть для задоволення власних потреб.

НАК «НафтогазУкраїни» зробив висновок: «Україна всього за 10 років пройшла трансформацію від країни з надлишковими



нафтопереробними потужностями та експортера нафтопродуктів до країни, яка більше ніж на 80% залежить від імпорту нафтопродуктів». Даний рівень є загрозовим, для економічної та енергетичної безпеки країни.

Враховуючи Українську імпортозалежність, ціна на нафтопродукти на внутрішньому ринку залежить від урахувань цінових котирувань на основних європейських хабах південної та північно-західної Європи.

Тому висхідний тренд зміни споживчих цін спостерігався і на ринку України: ціна бензину зросла на 20%, а дизельного палива — приблизно на 22% [4].

Також, приріст цін нафтопродуктів на внутрішньому ринку України пов'язаний зі зниженням обмінного курсу гривні до іноземних валют за допомогою яких відбувається міжнародна торгівля із постачальникам енергетичних ресурсів.

Для детального розуміння ситуація на ринку нафтопродуктів і розробки правильності рішення, необхідно проаналізувати дані з постачання і споживання нафтопродуктів. За даними Енергетичного балансу України, представленим Держстатом України за останні шість років [5], була розроблена таблиця 1, і прорахована динаміка змін постачання і споживання.

Таблиця 1 - Постачання та споживання нафтопродуктів в Україні

Постачання	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Виробництво	-	-	-	-	-	-	-
Імпорт	6029	7750	8370	7258	8177	7887	9155
Експорт	-4066	-4172	-1679	-960	-747	-90	-24
Міжнародне бункерування	-274	-246	-306	-126	-131	-124	-157
Зміна запасів	-7	29	174	-244	407	27	-586
Загальне постачання первинної енергії	1682	3360	6659	5928	7645	7700	8387
Динаміка постачання %	100	199,76	198,18	89,02	128,96	100,71	108,92

1	2	3	4	5	6	7	8
Споживання	Нафтопродукти тис. Тон						
Промисловість	136 4	1409	707	449	386	607	522
Динаміка споживання промисловістю, %	100	103,2 9	50,1 7	63,5 0	85,9 6	157,2 5	85,9 9

*Примітка. Складено автором за матеріалами [5].*

Згідно таблиці 1, споживання промисловістю знизилось в період з 2012 по 2016 роки на 62%, а основним споживачем нафтопродуктів є транспорт.

Аналізуючи таблицю необхідно зазначити, про спекулятивний вектор розвитку України в 2010 по 2012 роках. Постачання нафтопродуктів зросло майже в два рази, а також значно зріс експорт нафтопродуктів, з поставлених товарів. При чому внутрішнє споживання транспортом знизилось майже на 2% а промисловістю зросло на 3%. В 2012 році вже почали спостерігатись загальна зміна тренду і починаючи з 2013 року, постачання нафтопродуктів знизилось на 11% відносно попереднього року.

Відносно внутрішнього споживання, почалось катастрофічне зниження споживанням промисловістю, зниження склало майже 50% в 2012 році, і майже на 47% в 2013 році. В 2014 році споживання виросло на 28%, проте незважаючи на значне зростання, залишилась меншим за показник 2012 року, а відносно промисловості продовжилось зниження споживання на 15% і відбулось скорочення споживання нафтопродуктів транспортом. В 2015 році постачання залишилось практично без змін, проте споживання транспортом продовжило скорочення і знизилось на 11%, відносно промисловості, відбувся значний приріст, більше 57%, проте навіть таке значне зростання залишилось меншим за показник 2012 року, коли почався спад відносно базового 2010го року. В 2016 році відбулось підвищення постачання на 8% і були отримані найвищі показники за ці шість років за імпортом нафтопродуктів і найменші за експортом. Споживання транспортом пропорційно зросло відносно постачання, а споживання промисловістю знизилось на 15%.

Проаналізувавши данні, необхідно зауважити, що постачання починаючи з 2012 року почалось орієнтуватись на внутрішнього споживача, а саме транспорт, так як загальне споживання

промисловістю сильно знизилось, що свідчить про кризові явища в промисловій галузі України.

#### Література:

1. Григорєва А. О. Аналіз ринку нафтопродуктів [Електронний ресурс] / А. О. Григорєва URL: file:///C:/Users/user/Downloads/mnj\_2017\_1(2)\_12.pdf.

2. Дорожкіна М. Ринок нафти та нафтопродуктів України: проблеми розвитку та регулювання / Вісник київського національного університету імені Т. Шевченка: Економіка № 85. 2006, с. 8 - 11.

3. Шпілевський В. В. Аналітичні аспекти та оцінки енергетичної залежності в нафтодефіцитних країнах / В. В. Шпілевський, Ю. А. Сапронов, Т. І. Салашенко. // Проблеми економіки. 2013. №1. С. 14–21.

4. Річний звіт НАК «НафтогазУкраїни» Ринок нафти і нафтопродуктів <http://annualreport2016.naftogaz.com/ua/de-mi-zaraz/rinok-nafti-i-naftoproduktiv/>

5. Енергетичний баланс України [Електронний ресурс] // Держстат України URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/energ/en\\_bal/arh\\_2012.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/energ/en_bal/arh_2012.htm).

**Масбай С. С., аспірант**

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

## **ФАКТОРИ, ЩО ПЕРЕШКОДЖАЮТЬ ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

На сучасному етапі розвитку світового господарства та міжнародних економічних зв'язків імперативом конкурентного розвитку як окремих суб'єктів господарювання, так і національних економік у цілому є забезпечення та підвищення рівня їх інноваційності. Специфічна природа інновацій накладає відбиток на фактори, що сприяють/перешкоджають підвищенню рівня інноваційності суб'єктів мікро- та макrorівнів.

Як свідчать результати опитування проведеного у рамках ініціативи «ProINNO» (у опитуванні взяли участь більше ніж 1000

компаній та 430 зацікавлених у інноваціях сторін), основними факторами, що перешкоджають інноваційній діяльності на підприємствах, є висока вартість інновацій, проблеми із фінансуванням [1].

До аналогічних висновків приходять Бритько А.С., стверджуючи, що найбільш суттєвий негативний вплив на інноваційну діяльність мають: недостатня забезпеченість власними грошовими коштами; недостатність фінансової підтримки з боку держави; висока вартість нововведень та, як наслідок, високі ризики для інвесторів; низький інноваційний потенціал організацій; недоліки, пов'язані із кваліфікацією персоналу та інформацією про нові технології [2].

Як свідчить аналіз джерела [3], виокремлюється чотири групи чинників, що перешкоджають інноваційній діяльності підприємств в Україні: цінові (відсутність коштів у межах підприємства або групи підприємств); інформаційні (відсутність кваліфікованого персоналу); ринкові (невизначений попит на інноваційні товари чи послуги) та причини інноваційної бездіяльності (не потрібно у зв'язку з невизначеним попитом або відсутністю попиту на інновації).

Отже, основними пріоритетами розвитку інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств на рівні держави на майбутнє мають стати [4]:

1) підвищення рівня захисту інтелектуальної власності шляхом створення, розширення та сприяння прогресивному розвитку ринку інноваційної продукції;

2) збільшення суми державних видатків на розвиток інноваційного продукту;

3) сприяння вдосконаленню системи освіти для підготовки молодих кадрів, підготовка та перепідготовка працівників сфери інновацій;

4) формування належного відношення до наукових досліджень в сфері інноваційного простору та формування потужної національної інноваційної системи;

5) розробка та впровадження наукових здобутків вітчизняних науковців;

6) державна підтримка та супровід діяльності учасників інноваційного циклу в системі: „наукові здобутки (розробки)-виробництво - реалізація - обслуговування”.

Таблиця 1 – Перелік чинників, що перешкоджають інноваційній діяльності [3].

Цінові чинники	Відсутність коштів у межах підприємства або групи підприємств
	Відсутність фінансування з джерел за межами підприємства
	Занадто високі витрати на інноваційну діяльність
Інформаційні чинники	Відсутність кваліфікованого персоналу
	Відсутність інформації про технології
	Відсутність інформації про ринки
	Труднощі знаходження партнерів для інноваційної діяльності
Ринкові чинники	На ринку домінують певні підприємства
	Невизначений попит на інноваційні товари чи послуги
Причини інноваційної бездіяльності	Немає необхідності у зв'язку з попередньою інноваційною діяльністю підприємства
	Не потрібно у зв'язку з невизначеним попитом або відсутністю попиту на інновації

Таким чином, забезпечення і ефективне ведення інноваційної діяльності можна вважати фактором, що формує можливість здійснення економічного розвитку підприємства та економіки в цілому. В Україні науково-інноваційна діяльність знаходиться у складному становищі, порівняно з іншими видами діяльності. Рівень використання інноваційного потенціалу є недостатнім. Підтримка та регулювання інноваційного підприємництва, а особливо малого, повинна бути пріоритетним напрямом державної політики щодо підтримки інноваційної діяльності.

Задля створення інноваційно-привабливого середовища для залучення нових ідей та впровадження їх з отриманням очікувано результату, потрібно розробити систему мотивації для новаторів в сфері інновацій; зменшити податковий тиск, а саме оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності (особливо, для малого бізнесу); створити сприятливий клімат для залучення іноземного капіталу з метою впровадження інноваційного продукту на вітчизняних підприємствах.

#### Література:

1. Керівництво з методології інновацій. Просування інновацій у промисловій інформатиці та в секторах вбудованих систем за допомогою створення мереж [Електронний ресурс] – URL: [http://www.i3e.eu/innovation/MGI\\_low\\_UA.pdf](http://www.i3e.eu/innovation/MGI_low_UA.pdf).
2. Брителько А. С. Теоретические основы оценки эффективности проектов инновационного развития экономических систем: факторы, проблемы, методические подходы, принципы // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, 2013. С. 97-110, С. 102-103.
3. Державна служба статистики України. Методологічні положення зі статистики інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. 2015. URL: [https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/08/metod\\_3.pdf](https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/08/metod_3.pdf).
4. Д'якур М. В. Проблеми інноваційного розвитку України [Електронний ресурс] / М. В. Д'якур // Буковинська державна фінансова академія. 2017. URL: [http://www.rusnauka.com/16\\_ADEN\\_2010/Economics/68205.doc.htm](http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68205.doc.htm).

***Попова Г.О., аспірантка***

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

### **ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА: МОТИВИ І ЦІЛІ**

В сучасних умовах господарювання диверсифікація, як одна із стратегій зростання, набуває все більшого поширення. Ця стратегія стала входити в практику стратегічного планування підприємств в 50-х рр. XX ст., коли стратегічне планування набуло свого розвитку. Більшість корпоративних стратегій переслідує цілі зростання: росту продажів, частки ринку, прибутку або розмірів організації, і саме диверсифікація є одним із методів досягнення цих цілей. Адже, як свідчать зарубіжний досвід та економічні закони ринку, підприємство, яке випускає протягом п'яти років однакову продукцію і не змінює свого асортименту, втрачає конкурентоспроможність і, в остаточному підсумку, зазнає банкрутства [1, с.24].

Багатоаспектність поняття диверсифікації ще раз підтверджує складність сутності цього процесу і зумовлює існування декількох

класифікаційних ознак її видів. Водночас, кожне підприємство керується унікальним комплексом умов, факторів і мотивів, обираючи диверсифікацію стратегією розвитку. Відтак, актуалізується потреба узагальнити сутність самого поняття диверсифікації, а також мотивів і цілей, що її обумовлюють.

Диверсифікація – досить складне в економічному сенсі поняття, воно має безліч тлумачень, класифікаційних ознак, мотивів і цілей.

Поняття диверсифікації запропонував І.Ансофф в 1965 р. Диверсифікацію він розглядав як особливий вид маркетингової стратегії, що передбачає зміни в продуктивній лінійці та структурі ринку. При цьому диверсифікація потребує нових вмінь, технологій та обладнання [2, с.113].

В подальшому це поняття набуло свого розвитку в дослідженнях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Г.Мінцберг диверсифіковану організацію визначав як набір напівавтономних одиниць, що об'єднуються центральною адміністративною структурою [3, с.247]. М.Портер диверсифікацію виробництва визначав як одночасний розвиток багатьох, не пов'язаних один з одним виробництв, розширення товарного асортименту [4, с.43]. С.В.Мочерний визначає диверсифікацію як «розширення номенклатури продукції, що виробляється окремими фірмами та об'єднаннями. Диверсифікація виступає у двох формах: розширення асортименту товарів, організація нових видів виробництва в рамках власної галузі; проникнення у нові галузі та сфери виробництва» [5, с.73].

В сучасних економічних умовах під диверсифікацією в найширшому її значенні розуміють спосіб досягнення максимального синергетичного ефекту діяльності підприємства і конкурентної позиції на ринку.

Так само, як відбувалась еволюція поняття «диверсифікація», зазнавали змін мотиви і цілі, що спонукали застосовувати диверсифікаційні стратегії на підприємстві.

При цьому, слід зауважити, що спонукає підприємство до реалізації диверсифікаційної стратегії цілий комплекс причин, які можна систематизувати в наступну логічну послідовність: передумови > мотиви > цілі [6, с.41].

Передумови завжди носять зовнішній характер і формуються виключно за рахунок розвитку макросередовища. До них

відносяться: НТП, соціально-політичні обмеження, періодичні уповільнення темпів економічного зростання, зміни в умовах конкуренції, нерівномірний розвиток галузей економіки, закон падіння норми прибутку в традиційному виробництві. Ще однією передумовою зовнішнього середовища доцільно вважати фактор вірогідності. Вірогідність в економічному сенсі представляє собою людський фактор. Наприклад, обсяг попиту залежить від споживчих очікувань, моди і т.д., які в сучасних умовах складаються у споживача під впливом інструментів маркетингу, роботи в інформаційному полі з боку різних сил [7, с.71].

Якщо систематизувати причини диверсифікації підприємницької діяльності, то можна назвати п'ять основних груп мотивів, що спонукають до здійснення диверсифікації – техніко-технологічні, фінансові, економічні, соціальні та стратегічні. Вказані групи мотивів тісно пов'язані між собою, тому в комплексі впливають на прийняття рішення про здійснення диверсифікації.

До техніко-технологічних причин відносяться: збереження виробничого потенціалу суб'єкта господарювання; підвищення рівня використання виробничої потужності; визначення найбільш прогресивних варіантів використання ресурсів; упровадження передових досягнень науково-технічного прогресу.

Економічні причини містять наступне: перенакопичення капіталу в наявних галузях виробництва; пошук нових напрямів капіталовкладень; розширення та захоплення нових ринків збуту; підвищення економічної доцільності у використанні ресурсів.

Фінансові причини передбачають: розподіл ризиків між напрямами діяльності та обсягами виробництва; фінансову стабілізацію.

До соціальних причин належать: збереження робочих місць і використання висококваліфікованих працівників; створення нових робочих місць.

Стратегічними мотивами диверсифікації є: пристосування та протидія коливанням кон'юнктури, страхування майбутнього підприємства, антимонопольне законодавство, злиття/поглинання компаній.

Слід зауважити, що цілі підприємства, що диверсифікується, зазнали змін протягом розвитку глобальної економіки, так само, як і саме поняття диверсифікації. Якщо на початку ХХ ст. основною метою було завоювання нових ринків, розширення асортименту,



зростання виробництва, то в сучасних глобалізаційних умовах диверсифікація є способом зміцнення конкурентних позицій на ринку, переливання капіталу і поліпшення інвестиційного портфелю підприємства. Остання ціль є найбільш актуальною для великих публічних підприємств, коли диверсифікація розглядається перш за все як іміджевий захід, причому отримання прибутку в даній ситуації має другорядне значення.

Слід зазначити, що наявність тих або інших мотивів ще не гарантує того, що підприємство обере стратегію диверсифікаційного розвитку в майбутньому. Основним мотивом вибору менеджментом конкретної стратегії є співвідношення цілей та можливостей підприємства. З цієї точки зору можна виділити три типи мотивів:

- підприємство не досягає цілей в рамках наявного бізнес-портфелю (якщо аналіз можливостей засвідчує, що навіть після диверсифікації підприємства цілі не будуть досягнутими, це означає, що вони завищені і їх переглядають в сторону зменшення; якщо ж можливості відповідають цілям, але наявна структура бізнес-портфелю не забезпечує їх досягнення, тоді вдаються до диверсифікації);

- можливості підприємства перевищують цілі (тобто, якщо з'являються можливості поставити більш високі цілі, підприємство диверсифікується);

- диверсифікація має місце там, де керівники не співвідносять цілі з можливостями, діють спонтанно, тому що диверсифікація для них самоціль, а не засіб досягнення цілей [8, с.210]

Таким чином, якщо цілі ідеально не співпадають з можливостями підприємства і не завищені, тобто не вимагають перегляду в напрямку зниження, підприємство має велику свободу дій по використанню можливостей для досягнення вищих цілей, зокрема й за допомогою диверсифікації.

Отже, на основі аналізу літературних джерел доцільно запропонувати наступне визначення поняття «диверсифікація на підприємстві»: це комплексна, структурована форма організації підприємницької діяльності за рахунок інтенсифікації різних видів діяльності, а також створення нових і удосконалення існуючих товарів та послуг. Незалежно від передумов і мотивів, розмірів підприємства і його сфери діяльності, цілі диверсифікаційної стратегії завжди будуть незмінними: отримання максимально можливого прибутку і підвищення капіталізації підприємства.

#### Література:

1. Міхаліна І.Г. Диверсифікація агровиробництва – необхідна складова управління ризиками / І.Г.Міхаліна // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України: Київ. 2006. №3. С.24-28.
2. Ansoff H.I. Strategies for diversification / H.I.Ansoff // Harvard Business Review. 1957. №5. P.113-124.
3. Mintzberg H. The structuring of Organizations: A Synthesis of the Research. Prentice-Hall International editions, 1979. 512 p.
4. Porter M.E. From Competitive Advantage to Corporate Strategy / M.E.Porter // Harvard Business Review. 1987. May/June. P.43-59.
5. Мочерний С.В. Економічний словник-довідник / С. В. Мочерний. Київ: Феміна, 1995. 368с.
6. Карлоф Б. Деловая стратегия. Концепция, содержание, символы / Б.Карлоф. Москва: Экономика, 2001. 239 с.
7. Лутфуллин Ю.Р. Оптимизация диверсификации производства / Ю.Р.Лутфуллин, Д.М.Карамова // Управленец. 2013. №5 (45). С.70-73.
8. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства. Підручник / М.Г.Саєнко. Тернопіль: “Економічна думка”, 2006. 390 с.

*Харькова А.О., магістрант*

*Науковий керівник: Лохман Н.В., к.е.н., доцент*

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

### **СПРИЯННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ В КОНТЕКСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МАРІУПОЛЬСЬКОГО МІСЬКОГО ЦЕНТРУ ЗАЙНЯТОСТІ**

Відповідно до затвердженої програми цілей сталого розвитку в Україні до 2030 року, сприяння поступальному, всеохоплюючому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх – є одним з пріоритетних завдань української влади та суспільства.

Вивчення особливостей реалізації цілі створення достойних робочих місць та економічного зростання в контексті функціонування Маріупольського міського центру зайнятості є важливим з огляду на тісний взаємозв'язок завдань програми

глобального розвитку та політики зайнятості в Україні і недостатнього висвітлення даного питання в працях українських науковців (на локальному регіональному рівні досліджень). Слід зазначити, що частковий аналіз цілей сталого розвитку (зокрема досліджуваної теми) присутній в працях Кононенко О. Ю., Чала Т. Г., Демченко Н., Дем'ян Я. Ю.

Ринок праці та зайнятість населення є невід'ємною складовою економічного устрою будь-якої країни, основою економічних процесів і економіки загалом. Зайнятість населення безпосередньо впливає на стан економіки, а показники безробіття характеризують її ефективність.

Визначимо національні завдання реалізації глобальної мети [1]:

- забезпечити стійке зростання ВВП на основі модернізації виробництва, розвитку інновацій, підвищення експортного потенціалу, виводу на зовнішні ринки продукції з високою часткою доданої вартості;

- підвищувати ефективність виробництва на засадах сталого розвитку та розвитку високотехнологічних конкурентних виробництв;

- підвищити рівень зайнятості населення;

- скоротити частку молоді, яка не працює, не навчається і не набуває професійних навичок;

- сприяти забезпеченню надійних та безпечних умов праці для всіх працюючих, зокрема шляхом застосовування інноваційних технологій у сфері охорони праці та промислової безпеки;

- створити інституційні та фінансові можливості для самореалізації потенціалу економічно активної частини населення та розвитку креативної економіки.

Якщо з суто економічними проблемами (такими, наприклад, як зростання ВВП на основі модернізації виробництва) Державна служба зайнятості впоратися не зможе, проте підвищити рівень замученості молоді до національного виробництва, підвищення рівня зайнятості населення, створення умов до професійного навчання та отримання нової професії – їй під силу.

Характеризуючи стан ринку праці в Україні слід звернути увагу на декілька важливих тенденцій. Це зокрема, скорочення кількості найманих працівників та платників єдиного внеску, посилення намірів щодо масового вивільнення працівників,

скорочення попиту на робочу силу за всіма видами економічної діяльності та групами професій, а також обмежений доступ до зайнятості окремих недостатньо конкурентоспроможних на ринку праці категорій населення. Проте за останні роки спостерігаємо скорочення рівня безробіття загалом на території України (це пов'язано також і з демографічною кризою регіонів та скороченням населення у зв'язку з проведенням воєнних дій на Сході) [2]. Динаміка рівня безробіття в Україні за період 2000-2018 років розкрито у Табл.1. та Рис.1. За досліджений період рівень безробіття скоротився на 3,3 %, кількість населення скоротилося на 6770 осіб на всій території України.

Таблиця 1 – Рівень безробіття в Україні за 2000-2018 рр.

	Всього населення	Економічно активне населення	Безробітне населення	Рівень безробіття	Зареєстрованих безробітних
2000	48923,2	21150,7	2630,0	12,4%	1178,7
2001	48457,1	20893,6	2440,3	11,7%	1063,2
2002	48003,5	20669,5	2128,6	10,3%	1028,1
2003	47622,4	20618,1	1994,0	9,7%	1024,2
2004	47280,8	20582,5	1888,2	9,2%	975,5
2005	46929,5	20481,7	1595,2	7,8%	891,9
2006	46646,0	20545,9	1513,7	7,4%	784,5
2007	46372,7	20606,2	1416,7	6,9%	673,1
2008	46143,7	20675,7	1424,0	6,9%	596,0
2009	45962,9	20321,6	1956,6	9,6%	693,1
2010	45778,5	20220,7	1784,2	8,8%	452,1
2011	45633,6	20247,9	1731,7	8,6%	505,3
2012	45553,0	20393,5	1656,6	8,1%	467,7
2013	45426,2	20478,2	1576,4	7,7%	487,6
2014	42928,9	19035,2	1847,1	9,7%	458,6
2015	42760,5	17396,0	1654,0	9,5%	461,1
2016	42584,5	17303,6	1677,5	9,7%	407,2
2017	42386,4	17193,2	1697,3	9,9%	352,5
2018	42153,2	17296,2	1577,6	9,1%	341,7

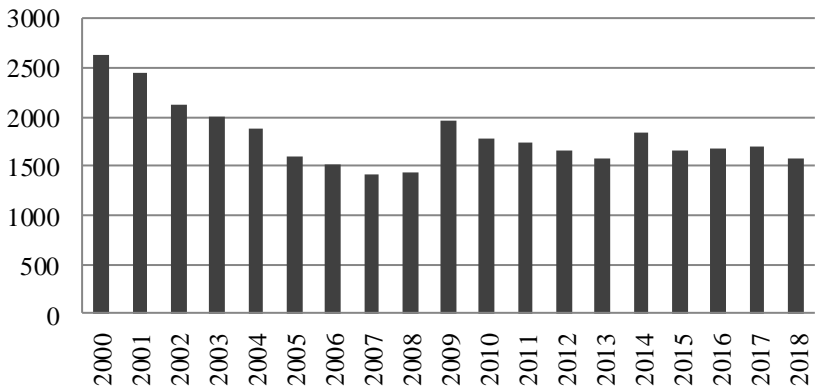


Рис. 1 - Динаміка безробіття в Україні за 2000-2018 рр.

У зв'язку зі збройним конфліктом на Сході України, вимушеною міграцією населення з'явилась нова категорія безробітних – внутрішньо переміщені особи, організація роботи з якою є окремим програмним завданням регіональних центрів зайнятості.

На сьогодні державна служба зайнятості є активним посередником на ринку праці між роботодавцями і шукачами роботи, вона на безоплатній основі надає послуги із пошуку підходящої роботи та підбору персоналу, послуги з державного соціального страхування на випадок безробіття, а також здійснює виплату матеріального забезпечення у зв'язку з тимчасовою втратою роботи. Сьогодні державна служба зайнятості – це структура, яка об'єднує 583 центри зайнятості по всій Україні. Всі відділення Служби працюють за єдиною схемою надання послуг.

Відповідно до українського законодавства та в рамках політики зайнятості населення, Маріупольський міський центр зайнятості надає такі послуги:

- професійна підготовка або перепідготовка, підвищення кваліфікації у професійно-технічних та вищих навчальних закладах, у тому числі в навчальних закладах державної служби зайнятості, на підприємствах, в установах, організаціях;

- профорієнтація;

- пошук підходящої роботи та сприяння у працевлаштуванні, у тому числі шляхом організації громадських та інших робіт

тимчасового характеру у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України;

- надання роботодавцям, які працевлаштовують громадян, зазначених у частині першій статті 14 Закону України «Про зайнятість населення», компенсації відповідно до статті 26 Закону України «Про зайнятість населення» [5];

- надання роботодавцям - суб'єктам малого підприємництва, які працевлаштовують безробітних, компенсації відповідно до статті 27 Закону України «Про зайнятість населення» [5];

- надання ваучера для підтримання конкурентоспроможності деяких категорій громадян шляхом перепідготовки, спеціалізації, підвищення кваліфікації за професіями та спеціальностями для пріоритетних видів економічної діяльності відповідно до статті 30 Закону України «Про зайнятість населення»;

- здійснення заходів сприяння зайнятості внутрішньо переміщених осіб відповідно до статті 24-1 Закону України «Про зайнятість населення» [5];

- інформаційні та консультаційні послуги, пов'язані з працевлаштуванням.

На офіційному сайті Державної служби зайнятості публікуються матеріали щодо результативності роботи структури (останні дані представлено на Рис.2).

Маріупольський міський центр зайнятості активно приймає участь в дослідженні показників безробіття та визначенні перспективної потреби в кадрах. Відповідно до своїх завдань, центр вивчає потреби роботодавця та надає допомогу щодо укомплектування підприємств персоналом; здійснює на замовлення роботодавця підбір необхідних працівників із використанням психодіагностичних методик: проведення тестування, оцінка та інтерпретація результатів; стимулює діяльність роботодавців, спрямовану на створення нових робочих місць шляхом щомісячної компенсації єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування; надає роботодавцям компенсації витрат на оплату праці працевлаштованих осіб з числа внутрішньо переміщених осіб та компенсації витрат роботодавця, який працевлаштовує зареєстрованих безробітних з числа внутрішньо переміщених осіб; сприяє перепідготовці та підвищенню кваліфікації, проведенню семінарів для роботодавців, у тому числі з питань працевлаштування інвалідів; проводить співбесіди з метою

ефективної організації процесу підбору кандидатів на вакантні місця.



Рис.2 - Інфографіка щодо діяльності Державної служби зайнятості України [4]

Сучасний ринок праці в Україні характеризується (з урахуванням специфіки розвитку регіонального ринку праці на сході України) професійно-кваліфікаційним дисбалансом та неоднорідністю кон'юнктури на ринку праці, постійно зростаючою кількістю переселенців та складнощами у їх працевлаштуванні відповідно до досвіду роботи чи освіти. Для подолання кризової ситуації та з метою реалізації глобальної стратегії сталого розвитку Державною службою зайнятості на місцях впроваджуються сучасні сервісні послуги, реалізуються заходи з професійної орієнтації молоді, організовується взаємовигідна співпраця з роботодавцями щодо працевлаштування громадян, в тому числі пільгових категорій, створюються електронні додатки, що забезпечують швидко та ефективно надання послуг громадянам, таким чином Маріупольський міський центр зайнятості зокрема та Державна

служба зайнятості, загалом – є повноцінним елементом в реалізації цілей сталого розвитку в Україні.

#### Література :

1. Дем'ян Я. Ю. Наукові підходи до економічного поняття «сталий розвиток» / Я. Ю. Дем'ян // Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2016. С. 23-36.

2. Демченко Н. Проблеми і перспективи формування стратегії сталого розвитку в Україні / Н.В. Демченко // Сталий розвиток економіки. 2013. № 2. С. 53-56.

3. Кононенко О. Ю. Актуальні проблеми сталого розвитку: навчально-методичний посібник / О.Ю. Кононенко. К.: ДП «Прінт сервіс», 2016. 109 с.

4. Офіційний сайт Державної служби зайнятості [Електронний ресурс]. URL: <https://www.dcz.gov.ua/>.

5. Про зайнятість населення: закон України від 31.08.2018 [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.

6. Чала Т. Г. Цілі сталого розвитку та стратегічні вектори соціальних реформ в Україні / Т. Г. Чала. К.: «Young Scientist», 2017. 68 с.

**Яковенко Ю.В., асистент**

**Воробйова Ю.М., магістратка**

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

## **ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

Розвиток транснаціональної співпраці між підприємствами різних країн сприяє активізації міграційних процесів у світі. У будь-якій країні світу спостерігаються внутрішні і зовнішні міграційні процеси. Наявність країн сусідів з вищим рівнем економічного потенціалу і, як наслідок, вищим рівнем заробітної плати і купівельної спроможності визначають актуальність питання перспективи збільшення потенційних обсягів зовнішньої міграції є для України.



Питання причин і перспектив розвитку міграційних процесів в Україні неодноразово ставало предметом дослідження багатьох науковців, економістів та аналітиків. Зокрема варто виокремити таких науковців, як : Л.М. Лук'янову, С.О. Западнюк, Ю. Римаренка, Л. Рибаківського, О.А. Малиновську тощо.

Науковці Бортник Н., Жаровська І., Цьвок М. відзначають, що сьогодні значимими чинниками міграції стає потреба в трудових ресурсах, демографічна криза, несприятлива економічна ситуація, екологічні катастрофи, війни, порушення прав людини, прагнення отримати високооплачувану роботу і постійне місце проживання у комфортнішій за умовами країні проживання тощо [1].

Загалом, основними причинами, що спричиняють міграційні процеси і, як наслідок, зміну складу і структури людського капіталу на макро- і мегарівні є:

- нерівномірність економічного розвитку і потенціалу держав і регіонів;
- соціальна нерівність суспільства;
- відмінності у рівні оплати праці, умовах праці та реалізації наявних професійних здібностей і навичок;
- динамічні негативні зміни клімату та умов навколишнього середовища, в наслідок впливу природних та антропогенних факторів;
- наявність регіонів з підвищеною соціальною напругою;
- політичний устрій та політико-правове становище держави на макрорівні;
- провадження політики стимулювання міграції кваліфікованих кадрів та переманювання «мізків»;
- порушення прав і свобод суспільства;
- особисте бажання, наміри, переконання соціальних груп та поодиноких осіб.

Загальносвітові міграційні коливання і переміщення людського капіталу здійснюють прямий вплив на розвиток людського капіталу в Україні. В останні роки в Україні спостерігається негативна тенденція щодо зменшення обсягів людського капіталу і потенціальних можливостей його розвитку. Одним з чинників зменшення обсягів людського капіталу в Україні є міграційні процеси.

Варто зазначити, що основними причинами міграції людського капіталу в Україні є наступні чинники:

- нерівномірність розвитку, економічного, інвестиційного і наукового потенціалу регіонів;

- наявність країн-сусідів з міцнішою економічною системою та більш конкурентоспроможним ринком праці;

- наявність тимчасово-окупованих територій та зон бойових дій;

- зменшення частки оплати праці найманих працівників. За даними центру Разумкова, у 2002 році частки оплати праці найманих працівників у ВВП становила 44%, 2005 – 47,4%, 2010 – 48%, 2015 – 39,1%, 2016 -36,6%. Тому можна зробити висновок про те, що низька частка оплати праці безпосередньо впливає на продуктивність праці та в цілому на продуктивність економіки, а також на споживчий та інвестиційний попит і свідчить про неконкурентоспроможність українського людського капіталу [3].

За оцінками Міжнародної організації з міграції, «загальне число українських трудових мігрантів станом на 2016 рік становить 688 тис. осіб, у тому числі близько 424 тис. довгострокових та 264 тис. короткострокових трудових мігрантів. За числом трудових мігрантів, Західний регіон суттєво випереджає решту регіонів України (60 % загального числа трудових мігрантів)» [2].

Згідно з даними Євростату, громадяни України отримали більшість дозволів на проживання у країнах – членах ЄС у 2016 році – 589 тис. дозволів з 3,4 мільйонів загальної чисельності. При цьому найбільшу частину дозволів на проживання надала Польща – 87 % (512,5 тис. осіб). Другою країною-реципієнтом українського людського капіталу після Польщі є Чехія, яка у 2016 році прийняла – 4,1 % (24 тис. осіб) [3].

Загалом, міжнародна міграція людського капіталу створює низку проблемних аспектів для розвитку української держави, серед яких варто виокремити такі.

1. Пряма втрата висококваліфікованого людського капіталу і людського потенціалу, який є рушійною силою розвитку держави.

2. Зменшення фактичної чисельності населення, зокрема молоді працездатного та репродуктивного віку.

3. Морально-соціологічний аспект. Внаслідок міграції людського капіталу в Україні досить поширеними є явища

розлучення сімей, недостатньої опіки батьків-заробітчан над дітьми та людьми похилого віку.

4. Скорочення показників «здоров'я нації». Негативні тенденції міграції людського капіталу з України призводять до того, що більшість заробітчан працюють у тяжких, а інколи, шкідливих умовах праці. Разом з тим досить поширеним є явище ненормованого робочого графіку. Усі ці фактори у сукупності спричиняють фізичне і моральне виснаження людей, призводять до виникнення хронічних та невиліковних хвороб, скорочують потенційну тривалість життя.

5. Загострення соціальної нерівності. Потенційна купівельна спроможність українських громадян які повертаються на батьківщину після виснажливої праці є відносно висою. Це призводить до поширення явища нерівномірного розподілу коштів серед різних верств населення, розшарування суспільства та нівелювання середнього класу, як соціальної категорії.

6. Зменшення фактичних обсягів економічно активного населення, яке є рушієм економічного потенціалу країни.

7. Відплив науково-дослідницького персоналу.

Отже, враховуючи усі заходи щодо регулювання міграційних процесів на світовому та державному рівні, українському уряду доцільно сформуванати чіткий комплекс заходів щодо регулювання і впливу міграційних процесів, тобто розробити міграційну політику держави.

Міграційна політика України має враховувати комплекс заходів адміністративного, правового та економічного характеру, які дозволять нівелювати негативний вплив міжнародного обміну людським капіталом. Міграційна політика України має передбачати наступні положення.

1. Моніторинг обсягів постійної, сезонної та маятникової міграції людського капіталу, динаміки її зміни, з визначенням основних міграційних центрів.

2. Проведення реального дослідження обсягів міграції людських ресурсів і експертна оцінка причин міграційних процесів та наслідків для економічного середовища України.

3. Оптимізація чинного законодавства у частині легальної міграції людського капіталу, укладання міждержавних угод щодо нормування робочої міграції. Разом з тим посилення законодавчої

відповідальності за нелегальну міграцію, для виявлення реальних обсягів тіньового міграційного руху та його зменшення.

Література:

1. Бортник Н., Жаровська І., Цьвок М. Спонукальні причини міграції в сучасних умовах. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Юридичні науки. 2017. С. 80-87.

2. International Organization for Migration: Global Migration Trends (2018). Available at : <https://www.iom.int/global-migration-trends> (Accessed 24 March 2019).

3. Розвиток людського капіталу: на шляху до якісних реформ: аналітична доповідь / Центр Разумкова. Заповіт. 2018. 367 с.

## СЕКЦІЯ 5. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ В СИСТЕМІ ЦІЛЕЙ ТА ЗАВДАНЬ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Гудзь М. В., д.е.н., професор  
Національний університет «Запорізька політехніка»,  
м. Запоріжжя, Україна*

### СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі розвитку людства одним із провідних факторів виробництва виступає людський капітал. Загальні економічні, політичні, соціальні та демографічні тенденції, їх регіональна і локальна специфіка позначилися на міграційній ситуації в Україні. Тому потрібно проаналізувати фактори, які спричинили нинішній стан міграційного процесу.

Міграція спричиняє істотні зміни як у країнах-донорах, так і в країнах-реципієнтах, і є джерелом цілого комплексу проблем соціального, політичного, культурного, економічного та релігійного характеру, висуваючи перед суспільствами та державами нові виклики. З огляду на причини сучасних міграційних рухів (процеси глобалізації, зміни демографічної ситуації, особливо у розвинутих індустріальних державах, загострення економічної нерівності між країнами, збільшення кількості військових конфліктів та громадянських війн), питання міграції набуває неабиякої актуальності й, відповідно, підтверджує потребу в науковому дослідженні законів та закономірностей міграційних процесів.

Метою дослідження є визначення стану та факторів розвитку трудової міграції в Україні.

Спад виробництва, закриття ряду підприємств, що відігравали містоутворюючу роль, позбавили жителів численних невеликих міст, передусім із монофункціональною економікою, робочих місць, а місцеві бюджети основного джерела доходів. Брак коштів спричинив занепад соціальної інфраструктури, зокрема у житлово-комунальному господарстві, руйнацію дорожньо-транспортної мережі. Багаторазово посилилася замкненість локальних ринків праці. У сфері оплати праці поглибилися негативні тенденції щодо низького рівня трудових доходів, які не дозволяють покращити реальний добробут українського

працівника. Наразі заробітна плата в Україні є найнижчою серед європейських країн.

За рейтингом людського розвитку у 2016 р. Україна займає 84 місце, помітна негативна тенденція у порівнянні з 2015 р, коли країна знаходилась на п'ятдесят п'ятому місці. Також, варто відзначити висновки з приводу бідності у «Доповіді про стан людського розвитку» за 2016 рік під назвою «Людський розвиток для всіх і кожного» (Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН), згідно якої в Україні за межею бідності живе майже 60% населення [1,с.84].

За даними обстеження економічної активності населення, яке проводиться Держстатом України згідно методології Міжнародної організації праці, за III квартали 2017 р. чисельність населення працездатного віку (15–70 років) становила 28,4 млн. осіб, у тому числі 16,2 млн. – зайняті особи, 1,17 млн. – безробітні і 11,1 млн. – економічно неактивні. Рівень безробіття сягав 9,4% економічно активного населення, він стабільно тримається як один з найвищих показників за останні 15 років.

Внаслідок знецінення реальних доходів змінилася структура витрат домогосподарств: збільшилась частка витрат на придбання товарів та послуг з 84% (2013 рік) до 89,2% (III квартал 2017 року), з одночасним зменшенням частки заощаджень з 7,7% (2013 рік) до 0,5 % (III квартал 2017 року) , а також зросла кількість домогосподарств, які отримують субсидію для відшкодування витрат на оплату житлово–комунальних послуг з 4,6 млн. у грудні 2015 року до 6,27 млн. у січні 2018 року [2].

Значний розрив між зростаючою вартістю життя і заниженим рівнем мінімальних гарантій в оплаті праці генерує низький рівень трудових доходів. В той же час випереджаюче зростання індексу споживчих цін та погіршення економічної ситуації в країні спричинило помітне зниження реальної вартості заробітної плати у 2014 р. до 93,5% та у 2015 році до 79,8% (відповідно до попереднього року). Зростання трудових доходів у 2016 –2017 роках не відновило докризового рівня реальної зарплати навіть у 2017 році (індекс споживчих цін у 2017 році відносно 2013 року склав 217,2%, а підвищення номінальної середньомісячної заробітної плати у тому ж періоді – 216,5%) [2].

Однією з основних цілей українських трудових мігрантів є максимізація своїх доходів і мінімізація витрат. Незважаючи на

майже щорічне підвищення розміру мінімальної заробітної плати в Україні, купівельна спроможність основної державної соціальної гарантії не встигає за загальною динамікою зарплати та інфляційними процесами. Крім того, занижений її розмір генерує значне відставання рівня трудових доходів українських працівників від зарплати працівників в європейських країнах: середня зарплата в Європі на початку 2017 року становила близько 2100 євро на місяць .

Мінімальна заробітна плата з 1 січня 2018 року встановлена у розмірі 3723 грн. (107,6 євро у січні 2018 року за курсом НБУ), що майже не вплинуло на рівень життя більшості громадян через постійне зростання цін на основні товари споживання та житлово–комунальні послуги, а також коливання курсу гривні. Відтак, мінімальна заробітна плата в Україні, станом на січень 2018 року, значно відстає від аналогічного показника країн ЄС [3].

Україна набула статусу країни донора (країни–експортера) робочої сили в країні ЄС. Згідно з даними представництва МОМ в Україні, близько 700 тисяч українських трудових мігрантів працюють за кордоном. Показник в 3,5–4 млн. осіб, вказує про відсутність майже 10% від загальної чисельності населення України (за оцінкою) на 1 грудня 2017 року, складає: 42 млн. 403 тис. осіб (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя) [4].

Також слід звернути увагу, що згідно показників «Ситуації на ринку праці», опублікованою Державною службою зайнятості, частина зайнятого населення України складає за 9 місяців 2017 р. – 16 млн. 224 тис., а кількість безробітного населення (чисельність та рівень за МОП) складає за 9 місяців 2017 р. – 1млн. 677 тис. Тобто, якщо врахувати кількість 3,5–4 млн. осіб трудових мігрантів, до загальної кількості зайнятого населення, то вони вказують про відсутність майже – 25 % працездатного населення України.

Свою відсутність в країні трудові мігранти компенсують переведенням зароблених коштів за кордоном, за даними Національного банку України («Огляд приватних грошових переказів в Україну в 2016 році»), обсяги приватних грошових переказів із–за кордону в 2016 році становили 5,4 млрд. дол. США (або 5,8% до ВВП) і збільшилися порівняно з минулим роком на 5.3% [3].

Таким чином, вплив соціально–економічної сфери України на трудову міграцію носить, переважно, деструктивний характер. Цьому сприяє, зокрема, дешева робоча сила та низький рівень заробітної плати у порівнянні із показниками розвинутих європейських країн; хронічна заборгованість із виплати заробітної плати; скасування державного регулювання цін на продовольчі товари та послуги, що, в свою чергу, провокує поширення бідності серед працюючого населення; падіння його купівельної спроможності; збільшення дефіциту кваліфікованих кадрів. Все це, насамперед, загрожує потенціалу соціально–економічного зростання та провокує зростання трудової міграції. Сьогодні трудова міграція розглядається як нова масштабна проблема в Україні. З браком кваліфікованих фахівців зіткнулися багато українських компаній. Компанії відкрито зазначають про переважання кількості відкритих вакансій над кількістю шукачів роботи, а також про стрімке зростання плинності кадрів.

Для підвищення добробуту соціально–економічної сфери та зниження рівня трудової міграції, держава повинна сприяти вирішенню проблем міграції і нелегальної міграції, нелегального працевлаштування мігрантів, сприяти створенню на ринку праці таких умов, які б поєднували гнучкість та захищеність, зайнятості і нелегальної зайнятості, безпечних умов праці, соціального захисту, підвищенню заробітної плати, як основного джерела відтворення та нагромадження людських ресурсів.

#### Література:

1. Доклад о человеческом развитии 2016. Человеческое развитие для всех и каждого. Программа развития ООН. М.: Издательство «Весь Мир», 2017. 284 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Національного банку України. Огляд приватних грошових переказів в Україну в 2016 році URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=19208358>
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Чисельність населення (за оцінкою) на 1 грудня 2017 року та середня чисельність у січні – листопаді 2017 року URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/ds/kn/kn\\_u/kn1117\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/ds/kn/kn_u/kn1117_u.html)



*Ключенко А.В., к.е.н.,  
Деркач А.Р.*

*Івано-Франківський навчально-науковий інститут  
менеджменту ТНЕУ, м. Івано-Франківськ, Україна*

## **АЛГОРИТМ ОЦІНКИ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК СКЛАДОВА ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТУ СИНЕРГІЇ В КЛАСТЕРНИХ СИСТЕМАХ**

Динамічність рекреаційної сфери все частіше стає предметом дискусій, особливо коли йдеться про Карпатський макрорегіон України. З огляду на те, що даний сектор національної економіки викликає цілий ряд позитивних ефектів соціо-економічного характеру, дуже важливо, щоб були дотримані умови сталого розвитку з оптимальним механізмом оцінки рекреаційних ресурсів. У даній роботі пропонується алгоритм оцінки рекреаційного потенціалу за показниками доступності, планування і туристичної привабливості, а також умов створення об'єднань у вигляді кластеру.

Складний характер рекреаційної індустрії підкреслюється взаємозалежністю між усіма секторами діяльності, тому кластери на територіальному рівні повинні бути запроваджені через співпрацю між державними адміністраціями, місцевими громадами, економічними та екологічними структурами з метою досягнення ефекту синергії.

Оцінка рекреаційного потенціалу регіону доцільно розпочати з диференціації одиниць, які можуть приєднатися до ієрархічної та інтегрованої системи рекреаційного кластеру. Показники оцінки можуть бути різної природи та одиниць виміру, тим самим забезпечивши міжгалузевий зв'язок та цілісність кластерної системи. З такою метою побудуємо алгоритм визначення індексу рекреаційного потенціалу території за трьома показниками.

1. *Доступність.* Важливою умовою, без якої неможливий розвиток рекреації, є транспортна доступність. Географічне розташування передбачає можливість максимально ефективно зв'язувати емісійні та рецептивні зони, з точки зору відстані-часу, відстані-вартості або комфорту. Отже, аналіз рекреаційної доступності в Карпатському регіоні України потребуватиме обов'язкової оцінки дорожньої інфраструктури, не тільки з точки

зору довжини або щільності, але й в залежності від дорожньої мережі. Таким чином, доцільно розрахувати відстані-час, що розділяє досліджену місцевість з національними та європейськими дорогами, Відстань до цих точок визначається з урахуванням середніх швидкостей, визначених для основних типів доріг в регіоні. За цих обставин, формула розрахунку буде враховувати два види відстані до європейських доріг і до національних доріг. В той же час слід прийняти до уваги той факт, що європейська дорога одночасно є національною дорогою на міжнародному рівні, що значно збільшує ймовірність отримання інвестиційних проектів щодо її модернізації. Враховуючи вище сказане, шукана формула оцінки рекреаційної доступності має вигляд:

$$I_a = D_{te} \times (1 + D_{tn}),$$

де:  $I_a$  - індекс доступності в контексті дорожньої мережі;  $D_{te}$  - відстань-час до європейських доріг;  $D_{tn}$  - відстань-час до національних доріг.

2. *Рекреаційна привабливість.* Найважливішими складовими розвитку індустрії відпочинку є елементи привабливості, оскільки вони стимулюють населення подорожувати в туристичних цілях. Очевидно, просте вимірювання даного показника, його кількісна оцінка має бути спрямована не тільки на висвітлення наявності рекреаційних ресурсів, але й на відносини, які встановлюються між ними. З метою розробки плану регіональної території, слід залучити ряд інституцій та фахівців у цій галузі, які б сприяли кількісній оцінці рекреаційного потенціалу, як природного, так і антропоного. Йдеться про вимірювання природних рекреаційних ресурсів, яке б базувалося на методі скорингу, тобто оцінювання за критеріями встановлення природних меж (рельєф, геоморфологія, рослинність, фауна, гідрографія та ландшафт), природних терапевтичних компонент, що існують в Україні (мінеральні води, озера, національні парки, природні парки, природні заповідні території, біосферні заповідники тощо). Кількісна оцінка застосовується також у випадку антропогенних рекреаційних ресурсів, включаючи перегляд культурної спадщини, археологічні, архітектурні, меморіальні та громадські пам'ятники, музеї та громадські колекції, мистецтво і народні традиції (включаючи свята, фестивалі, ярмарки, звичаї та обряди тощо), традиційні народні ремесла (текстиль, такі як тканини, килими, народні

костюми, вишивки; розпис по склу і дереву; майстерність по дереву, металу, каменю, шкірі) і не в останній ряд проведення концертів і культурних заходів.

3. *Умови для розміщення рекреантів.* Важливе значення для залучення туристичних потоків і необхідних для отримання фінансових вигод має оцінка рекреаційних об'єктів, яка зосереджена на двох аспектах:

- оцінка технічної та комунальної інфраструктури;
- оцінка існуючої рекреаційної інфраструктури.

На такому етапі просторовий розподіл рекреаційного рівня доцільно розраховувати за такою формулою:

$$I_{ur} = \sqrt[n]{(I_r \times I_h) \times R_c},$$

де:  $I_{ur}$  - індекс умов розміщення рекреантів;  $I_r$  - якісний індекс інфраструктури розміщення;  $I_h$  - якісний індекс інфраструктури харчування;  $R_c$  - рівень комунальних послуг;  $n$  - кореляторна змінна, що залежить від аналізованої області (наприклад = 4 для аналізованої області).

Індекс якості житлової інфраструктури є оптимальнішим для відповідної оцінки, ніж валова кількість місць у закладах розміщення або харчування, оскільки він пропонує не тільки кількісну картину конкретного рівня розвитку рекреації, але й якісну, підвищене значення для підрозділів з більшою кількістю зірок:

$$I_{urc} = N_{1*} + 2 \times N_{2*} + 3 \times N_{3*} + 4 \times N_{4*} + 5 \times N_{5*},$$

де:  $I_{urc}$  - якісний показник інфраструктури житла/харчування;

$N_{1*} \dots 5*$  - місця в закладах розміщення/харчування за класифікацією 1\*, ..., 5\*;

Що стосується рівня комунальних зручностей, то добре відомо, що на розвиток рекреації впливають насамперед муніципальні послуги, які вона надає. Таким чином, важливість постачання газу, гарячої води, проточної води, електроенергії тощо може вплинути на рішення потенційного інвестора розмістити робочі місця в одному або іншому місці. Враховуючи відносно велику кількість розглянутих технічних муніципальних об'єктів, було б краще представити та проаналізувати їх просторовий розподіл за допомогою індексу, що об'єднує 5 показників. У цьому

відношенні йдеться про запровадження для аналізу та адаптації муніципального індексу. Адаптація полягає в усуненні змінних щільності житла та введенні змінної  $k$  - корекції, значення якої відрізняється в залежності від дослідженого регіону, зокрема у випадку гірського туризму. Отриманий індекс суміщає коефіцієнти, відповідно до частоти об'єктів на рівні регіону, тому формула його визначення набуває вигляду:

$$R_{kp} = \frac{0.4 \times K_k + 0.3 \times K_g + 0.2 \times K_{gv} + 0.1 \times K_v}{K_z} + I_e,$$

де:  $R_{kp}$  - рівень комунальних послуг;  $R_k$  - кількість будинків, підключених до каналізаційної мережі;  $R_g$  - кількість житлових будинків, підключених до газопровідної мережі;  $R_{gv}$  - кількість будинків з гарячою водою;  $R_v$  - кількість житлових будинків з проточною водою;  $K_z$  - загальна кількість будинків;  $I_e$  - індекс електропостачання:

$$I_e = \frac{K_e}{K_{zj} k},$$

де:  $K_e$  - кількість електрифікованих житлових об'єктів;  $K_{zj}$  - загальна кількість рекреаційних житлових об'єктів;  $k$  - змінна, що залежить від аналізованої області (наприклад = 4 у цьому випадку).

Надалі, шляхом агрегування часткових показників, за допомогою методу рангової суми, можна побудувати схему потенціалу розвитку рекреації на рівні елементарних поселень у Карпатському регіоні України.

Також на регіональному рівні можна розробити схему можливого рекреаційного районування. Для такого розмежування необхідний аналіз вартості на місцевому рівні, а також застосування додаткових критеріїв регіоналізації та відповідного зонування.

Відповідний алгоритм визначення рекреаційного потенціалу території формує передумову оцінки ефекту синергії в межах розвитку кластерних об'єднань, що є предметом подальших досліджень.

## **ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ В УКРАЇНІ**

Вирішення проблеми забруднення довкілля та втрачання частки доходів у сфері поводження з відходами є на порядку денному реалізації концепції сталого розвитку як на рівні національних економік, так і на рівні регіональної та глобальної економіки. Необхідні не тільки стратегічні, а й оперативні дії, спрямовані на відповідальне поводження з відходами відповідно до поточної ситуації, передусім у контексті забезпечення екологічної безпеки. При цьому важливо знати потенціальну здатність певних економічних систем здійснювати управлінські заходи, зокрема, пов'язані з транспортною логістикою, орієнтовані на традиційні та/чи інноваційні аспекти екологічної політики.

Дослідженню економіко-екологічних питань, які пов'язані з визначенням перспектив сталого розвитку в різних сферах людської діяльності, в тому числі в сфері поводження з відходами, присвячено праці таких вчених як О. Балацький [1], В. Буркинський [2], D. Meadows [3] та ін., зокрема, [4-5] тощо.

Метою дослідження є проведення аналізу сфери поводження з відходами, інтегрованої в систему показників економіко-екологічного розвитку країни, а також формування на його основі транспортно-логістичної системи як інструменту вирішення проблемних питань у цій сфері.

Як відомо, найбагатші країни використовують найбільш прогресивні та інноваційні напрямки в сфері поводження з відходами. Водночас ці країни є одними з найбільших продуцентів відходів, і така тенденція зберігатиметься ще протягом багатьох років. У таблиці 1 представлено дані по деяких європейських країнах із показником відходів на душу населення  $W_{pc}$ ; зокрема, Україна має показник  $W_{pc}=0,928$  кг/ос./день, проте це не означає, що українці менше сміять, вони через бідність просто менше купують продуктів, а відповідно і пакування та інших матеріалів – потенційних відходів.

Таблиця 1 - Відходи на душу населення та відсоток пластику у відходах у деяких країнах Європи, 2016 р.

№	Країна Європи	Відходи на душу населення країни, кг/ос./ день	Відношення середньозваженого значення до відходів на душу населення	Відсоток пластику у відходах, %	Відношення середньозваженого значення до відсотку пластику у відходах
<i>Параметр</i>		$W_{pc}$	$W_{pc}^{ca}$	$PP_c$	$PP_c^{ca}$
1	Естонія	0,993	1,082	18,60	0,638
2	Польща	0,793	1,354	12,13	0,979
3	Словаччина	0,913	1,176	11,00	1,079
<b>4</b>	<b>Україна</b>	<b>0,928</b>	<b>1,157</b>	<b>7,00</b>	<b>1,696</b>
5	Чехія	0,875	1,227	2,20	5,397

*Джерело: сформовано та обраховано автором, на основі [6-8]*

Порівняння України з Естонією, Польщею, Словаччиною та Чехією, в яких рівень життя щонайменше вищий у п'ять разів, свідчить про приблизно однаковий показник утворення відходів. Це передусім говорить про те, що сфері поводження з відходами в Україні приділяється значно менше уваги, ніж в цих країнах.

У таблиці 2 наведені результати розрахунку порівняльних потенціалів екстенсивного та прогресивного поводження з відходами.

Таблиця 2 – Показники порівняльних потенціалів екстенсивного та прогресивного поводження з відходами в деяких країнах Європи, 2016 р.

№	Країни Європи	Порівняльний потенціал екстенсивного поводження з відходами	Порівняльний потенціал прогресивного поводження з відходами	Рівень екстенсивності (порівняння потенціалів) поводження з відходами	Коефіцієнт прогресивності (співвідношення потенціалів) поводження з відходами	Коефіцієнт прогресивності, скоригований на кількість пластику
<i>Параметр</i>		$CP_{ext}$	$CP_{prog}$	$L_{ext}$	$K_{prog}$	$K_{prog}^{PP}$
1	Білорусь	1,341	0,444	-0,897	0,331	0,327
2	Естонія	2,494	0,924	-1,570	0,370	0,236
3	Сербія	1,171	0,622	-0,549	0,531	0,495
<b>4</b>	<b>Україна</b>	<b>1,064</b>	<b>0,260</b>	<b>-0,804</b>	<b>0,244</b>	<b>0,414</b>
5	Чорногорія	1,122	0,359	-0,763	0,320	0,206

*Джерело: сформовано та обраховано автором, на основі [6-8]*

У таблиці 2 представлено деякі країни зі значенням порівняльного показника  $CP_{ext} = S_{pc}^{ca} \times W_{pc}^{ca}$ . Водночас можна порівняти потенціали екстенсивного та прогресивного поводження з відходами:  $L_{ext} = CP_{prog} - CP_{ext}$ . У свою чергу обрахований коефіцієнт прогресивності  $K_{prog}$  при його наближенні до значення 1,0 свідчить про необхідність збалансованої поточної політики в сфері поводження з відходами, що диверсифіковано буде включати різні інструменти управління відходами. Розраховано також коефіцієнт прогресивності  $K_{prog}^{PP}$ , який урахує відсоток пластику; як бачимо, для України  $K_{prog}^{PP} > K_{prog}$  ( $0,414 > 0,244$ ) – означає доцільність орієнтування на прогресивні методи управління відходами, передусім, рециклінг.

Звісно, основний довгостроковий ідеологічний вектор має бути спрямований на зменшення утворення відходів, передусім небезпечних і пластику. Сьогодні ж дуже важливим є сортування відходів (передусім, для того щоб небезпечні відходи не попадали на полігони, а також для забезпечення реалізації подальших етапів процесу поводження з відходами) із тим, щоб максимально відповідально підійти до їх захоронення, виходячи із сьогоднішніх можливостей і завдань в сфері поводження з відходами в Україні.

Головна роль в організації сортування відходів належить муніципальним органам влади, які за підтримки активної частини громадськості, відповідальної поведінки споживачів і соціально-відповідальних підприємців оперативно можуть налагодити вказаний процес. Порівнюючи при цьому різні способи екстенсивного та/чи прогресивного поводження з відходами, основний принцип має бути такий: намагаємося зменшити кількість утворених відходів, сортуємо їх на перманентній основі та захоронюємо ту їх частину, яку неможливо переробити та повернути у виробничо-споживацький обіг, а вже потім застосовуємо спалювання (використовуючи найбільш екологічний із наявних способів). Тобто необхідна так звана «золота середина», коли краще захоронити відходи на полігоні, ніж спалити їх, вивільнивши в атмосферу небезпечні для здоров'я та зміни клімату діоксиди вуглецю, азоту та сірки.

У будь-якому разі, для швидкого та надійного вдосконалення сфери поводження з відходами необхідна адекватна транспортно-логістична система (рис. 1), побудована таким чином, щоб мотивувати прямих і опосередкованих винуватців утворення

відходів не тільки до відповідального поводження з ними, а й до поступового зменшення кількості їх утворення.

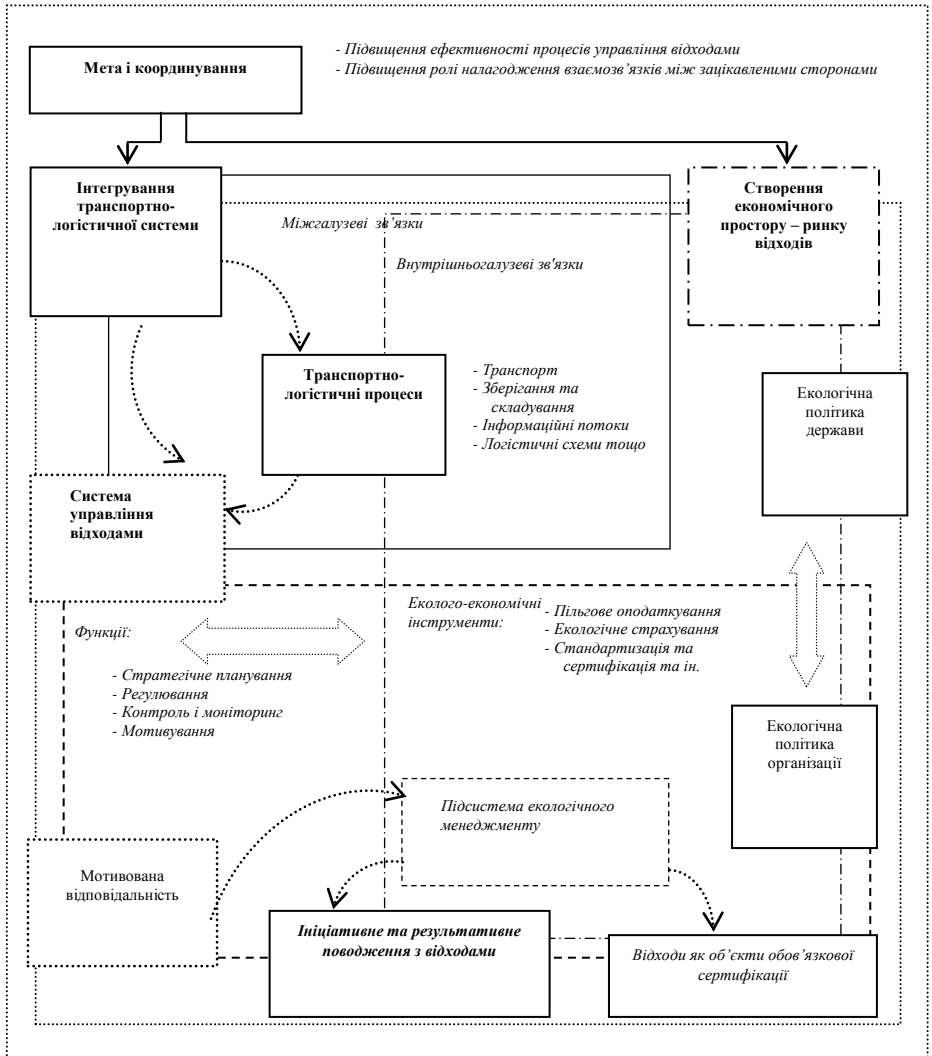


Рис. 1 - Концептуальна схема управління транспортно-логістичними процесами в системі управління відходами  
Джерело: складено автором [9]



В сукупності з іншими інструментами за ситуацією екстенсивного та за можливості прогресивного поводження з відходами раціонально організована транспортна логістика, на наш погляд, може виконувати інтегративну роль у вирішенні поточних і коригуванні перспективних завдань, спрямованих як на поліпшення соціально-екологічних питань, так і підвищення рівня економічної ефективності в галузі економіки відходів.

В результаті проведеного дослідження можна зробити висновок про доцільність прийняття та реалізації рішень щодо відповідального поводження з відходами на території країни з урахуванням не тільки орієнтації в перспективі на інноваційні заходи з рециклінгу, сортування відходів тощо, а й специфіки ситуації та потенційних можливостей із широким залученням екологізованих традиційних заходів (передусім, щодо захоронення відходів на спеціально обладнаних полігонах) і удосконаленої транспортно-логістичної системи.

#### Література:

1. Балацький О. Ф., Петрушенко М. М., Шевченко Г. М. Конфліктна складова системи соціоприродних зв'язків у економічній сфері взаємовідносин. *Mechanism of Economic Regulation*. 2012. №2. С. 140-153.
2. Буркинський Б. В., Мартієнко А. І., Хумарова Н. І. Інституційні аспекти адміністрування сфери природокористування в Україні. *Економіка України*. 2016. №1. С. 72-83.
3. Meadows D. H., Meadows D. L., Randers J., Behrens III W. W. *The limits to growth*. New York. Potomac Associates – Universe Books. 1972. 205 p.
4. Martienko A., Khumarova N. Improvement of the administration system in the field of natural resources use. *Economics. Ecology. Socium*. 2017. №1(1). P. 71-81.
5. Petrushenko M. M., Shevchenko H. M. Regulation of ecologic-and-economical risks and the responsibility for human well-being: for example of waste management. *Economic Innovations*. 2018. №3(68). P. 165-175. [https://doi.org/10.31520/ei.2018.20.3\(68\).165-174](https://doi.org/10.31520/ei.2018.20.3(68).165-174)
6. World by map. World statistics by tables, maps and charts / T. Brinkhoff. 2017. URL: <http://world.bymap.org/LandArea.html>.
7. World Development Indicators (WDI). DataBank / The World Bank Group. 2018. URL:

<https://databank.worldbank.org/data/source/world-development-indicators#>.

8. What a waste 2.0: A global snapshot of solid waste management to 2050. Datatopics / The World Bank. 2018. URL: <http://datatopics.worldbank.org/what-a-waste/>.

9. Kodzhebash A. Problems of regulation of transport and logistics processes of responsible waste management in Ukraine. *Economics. Ecology. Socium*. 2019. №3, 67-74.

*Отливанська Г.А., к.е.н., доц.,  
Новицький Р.О., студент  
академія зв'язку ім. О.С. Попова, м. Одеса, Україна*

## **ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ ПРАТ «КИЇВСТАР» ТА ФАКТОРИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ**

Телекомунікаційні послуги займають домінуючу частку (понад 90%) у доходах від послуг зв'язку України. Більше половини ринку телекомунікаційних послуг зв'язку припадає на мобільний зв'язок.

ПрАТ «Київстар» є найбільшим оператором мобільного зв'язку України, який надає послуги зв'язку та передачі даних на основі широкого спектра мобільних і фіксованих технологій. Абонентами підприємства є більше 26 млн абонентів мобільного зв'язку і 810 тис. абонентів фіксованого широкосмугового інтернету. ПрАТ «Київстар» входить до складу «VEON», однієї з найбільших у світі інтегрованих телекомунікаційних компаній [1].

ПрАТ «Київстар» є не тільки найбільшим оператором телекомунікацій України за кількістю абонентів, а і має найвищий проміж трійки великих телекомунікаційних компаній рівень ефективності діяльності за показником EBITDA margin [2]. Безперечним є той факт, що для забезпечення високого рівня ефективності економічної діяльності важливе значення має рівень продуктивності праці та фактори, що зумовлюють її зміну.

Продуктивність праці – це узагальнюючий показник ефективності використання робочої сили, що визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, або кількістю часу, витраченого на одиницю продукції, або обсягу

доходу, що припадає на одного працівника за певний період часу [3].

Досягнутий рівень продуктивності праці визначається результативністю управління, яке на підприємстві включає наступні складові [3]:

1) вимірювання й оцінка досягнутого рівня продуктивності по підприємству в цілому і за окремими видами праці зокрема;

2) пошук та аналіз резервів підвищення продуктивності на основі інформації, одержаної під час вимірювання й оцінки;

3) розроблення плану використання резервів підвищення продуктивності праці, який повинен передбачати конкретні терміни і заходи щодо їх реалізації, фінансування витрат на ці заходи й очікуваний економічний ефект від їх упровадження, визначати відповідальних виконавців;

4) розроблення систем мотивації працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності;

5) контроль за реалізацією заходів, передбачених планом і всією програмою, і регулювання їх виконання;

6) вимірювання й оцінка реального впливу передбачуваних заходів на зростання продуктивності праці.

Зростання продуктивності праці передбачає постійне вдосконалення економічної діяльності, знаходження можливостей для працівників підприємства працювати краще, виробляти більше якісніших благ при тих самих або й менших затратах праці.

Кожне підприємство характеризується певним рівнем продуктивності праці, який може зростати або знижуватися під дією різноманітних факторів.

В табл. 1 наведено показники, що характеризують використання виробничих ресурсів, у тому числі продуктивність праці ПрАТ «Київстар» у 2015 – 2017 роках, на рис. 1 наведено індекси динаміки показників продуктивності праці, середньої заробітної плати та фондоозброєності.

Аналіз показників наведених в табл. 1 та на рис. 1 дозволяє відзначити зростання продуктивності за три роки на 47%, яке відбулося за рахунок росту доходів на 14% оператора зв'язку на тлі зменшення кількості працівників на 22%.

Таблиця 1 – Показники, що характеризують використання виробничих ресурсів ПрАТ «Київстар» у 2015 – 2017 роках

Показники за роками	2015	2016	2017	Індекс динаміки		
				2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2015
Доходи, тис. грн.	14 926 236	15 753 027	17 07 8 988	1,06	1,08	1,14
Середньооблікова чисельність працівників, чол.	3192	2545	2486	0,80	0,98	0,78
Первісна вартість основних фондів, тис. грн.	15 722 288	18 518 729	19 436 451	1,18	1,05	1,24
Фонд оплати праці, тис. грн	836 935	814 599	841 395	0,97	1,03	1,01
Середня заробітна плата одного працівника у рік, тис. грн.	262,2	320,1	338,5	1,22	1,06	1,29
Продуктивність праці одного працівника, тис. грн.	4676	6189,8	6870, 1	1,32	1,11	1,47
Фондовіддача основних засобів	0,95	0,85	0,88	0,90	1,03	0,93
Фондоозброєність праці, тис. грн. на одного працівника	4926	7277	7818	1,48	1,07	1,59

Продуктивність праці одного працівника зростає одночасно зі збільшенням середньої заробітної плати, при цьому остання зростає повільніше. Це характеризує підвищення ефективності праці персоналу, що відбувається, як за рахунок збільшення інтенсивності праці, так і за рахунок підвищення матеріальної вмотивованості.

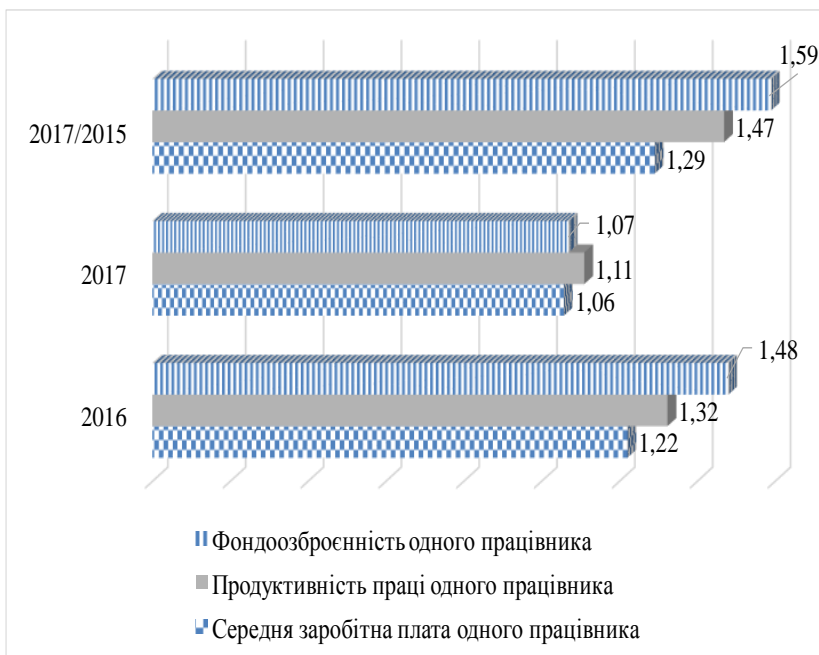


Рис. 1 - Індекси динаміки продуктивності праці, середньої заробітної плати та фондоозброєності ПрАТ «Київстар» за 2015 – 2017 роки

Зменшення чисельності працівників стало можливим внаслідок проведення розвитку телекомунікаційної мережі на основі впровадження нового стандарту зв'язку 3G, що підтверджується зростанням первісної вартості основних засобів оператора зв'язку за три роки на 24%. Проте необхідно відмітити, що зберігається значний потенціал зростання продуктивності праці внаслідок подальшого освоєння уведеної потужності. Це можна стверджувати оскільки спостерігається падіння фондовіддачі та випереджання зростання фондоозброєності праці над її продуктивністю.

Підсумовуючи зазначимо, що переважне значення для зростання продуктивності праці ПрАТ «Київстар», в умовах що склалися, мають матеріально технічні фактори, які характеризують рівень та якість техніки та технології засобів виробництва, що використовуються підприємством.

#### Література:

1. Розкриття інформації на фондовому ринку. URL: <https://kyivstar.ua/uk/about/about/partners/issuers> (дата звернення 09.03.2019).

2. Otyvanska G. A. IPO: an emerging trend for Ukrainian telecommunications providers. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. №2. С. 11–17.

3. Економіка телекомунікацій : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] ; за заг. ред. В. М. Орлова. Одеса : ОНАЗ, 2014. 512 с.

*Томчук О.В. к.е.н., доцент*

*Донецький національний університет  
імені Василя Стуса, Україна*

### **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

За умови ефективно сформованого персоналу на підприємстві, можливе створення і підтримка конкурентних переваг як підприємства так і національної економіки в цілому. У зв'язку з цим великого значення набуває управління формуванням якості трудового потенціалу. Можна виділити такі завдання з формування якості персоналу на підприємстві:

– визначення напрямків розвитку професійної освіти з метою задоволення потреб народного господарства у працівниках певних професій та кваліфікації, що відповідають вимогам структурних змін в економіці та технічному рівню виробництва;

– організація підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації наявної робочої сили у зв'язку з її перерозподілом між галузями, регіонами та підприємствами;

– підготовка працівників за новими перспективами професіями;

– розроблення державних навчальних стандартів, збереження якості професійної освіти, що відповідає вимогам розвитку економіки;

– сприяння трудовій активності населення, розвитку підприємництва і різних форм самозайнятості;

– виховання працівників нового типу, конкурентоспроможних на ринку праці.

У Концепції розвитку професійно-технічної (професійної) освіти в Україні зазначається, що без якісної підготовки кваліфікованих робітників, адаптованих до вимог технологічного розвитку галузей економіки, що мають високий рівень теоретичної підготовки та професійної компетенції, володіють багатофункціональними практико орієнтованими вміннями, здатні до самоорганізації, самореалізації у професійній діяльності, підготовлених до розв'язання виробничих завдань і соціально-економічних проблем, неможливо розвивати високотехнологічне виробництво, ті його напрями, що визначають темп розвитку економіки країни, забезпечують якість та конкурентоспроможність продукції [1].

Застосування концепції раціонального використання персоналу на вітчизняних підприємствах повинно передбачати реалізацію таких принципів: – принцип корисності та раціонального розташування персоналу на їх робочих місцях згідно з освітніми, кваліфікаційними даними, а також соціально-психологічними особливостями; – принцип врахування ринкових факторів передбачає залучення та використання персоналу згідно з кон'юктурою товару “робоча сила” на ринку праці, реального попиту щодо їх використання на виробництві [2].

Формування персоналу підприємств залежить від впливу багатьох чинників техніко-технологічного, економічного, організаційного та соціального спрямування. Разом з тим, процес формування персоналу підприємства має супроводжуватися його адаптацією, тобто пошуком шляхів і способів найраціональнішого використання персоналу та його потенційних можливостей з метою досягнення цілей підприємства на кожному етапі його господарювання.

Належно проведена програма адаптації персоналу сприяє скороченню витрати часу і коштів підприємства, збільшенню цінності робочого місця, забезпеченню зворотного зв'язку з працівниками та позитивно впливає на мікроклімат в колективі. Залежно від посади співробітника, його професійного рівня, умов функціонування підприємства можуть бути використані різноманітні методи адаптації, які умовно можна поділити на три основні групи (рис. 1).

Системний підхід щодо управління та розвитку персоналу на рівні конкретних підприємств полягає у такому:

- взаємодія всіх підрозділів системи управління персоналу з метою досягнення синергичного ефекту;
- удосконалення організаційної структури служби управління персоналом на основі норм управління;
- розроблення функціонально-цільової моделі системи управління персоналом із розробленням комплексу завдань для працівників служби управління персоналом згідно з їхніми функціональними обов'язками (зокрема група підготовки та просування персоналу організовує навчання, перепідготовку та підвищення кваліфікації кадрів, розробляє проекти ділової кар'єри, укладає угоди на проведення практики та стажування на підприємстві; сектор мотивації та стимулювання праці персоналу розробляє проекти оплати праці; положення про преміювання системи матеріальної та моральної мотивації праці; аналізує продуктивність праці та виробляє заходи щодо її підвищення, організує розроблення посадових інструкцій працівників) [4].

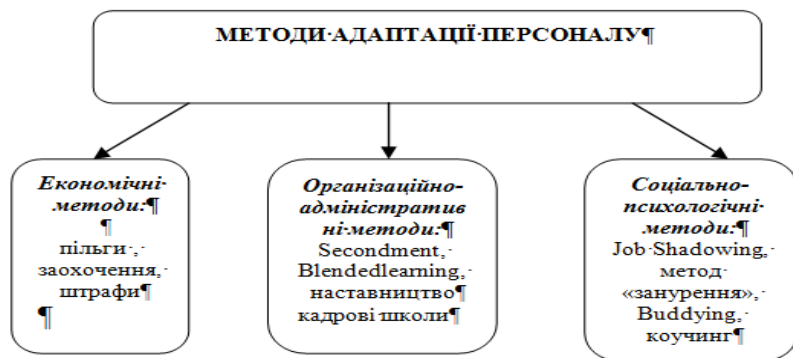


Рис. 1 - Методи адаптації персоналу за групами [3].

Розвиток управління персоналом залежить від якісної стратегії розвитку підприємства. Визначають декілька основних стратегічних завдань розвитку персоналу підприємства:

1. На підприємстві потрібно створити навчальні центри, які будуть надавати допомогу працівникам як найкраще розуміти свою роботу та розвиватися як особистість. Також потрібно скласти індивідуальний план який буде визначати, якому працівнику потрібна допомога у навчанні та прикріпити за ним наставника.



Таким чином, це буде сприяти задоволенню потреби кожного працівника.

2. На підприємстві важливо удосконалити стратегію навчання, для того щоб персонал мав можливість навчатися самостійно. Стратегія підприємства спрямована на навчання та розвиток персоналу, а стратегічний розвиток підприємства спрямований на:

- формування у персоналу чіткого та цілісного бачення, стимулювання навчання персоналу й підтримання інноваційного клімату у колективі;

- покращення та підвищення ділової активності персоналу та розвиток їхніх інноваційних якостей;

- забезпечення персоналу стратегічними управлінськими знаннями;

- формування розвитку інтелектуального капіталу [5].

Можна зробити висновок, що формування та розвиток персоналу потрібно вважати одним із основних критеріїв економічного успіху, підвищення конкурентоздатності підприємства. Основними напрямками вдосконалення професійного розвитку персоналу вважають підвищення освітнього рівня працівників, заохочення до інновацій, формування системи безперервної професійної освіти і підготовки кадрів, включаючи підвищення кваліфікації, застосування інноваційних форм та методів організації навчання, створення умов для кар'єрного росту працівників, заохочення до внутрішньої конкуренції.

#### Література:

1. Концепція розвитку професійно-технічної освіти [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [osvita-dnpr.com/...osvita/484-kontseptsiya...](http://osvita-dnpr.com/...osvita/484-kontseptsiya...)

2. Василевський М., Патора Р. Інформація та кадри в логістичних системах. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2001. – 269 с.

3. Шульгіна Т.С. Методологічні засади розробки механізму формування управлінського персоналу // Вісник Запорізького національного університету. – 2015–№ 1 (25). – С. 198-208.

4. Черкасов А.В. Інноваційна роль мотивації в системі управління персоналом // Вісник НУ “Львівська політехніка” “Проблеми економіки та управління”. – 2008 – №628. – С.692–695

5. Дрогомирецька М. І. Проблеми впровадження стратегічного підходу до управління персоналом на підприємства / М. І. Дрогомирецька // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011 – № 4. – С. 116–119.

*Шахно А.Ю., к. е. н., доцент,  
Криворізький національний університет,  
Бублик М.І., д.е.н., професор,  
Національний університет «Львівська політехніка»,  
Тхоренко Д.В., студентка,  
Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна*

### **ВПЛИВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Сучасні ринкові умови, основою яких є розвинена інфраструктурна інформація, економіка знань, інтенсивний розвиток науки, техніки та технологій, змушує генерувати нові джерела конкурентних переваг та економічної ефективності діяльності сучасних підприємств. Людський потенціал та знання стають пріоритетом розвитку підприємств. Саме людський капітал та його ефективне використання є ключовою запорукою конкурентоспроможності підприємства. Тому питання цінності інтелектуального капіталу для підприємства є досить актуальним.

Інтелектуальний капітал – це інтелектуальні здатності людей у сукупності зі створеними ними матеріальними й нематеріальними засобами, які використовуються в процесі інтелектуальної діяльності людиною індивідуально або в рамках певного колективу і підвищують ефективність праці й доходи. Дослідження науковців показали, що при збільшенні інтенсивності управління інтелектуальним капіталом лише на 1 % схильність до інновацій збільшується на 4 %, а продуктивність праці на 3 % [1, с. 35].

Інтелектуальний капітал виступає основним джерелом інновацій на підприємствах. Ефективне використання об'єктів інтелектуальної власності стає вагомим фактором конкурентоспроможності підприємства. Досвід зарубіжних країн показав, що саме інтелектуальні ресурси забезпечують інноваційний розвиток економіки. У країнах з високим рівнем розвитку понад 50%

економіки базується на інтенсивному використанні інтелектуального капіталу. В Україні обсяг продукції, що виготовляється із застосуванням прав інтелектуальної власності, складає менше 3%. Це свідчить про низьку інноваційну активність, низький рівень використання інтелектуального капіталу та неефективне чи нерациональне використання об'єктів інтелектуальної власності [2, с. 13].

Основними складовими інтелектуального капіталу є:

- людський капітал: знання, навички, досвід, ноу-хау, творчі здібності, креативний спосіб мислення, моральні цінності, культура праці та ін.;

- структурний (організаційний) капітал: патенти, ліцензії, ноу-хау, програми, товарні знаки, промислові зразки, технічне й програмне забезпечення, організаційна структура, корпоративна культура тощо;

- споживчий капітал: зв'язки з економічними контрагентами (постачальниками, споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади та ін.), інформація про економічних контрагентів, історія взаємин з ними, торговельна марка (бренд) тощо.

Основним мотивом управління інтелектуальним капіталом служить прагнення підвищити ефективність роботи підприємства в цілому. У загальному випадку метою вимірювання інтелектуального капіталу на рівні підприємства є своєчасне забезпечення всіх зацікавлених осіб (як всередині підприємства, так і поза ним) якісною та достовірною інформацією про стан інтелектуального капіталу. Науковці виділяють ряд основних мотивів вимірювання інтелектуального капіталу:

- 1) формування стратегії компанії;
- 2) моніторинг виконання стратегії;
- 3) допомога в прийнятті рішень про диверсифікацію і розширення компанії;
- 4) використання результатів вимірювання як основи для винагороди;
- 5) надання інформації.

Інтерес до проблеми вимірювання та оцінки інтелектуального капіталу пов'язаний з посиленням ролі цього виду ресурсу в формуванні конкурентоспроможності сучасного підприємства. Існуючі методи оцінки інтелектуального капіталу підприємств

досить різноманітні, потребують ретельного відбору для використання у практичній експертно-оцінній діяльності підприємства. Кожне сучасне підприємство має обирати самостійно «портфель» методів оцінки інтелектуального капіталу в залежності від галузі [1, с. 34-36].

Основними факторами впливу на інтелектуальний капітал підприємства є:

- професійні якості людського капіталу;
- рівень освіти, досвіду та кваліфікації працівників підприємства;
- якість підготовки персоналу за рівнями відповідальності;
- інноваційна активність людського капіталу підприємства та ін.;

Для оцінки людської складової інтелектуального капіталу на підприємствах враховують такі витрати, як:

- на залучення висококваліфікованого людського капіталу;
- на оцінку індивідуального вкладу працівника в інноваційну діяльність;
- на створення, аналіз та обробку бази даних про персонал, визначення їх розумових здібностей;
- на плинність кадрів на підприємстві;
- вартість ділових зв'язків тощо.

Ринкова складова інтелектуального капіталу включає в себе: зв'язки з постачальниками, споживачами, конкурентами, органами влади та відповідними державними структурами, ліцензії, патенти, торговельні марки тощо. Всі ці складові є факторами впливу на конкурентоспроможність підприємства [2, с. 14].

Реалізація інтелектуального капіталу на підприємствах здебільшого виявляється у вигляді:

- просування на ринок нових або вдосконалених товарів (виробів або послуг), що більш повно відповідають інтересам споживачів та інших економічних контрагентів, ніж товари їхніх конкурентів;
- упровадження більш ефективних технологій виробництва продукції;
- упровадження більш ефективних методів управління на всіх стадіях виробництва й збуту продукції.

Важливою компонентою інтелектуального капіталу є соціальний капітал. У загальному плані під соціальним капіталом

розуміють внесок соціальної організації суспільства у виробництво й економічне зростання. Соціальний капітал пов'язаний тим, що кожний економічний суб'єкт (індивід, фірма, держава) в той або інший спосіб включений, інтегрований у систему соціально-економічних відносин. Це капітал спілкування, співпраці, взаємодії, взаємної довіри та взаємодопомоги, сформованого у просторі міжособових економічних і соціальних відносин. Тому соціальний капітал розглядають як частину капіталу відносин, оскільки він включає сформовані відносини організаційно-економічного і соціально-економічного характеру: форми розподілу праці й управління виробництвом, характер і форми привласнення ресурсів та результатів виробництва [3, с. 72].

Таким чином, інтелектуальний капітал в умовах розвитку інноваційної економіки є основою для створення конкурентних переваг як підприємства, так і національної економіки в цілому. Інтелектуальний капітал і вміння його використовувати з високою віддачею в сучасних умовах визначають успішний розвиток підприємства, його сталу конкурентну позицію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку на основі забезпечення високого рівня конкурентоспроможності. При цьому інтелектуальний капітал являє собою не тільки матеріальні та нематеріальні ресурси, що використовуються у виробничому процесі підприємства [4, с. 66]. В першу чергу, до інтелектуального капіталу відносяться особливі здібності персоналу підприємства, їх професіоналізм, що засновані на знаннях, умінні та досвіді, навичках, а також забезпечують особливо цінну для підприємства інформацію, яка є основою ключових конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках в умовах глобалізації.

#### Література:

1. Лашкун Г.А. Проблеми кількісної оцінки інтелектуального капіталу як складової національного людського капіталу/ Г.А. Лашкун, А.Ю. Шахно, Т.І. Паустовська// Інвестиції: практика та досвід, 2018. - №13 - С.32 - 36.
2. Гвоздю С.Ю. Інтелектуальний капітал як необхідна складова конкурентного ринку/ С.Ю. Гвоздю// Технологический аудит и резервы производства, 2012. - №4/2(6). – С.13-14.

3. Попело О.В. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект і сучасні тенденції розвитку в Україні/ О.В. Попело// Економіка і регіон, 2015. - №2 (51). – С.66 – 78.

4. Уткіна Ю. М. Інтелектуальний капітал як фактор забезпечення конкурентостійкості підприємств в глобальній економіці / Ю. М. Уткіна // Вісник економіки транспорту і промисловості, 2016. - №56. - С.58-67

## СЕКЦІЯ 6. РОЛЬ МАРКЕТИНГУ І МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ

*Пілявський В.І., к. е. н., докторант  
Міжнародний університет бізнесу і права, м. Херсон, Україна*

### МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ЙОГО СКЛАДНИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В процесі господарювання підприємство-виробник здійснює різноманітну діяльність щодо вивчення, цільового формування й задоволення потреб ринку. Це означає що воно має можливість вирішально впливати на загальні умови обігу товару на відповідному товарному ринку через один із важливих важелів дії – маркетинг. Останній є складовою ринково-збутової діяльності підприємства та невід’ємною частиною його потенціалу.

Дефініція маркетингового потенціалу має досить широке коло визначень. Зокрема це «сукупність внутрішніх і зовнішніх можливостей максимально задовольнити потреби споживачів у продукції» [1; с. 131]; «максимальна можливість підприємства щодо систематизованого та планомірного спрямування всіх його функцій (визначення потреб і попиту, організації виробництва, продажу та післяпродажного обслуговування) на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту» [2; с. 23]; сукупність внутрішніх можливостей і зовнішніх шансів підприємства задовольнити потреби споживачів [3] та інші. Ф. Котлер найбільш ґрунтовно сформував дефініцію маркетинговий потенціал, що означає сукупну здатність маркетингової системи забезпечувати його постійну конкурентоспроможність, економічну й соціальну кон’юнктуру його товару на ринку, завдяки проведенню ефективних маркетингових заходів у сфері дослідження попиту, товарної, цінової, комунікативної і збутової політики, а також організації стратегічного планування й контролю за якістю товару, поведженням конкурентів і споживачів на ринку [4]. Виходячи із вищезазначеної сутності маркетингового потенціалу його філософія має забезпечувати конкурентоспроможність підприємства на товарному ринку (рис. 1).



Рис.1 - Основні складові маркетингового потенціалу  
Джерело: удосконалено автором на основі [4].

Сутнісну характеристику маркетингового потенціалу повинні включатися наступні елементи: маркетингові дослідження й маркетингове планування як невід’ємні атрибути вивчення споживацького попиту й аналізу достатності ресурсів для досягнення поставлених цілей; товарна і цінова політики як процеси акумуляції й перетворення інформації про рівень розвитку ринку продукції та управління цінами на свою продукцію; логістична і збутова політики як процеси просування й реалізації виробленої продукції.

Маркетинговий потенціал можна представити як систему принципів, цільових установок та механізм взаємодії з зовнішнім і внутрішнім середовищем, функціонування якої визначає зміст діяльності підприємства щодо дослідження ринку і формування позиції підприємства на ринку з орієнтацією на інноваційні впровадження та соціальну орієнтованість. Складові маркетингового потенціалу одночасно є і інструментами, завдяки яким він формується і взаємодіє з чинниками маркетингового середовища.

В основі маркетингового потенціалу повинні бути закладені наступні загальні принципи: досягнення кінцевої реалізації товару на ринку; підпорядкування всієї діяльності підприємства вимогам споживачів; застосування програмно-цільового й системного



підходів; базування на політиці вивчення ринку, активного пристосування до ринку і цілеспрямованого одночасного впливу на ринок; активізація людського чинника маркетингової діяльності, що допускає виховання й забезпечення активності робітників.

Таким чином, теоретичні дослідження основ формування маркетингового потенціалу показали, що її можна розглядати: по-перше, як цілісну характеристику у складі економічної політики; по-друге, як можливість мобілізації використання її складових на користь як підприємства, так і споживача, що використовується сьогодні і може використовуватися в перспективі, за допомогою розробки маркетингової стратегії розвитку підприємств на альтернативній основі з урахуванням інтересів споживачів; по-третє, маркетингова політика дозволяє розглядати її як окремий і важливий напрямок дослідження економічного розвитку підприємства, здатний зумовити синергетичний ефект при використанні існуючих резервів підвищення ефективності господарювання на підприємстві, що вплине на кожен складову визначальних елементів маркетингового потенціалу та, як результат, на ефективність функціонування підприємства в цілому; по-четверте, маркетинговий потенціал розглядається як сукупність її складових елементів, які одночасно виступають і її інструментами, за допомогою яких політика маркетингу існує. Але формування маркетингового потенціалу неодмінно пов'язано з впливом на нього оточуючого середовища.

При класифікації зовнішніх чинників, що впливають на складові маркетингового потенціалу ми дотримуємось думки тих вчених [5; 6; 7; 8] які їх формують за ознаками: ринкові (ситуація на ринку, політика конкурентів, умови постачальників та посередників), технологічні (наявність ресурсозберігаючих технологій та можливості фінансування розробок), політичні (підтримка держави), культурні (збереження первинних потреб або зміна вторинних потреб), природні (дбання про навколишнє середовище), демографічні (зміна чисельності населення), економічні (сукупність ефектного впливу вище перелічених факторів з урахуванням інфляції, диспаритету цін, зношеністю фондів) та трансформаційні, що являють собою підсумок впливу окремих факторів на формування маркетингового потенціалу та її зміни унаслідок дії такого впливу. Слід також відмітити, що саме окреслені фактори пов'язані із впливом трансформаційних

процесів.

Найбільш вагомим чинником, який вплинув на необхідність трансформації маркетингового потенціалу у розрізі факторів зовнішнього середовища, є глобалізація та її вплив на сучасне маркетингове оточення, бо саме глобалізаційними змінами зумовлені зрушення, які відбуваються при формуванні маркетингового потенціалу. Такі зміни, у свою чергу, потребують адаптації внутрішніх факторів до трансформаційних процесів щодо формування маркетингового потенціалу.

#### Література:

1. Телишевська Л. І. Маркетинговий потенціал у підвищенні прибутковості підприємства / Л. І. Телишевська, О. І. Комишан, С. С. Сергеев // Mechanism of Economic Regulation. - 2012. - № 3. - С. 126-132. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre\\_2012\\_3\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2012_3_16).
2. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2005. – 261 с.
3. Божко В.М. Маркетинговий потенціал: сутність, складові та взаємозв'язок з економічним потенціалом В.М. Божко // Економіка та управління персоналом, економічний форум. – 2012. – 43 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: [пер. с англ. В. Боброва] / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 2001. – 752 с.
5. Артеменко В.О. Управління конкурентоспроможним потенціалом соціально-економічних систем в умовах євроінтеграції: монографія / В.О. Артеменко, Д.В. Солоха та ін.. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2010. – 154 с.
6. Данілішин Б. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Б. Данілішин, О.К. Добикіна, В.С. Рижиков, С.В. Касьянюк, М.Є. Кокотько, Т.Д. Костенко, А.А. Герасимов – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 208 с.
7. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия. – М.: Экономика, 2002. – 559 с.
8. Юлдашева О.У. Теория и методология формирования и развития маркетингового потенциала фирмы / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Г.Л. Багиева. – СПб.: Изд-во Инфо-да, 2015. – 240 с.

*Сало І.А., д.е.н., с.н.с.*

*Попова О.П., к.і.н.*

*Український інститут експертизи сортів рослин, м. Київ, Україна*

## **МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПЛОДІВ ТА ЯГІД**

Повноцінне забезпечення населення плодами та ягодами, в першу чергу, залежить від ефективності функціонування вітчизняного ринку цієї продукції. Подальший розвиток останнього можливий за визначення проблем його будови в процесі маркетингового дослідження кон'юнктури. Важливим засобом у вивченні ринку плодів та ягід є правильно розроблена методологія, що враховує його особливості та властивості продукції.

Дослідженням теоретико-методологічних аспектів вітчизняного ринку плодів та ягід присвячені праці О.Ю. Єрмакова, Т.А. Маркіної, В.А. Рудьєва, Г.М. Сатіної, Л.П. Симиренка, Д.Ф. Чухна, О.М. Шестопаля, П.Г. Шитта, А.І. Шумейка та інших вчених. Однак більшість досліджень стосувалися доринкового періоду чи становлення ринкової економіки в Україні. Недостатньо розкритим залишається концептуальне обґрунтування методології маркетингового дослідження вітчизняного ринку плодів і ягід з позиції зміни економічної ситуації в країні, поглибленого розвитку зовнішньої торгівлі в зв'язку зі вступом в СОТ та формуванням Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі.

Метою досліджень є розробка методології маркетингових досліджень вітчизняного ринку плодоягідної продукції.

Методологія маркетингового дослідження передбачає собою сукупність прийомів (методів) для збору та обробки інформації, пізнання про те чи інше явище з маркетингового середовища, у нашому випадку вітчизняного ринку плодів і ягід. Насамперед вивчається його кон'юнктура, місткість, просторово-часові й товарні аспекти стану ринку, інші фактори, показники, явища, процеси ринкового механізму, зокрема, якість продукції, конкурентоспроможність, відповідність пропозиції запитам ринку, форми і методи збуту товарів тощо.

Основною метою маркетингового дослідження ринку плодів у загальному розумінні є управління попитом на плодоягідну продукцію.

Маркетингові дослідження ринку плодів і ягід повинні складатися з комплексу послідовних дій: розробка концепції дослідження, визначення цілей, постановка проблеми та формування робочої гіпотези, процес одержання даних, визначення, опрацювання та аналіз системи показників, формулювання основних висновків та результатів дослідження, розробка пропозицій та рекомендацій.

Маркетингові дослідження проводяться за двома напрямками:

– на мікрорівні – стосується окремих підприємств з метою забезпечення потреб одного чи декількох сегментів ринку регіону, району, міста тощо.

– на макрорівні – йдеться про продовольчу незалежність країни, урегулювання попиту та пропозиції, раціональне забезпечення потреб населення якісними плодами і ягодами.

Дослідження за цими напрямками здійснюються за допомогою методів мікроекономічної теорії та за методами теорії галузевих ринкових структур. Звичайно останні мають ряд переваг при дослідженні галузевих ринків, оскільки охоплюють практично всі ринкові процеси та конкретизують взаємовідносини ринкових учасників.

До переваг методів теорії галузевих ринкових структур у дослідженні різних економічних процесів, які впливають на функціонування та розвиток ринку плодів і ягід відносять [2, с. 130-131]:

- можливість досліджувати динаміку сучасного стану та розвитку вітчизняного ринку плодів і ягід та порівнювати відповідні процеси в інших країнах світу з ринковою економікою, що дає можливість виявити позитивні та негативні причини відхилень;

- застосовувати у дослідженнях комплексний підхід, який дає змогу аналізувати взаємозалежності між структурою і закономірностями розвитку галузі садівництва та ефективністю функціонування ринку плодів і ягід;

- оцінювати ефективність функціонування та розвитку ринку плодів і ягід не лише за економічними показниками, а й за соціальними, де виділяються найважливіші: рівень платоспроможності населення, справедливий розподіл доходів між

учасниками ринку, забезпечення потреб населення плодами, зайнятість населення;

- вивчення структури ринку плодів і ягід, яка може впливати на світову торгівлю цією продукцією, наприклад, шляхом розширення обсягів промислового виробництва та експорту конкурентоспроможних за помологічними сортами та якістю яблук.

Маркетинговий метод дослідження ринку плодів вважається найбільш ощадливим, оскільки ґрунтується на важливому правилі: «Виробляй те, що має попит і виробляй в такій кількості, яка може бути спожита». Саме це правило найповніше характеризує ринок плодів і ягід. На відміну від багатьох інших продуктів харчування таких як картопля, цукровий буряк, зерно та ін., які можуть реалізовуватися протягом 1-2 років, плоди, особливо кісточкових культур, швидко втрачають свої біологічні властивості, тому мають реалізовуватись в сезон виробництва. За сучасних реалій матеріально-технічна база та технології зберігання плодів і ягід в Україні нерозвинені, тому більшість сільськогосподарських підприємств не мають можливості подовжувати термін реалізації виробленої продукції.

В цілому маркетинговий метод дослідження ринку плодів і ягід дозволяє охопити інтереси всіх його учасників – виробників, представників торгівлі, споживачів, а також встановити необхідну міру регулювання та фінансової підтримки подальшого розвитку.

Маркетингове дослідження ринку плодів і ягід включає вивчення та прогнозування його кон'юнктури, розрахунок місткості ринку, каналів збуту, аналіз поведінки споживачів, ефективності господарської діяльності, конкурентного середовища. Це дуже складний і необхідний процес. Не даремно в США кількість зайнятих працівників у маркетинговому ланцюзі в 5,4 раза вища ніж у самому процесі виробництва продукції на фермах чи сільськогосподарських коопераціях [1, с. 380].

Одним з найважливіших елементів маркетингового дослідження ринку плодів і ягід є аналіз його кон'юнктури. Цікаво, що спеціалісти, які займаються маркетинговими дослідженнями ринку стверджують, що 90% їх робочого часу витрачається на те, щоб зібрати потрібну інформацію і лише 10% на її обробку та підготовку відповідних висновків [3, с. 344].

В основу методології маркетингового дослідження ринку плодів і ягід слід поставити економічну поведінку всіх його операторів.

Для початку, вивчення ринкового середовища необхідно розпочати з визначення самої сутності товару «плоди, ягоди». Плоди і ягоди – це продукти харчування та водночас предмети праці, вироблені для продажу в свіжому вигляді для кінцевого споживання та, як сировина, для подальшої промислової переробки.

Далі слід сконцентрувати увагу на визначенні місткості ринку плодів і ягід, яка характеризує платоспроможний попит населення на них протягом року. Для цього необхідно використовувати два підходи – це ринкове агрегування та сегментування. У першому випадку ринок плодів і ягід розглядається як єдине ціле. А при ринковому сегментуванні розподіляється на окремі сегменти.

Сегмент ринку вважається ключовим поняттям концепції маркетингу зорієнтованої на попит. Часто під сегментом ринку розуміють однорідну сукупність споживачів, які при купівлі певної продукції однаково реагують на зміну зовнішніх чинників таких як коливання цін, обсяги продажу, якість, реклама тощо. Уміле сегментування є важливою передумовою розвитку будь-якого продовольчого ринку.

Сегментування ринку плодів і ягід має здійснюватися за різними параметрами з метою встановлення – де концентрується основне виробництво, ким виробляється продукція, як і за якими каналами здійснюється продаж, на скільки забезпечуються різні за доходами, віком, статтю верстви населення плодами і ягодами, у якому асортименті та сортименті, який сегмент споживачів впливає на формування попиту в цілому і яким чином тощо. Сегменти ринку, виокремлені за різними критеріями, можуть взаємозалежати і взаємоперетинатися.

Перш ніж визначити як сегментувати вітчизняний ринок плодів і ягід, проводиться оцінка його доступності для подальшого розвитку, зокрема: стабільність політичної ситуації в країні, можливість експорту плодів і ягід, умови торгівлі (розмір податків, мита, протекціоністські обмеження, антидемпінгові заходи, контроль імпорту тощо), наскільки прозорий ринок і доступна інформація про його кон'юнктуру, ціни та конкурентів, які перспективи розвитку, рівень самозабезпеченості тощо.

Також при сегментуванні ринку плодів і ягід слід враховувати наступні правила:

- наявність неоднорідності споживачів за різними параметрами у різних сегментах і навпаки однорідності за певними ознаками в межах одного сегменту;

- виокремлені сегменти повинні мати значні розміри і бути ефективними для збуту плодів і ягід;

- враховувати конкуренцію між розподіленими сегментами.

При проведенні маркетингових досліджень, ринок плодів можна розподілити на основні сегменти:

1. Пропозицію за видами плодів і ягід;
2. Товаровиробників за формами та ефективністю господарювання;
3. Обсяги продажу за різними каналами;
4. Споживачів за окремими однорідними групами;
5. Регіони за концентрацією в них виробництва плодів і ягід у зв'язку з відмінністю ґрунтово-кліматичних умов країни.

Маркетингове макросередовище узагальнено слід характеризувати шістьма групами факторів впливу на розвиток ринку плодів і ягід: демографічні, економічні, природні, науково-технічні, політичні та культурні. При моніторинзі цін на внутрішньому ринку в основу необхідно ставити основні принципи маркетингових досліджень: системність, комплексність, регулярність, об'єктивність, точність, економічність та оперативність.

При проведенні маркетингових досліджень ринку плодів і ягід, треба враховувати всі перелічені фактори, які, так чи інакше, можуть вплинути на формування ринкового середовища. Забезпечення ефективного функціонування ринку плодоягідної продукції можливе лише при оптимальному поєднанні загальних і внутрішніх інтересів всіх операторів, за рахунок використання маркетингового підходу зорієнтованого на ринок, з врахуванням, перш за все, платоспроможного попиту та потреб споживачів.

#### Література:

1. Галушко В.П. Економіка світового сільського господарства / Галушко В.П. – К. : НАУ, 1996. – 514 с.

2. Осташко Т.О. Ринкова трансформація аграрного сектора / Осташко Т.О. – К. : Фенікс, 2004. – 280 с.

3. Янків М.Д. Організаційно-економічні механізми розвитку і функціонування АПК України: монографія / Янків М.Д. – Львів: Коопосвіта, 2000. – 450 с.

*Попович В.В., к.е.н.*

*Ужгородський національний університет, м.Ужгород, Україна*

## **КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

У сучасних умовах функціонування аграрного ринку особливо гостро постають питання управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарських підприємств, яка повинна забезпечити надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ситуацію на ринку, зокрема: яку продукцію виробляти, в якій кількості та де і кому її вигідніше реалізувати. За роки незалежності України в аграрному секторі здійснено структурні реформи, перебудовано земельні та майнові відносини, тощо. Однак, є багато проблем, які перейшли у спадок від старої адміністративної системи та стали наслідком неправильної реалізації окремих питань реформування аграрного сектору.

Актуальність даної теми обумовлена необхідністю більш детального розгляду сучасних проблем та концепцій управління маркетингом, що пов'язані з господарською діяльністю підприємств агропромислового сектору.

Управлінню маркетингової діяльності підприємств присвячена низка робіт вітчизняних та зарубіжних дослідників, серед них: Г.Л. Багієв, Н.Й. Басюркіна, С.С. Гаркавенко, В.А. Кишун, Ф. Котлер, І.М. А.О. Старостіна, Г.Черчіль, А.Ю. Юрченко та ін.

Маркетингова діяльність сучасних агропідприємств знаходиться у стані трансформації, яка характеризується об'єднанням у себе усіх етапів перетворення маркетингової діяльності підприємств від поточного стану до бажаного. Однак, цей процес проходить вельми повільно.

Основою успішної ринкової діяльності сучасного агропідприємства є маркетинг та система управління маркетингом, яка охоплює всі функціональні сфери його діяльності.



Маркетинг у сільському господарстві називають агромаркетингом – агромаркетинг, він відрізняється від промислового, комерційного, банківського та інших видів маркетингу [3, с. 213].

Аграрний маркетинг представляє собою управлінську концепцію, 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. [1].

Управління маркетинговою діяльністю підприємств – це створення та функціонування таких підприємств, що задовольняють попит та потреби на ринку, які вміють швидко та гнучко реагувати на зміни ринкового середовища та підвищувати обсяги збуту та прибутку.

Управління маркетингом – процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування і розвитку ідей, продуктів і послуг, спрямований на здійснення обміну, який задовольняє як окремих осіб, так і фірму. Воно має за мету також розв'язання завдань впливу фірми на рівень і структуру попиту у певний проміжок часу, визначення оптимального співвідношення попиту і пропозиції, щоб фірма досягла поставленої мети [2].

Управління маркетинговою діяльністю може здійснюватися за допомогою таких концепцій:

1. Вдосконалення виробництва – споживачі будуть прихильні до товарів, які широко поширені і доступні за ціною, а як наслідок – компанія повинна зосередити свої зусилля на вдосконаленні виробництва і підвищенні ефективності системи розподілу. Застосування цієї концепції застосовують у двох ситуаціях: коли попит на товар перевищує пропозицію і коли собівартість товару дуже висока і її необхідно понизити, для чого потрібно підвищити продуктивність.

2. Вдосконалення товару – що споживачі прихильно відноситимуться до товарів, що пропонують найвищу якість, кращі експлуатаційні характеристики і властивості, тому компанія повинна зосередити свої зусилля на постійному вдосконаленні товару. Негативний момент даної концепції є те, що споживачі насправді задовольняють не потребу в конкретному товарі, а свої потреби, які можуть бути задоволені товарами іншого роду.

3. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль стверджує, що споживачі не купуватимуть товари компанії в достатній кількості, якщо компанія не зробить достатніх зусиль у сфері збуту і стимулювання. Сфера застосування згаданої концепції – просування на ринок товарів так званого пасивного попиту (страховки, енциклопедичні словники та ін.).

4. Концепція маркетингу стверджує, що запорукою досягнення мети організації є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішим і продуктивнішим, ніж у конкурентів способами. Орієнтація в даній концепції йде на потреби клієнтів.

5. Концепція соціально-етичного маркетингу стверджує, що завдання компанії – встановлення потреб і інтересів цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішими і продуктивнішими способами з одночасним зміцненням благополуччя споживача і суспільства в цілому.

З названих концепцій впливають основні принципи управління маркетингом на підприємстві: орієнтація на споживача, адаптивність і гнучкість, спрямованість на перспективу, вплив на споживача, комплексність, системність, свобода споживача і виробника, обмеження потенційного збитку, задоволення базових потреб, економічна ефективність, інновації, навчання та інформування споживача, захист споживача.

Якщо проаналізувати аграрний ринок відповідно до перерахованих концепцій, то можна зазначити, що вітчизняні сільськогосподарські підприємства мають труднощі у практичному застосуванні маркетингу через дію певних чинників. Серед них варто відмітити: неготовність керівного складу підприємств до впровадження нових форм управління; відсутність досконалої інфраструктури ринку; відсутність визнання маркетингу як ефективної концепції управління господарською діяльністю; небажання вітчизняних аграріїв побудови комплексної плодово-овочевої галузі на базі інтеграції технологічного процесу; відсутність чітко визначеної структури та розміру попиту на продукцію; необхідність модернізації всіх ланок виробництва для ефективної роботи маркетингових інструментів; необхідність значних фінансових вкладень.

Управління підприємством в умовах ринку висуває високі вимоги до рівня кваліфікації персоналу. Маркетингова орієнтація

діяльності підприємства докорінно змінює її організаційну структуру, від працівників потрібно високий рівень виконання обов'язків і професіоналізм. [4].

Висновок. Отже, універсальної моделі управління маркетинговою діяльністю на агропідприємствах немає, тому кожна фірма має вибрати для себе ту структуру, яка найкраще відповідатиме потребам самого підприємства та його клієнтів, самостійно формувати шляхи вдосконалення маркетингового управління.

#### Література:

1. Антощенко Віталіна к.е.н. Батиров Батир Аграрний маркетинг, актуальність і перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

[http://sophus.at.ua/publ/2014\\_05\\_22\\_23\\_kampodilsk/sekcija\\_5\\_2014\\_05\\_22\\_23/agramij\\_marketing\\_aktualnist\\_i\\_perspektivi/63-1-0-988](http://sophus.at.ua/publ/2014_05_22_23_kampodilsk/sekcija_5_2014_05_22_23/agramij_marketing_aktualnist_i_perspektivi/63-1-0-988)

2. Економічна Енциклопедія. – enbv.narod.ru/text/Econom/encyclo/str/E474.html.

3. Котлер Ф. Основи маркетингу / Котлер Ф.; [пер. с англ.]. – М., 2000. с. 213.

4. Кучер В.В. к.е.н., доцент, Кучер О.В. ст. викладач. Управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://file:///C:/Users/Violeta/Downloads/management-of-marketing-activity-at-the-agricultural-enterprise.pdf>

**Отливанська Г.А., к.е.н., доц.,**

**Галактіонова А.О., студент**

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

## **СУЧАСНІ ВИМІРНИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Умови функціонування телекомунікаційних підприємств України характеризуються підвищенням динамізму та невизначеністю зовнішнього середовища. Зміни, що відбуваються, безпосередньо впливають не тільки на діяльність підприємства, а також висувають нові вимоги до оцінки ефективності їх діяльності. Останнім часом значного поширення в міжнародній практиці

отримали показники економічної доданої вартості та рентабельність інвестованого капіталу, що визнані дієвими вимірниками економічного ефекту та ефективності діяльності підприємства.

Економічна додана вартість (Economic Value Added – EVA) є одним із різновидів економічного прибутку, що за загальноприйнятим розумінням являє собою різницю між продажами, здійсненими за певний період, і реальною, сьогоднішньою вартістю всіх ресурсів, спожитих за цей період, характеризуючи вимірювання створеної цінності [1, 3]. Економічна додана вартість розраховується як різниця між чистим операційним прибутком після оподаткування (*NOPAT*) та альтернативною вартістю вкладених капіталів. Ця альтернативна вартість визначається шляхом множення середньозваженої вартості капіталу (*WACC*) на обсяг інвестованого капіталу (*IC*) [1, 3]. Формула економічної доданої вартості має вигляд [3]:

$$EVA = NOPAT - WACC \times IC. \quad (1)$$

Крім того, можна обчислити економічну додану вартість шляхом множення капіталу на різницю між рентабельністю інвестованого капіталу (*ROC*) та середньозваженою вартістю капіталу:

$$EVA = IC \times (ROC - WACC).$$

Ці дві формули еквівалентні та дозволяють розглядати *EVA* з різних точок зору [3].

Не зважаючи на достатню поширеність показника *EVA*, фахівці визначають певний перелік недоліків, притаманних йому. Основними із них є такі [3-4]:

- необхідність проведення значного переліку коригувань даних звітності підприємства;
- не забезпечує можливість порівняння діяльності різних компаній, або структурних підрозділів-дивізіонів крупних підприємств, оскільки є абсолютним виміром;
- потребує прийняття багатьох припущень при проведенні середньозваженої вартості капіталу;
- розрахунок *EVA* базується на історичних даних, тобто на даних звітності за результатами діяльності, що вже відбулися, у той час коли зацікавлені сторони більше турбуються перспективами щодо функціонування підприємства.

Серед переваг *EVA* фахівці виділяють такі [3-4]:

- *EVA* є інструментом, який допомагає зосередити увагу менеджерів щодо впливу управлінських рішень на збільшення багатства акціонерів;
- *EVA* є хорошим керівництвом для інвесторів, як щодо упередженості *EVA*, вони можуть вирішити, чи варто вкладати гроші, чи ні в певну компанію;
- показник *EVA* може бути використаний як основа для оцінки гудвілу та акцій підприємства;
- *EVA* є гарним контролером у децентралізованому підприємстві. Керівництво може застосувати *EVA*, щоб дізнатись внесок *EVA* кожного децентралізованого підрозділу чи сегмента підприємства;
- *EVA* дозволяє регулювати обсяги стимулюючих бонусів та інших виплат для менеджменту та працівників операціоністів, що може бути використано з метою захисту (або покращення) багатства акціонерів.

Економічна додана вартість є абсолютною мірою отриманого ефекту. В свою чергу для оцінки рівня ефективності за показником *EVA*, що забезпечує можливості порівняння результатів діяльності підприємств різних за розміром застосовують показник рентабельності діяльності (*RA*), визначений за *EVA*:

$$RA = \frac{EVA}{IC}$$

У табл. 1, на рис. 1 надано результати розрахунку економічної доданої вартості оператора зв'язку ПАТ «Укртелеком» за період 2011 – 2017 роки. Інформаційною базою для розрахунку *EVA* виступили дані фінансової звітності оператора [2].

Таблиця 1 - Економічна додана вартість та рентабельність інвестованого капіталу ПАТ «Укртелеком» у 2011–2017 роках

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий операційний прибуток після оподаткування, млн. грн	244,9	344,7	37,6	351,5	804,9	469,9	756,9
Інвестований капітал, млн. грн	7194,3	5766,3	5488,9	3663,6	8926	8590,5	9002,5

1	2	3	4	5	6	7	8
Рентабельність інвестованого капіталу,%	3,4	6,0	0,7	9,6	9,0	5,5	8,4
Середньозваже на вартість капіталу,%	10,3	12,7	11,9	12,7	12,9	12,1	10,4
Економічна додана вартість, млн. грн	-495,3	-385,9	-615,5	-114,6	-348,4	-568,9	-179,8

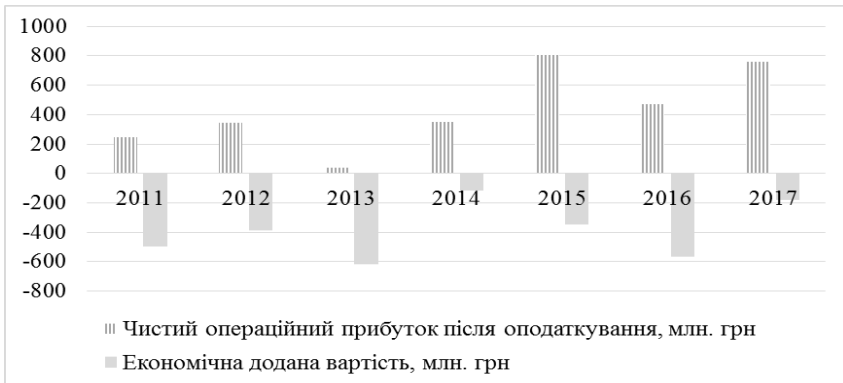


Рис. 1 - Економічна додана вартість та чистий операційний прибуток ПАТ «Укртелеком» за 2011 – 2017 роки

Аналіз отриманих результатів дозволяє відмітити наступне. Застосування показника *EVA* акцентує увагу на спроможності підприємства генерувати кошти більші за поточні витрати та витрати на обслуговування капіталу. Водночас чистий прибуток підприємства характеризує обсяг перевищення отриманих доходів над понесеними витратами. В результаті за розміром та динамікою показника чистого прибутку можна охарактеризувати діяльність ПАТ «Укртелеком» у 2011 – 2017 роках як ефективну. На противагу, результатам розрахунку економічної доданої вартості, яка за цей же період за даними ПАТ «Укртелеком» має від’ємне значення, що свідчить про неефективність діяльності оператора зв’язку. Такі результати свідчать, не зважаючи на те, що підприємство за даними звітності отримує прибуток, його обсяги є недостатніми для розвитку діяльності. Це призводить до зменшення ринкової вартості підприємства, а власники оператора лишаются

приросту на вкладений у підприємство капітал за рахунок втрати альтернативної прибутковості.

#### Література:

1. Отливанська Г. А. Капітальні інвестиції в формуванні економічної доданої вартості телекомунікаційних компаній України. Економіка та суспільство : [Електронне наукове фахове видання]. 2018. № 18. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-18> (дата звернення 19.12.2018).

2. Річна інформація ПАТ «Укртелеком». SMIDA. URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/21560766> (дата звернення 15.04.2019).

3. Advantages and disadvantages of EVA. URL: [http://kfkknowledgebank.kaplan.co.uk/KFKB/Wiki%20Pages/Economic%20Value%20Added%20\(EVA\).aspx](http://kfkknowledgebank.kaplan.co.uk/KFKB/Wiki%20Pages/Economic%20Value%20Added%20(EVA).aspx) (Last accessed 10.03.2019).

4. Economic Value Added (EVA): Meaning, Components and Advantages. URL: <http://www.yourarticlelibrary.com/management/controlling/economic-value-added-eva-meaning-components-and-advantages/69926> (Last accessed 10.03.2019).

*Елісова А. А. студентка  
Науковий керівник : Малтиз В.В. к.е.н., доцент  
Запорізький національний університет,  
м. Запоріжжя, Україна*

## **ФІНАНСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МЕДІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

Вивчення досвіду розвинених країн засвідчує, що важливим інструментом розвитку підприємництва є ефективна організація маркетингової діяльності на всіх рівнях управління.

Під маркетинговими дослідженнями розуміється систематичний збір, відображення і аналіз даних з різних аспектів маркетингової діяльності. Маркетингові дослідження пов'язані з прийняттям рішень по всіх аспектах маркетингової діяльності. Маркетингові дослідження відіграють ключову роль на етапі планування створення медійних продуктів. Результати

маркетингового дослідження призначені для прийняття рішень в області сегментування ринку, розробки плану маркетингу і його окремих інструментів, підвищення конкурентоспроможності товару та організації. Необхідне чітке визначення цільової аудиторії і її очікувань від медійного продукту.

Процес маркетингового дослідження включає низку послідовно виконуваних операцій (рис. 1):

1. визначення проблеми;
2. кабінетні дослідження (або аналіз вторинної інформації);
3. польові дослідження (або отримання первинної інформації");
4. аналіз даних;
5. рекомендації й використання результатів.

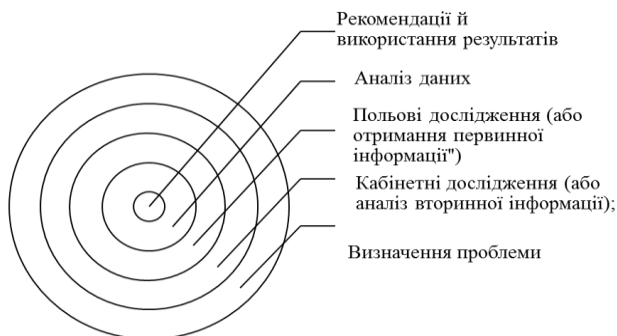


Рис. 1 - Схема організації та проведення маркетингового дослідження

Якісні маркетингові дослідження включають декілька етапів:

1. Формулювання проблеми і постановка дослідницької завдання.
2. Попереднє планування: визначення методології, розробка плану дослідження, визначення необхідних ресурсів і умов його проведення.
3. Розробка інструментарію: схем аналізу інформації, гайдів для глибинних інтерв'ю або фокус-груп та ін.
4. Збір інформації.



5. Аналіз зібраних даних: ретельне вивчення, структурування і обробка відповідно до цілей дослідження і потребами компанії.

6. Економічні розрахунки: оцінка фінансових показників як в поточний момент, так і в перспективі.

7. Підведення підсумків: складання звіту і передача його керівництву.

Маркетингові дослідження можуть проводитися самостійно, власними силами організації або ж організація може вдаватися до послуг спеціалізованих консультаційних організацій. При виборі між першим і другим варіантами проведення маркетингових досліджень враховується безліч факторів:

1. Вартість дослідження. Багато організацій вважають, що дешевше проводити маркетингові дослідження власними силами;

2. Наявність досвіду проведення досліджень, фахівців необхідної кваліфікації. Особливо це важливо враховувати при використанні складних методів проведення маркетингових досліджень та обробки отриманих результатів;

3. Глибоке знання технічних особливостей продукту. Зазвичай фахівці організації знають їх краще, і ці знання не так просто і швидко можна передати фахівцям інших організацій;

4. Об'єктивність. Фахівці спеціалізованих організацій зазвичай більш об'єктивні у своїх оцінках;

5. Наявність спеціального обладнання: комп'ютерів і спеціальних програм для них, обладнання для тестування. Таким обладнанням, як правило, в більш повному обсязі мають спеціалізовані організації;

6. Конфіденційність краще зберігається при проведенні маркетингових досліджень співробітниками даної організації [1].

Маркетингові дослідження допомагають підприємству вирішити такі завдання:

– визначити можливість масового виробництва товарів або послуг;

– встановити ієрархію характеристик товарів або послуг, здатних забезпечити їх успіх на ринку;

– провести аналіз типологій і мотивацій наявної і потенційної клієнтури;

– визначити ціни і оптимальні умови продажу товарів та послуг.

Медіа – це узагальнююче поняття засобів комунікації зі споживачем для передачі інформації. Мас-медіа – це так звані засоби масової інформації, за допомогою яких рекламне повідомлення доставляється, як правило, великої кількості потенційних споживачів.

Інструменти мас-медіа в інноваційній системі - це інституційні механізми, що існують протягом багатьох років як звід традицій, правил, норм, які використовуються для успішного просування корпоративного продукту в цільовий сегмент збуту

До цього виду медіа відноситься: телебачення, радіо, преса, носії зовнішньої реклами та інші. Також до медійних продуктів відносять теле- і радіопередачі.

Медіа дослідження розрізняються за типом (кількісні, якісні, змішані) і за завданнями:

- вимірювання аудиторії;
- стратегічне планування;
- позиціонування
- контент: аналіз поточного, тестування нового;
- реклама: аналіз ефективності, тестування;
- юзабіліті-тести.

Основними цілями створення проєктів в сфері медіа є:

1. інформування;
2. розвага;
3. просвітництво;
4. вплив.

Фінансування маркетингових заходів ведеться з прибутку, що залежить не тільки від зусиль організації, зокрема від величини витрат на маркетинг, але також від обставин зовнішнього середовища. Ці обставини призводять до того, що визначення величини витрат на маркетинг стає, по суті, прогностичної завданням. Її складність у більшості випадків призводить до того, що вона не знаходить суворого рішення, тому на практиці у визначенні бюджету маркетингу велику роль відіграють традиції, досвід і думка керівників організації, вміння правильно використовувати нормативну базу [2].

При розробці бюджету маркетингу слід враховувати ряд важливих обставин: чим більше кошти, виділені на фінансування маркетингових заходів, тим ефективніше вони можуть бути використані. Між більшістю маркетингових впливів на ринок і

відповідною реакцією на них відбувається тимчасова затримка - лаг (від англ. Lag - розрив у часі).

Отже, маркетингові дослідження можуть проводитися самостійно (власними силами організації) або ж організація може вдатися до послуг спеціалізованих консультативних організацій. В основу забезпечення фінансової сторони маркетингової програми лягає аналіз передбачуваних витрат на збір, аналіз, обробку інформації про ринки і прогноз їх ємності.

#### Література:

1. Струпинська, Н. В. Методичний підхід до забезпечення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства / Н. В. Струпинська // Бізнес Інформ. – 2013. – № 8. – С. 379-387.
2. Андрєєва Н.М., Зіньковська Д.В. Аналітичний інструментарій оцінки маркетингової політики у сфері ризик-менеджменту. Економічні інновації. 2017. № 63. С. 10–17

*Кулакова К.В., студентка  
Науковий керівник: Малтиз В.В., к.е.н, доцент  
Запорізький національний університет,  
м.Запоріжжя, Україна*

## **МАРКЕТИНГ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ**

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки ринок банківських послуг характеризується високим рівнем збільшення конкуренції, стрімким розвитком інновацій та зниженням довіри населення, саме такі соціально-економічні фактори вимагають пошуку нових маркетингових концепцій для ведення банківського бізнесу. Тому національні банки прагнуть знайти ефективні шляхи залучення клієнтів, використовуючи банківський маркетинг.

Значні дослідження на тему маркетингу банківських інновацій зробили такі вітчизняні науковці як: І. Гончарової, О. Грищенко, А. Єпіфанова, С. Ілляшенка, С. Кубіва, Н. Маслової, А. Мещерякова, І. ПарасійВергуненко, Л. Романенко, та інші. Але стрімкий економічний розвиток країни, є причиною подальшого дослідження цього питання.

На сьогодні в Україні, банківська сфера являє собою постійне збільшення кількості банків, інвестицій іноземного капіталу у

банківську систему, як наслідок розгортається жорстка конкурентна боротьба, але в той же час знижується ефективність банківської діяльності та системи управління.

Історія впровадження банківського маркетингу розпочалася в 1990-2000 роках, та пройшла багато періодів розвитку.

У зв'язку з удосконаленням банківського бізнесу відбувалася поступова зміна акцентів у банківському маркетингу. Вчені поступово перейшли від розгляду загальних питань методології та розроблення понятійного апарату банківського маркетингу до вивчення прикладних проблем: аналізу його інструментарію та, що найголовніше, – до дослідження можливостей впровадження сучасної концепції – маркетингу банківських інновацій

Сутність банківського маркетингу розкривається як: постійна спрямованість на досягнення оптимального кінцевого результату; спрямованість не на хвилинний, а на довгостроковий результат маркетингової роботи, виконання в єдності і взаємозв'язку тактики та стратегії активного пристосування до вимог потенційної клієнтури з одночасною цілеспрямованою дією на них [1].

Однією із сучасних тенденцій розвитку банківського маркетингу наразі є впровадження концепції маркетингу відносин в діяльність банків. Управління відносинами з клієнтами, або CRM (Customer Relationship Management) спрямоване на якомога повному задоволенні потреб споживачів у банківських продуктах, рівні обслуговування. Маркетинг відносин передбачає встановлення довгострокових, вигідних та лояльних взаємовідносин між клієнтами та банком.

Але лідером серед банків у введенні інновацій в Україні є ПриватБанк. Він першим в Україні запропонував своїм клієнтам послуги Інтернет-банкінгу "Приват24" та GSM-банкінгу, а також послуги з продажу через мережі своїх банкоматів і POS-терміналів електронних ваучерів провідних операторів 437 мобільного зв'язку та IP-телефонії.

Досить великого поширення сьогодні набувають інновації у Private Banking. Елементи Private Banking вже впроваджує ряд українських банків, зокрема, ВАТ КБ «ПриватБанк», ВАТ «БГ Банк», ВАТ «ОТП Банк», ВАТ «Укрсоцбанк» та інші. Традиційно під Private Banking розуміють відносини між банком та клієнтом, характерними відмінностями яких є персональний підхід до клієнта, комплексність послуг, що надаються, і висококласне обслуговування. Слід

зазначити, що одні вітчизняні банки акцентують увагу більше на послугах з консультування, а інші – на додаткових послугах для VIP-клієнтів. Номенклатура послуг для VIP-клієнтів на сьогодні є вражаючою. Ряд банків займається створенням банківських продуктів і послуг, спрямованих на задоволення персональних фінансових потреб VIP-клієнта.

Даний підхід полягає в дослідженні господарської діяльності заможного клієнта та його стилю в аспекті виробничої та фінансової активності. Далі на основі отриманих результатів розробляється підхід до індивідуального обслуговування клієнта, спрямований на максимальне задоволення його потреб у банківських послугах

Крім ПриватБанку інновації активно впроваджують "ОТП Банк", "Укрсоцбанк", "Райффайзен Банк Аваль" та ін. [2].

Однією із сучасних тенденцій розвитку банківського маркетингу наразі є впровадження концепції маркетингу відносин в діяльність банків. Управління відносинами з клієнтами, або CRM (Customer Relationship Management) спрямоване на якомога повному задоволенні потреб споживачів у банківських продуктах, рівні обслуговування. Маркетинг відносин передбачає встановлення довгострокових, вигідних та лояльних взаємовідносин між клієнтами та банком. Банк Юніверсал саме завдяки розробці проекту «Монобанк» має можливість залучати все більше клієнтів та формувати їх лояльність вигідними тарифами, зручним та зрозумілим для нових користувачів додатком та відсутністю необхідності чекати на обслуговування своєї черги у відділенні банку, що в свою чергу створює сарафане радіо і швидке створення клієнтської бази.

Підбиваючи підсумки можна виділити основні інноваційні зміни які на сьогодні відбулися в банківській сфері:

- віртуальні банківські та фінансові технології: управління банківськими рахунками, готівкові розрахунки, електронний підпис, укладання договорів;

- комплексне використання нових інформаційних та комунікаційних технологій для електронного та змішаного (традиційного і нового) маркетингу;

- комплексне використання нових інформаційних і комунікаційних технологій для електронного і змішаного (традиційного і нового) маркетингу (клієнт сам вибирає форму обслуговування);

– нові банківські продукти (послуги) на базі нових технологій, нові автомати самообслуговування (моно- і багатофункціональні, інформаційні)

– здійснення сегментації клієнтів;

– впровадження нового напрямку діяльності банку – обслуговування VIP клієнтів (VIP-банкінгу);

– реорганізація існуючої в банках функціональної організаційної структури

в дивізіонально-клієнтську, за якою діяльність департаментів і відділів банку зорієнтована на певні групи споживачів – індивідуальний, корпоративний, міжбанківський бізнес;

– створення маркетингових підрозділів у банківських установах;

– використання інструментарію маркетингу в напрямку управління лояльністю клієнтів тощо[3].

Отже, проведений аналіз результатів впровадження концепції маркетингу інновацій вітчизняними банками свідчить про те, що на даному етапі розвитку вітчизняні банки впроваджують лише окремі елементи комплексу маркетингу інновацій і мають ряд прикладних проблем у сфері налагодження відносин з клієнтами. Причиною є низькі витрати на його забезпечення. Банкам слід більш результативно будувати відносини зі своїми клієнтами для оптимального визначення їх потреб; чітко розробляти алгоритм реалізації орієнтованих на клієнтів концепцій та методів їх побудови.

В умовах гострої конкуренції на банківському ринку необхідно постійно знаходити нові шляхи вдосконалення організації процесів роботи та просування послуг банку. При цьому активно використовувати інформаційні технології з максимальною вигодою як для клієнта, так і для регулювання та контролю внутрішніх процесів банку.

#### Література:

1. Маркетинг банківських інновацій. URL: [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011\\_113\\_28\\_0.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_113_28_0.pdf)
2. Офіційний сайт ПриватБанк. URL: <http://privatbank.ua/>.
3. Заборовець Ю.О. Сутність, зміст та перспективи розвитку

інноваційних технологій у банківських установах. *Міжнародний науково-виробничий журнал*. Сталий розвиток економіки. 2014. № 2 .206 – 210 с.

4. Радченко О. В. Сучасні тенденції розвитку банківського маркетингу та

проблеми його впровадження в банках України. URL : <http://fkd.org.ua/article/viewFile/29022/26141>.

*Суконнова А.А., студентка  
Науковий керівник: Малтиз В.В., к.е.н, доцент  
Запорізький національний університет,  
м.Запоріжжя, Україна*

## **МЕТОДИ ОЦІНКИ СТУПЕНЯ РИЗИКІВ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ**

З переходом до ринкової економіки в кінці 20 століття українські підприємства зіткнулися з проблемою конкуренції і збуту своєї продукції. У цей час компанії почали займатися маркетинговою діяльністю, яка полягає в управлінні виробничо-збутовою і науково-технічною діяльністю підприємства.

У рамках формування ефективної маркетингової стратегії підприємства проводяться маркетингові дослідження, які полягають в зборі, обліку та аналізі даних по основним маркетинговим проблемам, з якими компанії стикаються, працюючи в умовах вільного ринку. Вони допомагають приймати управлінські рішення з виробництва і збуту і в цілому повинні сприяти мінімізації ризиків в діяльності організації [1].

Маркетинговій діяльності, як і будь-якої діяльності підприємства, притаманні деякі специфічні ризики, які пов'язані з невизначеністю ринку. Однак на практиці в Україні проблеми визначення маркетингових ризиків не приділяється належної уваги не тільки в науковій літературі, а й на підприємствах.

Найчастіше для виявлення ризиків використовуються традиційні методики. При створенні маркетингових стратегій організації в умовах неповної інформації або її відсутності можуть використовуватися такі кількісні методи оцінки ризику, як методи стохастичного програмування, метод «дерева рішень», метод статистичних [2].

Методи стохастичного програмування - це вивчення задач математичного програмування, де дані мають випадковий характер. Можна виділити три шляхи вирішення завдань стохастичного програмування. Перший - заміна випадкових параметрів їх середніми значеннями. Це дозволяє отримати рішення задач на рівні математичних очікувань. Інший шлях - вивчення двоступеневих завдань лінійного програмування з випадковими даними. Під цими завданнями розуміється наступне: на першому етапі вирішується завдання по фіксації випадкового попиту, який задається математичним очікуванням; на другому етапі шукається оптимальний вектор управління виробництвом при фіксованому попиту на цю продукцію. Третій шлях вирішення розглянутих завдань має авторську назву «програмування з імовірнісними обмеженнями».

Метод «дерева рішень» застосовується в тому випадку, коли потрібно послідовно прийняти кілька управлінських рішень; це графічний метод, який допомагає пов'язати точки прийняття рішення, можливі стратегії, їх наслідки з ймовірними факторами зовнішнього середовища[3].

Теорія статистичних рішень є теорією проведення статистичних спостережень, обробки цих спостережень і їх використання.

Будь-які економічні дані представляють собою кількісні характеристики будь-яких економічних об'єктів. Вони формуються під дією багатьох факторів, не всі з яких доступні зовнішньому контролю. Неконтрольовані фактори можуть брати випадкові значення з деякої множини значень і тим самим обумовлювати випадковість даних, які вони визначають. Стохастична природа економічних даних обумовлює необхідність застосування спеціальних адекватних їм статистичних методів для їх аналізу і обробки.

Кількісна оцінка ризику незалежно від змісту конкретного завдання можлива, як правило, за допомогою методів математичної статистики. Головні інструменти даного методу оцінки - дисперсія, стандартне відхилення, коефіцієнт варіації [2].

На жаль, перераховані вище методи кількісного аналізу не завжди задовольняють вимоги забезпечення необхідної в маркетингу точності і надійності оцінок ефективності та ступеня ризику стратегій для виробничих систем. При заздалегідь заданому



розподілі ймовірності випадкових параметрів як зовнішнього середовища, так і виробничої системи може бути отримана більш точна оцінка ефективності і ризику. Такий розподіл отримують на підставі статистичних даних за попередні тимчасові періоди. У тому випадку, якщо підприємство не має у своєму розпорядженні такої статистики або вона недостатня для надійної оцінки параметрів розподілу досліджуваних показників, то використовується метод Монте-Карло. При цьому можна визначити мінімальний рівень ризику при раніше заданій ефективності, і навпаки, вибрати максимальну ефективність стратегії при заданому граничному значенні ризику.

Крім цього, в маркетингу також оцінюються і ризики споживачів. Ці ризики неможливо оцінити об'єктивно через оцінюючого суб'єктивного сприйняття конкретного споживача, який має обмежену інформацією і мале числом спроб. Дані ризики можливо оцінити лише експертним шляхом [1].

У практичній діяльності проведення будь-яких заходів, спрямованих на зменшення ризиків, пов'язане з додатковими грошовими і ресурсними витратами, які знижують ефективність маркетингової стратегії. Тому при виборі мети можуть застосовуватися і моделі оптимізації, спрямовані на мінімізацію витрат при заданому рівні ризику або при заданій максимально допустимій величині витрат мінімізують рівень ризику [2].

Сукупність витрат компанії, пов'язаних зі збором і обробкою інформації, стосується розглянутих факторів, розробки і реалізації маркетингових заходів впливу, становить частину витрат компанії і безпосередньо впливає на процес ціноутворення.

В сучасних умовах активної ринкової конкуренції маркетингові чинники вельми значущі. В зв'язку з цим успіх стратегії ціноутворення безпосередньо залежить від досягнутого рівня контролю за маркетинговими факторами.

Стратегія зростання прибутку характерна для всіх підприємств в довгостроковій перспективі. У короткостроковому періоді подібна стратегія ціноутворення може бути застосована за умови впровадження нововведень, які мають великий споживчий попит. Компанії, які впроваджують нові способи обслуговування, слідують двом цілям: збільшення частки ринку або зростання доходу. якщо фірма користується результатом якогось наукового відкриття, яке буде мати великий споживчий попит, то в цьому випадку, як

правило, фірма прагне на початкових стадіях забезпечити високу рентабельність. Успішні компанії, рано чи пізно, вибирають дану стратегію, і в разі відсутності перешкод з боку держави можуть вести політику «Монопольних цін», що для будь-якої економіки і будь-якої сфери є небажаним явищем. Аналізуючи особливості управління ризиками в маркетингу, слід згадати про ризики споживача (або сприймаються ризики). Вперше ця концепція сприймаються ризиків була опублікована в 1960 році американським маркетологом Бауером. Однак в Росії вона застосовується вкрай рідко. Розглянемо основні положення даної теорії [3].

Перш за все слід зазначити, що дана теорія стосується тільки суб'єктивного ризику, але не об'єктивного. Маркетологи змушені брати до уваги тільки очікування і потреби середньостатистичних споживачів. Споживачі ж мають обмежену інформацією, малим числом спроб (тобто покупок продукції). У багатьох випадках вони вперше стикаються з тим чи іншим товаром / послугою. Таким чином, неможливо точно оцінити ризики. Якщо і вдасться їх визначити, то це буде, лише суб'єктивне сприйняття конкретного споживача [1].

Ця концепція дозволяє маркетологам поглянути на ситуацію з точки зору споживача, що дає широкі можливості для пояснення його поведінки, кращого вивчення попиту та пропозиції і розробки оптимальної маркетингової стратегії. На практиці споживачі хочуть не стільки максимізувати корисність свого споживання, скільки мінімізувати ризики. [3]. Крім того, концепція приймаються ризиків дозволяє розподіляти бюджетні кошти на різні маркетингові заходи розумно і економічно ефективно, а при виникненні такої необхідності і коригувати загальну стратегію розвитку компанії.

Таким чином, оцінка ризиків маркетингових стратегій є, безсумнівно, важливою, але недостатньо розробленою. Оцінка і управління маркетинговими ризиками можуть значно підвищити ефективність роботи підприємств і збільшити показники їх прибутковості.

#### Література:

1. Іванечко Н.Р. Процес формування маркетингової стратегії / Н.Р. Іванечко // Вісник Дніпропетровського університету. — №10/1. — Т.22. — Дніпропетровськ: В-во ДНУ ім. О. Гончара, 2014. — С. 123—131.

2. Струпинська, Н. В. Методичний підхід до забезпечення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства / Н. В. Струпинська // Бізнес Інформ. – 2013. – № 8. – С. 379-387.

3. Андрєєва Н.М., Зіньковська Д.В. Аналітичний інструментарій оцінки маркетингової політики у сфері ризик-менеджменту. Економічні інновації. 2017. № 63. С. 10–17

## СЕКЦІЯ 7. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

**Тернов С.А., к.т.н., доцент,  
Лисевич С.Г., к.е.н., доцент,  
Копайгора О.К., асистент**

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

### БЕЗРОБІТТЯ СЕРЕД МОЛОДІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ В УКРАЇНІ

В таблиці 1 представлено статистичні дані безробіття в Україні за віковими групами.

Таблиця 1 – Рівень безробіття в Україні за віковими групами в 2018 році [1]

Показники	тис. осіб	У відсотках до економічно активного населення
Всього безробітних	1578,6	8,6
15-24 роки	233,7	17,9
25-29 років	218,6	9,8
30-34 роки	244,6	8,9
35-39 років	237,4	9,5
40-49 років	359,7	7,7
50-59 років	283,6	7,4
60-70 років	1,0	0,2

Згідно даних, наведених в таблиці 1, найбільший рівень безробіття в Україні спостерігається серед молоді 15-29 років.

Така ситуація з безробіттям серед молоді викликає певні негативні наслідки:

- зниження інтересу в молоді до освіти;
- поширення тіньового бізнесу;
- зниження рівня тривалості життя і збільшення смертності;
- збільшення числа розлучень, зниження народжуваності;

- зростання числа емігрантів;
- зниження рівня життя молоді;
- зниження національного патріотизму та ін.

Крім цього, як свідчать результати досліджень, підвищення рівня безробіття на 1% призводить до зростання злочинності на 7-8%. Не дарма в Японії вважають, що для боротьби зі злочинністю кращим засобом є зниження рівня безробіття.

З огляду на ситуацію, що склалася з безробіттям серед молоді, природно виникає питання про пошук причин безробіття.

Згідно статистичних та наукових даних основними причинами безробіття серед молоді України є:

- недосконалість територіального розвитку економіки країни, коли промислові підприємства і безробітна молодь знаходяться в різних регіонах України;
- розрив у вимогах роботодавців до випускників навчальних закладів і їх рівнем підготовки;
- невідповідність напрямків підготовки молодих фахівців вимогам економіки і суспільства;
- небажання роботодавців приймати на роботу фахівців без відповідного досвіду.

Слід зазначити також ще одну найважливішу особливість ринку праці - понад 50% безробітних - це люди, яким не подобається їх спеціальність. Розглядаючи безробіття серед молоді України, слід також розглянути досвід європейських країнах, де рівень безробіття також досить високий.

Згідно статистичних даних, за останні 10 років 85% нових робочих місць в Європі створили малі підприємства, де вартість одного робочого місця значно нижче, ніж на великих підприємствах. Найнижчий рівень безробіття серед молоді в Німеччині, де використовується подвійна система освіти. Її сутність у тому, що молодь, отримуючи середню освіту, одночасно набуває і практичну спеціальність, за якою зможе працювати в наступні роки життя.

Такий підхід дозволяє отримати практичні навички в ранньому віці і більш вірно вибрати свою майбутню спеціальність.

З огляду на ситуацію в економіці України і зарубіжний досвід, можна сформулювати наступні шляхи зниження рівня безробіття серед молоді:

- більш раціональний і зважений підхід до вибору своєї майбутньої спеціальності шляхом придбання певного практичного досвіду в ранньому віці і професійної орієнтації;

- врахування можливих напрямків розвитку економіки;

- формування високого наукового і кваліфікаційного потенціалу у випускників навчальних закладів, виховання в них переконань про безперервну освіту і можливу перекваліфікацію;

- розвиток малого підприємництва, що сприяє формуванню нових робочих місць;

- підвищення рівня державного впливу на регулювання зайнятості молоді;

- розвиток тих галузей економіки, які дозволять зменшити імпортозалежність країни.

Такий підхід до оцінки безробіття серед молоді дозволить більш глибоко зрозуміти причини безробіття та шляхи їх вирішення.

#### Література:

1 Безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2018 році [ Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

*Макаренко О.І., к.е.н., доцент*

*Зублевська Я.Ю., студент*

*Запорізький національний університет,*

*м. Запоріжжя, Україна*

### **АНАЛІЗ ВПЛИВУ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ**

В сучасних умовах економічного розвитку трудові ресурси є одним із головних факторів виробництва, від ефективного їх використання залежить ефективність виробництва. Узагальнюючим показником, що характеризує результати виробництва на регіональному рівні та відображає економічний розвиток регіону є валовий регіональний продукт (ВРП). ВРП вимірює додану вартість, яка обчислюється відніманням від сумарної валової продукції її проміжного споживання [1].

Дослідженню соціально-економічного розвитку регіонів приділяли увагу багато зарубіжних та вітчизняних вчених, серед них Данилишин Б. М. [1], Гончар В. Г. [2], Бондар О. П. [3] та інші. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень питання визначення впливу макроекономічних показників на економічний розвиток регіонів залишається актуальним.

Рівень ВРП впливає на рівень життя населення регіону та, в свою чергу, він залежить від чисельності працюючого населення. Відношення чисельності безробітних до загальної чисельності населення, середня заробітна плата – фактори, які впливають на виробництво в межах міста, регіону, країни.

Отже, як показники що впливають на обсяг ВРП регіону обрано: середню заробітну плату по області на одного штатного працівника, рівень безробіття у відсотках та чисельність населення в регіоні.

Аналіз впливу обраних показників на обсяг ВРП здійснено на прикладі Запорізької та Дніпропетровської областей. Використано статистичні данні за період з 2005 року по 2016 рік [4]. Динаміку ВРП по областях представлено на рис. 1. Так, за період що аналізується, обсяг ВРП у Дніпропетровській області збільшився у 5,9 разів, а у Запорізькій – у 5,2 рази.

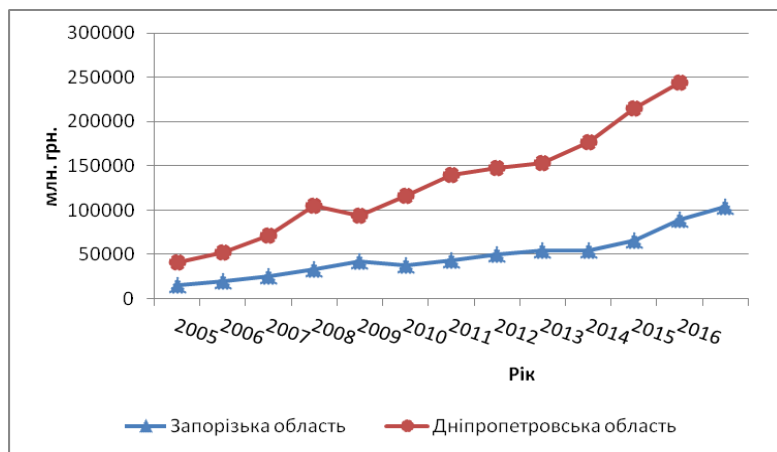


Рис. 1 – Динаміка ВВП по Запорізькій та Дніпропетровській областях 2005-2016 рр.

Джерело: складено авторами на основі [4].

Динаміку середньої заробітної плати на одного штатного працівника по Запорізькій та Дніпропетровській областях за період з 2005 р. по 2016 р. представлено на рис. 2. Можна зробити висновок, що середня заробітна за досліджуваний період зросла у 5,9 раз в Запорізькій області, та у 5,5 раз в Дніпропетровській області.

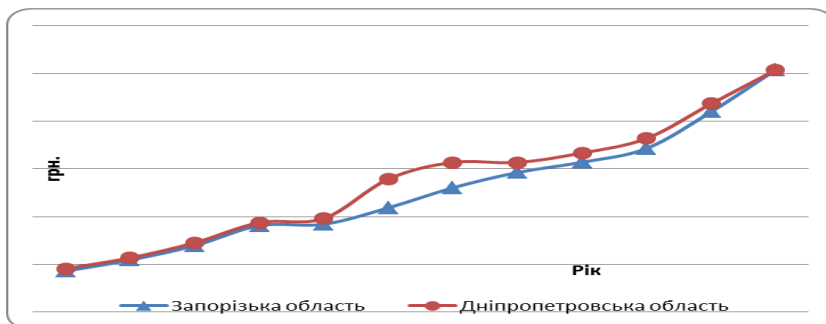


Рис. 2 – Динаміка середньої заробітної плати на одного штатного працівника по Запорізькій та Дніпропетровській областях 2004-2016 рр.

*Джерело: складено авторами на основі [4].*

Динаміку рівня безробіття в Запорізькій та Дніпропетровській областях представлено на рис. 3. За період, що аналізується, рівень безробіття в Запорізькій та Дніпропетровській областях збільшився у 1,4 рази.

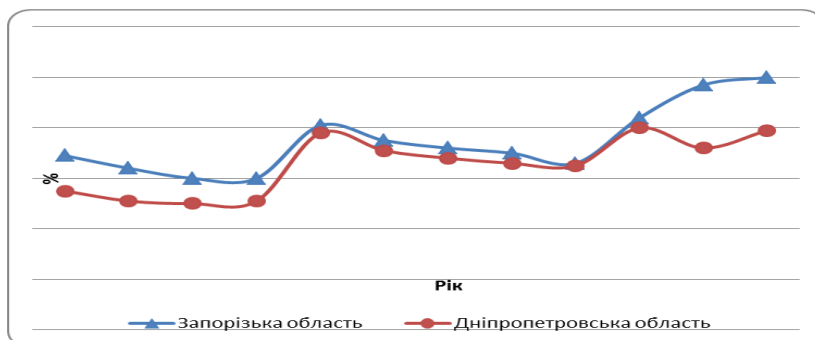


Рис. 3 – Динаміка рівня безробіття по Запорізькій та Дніпропетровській областях 2005-2016 рр.

*Джерело: складено авторами на основі [4].*



Динаміку чисельності населення в Запорізькій та Дніпропетровській областях представлено на рис. 4. За досліджуваний період спостерігається зменшення чисельності населення в Запорізькій області на 6,4 %, а в Дніпропетровській області на 6,6 %.

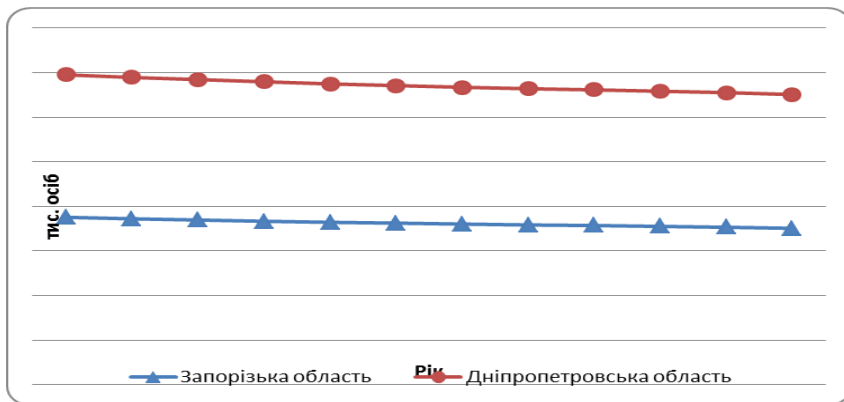


Рис. 4 – Динаміка чисельності населення в Запорізькій та Дніпропетровській областях 2005-2016 рр.  
Джерело: складено авторами на основі [4].

Параметри лінійної регресії оцінено методом найменших квадратів . Результати моделювання представлено в табл. 1.

Таблиця 1 – Моделі впливу середньої заробітної плати по області на одного штатного працівника , рівня безробіття у відсотках та чисельності населення в регіоні на ВРП.

Область	Модель	Характеристики
1	2	3
Запорізька	$y_t^3 = 449131 + 25,02x_{t1}^3 + 1343,5x_{t2}^3 + 235,79x_{t3}^3$ (1) $y_t^3$ - ВРП Запорізької області у період t. $x_{t1}^3$ - середня заробітна плата в Запорізькій області за період t. $x_{t2}^3$ - рівень безробіття у відсотках в Запорізькій області за період t. $x_{t3}^3$ - чисельність населення в Запорізькій області за період t.	$R^2=0,98$ $F_{розр} > F_{крит}$

1	2	3
Дніпропетровська	$y_t^{\text{Д}} = 266951,9 + 46,74x_{t1}^{\text{Д}} - 4044,04x_{t2}^{\text{Д}} - 71,14x_{t3}^{\text{Д}} \quad (2)$ <p><math>y_t^{\text{Д}}</math> - середня заробітна плата в Дніпропетровській області за період t.  <math>x_{t1}^{\text{Д}}</math> - рівень безробіття у відсотках в Дніпропетровській області за період t.  <math>x_{t2}^{\text{Д}}</math> - рівень безробіття у відсотках в Дніпропетровській області за період t.  <math>x_{t3}^{\text{Д}}</math> - чисельність населення в Дніпропетровській області за період t.</p>	$R^2 = 0,98$ $F_{\text{розрах}} > F_{\text{крит}}$

*Джерело: розраховано автором на основі [4].*

В моделі (1) параметри при змінних  $x_{t2}^3$  та  $x_{t3}^3$  - статистично не значущі. В моделі (2) параметри при змінних  $x_{t2}^{\text{Д}}$  та  $x_{t3}^{\text{Д}}$  також вляються статистично не значущими.

Отже, змінну  $x_{t2}^3$  «рівень безробіття» зі статистично не значущим параметром було виключено з моделі (1). Змінні  $x_{t2}^{\text{Д}}$  «рівень безробіття» та  $x_{t3}^{\text{Д}}$  «чисельність населення» було виключено з моделі (2). Отримано моделі (табл. 2).

Таблиця 2 – Модель впливу параметрів  $x_1^3$  та  $x_3^3$  на  $y_t^3$  та  $x_1^{\text{Д}}$  на модель  $y_t^{\text{Д}}$

Область	Модель	Характеристика
Запорізька	$y_t^3 = 501808 + 27,08x_{t1}^3 + 267,54x_{t3}^3 \quad (3)$	$R^2 = 0,97$ $F_{\text{розрах}} > F_{\text{крит}}$
Дніпропетровська	$y_t^{\text{Д}} = -1224,61 + 47,84x_{t1}^{\text{Д}} \quad (4)$	$R^2 = 0,98$ $F_{\text{розрах}} > F_{\text{крит}}$

*Джерело: розраховано автором на основі [4].*

Отже, дослідження впливу макроекономічних показників на економічний розвиток регіонів за допомогою регресійного аналізу дозволив дійти таких висновків:

- в Запорізькій області на обсяг ВРП впливають такі показники – середня заробітна плата на одного штатного працівника та чисельність населення;
- в Дніпропетровській області на обсяг ВРП впливає заробітна плата.

Крім того, аналіз значень регресійних коефіцієнтів моделей (3), (4) свідчить про те, що:

- в Запорізькій області збільшення заробітної плати на одну тисячу гривень призведе до збільшення ВРП на 27,08 тис. грн., а збільшення населення на 1 тис. осіб до збільшення ВРП на 267,54 тис. грн.;

- в Дніпропетровській області збільшення середньої заробітної плати на 1 тис. грн. призведе до збільшення ВРП на 47,84 тис. грн.

Перспективою подальших досліджень є проведення порівняльного аналізу аналогічних показників інших регіонів України.

#### Література:

1. Данилишин Б. М. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Аспект: навч. посібник. Київ. 2007. С. 688.

2. Гончар В. Г. Валовий регіональний продукт в системі оцінки економічної безпеки регіонів України. *Територіальний розвиток та регіональна економіка*. Київ, 2015. № 3 (113). С. 39-42.

3. Бондар О. П. Забезпечення економічної безпеки регіонів в Україні. *Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції*. 2013. № 4. С. 94–99.

4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

**Ткачова О.К., к.н.держ.упр., доцент**

**Власенко А.В., студент**

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

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Актуальність проблеми управління підприємством за допомогою сучасних інформаційних технологій (ІТ) зростає з кожним днем, адже інформаційні системи стають все більш доступними, характеризуються великим вибором програмних продуктів різної спрямованості, дозволяють ефективно та оперативно обробляти інформацію та передавати її на будь-які відстані в мінімальні терміни. Сучасні підприємства являють собою

складні організаційні системи з окремими складовими, які постійно змінюються та знаходяться в складній взаємодії, потребуючи комплексної автоматизації управління всіма виробничими, технологічними та інформаційними процесами та ресурсами. Тобто основним завданням є оптимізація діяльності підприємства на основі застосування інформаційних технологій [1]. Саме ІТ забезпечують та підтримують процеси пошуку, збору, передачі, збереження, накопичення, тиражування інформації та процедури доступу до неї. Успішне ведення бізнесу сьогодні практично неможливо без використання сучасних інформаційних систем. У найбільш розвинених країнах саме сектор високих технологій забезпечує їх процвітання і багатство.

Для ефективного впровадження інформаційних технологій, варто визначити їх вклад: 1) ІТ як функція забезпечення виробничого процесу, наприклад в сфері комунікацій чи автоматизації виробництва; 2) ІТ як інтегральна складова продукту; 3) ІТ як організаційний інструмент для створення віртуальних форм підприємства. Визначимо основні фактори, які сприяють та перешкоджають впровадженню інформаційних технологій (табл.1).

Інформаційні технології на підприємствах існують у вигляді різноманітних інформаційних систем і інформаційних комплексів та використовуються в різних сегментах управлінської системи.

Першою системою управління ресурсами підприємства стала відносно примітивна технологія планування потреб в матеріалах – комплекс MRP (Material Requirements Planning) [1]. Підвищення ефективності господарської діяльності відбувається на основі застосування ERP, MIS і BI-технологій. Їх використання дозволяє досягти синергетичного ефекту; автоматизувати та узгодити дії всіх відділів підприємства; успішно реалізувати стратегічну програму; підвищити конкурентні переваги [3]. MIS- та BI-системи дають можливість відслідковувати цикл життя кожного виробленого товару при цьому проводити постійно обробку значної кількості інформації з великою швидкістю. Для захисту даних підприємства використовують IBM Spectrum Protect (Tivoli Storage Manager). Ця платформа дозволяє централізувати контроль і адміністрування резервного копіювання та відновлення даних, захищає дані організації від апаратних збоїв та інших помилок, зберігаючи резервні і архівні копії даних в автономних сховищах [3].

Особливої уваги заслуговують сучасні програмні продукти, що застосовують інтелектуальний аналіз даних [4].

Таблиця 1 - Фактори впровадження інформаційних технологій

Фактори, що сприяють впровадженню ІТ	Фактори, що перешкоджають впровадженню ІТ
Збільшення ефективності виконання управлінських задач	Низька інформованість про програмні продукти та їх можливості
Оперативність у пошуку інформації	Висока вартість програмних продуктів
Оперативність у прийнятті рішень	Витрати на впровадження програм
Підвищення якості кадрових рішень	Витрати на навчання персоналу
Економія часу на обробку інформації	Складність вибору програмних продуктів
Зменшення ймовірності помилок	Недостатня забезпеченість технічними засобами на підприємствах

Якщо підприємство має за мету збільшити якість обслуговування клієнтів, то для даного випадку була розроблена концепція CRM (Customer Relationship Management) – управління взаємовідносинами з клієнтами). Основним завданням CRM є процес проведення автоматизованого збору даних про покупців і постійний інформаційний зв'язок з покупцями.

При виборі необхідного програмного комплексу для управління підприємством варто керуватись цілями, які треба досягти, чітко уявляти очікуваний результат. Адже вибір програмного комплексу є складовою частиною процесу впровадження інформаційної системи і не повинен бути орієнтований повністю на обраний софт, адже кінцевою метою даного впровадження є оптимізація управлінської інфраструктури підприємства.

Розвиток більшості підприємств вимагає реалізації клієнтоорієнтованої стратегії, оскільки збільшення ефективності діяльності підприємств значною мірою залежить від зростання клієнтської бази, збільшення лояльності існуючих клієнтів і, як наслідок, збільшення частки послуг, що робляться на ринку. Отже, створення дієвої інноваційної системи управління підприємством можливо тільки при комплексному підході, об'єднанні системи збалансованих показників з останніми інноваційними досягненнями

в сфері інформаційних технологій управління – PLM-технологіями. В якості PLM-системи розглядається не один «суперпродукт», а сукупність програмних продуктів, яка повинна вирішувати задачі як створення інженерних даних (засобами CAD/CAE/CAPP/CAM/MPM-систем), так і задачі управління даними і процесами підготовки виробництва (засобами PDM-системи). Система має обмінюватись даними з системою управління проектами та АСУП/ERP-системою, а також, при необхідності, з інформаційними системами замовника чи сумісного підприємства. Завдяки впровадженню в життя розробленого алгоритму вирішення проблем вибору інформаційних технологій управління на підприємствах можливим є вибір інформаційних технологій управління і оцінка результативності впливу ІТ-системи на діяльність підприємства [5].

Оцінка результатів упровадження обраної інформаційної технології управління на підприємстві має здійснюватися у двох напрямках. Перший – класичний напрям – включає оцінку фінансово-економічних показників діяльності, таких як аналіз звіту про прибуток і збитки в динаміці, аналіз бухгалтерського балансу, ліквідності, фінансової стійкості (також у динаміці), а оцінку ефективності інвестиційного проекту із впровадження інформаційної технології управління. Другий напрям пов'язаний з аналізом зміни показників, що характеризують реалізацію клієнтоорієнтованої стратегії розвитку підприємства: збільшення клієнтської бази, частки ринку, частки постійних клієнтів у загальному обсязі клієнтської бази, договорів генеральних підрядників.

Таким чином, роль інформаційних технологій в управлінні підприємством безперечно велика адже загальне впровадження новітніх інформаційних технологій в структури сучасних організацій стало об'єктивною реальністю. На усіх управлінських рівнях є необхідність та можливість розширити комунікаційні та інформаційні можливості за рахунок впровадження сучасних інформаційних технологій. Використання сучасних програмних продуктів, які представляють собою гнучку відкриту структуру, що можна перебудовувати, доповнювати новими модулями чи зовнішнім програмним забезпеченням – шлях до ефективної діяльності підприємства та підвищення його

конкурентоспроможності. Зазначена проблема вимагає подальших наукових досліджень.

#### Література:

1. Михайлов А. Г. Семь подходов к разработке ИТ-стратегии. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.osp.ru/cio/2004/02.html>.

2. Годин В. В. Управление информационными ресурсами: модульная программа для менеджеров [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=932987>.

3. Рибалко Л. П. Застосування сучасних корпоративних інформаційних систем в управлінні підприємствами // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип.15. – С. 82-85.

4. Ткачова О. К. Теоретичні аспекти розробки систем підтримки прийняття рішень / Ткачова О. К., Говоруха В. Б. // Вісник АМСУ. Серія «Технічні науки» – Дніпропетровськ, 2010. – №2 (44). – С. 130-137.

5. Мировой рынок информационных и телекоммуникационных технологий. Консалтинг-Центр «ШАГ» [Електронний ресурс].– Режим доступу: URL:<http://stepconsulting.ru/publ/erp.shtml>.

*Хасін В.К., аспірант*

*Університету імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна*

### **ЗАКОНОМІРНОСТІ В ЦІНОУТВОРЕННІ ОЛІГОПОЛІСТІВ НА РИНКУ З НЕДОСТАТНЬОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ І ВИСОКОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ЗНАЧИМІСТЮ**

З огляду на соціальне значення фармацевтичного ринку, важко переоцінити негативний ефект подорожчання препаратів для лікування населення. Коливання цін, а так само реакції споживачів спотворюють дійсний ринковий попит на групи товарів, які не мають характеристик життєвої необхідності і мають товари-замінники (субститути) [1, с.28-41]. Будь хто з постачальників та дистрибуторів може використовувати не ринкові важелі в

ціноутворенні і диктувати ціни на ринку, просто демонструючи їх в своїх пропозиціях, викликаючи ефект підвищення цін іншими гравцями [4]. Цінової паралелізмом присутній при відсутності змови і стихійним чином утримує ціни на ринку. Ми можемо говорити про диктат цін, який відбувається при піднятті ціни одним з гравців та симетричному піднятті цін іншими гравцями, при якому досить просто показати ціну, не вступаючи в договірні взаємини. Кожен з гравців діє в умовах ризику отримання не достовірної інформації, що створює ще більший та непередбачуваний ціновий хаос. [1, С.60-61]

Розглянувши характер і специфіку, а так само взаємозв'язок коливань і змін цін між дистрибуторами, драйвером яких є зміна курсу валют [2] ми можемо припустити появу абсолютно нового типу ринку - ринку з непрямим змовою. Коливання цін відбуваються на тлі монотонного поступального тренда підвищення загального рівня цін слідом за зростанням курсу валюти. Основний період коливань по спостережуваному періоду склав 6,9 тижнів, що є основною частотою коливання курсу валют, та ця частота є найпотужнішою. (В дослідженні використовувалися статистичні данні ціноутворення ринкообразуючих дистрибуторів за період з 05.2015 р. до 03.2017 р., оброблені IBM SPSS Statistics). В результаті аналізу цінових коливань на ґрунті наявної валютної динаміки а також цінових ігор та взаємодій між основними дистриб'юторами ринку в аналізованому періоді проведено пошук закономірностей і залежностей коливань цін від різних чинників. Проведена кластеризація товарів по постачальникам по величині коливань та змодельовано розміри втрат споживачів від необґрунтованих цінових коливань, в т.ч. обчислено їх спираючись на наявну статистичну інформацію про обсяги фармацевтичного ринку України. [3]. В результаті проведеного аналізу та кластеризації товарних груп за основними частотами коливань підтверджено хаос в формуванні цін для роздрібного сегменту, які фактично є заручниками олігополістів та необґрунтованості факторів, призводящих до здорожчення товарів для кінцевого споживача. Підтверджена наявна проблема в ціноутворенні у дистрибуторів. Розглянувши та проаналізувавши кластери товарів, сформованих при обробці даних, не вдалося виявити будь яку залежність та закономірність попадання товарів в певні кластери та частоти. Виявлена проблема та причини її виникнення є кроком до



формування та розробки шляхів та засобів для її подолання та вирішення.

Розглянувши коливання цін довелося прийти до висновку, що якогось вирішального впливу дефіцит на коливання цін немає, а цикл коливань залишився переважно в районі 6 тижнів. Глибокий по-позиційні аналіз дефіцитів показав нам, що основна причина дефіциту в більшості випадків - тимчасові дефекти в плануванні, що призводять до короточасної відсутності товару в пропозиціях. Як правило, фактор самої наявності дефіциту не встигав надати будь-який вирішальний вплив на попит товару у покупців (роздрібного сегмента фармацевтичного ринку), що стало причиною відсутності кореляції між дефіцитами і коливаннями цін. Хаос, що виникає через розбалансованість і не прогнозованості курсових коливань є більш сильним фактором для змін цін, ніж явища дефіцитів. І навіть за тривалий період аналізу ми не змогли вловити будь-якої тактики в поведінці гравців ринку в площині ціноутворення, а також помітити якісь елементи стратегії або тактики в діях, спрямованих на формування цін.

Запропоновано новий підхід до визначення втрат, який виключає тренд і здорожчення в залежності від середньостатистичного зростання ціни валют, а враховуються виключно коливання навколо лінії тренда зростання курсу, які призводять до потенційної можливості купити дорожче реально обґрунтованої ринковими умовами ціни. У розрахунку втрат виключаються сезонні коливання як ринковий фактор впливу на попит, який тягне за собою закономірні зміни цін. Тобто, економічно необґрунтованими коливаннями ми вважаємо коливання з перевищенням тренду зростання ціни валют, сезонних коливань, пов'язаними зі змінами попиту та маркетинговими загрузками роздрібних агентів ринку.

Драйвером коливань є бажання закласти в ціну перспективні ризики змін курсу на коротких проміжках, а так же цінова боротьба операторів ринку і ефект цінового паралелізму на олігополістичному ринку дистрибуції фармацевтичних препаратів. Але, саме ці коливання і є основною складовою втрат ринку, що реалізуються при закупівлі товарів на піку необґрунтованих зростань цін, які є результатом функціонування складного механізму ціноутворення на ринку недосконалої конкуренції. [1]. Основною причиною можливості існування такого ринку можна

вважати так зване вимушене споживання, при якому за будь-яку ціну пацієнти змушені придбати той чи інший лікарський засіб, вибираючи між товарами - субститутами, аналогічними за властивостями і дії «генериками» або оригінальними препаратами, а так само маючи в запасі різні варіанти в схемах і підходах лікування або самолікування. Весь набір запропонованих до споживання товарів з незначним винятком знаходиться в переліку запропонованих усіма основними дистриб'юторами на фармацевтичному ринку.

Напрямок подальших досліджень буде дослідження поведінки окремих гравців ринку, порівняння специфіки коливань цін у кожного окремо в порівнянні з конкурентами і проведення паралелі між отриманими даними і місцем кожного оператора на ринку, також виявлення зв'язку між різницею в характеристиках коливань цін та ринковими долями дистрибуторів. В подальших дослідженнях буде сформовані стратегічні рекомендації для учасників ринку, які дозволять включити ринкові та прозорі механізми ціноутворення, подолав основні виявлені причини цінового хаосу.

#### Література:

1. Есипов В.Е. Цены и ценообразование.- Санкт - Петербург, 2001.
2. Курс денег [Електронний ресурс] Режим доступу: (<http://old.kurs.com.ua/grafik-kursa-dollar/2017-09-01/2017-10-09/mezhsbank>), 11.08.2018 г.
3. Специализированное интернет-издание [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.pharmstandart.com.ua>, 02.03.2018 г.
4. Джон Дейли. Эффективное ценообразование - основа конкурентного преимущества = Pricing for Profitability: Activity-Based Pricing for Competitive Advantage. — М.: «Вильямс», 2003. — С. 304. — ISBN 0-471-41535-9.

## **СЕКЦІЯ 8. ФІНАНСОВІ ТА БУХГАЛТЕРСЬКІ ІНСТРУМЕНТИ В АКТИВІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО ПІДНЕСЕННЯ**

*Кожухова Т.В., д.е.н., доцент*

*Кондратюк О.М., к.е.н., доцент*

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

### **БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Процеси глобалізації економіки створюють нові, більш складні умови управління підприємством, а отже і фізичним, фінансовим, людським капіталом, соціально-трудовами, екологічними, економічними і правовими відносинами. Підприємства позиціонуються в соціально-економічному просторі як центр перетину інтересів різних суб'єктів і інститутів, цілі діяльності якого визначаються як отриманням власної вигоди так і мають бути гармонізовані з цими інтересами.

Кожний з напрямів (пріоритетів) ставить відповідні завдання перед системою управління, а відтак обумовлює певний вектор розвитку бухгалтерського обліку і звітності. В таких умовах виникає потреба в розширенні обсягів інформації.

Успішне управління компаніями зумовлюють формування оригінальної «еластичної» обліково-звітної системи, яка здатна пристосовуватися до змін внутрішнього і зовнішнього середовища [1].

Для забезпечення гармонійного розвитку підприємства завданням керівника є не тільки розрахувати можливий прибуток і собівартість продукції, виходячи з власного потенціалу підприємства, а й оцінити фінансовий стан, рівень інвестиційної привабливості, економічну ефективність вкладень в інновації, в охорону природи, соціальну сферу, спрогнозувати фінансово-господарську діяльність з урахуванням параметрів зовнішнього середовища. Внаслідок цього виникає питання про розробку і провадження нових підходів в системі бухгалтерського обліку, в т.ч. його управлінської складової, котрі зможуть врахувати

максимальну кількість факторів, що здатні вплинути на діяльність підприємства задля ефективного управління ним.

Система бухгалтерського обліку виступає комунікаційною інформаційною системою, яка отримує інформацію та передає оброблену достовірну і своєчасну відповідним користувачам.

Останнім часом все більше підприємств заявляють про соціальну відповідальність бізнесу, демонструючи тим самим зміну філософії управління підприємством. Виходячи з особливої значущості екологічного фактора у забезпеченні сталого розвитку економіки на всіх рівнях управління екологічну діяльність науковці наполегливо пропонують виділити в переліку класифікації видів діяльності та визнати об'єктом управління та облікового відображення. Таким чином обґрунтовуються напрями розвитку бухгалтерського обліку і звітності – екологічний облік, соціальний облік, інтегрована звітність зі стійкого розвитку компаній, а разом з тим і необхідність відповідного інформаційного забезпечення [1].

У сучасному світі поняття фінансової стабільності та успішності компанії безпосередньо пов'язано з нефінансовими показниками і аспектами діяльності, позиціями у рейтингах, репутацією, відкритістю та сумлінністю. Інвестори стали більше звертати увагу на ставлення компанії до співробітників, клієнтів, конкурентів, суспільства. Нефінансова звітність, підготовлена за стандартом GRI (Global Reporting Initiative), допомагає бізнесу краще розуміти проблеми, ризики і можливості для розвитку та демонструвати його фінансову, економічну і соціальну результативність. Стандарти підготовки такої звітності удосконалюються, одні втрачають чинність, приймаються нові, а отже змінюються інформаційні запити, на котрі реагує і система бухгалтерського обліку підприємства.

У підтвердження прозорості показників фінансової звітності та ведення бізнесу юрисдикція міжнародних стандартів фінансової звітності повсякчас розширюється. Перелік підприємств в Україні, котрі зобов'язані складати фінансову звітність за МСФЗ збільшується. Перехід на міжнародні стандарти обліку обумовлює зміни у підходах оцінки активів, резервів, визнанні доходів і витрат, форм представлення фінансових звітів та їх контенту. А отже і адаптацію діючої облікової системи підприємства до нових вимог. Крім того, МСФЗ передбачають застосування професійного судження [2]. Необхідність пов'язана з появою нових об'єктів

бухгалтерського обліку і нетипових операцій, які раніше не відображалися у фінансовій звітності підприємства (*ділова репутація компанії, людський капітал, клієнтська база, транзакційні витрати*); необхідністю визначення сутєвості (помилки, операції); вибором оцінки об'єкта бухгалтерського обліку. Фінансова звітність, складена за МСФЗ, створює умови для взаємного обміну економічною інформацією, основна мета застосування МСФЗ полягає у забезпеченні достовірності та зрозумілості інформації щодо діяльності суб'єктів господарювання в різних країнах і як наслідок – підвищення довіри до системи управління підприємством.

Застосування інформаційних технологій набуває все більшого значення в процесі управління підприємством. Сучасні інформаційні технології можуть радикально змінити бізнес-процеси та поліпшити показники діяльності підприємства. Застосування інформаційних технологій дозволяє управляти та контролювати закупки, розрахунки, витрачання ресурсів, виготовлення продукції, реалізацію, проекти, кадрові ресурси, витрати та доходи. В цілому, підвищують економічну безпеку підприємства. Наприклад, програмне рішення SAP Business One представляє повний набір рішень, необхідних для автоматизації управління, забезпечує керівників прозорістю всього бізнесу і повним контролем над кожним аспектом діяльності підприємства та містить модулі для ведення бухгалтерського та податкового обліку.

Розвиток інноваційних інформаційних технологій в найближчому майбутньому змінить усі економічні процеси, вплине на систему управління, а отже і на бухгалтерський облік. Наприклад, штучний інтелект, машинне навчання, *BigData* здатні будуть обробляти й аналізувати величезні масиви інформації в найкоротші терміни за попередньо розробленими алгоритмами та удосконалювати їх у процесі функціонування. Прогнозується, що штучний інтелект зможе сам складати різну звітність. Прогнозується і використання *Блокчейну (Blockchain)* – розподіленої бази даних, яка підтримує перелік записів, званих блоками, що слугує “бухгалтерською книгою” для відображення усіх змін та операцій. Технологія блокчейн передбачає здійснення записів в спеціальній структурі, де обов'язково фіксується час і посилання на попередню господарську операцію. Така база облікових даних захищена від зміни чи підробки, оскільки не

дозволяє змінювати операційну дату і час. Технологія ланцюгового-блокового структурування облікової інформації значно підсилює інформаційний захист підприємства. У зв'язку зі зростаючими кіберзагрозами, черезпоширення вірусів з метою блокування комерційної діяльності чи викрадення облікової інформації [3].

Застосування інноваційних технологій дозволить зменшити час на обробку інформації, чисельність облікового персоналу, а отже і витрати на нього.

Для забезпечення конкурентоздатності і закріплення на ринку підприємству необхідно постійно працювати в напрямку забезпечення ефективного управління підприємством, яке повинно базуватися на поєднанні зовнішньої і внутрішньої ефективності управління. Зовнішня ефективність управління характеризується ступенем досягнення цілей та ступенем виконання планів діяльності підприємства. Внутрішня ефективність може бути охарактеризована за допомогою показників економічної, фінансової, ресурсної, ефективності, а також показників, що характеризують соціальний, науково-технічний та екологічний ефект управління підприємством.

Сучасні умови ведення бізнесу та технологічні тенденції уже кардинально змінюють економічні та господарські процеси, що потребує адекватних трансформацій в системі управління підприємством, так і системи обліку як основного генератора економічної інформації для прийняття управлінських рішень.

#### Література:

1. Бухгалтерський облік і звітність сталого розвитку корпорації / О.М. Кондратюк, Т.В. Кожухова // Проблемні аспекти та перспективи розвитку обліку, контролю, аналізу і оподаткування суб'єктів господарювання в умовах глобалізації економіки : колективна монографія. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – С. 55-66.
2. Kondratyuk Olga. Model organizacyjny polityki rachunkowości zgodnie z MSSF / Olga Kondratyuk etc // *Periodyk naukowy Akademii Polonijnej, Częstochowa, Akademia Polonijna w Częstochowie*, 2017, 24 (2017) nr 5, – s. 121-133.
3. Муравський В. Вплив глобальних технологічних тенденцій на організацію обліку / В. Муравський // *Вісник Тернопільського національного економічного університету*, 2017. - №4. – С. 138-147.

*Рогов Г. К., д.е.н., доцент  
Національний університет кораблебудування  
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ МЕХАНІЗМІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Теперішня модель функціонування української економіки, якої притаманні високе екологічне навантаження та низькі соціальні стандарти, не спроможна забезпечити досягнення цілей сталого розвитку, визначених у результаті переосмислення взаємовідносин бізнесу та суспільства [1]. Перехід на нову сучасну модель розвитку, збалансованого в економічному, соціальному та екологічному вимірах, потребує відповідної системи фінансових механізмів (бюджетного, податкового, інвестиційного, кредитного та страхового), яка якісно відрізняється від існуючої. З огляду на це, актуальною є проблема обґрунтування теоретичного підходу до її формування.

Для її вирішення, по-перше, слід визначити до якого класу належить така система, тобто чи є вона відкритою, нелінійною та здатною до самоорганізації. По-друге, – встановити характер найбільш імовірних процесів, які відбуватимуться в системі внаслідок часткових управлінських впливів на неї. Йдеться про можливість не лише кількісних, але й якісних розбіжностей результатів реформ з їх метою, а також про ймовірність переходу економічної системи у нерівноважний стан на певних етапах розвитку фінансових механізмів. По-третє, слід звернути увагу на наслідки цих процесів, які проявляються на мікроекономічному рівні.

Всі складові макроекономічної системи, від рівня корпорації та вище, являють собою еволюціонуючі системи, тобто відкриті, складні, здатні до самоорганізації. Саме такі складові (підприємства, інші суб'єкти інвестиційного, кредитного та страхового ринків тощо) входять у структуру системи фінансових механізмів, будучи суб'єктами їх формування і застосування [2., с.58 – 60.] Отже, система фінансових механізмів також належить до систем такого класу. Зазначене розуміння системи фінансових механізмів дозволяє визначити характер процесів її розвитку, а

також обґрунтувати застереження щодо управляючих впливів, спрямованих на її удосконалення.

Вихід системи з рівноважного стану здійснюється через накопичення флуктуацій, тобто випадкових відхилень від нього, обумовлених зовнішнім впливом, а також через позитивні зворотні зв'язки, які на відміну від негативних, не блокують флуктуації, а підсилюють їх. Сьогодні ефект буд-яких часткових соціально-економічних реформ в Україні нейтралізується негативними зворотними зв'язками. Процес самоорганізації системи являє собою утворення її високопорядкованих структур незалежно від виду організації, що нав'язується зовні. Таке розуміння самоорганізації не заперечує значення впливів керуючої системи, але і не вважає їх жорстко детермінованими.

Іншими словами, результат зовнішньої дії може зовсім не збігатися з очікуваним результатом не лише кількісно, але й якісно. Навіть незначна зміна умов господарювання може мати непередбачені наслідки в довгостроковій перспективі [3, с.846]. Наприклад, запровадження системи торгівлі квотами на викиди парникових газів, без створення необхідних передумов, зокрема фіскально-нейтральної еколого-грудової податкової реформи, може призвести, замість зниження антропогенного навантаження на довкілля, до поширення практики ухилення від вимог чинного законодавства.

Отже, шляхом усунення деяких бар'єрів підвищення корпоративних соціальних і екологічних стандартів та точкового удосконалення існуючих стимулів, не можливо подолати поріг чутливості, а отже й змінити вектор дії фінансових механізмів та стратегічну поведінку підприємств. Таким чином, априорі недоцільними є не лише спроби створення окремих фінансових механізмів без урахування їх системних взаємозв'язків і взаємодії, але й очікування арифметичної суми результатів запровадження кожного з них. Постає задача досягнення резонансного ефекту реформ, спрямованих на виведення системи фінансових механізмів з існуючого рівноважного стану, для якого характерним є однобока орієнтація суб'єктів господарювання на суто економічні цілі, та надання їй принципово іншого вектору розвитку в напрямі гармонізації державних, суспільних і корпоративних інтересів. Він є можливим, якщо реформи нададуть імпульс створенню взаємодоповнюючих ринкових фінансових механізмів забезпечення



корпоративної стійкості, якісним трансформаціям інституціонального середовища та переорієнтації суб'єктів господарювання на нові стратегічні траєкторії розвитку.

Глобальні перетворення такого роду не вписуються в схему відхилень системи від рівноважного стану та його наступного відновлення. Вони об'єктивно пов'язані з активізацією в економічній системі позитивних зворотних зв'язків, проходженням її через точку біфуркації, виходом на новий атрактор і процесами самоорганізації суб'єктів інвестиційного, кредитного та страхового ринків, підприємств, бізнес-асоціацій, об'єднань стейкхолдерів тощо. На мікроекономічному рівні це, передусім, означає необхідність управління ризиками, які виникають внаслідок зазначених процесів і реалізації методів використання фінансових механізмів для розробки стратегій забезпечення корпоративної стійкості в умовах невизначеності. Отже, формування системи фінансових механізмів сталого розвитку означає кардинальну трансформацію моделей функціонування суб'єктів господарювання.

Принципи системно-синергетичного підходу уможливають побудову таких основ формування кожного фінансового механізму корпоративного сталого розвитку та забезпечення системних зв'язків між ними, які відповідають спільним інтересам економічних суб'єктів і призводять до виникнення позитивного синергетичного ефекту. Це конче важливо для запобігання виходу економічної системи на небажані атрактори, наприклад, імітації корпоративної екологічної діяльності та зловживання нею (*greenwashing*), поширення схем ухилення від вимог податкового законодавства або скорочення виробництва та звільнення персоналу.

Стадії розвитку фінансових механізмів об'єктивно залежать від зрілості інституціонального середовища. Разом з тим, має місце і зворотний зв'язок. Застосування системно-синергетичного підходу до дослідження формування системи фінансових механізмів сталого розвитку означає, передусім, їх налаштування не лише на прямиий вплив на підприємства, але й опосередкований інституціональним середовищем. Дослідження фінансових механізмів об'єктивно передбачає визначення напрямів їх впливу на норми права, економічні умови функціонування підприємств та неформальні обмеження. Найбільш очевидно цей вплив

проявляється через бюджетне фінансування програм, які сприяють корпоративному сталому розвитку.

Більш того, можна стверджувати, що самі фінансові механізми розвиваються через системну взаємодію з інституціональним середовищем. Так, за сучасних проблем інвестиційного механізму в Україні, навіть в умовах дії податкових і бюджетних стимулів сталого розвитку, важко сподіватися на скільки-небудь значні прояви соціально-відповідального інвестування, але їх вирішення спроможне змінити стратегічні орієнтири інвесторів. Це має привести до формування інвестиційного механізму збалансованого розвитку, який надає переваги підприємствам з високим корпоративними екологічними і соціальними стандартами, що, у свою чергу, позитивно вплине на прийняття бізнес-середовищем принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Взаємозв'язок процесів формування фінансових механізмів та інституціонального середовища підприємств свідчить про те, що правова база податкового та будь-якого іншого фінансового механізму має бути результатом консенсусу державних органів управління, бізнес-спільноти та інститутів громадянського суспільства. Зважаючи на викладене вище, можна зробити висновок про важливість інституціональної домінанти системно-синергетичного підходу до реформування фінансових механізмів, що передбачає реалізацію промислової політики, яка стимулює підвищення корпоративних екологічних і соціальних стандартів, уможливорює забезпечення балансу інтересів стейкхолдерів та створює умови фінансування сталого розвитку підприємств.

#### Література:

1. Рогов Г. К. Формування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку : монографія. Херсон : ФОП Грінь Д. С., 2017. 424 с.

2. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна доповідь 2017. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2017 [http://www.un.org.ua/images/SDGs\\_NationalReportUA\\_Web\\_1.pdf](http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf) (дата звернення : 28.03.2019).

3. Liening A. Synergetics – Fundamental Attributes of the Theory of Self-Organization and Its Meaning for Economics. *Modern Economy*. 2014. Vol.5, P. 841–847.

## **ПЕНСІЙНА ПОВЕДІНКА ДОМОГОСПОДАРСТВ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах господарювання об'єктивно зростає важливість вивчення відносин, які характеризують фінансову поведінку домогосподарств, оскільки її особливості стали суттєво впливати на фінансовий ринок України. Це зумовило появу наукових досліджень фінансової поведінки домашніх господарств, які в останні 2 десятиріччя є актуальними і значимими в вітчизняній фінансово-економічній науці. Фінансова поведінка домогосподарств як об'єкт дослідження розглядалася в працях П.В. Ілляшенка, Т.О. Кізіми, О.А. Ковтун, І.А. Ломачинської, С.В. Юдіної, О.В. Золотарьової та ін.

Структурною складовою фінансової поведінки домогосподарств є пенсійна поведінка. Для виявлення кількісних і якісних закономірностей пенсійної поведінки населення і побудови її моделей в якості основних методів використовуються аналіз статистичних даних, соціологічні опитування, спостереження та інші методи.

Метою дослідження є виявлення особливостей пенсійної поведінки домогосподарств на фінансовому ринку України.

Пенсійна поведінка домогосподарств направлена на забезпечення гідних умов, рівня і якості життя після завершення трудової діяльності громадян. Пов'язана вона, в першу чергу, з формуванням пенсійних накопичень. В Україні для цього створена пенсійна система, яка в сучасному вигляді діє з 2004 року, і формально складається з трьох рівнів пенсійного забезпечення. Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» передбачає, що пенсійні виплати майбутнім пенсіонерам будуть формуватися з трьох незалежних джерел: солідарної системи, яка реалізується через Пенсійний фонд України (ПФУ); *обов'язкової накопичувальної системи*, яка передбачає щомісячні обов'язкові відрахування із заробітної плати працівника (з 2% до 7% від зарплати, поступове щорічне зростання) до обраного учасником сертифікованого недержавного пенсійного

фонду (НПФ) та/або Накопичувального фонду (її введення дію в 2019 р. очікується); *системи добровільного недержавного пенсійного забезпечення* шляхом укладення пенсійних контрактів з НПФ, договорів зі страховими організаціями та банківськими установами.

Актуальність вивчення закономірностей пенсійної поведінки домогосподарств обумовлюється тим, що солідарна пенсійна система не може забезпечити гідний рівень пенсії через демографічну ситуацією в Україні, яка кваліфікується багатьма експертами як кризова і полягає у скороченні рівня народжуваності, збільшенні рівня смертності, підвищенні тривалості часу життя людей середнього та старшого поколінь, зростанні їх частки в усій сукупній тривалості життя кожного покоління, збільшенні кількості українців, що працюють, або навчаються за кордоном. Демографічні тенденції створюють все сильніший тиск на пенсійну систему і державні фінанси України.

На початок 2019 року ПФУ нарахував в країні 11 мільйонів 470 тисяч 405 громадян, які отримують пенсійні виплати. За даними Мінсоцполітики України, в країні 16 мільйонів працездатного населення, і тільки 12 мільйонів з них сплачують єдиний соціальний внесок. Працюючі українці вже не в змозі забезпечити сталість солідарної пенсійної системи. Зараз співвідношення працюючих і пенсіонерів в Україні - практично 1:1. Тобто соціальний внесок з однієї зарплати повинен забезпечувати як мінімум одного пенсіонера [3].

Середній розмір призначених пенсій з цільовою грошовою допомогою з урахуванням індексації, на 01.01.2019 р. в Україні складає 2645,66 грн.

Розподіл пенсіонерів за розмірами призначених їм місячних пенсій станом на 01.01.2019 р. надано на рис. 1.

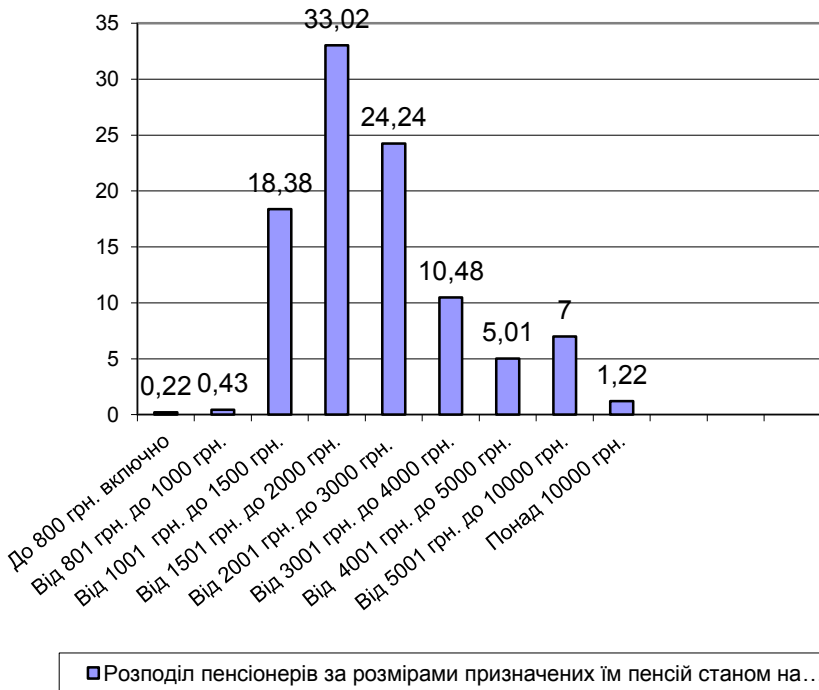


Рис. 1 - Розподіл пенсіонерів за розмірами призначених їм місячних пенсій

*Джерело: побудовано і розраховано автором за даними [4]*

З рис.1 слідує, що 52,05% пенсіонерів в Україні отримує пенсії менші за середню. Не зважаючи на невеликий розмір пенсій, велика кількість пенсіонерів призводить до високого рівня пенсійних видатків і дефіциту бюджету ПФУ. Найбільш значними темпами дефіцит ПФУ почав зростати з 2015 р. Покриття дефіциту за рахунок коштів Державного бюджету уповільнилося тільки у 2017 р. Залучення коштів з Державного бюджету України у бюджет ПФУ:

- у 2015 р. порівняно з 2014 р., виросло на 600%;
- у 2016 р. порівняно з 2015 р., виросло на 50%;
- у 2017 р. порівняно з 2016 р., зменшилось на 1%.

Станом на 01.01.2018 р. залишок неповернутих сум позик, що були залучені бюджетом Пенсійного фонду України від Державного бюджету України протягом попередніх бюджетних періодів становив 48 млрд. грн. [1, с. 10].

У 2018 р. доходи бюджету ПФУ склали 352,6 млрд. грн., а дотації з Державного бюджету – 139,3 млрд. грн. (39,50% від загального обсягу доходів бюджету ПФУ). Загальний обсяг дохідної частини бюджету ПФУ у 2019 р. складає 398,18 млрд. грн., а запланований обсяг асигнувань з Державного бюджету становить 167,50 млрд. грн. (42,07 % від загальної суми доходів ПФУ) [7].

Отже, по – перше, сучасний рівень державного пенсійного забезпечення в Україні не гарантує гідного життя для громадян похилого віку; по-друге, стійкість фінансів солідарної пенсійної системи України досягла критично низького рівня і вимагає термінового фундаментального реформування за рахунок запровадження накопичувальної системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, якою передбачається формування додаткових коштів для майбутніх пенсіонерів шляхом обов'язкової сплати внесків на індивідуальні пенсійні рахунки та їх інвестування.

Перераховане вище є фактором, що змінює пенсійну поведінку домогосподарств. на фінансовому ринку України. Українські домогосподарства для забезпечення достатнього розміру пенсії вже не можуть розраховувати лише на державне загальнообов'язкове пенсійне страхування. Ефективним інструментом самофінансування майбутньої пенсії є добровільне недержавне пенсійне забезпечення, завдяки якому кожен бажачий може накопичити додаткові пенсійні кошти для себе, своїх близьких або працівників свого підприємства.

Суб'єктом добровільного недержавного пенсійного забезпечення та одним з основних небанківських посередників на фінансовому ринку є НПФ, які в Україні є недостатньо розвинутими. Ця теза підтверджується тим, що станом на 01.06. 2017 р. загальна вартість активів, управління якими здійснювалося в рамках пенсійних програм становила всього 2248,7 млн. грн. При цьому частка пенсійних активів відносно ВВП складала близько 0,01, що є значно меншим, ніж показники розвинутих країн, таких як США, Німеччина та Іспанія. У багатьох фондах

рівень забезпечення пенсійними виплатами учасників є наднизькими (менше 200 грн. на одного учасника) та відсутня інформація щодо чистої вартості активів та кількості учасників, що свідчить про незадовільну роботу адміністраторів цих фондів. Основними інвестиційними інструментами для НПФ залишаються вкладення в банківські депозити та цінні папери, дохід за якими гарантовано Кабінетом Міністрів України. Такі інвестиційні інструменти, як вкладення в пайові інвестиційні фонди, фонди нерухомого майна та недержавні цінні папери, не є поширеними у практиці українських НПФ [2, с. 5].

За даними Нацкомфінпослуг у першій половині 2018 р. переважну більшість учасників НПФ (60,7%) становили особи віком від 25 до 50 років та особи вікової групи від 50 до 60 років (27%). Частка учасників НПФ вікової групи старше 60 років дорівнювала 11,1%, вікової групи до 25 років - 1,2%. При цьому в кожній віковій групі більшість становили чоловіки, а у віковій групі старше 60 років їхня кількість перевищувала жінок у 2,3 рази [5].

Показники діяльності НПФ України надані в таблиці 1

Таблиця 1- Показники діяльності НПФ в Україні

Роки	Показники				
	Кількість НПФ, шт.	Кількість учасників за укладеними пенсійними контрактами, тис. осіб	Загальна вартість активів НПФ, млн.. грн.	Пенсійні внески, млн. грн.	Пенсійні виплати, у % до сукупних фінансових ресурсів домашніх господарств
1	2	3		4	6
Станом на 30.06.14 р.	80	837,7	2381,3	1722,8	1,2
Станом на 30.06.15 р.	72	833,5	2 157,1	1845,6	1,6
Станом на 30.06.16 р.	66	831,2	2000,3	1847,8	1,5
Станом на 30.06.17 р.	64	838,0	2248,7	1945,6	1,4
Станом на 30.06.18 р.	62	846,2	2536,7	1937,7	1,3

*Джерело: складено і розраховано автором на основі [6], [8]*

З табл. 1 слідує, що кількість НПФ за період з 2014 –

2018рр. зменшилась. Динаміка кількості учасників НПФ, загальної вартості їх активів, пенсійних внесків характеризується незначним збільшенням. Очевидним є, що для домогосподарств як учасників НПФ страхові виплати являють собою досить незначну складову сукупних фінансових ресурсів, розмір якої коливався від 1,2% в 2014 р. до 1,3% в 2018 р., досягаючи найбільшого значення 1,6% в 2015р.,

Таким чином, результати проведеного дослідження особливостей пенсійної поведінки домогосподарств на фінансовому ринку України свідчать про досить пасивну пенсійну поведінку населення, але особи у віці від 25 до 50 років та чоловіки є більш зацікавленими у використанні НПФ для розширення можливостей в фінансуванні майбутніх пенсійних виплат.

#### Література:

1. Аналіз діяльності ПФУ за 2015 – 2017 роки. URL: <https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2018/08/2018-08-28.-analiz-pf-za-2015-2017-1.pdf> (дата звернення: 23. 03.2019).

2. Ефективність функціонування недержавних пенсійних фондів в Україні. URL: <https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/2017-12-26-npf-2.pdf> (дата звернення 26.03.2019 р.).

3. Заробитчане кормят европейских пенсионеров. Выживут ли украинские? URL: <https://ukraina.ru/exclusive/20190125/1022446172.html> (дата звернення 23.03.2019 р.)

4. Звіт про розподіл пенсіонерів за розмірами призначених місячних пенсій станом на 01.01.2019. URL: <https://www.pfu.gov.ua/387109-zvit-pro-rozpodil-pensioneriv-za-rozmiramy-pryznachenyh-misyachnyh-pensij-stanom-na-01-01-2019-forma-5-pf> (дата звернення 23.03.2019 р.)

5. Нацкомфінпослуг підбила підсумки діяльності НПФ у першому півріччі 2018 року. URL: [http://www.uaib.com.ua:88/news/weekly\\_news/269064.html](http://www.uaib.com.ua:88/news/weekly_news/269064.html) (дата звернення 27.03.2019 р.).

6. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення. URL:



[https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/NPF/OsnPokazn/NPF\\_II\\_kv\\_2018.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/NPF/OsnPokazn/NPF_II_kv_2018.pdf). (дата звернення: 07.03.2019).

7. 170–миллиардный дефицит Пенсионного фонда профинансируют из госбюджета. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2019/01/17/644362/> (дата звернення 26.03.2019 р.).

8. Структура сукупних ресурсів домогосподарств. URL: [https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu\\_u/virdg.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/virdg.htm) (дата звернення: 05.03.2019).

*Бойко Т.В., студентка  
Науковий керівник: Цятковська О. В. к.е.н., доцент  
Київський національний економічний університет  
ім.В. Гетьмана, м.Київ, Україна*

## **НЕФІНАНСОВІ АКТИВИ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ: НЕМАТЕРІАЛЬНИЙ АКТИВ ЯК ПРЕДМЕТ ОБЛІКУ**

Активна модернізація системи державного надання послуг для населення, потребує використання сучасних інформаційних систем. Вони є основними для виконання функцій держави. Згідно з НП(С)БОДС 101 "Подання фінансової звітності" -інформаційні системи входять в склад нефінансових активів, в клас нематеріальних активів.

Нефінансові активи є важливим елементом діяльності бюджетних установ, тому що включає в себе основні засоби, нематеріальні активи так інші статті. Без цих активів успішна діяльність органів державного сектору. В Україні суб'єкти державного сектору найчастіше надають послуги для населення, і тому активи такі як земельна ділянка, будівля та програмне забезпечення є надзвичайно важливими.

В Україні відбувається процес трансформації бухгалтерського обліку в суб'єктах державного сектору до правил та принципів міжнародних стандартів. Результатом таких дій має стати - прозоріший та зрозуміліший облік в бюджетних установах для іноземного інвестора. На даний час, затверджена Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі на період до 2025 року [6].

Для регулювання обліку нематеріальних активів бюджетних установ використовують такі законодавчі документи: Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 "Подання фінансової звітності"; Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів суб'єктів державного сектору та Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 122 "Нематеріальні активи". Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 38 "Нематеріальні активи" носять рекомендаційний характер.

Розглянемо визначення нематеріальних активів у законодавчій базі України, таблиця 1.

Таблиця 1 - Визначення поняття нематеріальних активів у законодавстві України

№	Джерело	Нематеріальний актив-це:
1	Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів суб'єктів державного сектору[2]	Немонетарні активи, які не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифіковані (незалежно від строку їх корисного використання (експлуатації)).
2	Національне положення (стандарт)бухгалтерського обліку в державному секторі 122 "Нематеріальні активи"[3]	Немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований;
3	Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 "Нематеріальні активи"[1]	Немонетарний актив, який не має фізичної субстанції та може бути ідентифікований.

*Джерело: [Розроблено автором]*

З таблиці можна розробити висновок, що поняття нематеріальні активи у Методичних рекомендаціях з бухгалтерського обліку нематеріальних активів суб'єктів державного сектору, НП(С)БОДС 122 та МСБО 38 майже уніфіковані у зв'язку тим що національні стандарти розроблені на основі міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. Дуже часто поняття нематеріальних активів звужують лише до тих активів, які визнаються у бухгалтерському обліку та звітності відповідно до міжнародних та вітчизняних стандартів. Отже, будь-який актив, який належить компанії, підконтрольній їй, який не має фізичної

або фінансової форми, але здатний приносити майбутні економічні вигоди, є нематеріальним активом.

В стандартах обліку прописано які саме групи активів можна віднести до нематеріальних. Групи наведені в таблиці 2.

Таблиця 2 - Групи нематеріальних активів за нормативно-правовими актами

№	Джерело	Групи
1	2	3
1	Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів суб'єктів державного сектору[ 2]	<p>1. авторське та суміжні з ним права (право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для електронно-обчислювальних машин, компіляції даних (бази даних), виконання, фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення тощо);</p> <p>2. права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище тощо);</p> <p>3. права на знаки для товарів і послуг (товарні знаки, торгові марки, фірмові найменування тощо);</p> <p>4. права користування майном (право користування земельною ділянкою відповідно до земельного законодавства, право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо);</p> <p>5. права на об'єкти промислової власності (право на винаходи, розробки, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, захист від недобросовісної конкуренції тощо);</p> <p>6. інші нематеріальні активи (право на провадження діяльності, право на використання економічних та інших привілеїв тощо).</p>
2	Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 122 "Нематеріальні активи"[3]	<p>1. авторське та суміжні з ним права (право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для електронно-обчислювальних машин, компіляції даних (бази даних), виконання, фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення тощо);</p> <p>2. права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище тощо);</p> <p>3. права на знаки для товарів і послуг (товарні знаки, торгові марки, фірмові найменування тощо);</p>

1	2	3
		4. права користування майном (право користування земельною ділянкою, крім права постійного користування земельною ділянкою, право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо); 5. права на об'єкти промислової власності (право на винаходи, розробки, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, захист від недобросовісної конкуренції тощо); інші нематеріальні активи (право на провадження діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо).
3	Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 "Нематеріальні активи"[1]	1. комп'ютерне програмне забезпечення, 2. патенти, авторські права, 3. кінофільми, 4. переліки клієнтів, 5. права на іпотечне обслуговування, 6. ліцензії на риболовлю, 7. квоти на імпорт, 8. франшизи, 9. взаємовідносини з клієнтами чи постачальниками, 10. лояльність клієнтів, 11. частка ринку, 12. маркетингові права

*Джерело: [Розроблено автором]*

З матеріалів в таблиці 2, можна зробити висновок, що Методичні рекомендації та НП(С)БОДС 122 визначають однакові групи нематеріальних активів. Таким чином, для ці групи можна визнавати як об'єкти обліку. В МСБО 38 групи нематеріальних активів де що відрізняються. На мою думку, це пов'язано з тим що в країнах які використовують міжнародні стандарти державний сектор орієнтований на отримання прибутку. А у наших реаліях, установи державного сектору орієнтовані лише надання суспільно корисних послуг.

Нефінансові активи, в частині нематеріальних активів є важливим об'єктом обліку для державного сектору. Тому їх ідентифікація, оцінка та облік повинні трактуватися однозначно та достовірно. Дослідивши нормативно-правове забезпечення для ідентифікації нематеріального активу, як об'єкту обліку, можна зазначити, що різниця в міжнародних та національних документах

полягає в орієнтації діяльності установ. Для зарубіжних державних установ, є можливість проводити діяльність для отримання прибутку.

Отже, для того, щоб здійснити адаптацію бухгалтерського обліку в бюджетних установах до міжнародних стандартів необхідно розробити механізм єдиних підходів удосконалення системи обліку до вимог міжнародних стандартів. Та створити можливість державним установам проводити діяльність для отримання прибутку. Тоді, кошти які будуть отримані від такої діяльності можна направити на удосконалення та осучаснення нефінансових активів.

#### Література:

1. IAS 38 Intangible Assets. URL: <https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias38>.
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів суб'єктів державного сектору : Наказ Міністерства фінансів України від 23.01.2015 № 11 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0011201-15>
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 122 "Нематеріальні активи": Наказ Міністерства фінансів України від 12.10.2010 № 1202 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1018-10>
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 "Подання фінансової звітності" : Наказ Міністерства фінансів України від 24.12.2010 N 1629 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0095-11>
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 1999 р. №40 із змінами URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
6. Про схвалення Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі на період до 2025 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20 червня 2018 р. № 437-р URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/437-2018-r#n2>.

*Данченко Ю. О., студент  
Науковий керівник : Юркевич О.М., к.е.н., доцент  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна,*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ІЗ УРАХУВАННЯМ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ**

Постановка проблеми. Сучасна економіка розвивається в умовах ринкових відносин, які взаємодіють під впливом різних факторів. Малий та середній бізнес в Україні займає досить невелику частку в доходній частині бюджету, порівняно зі своїми європейськими сусідами. Пісилення конкурентного середовища на ринку України повинно стимулювати підприємців до розвитку, а це в свою чергу призводить до збільшення обсягів кредитування банківськими установами малого та середнього бізнесу, який залучає ресурси та капітал задля отримання у коротко чи довгостроковій перспективі фінансових прибутків. Доволі часто приватні підприємці мають побоювання стосовно фінансової вигоди від кредитів фінансово-кредитних установ, адже чимало з них отримало негативні наслідки після фінансової кризи, яка відбулась нещодавно та її наслідки ще й досі відчутні. Тому у цьому дослідженні ми намагаємося виявити існуючі проблеми та знайти механізми покращення взаємодії банків та підприємців у плані залучення інвестиційних коштів у розвиток своїх ідей із урахуванням зарубіжного досвіду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика щодо інвестиційного кредитування підприємств малого та середнього бізнесу перебувають в полі зору провідних науковців. Окремі аспекти інвестиційного кредитування підприємств малого та середнього бізнесу висвітлено у працях Н. Задерей, М. Ю. Маковецький, А. Ю. Денисів, М. З. Бор, Т. В. Майорової, О.Г. Семенюта, А. А. Пересади, Б. І. Пшик та ін. Однак наявні розробки не враховують усієї специфіки економічних наслідків інвестиційного кредитування малого та середнього бізнесу в умовах сучасних соціально-економічних трансформацій, що й обумовлює актуальність даного дослідження.

Мета дослідження. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні напрямів удосконалення інвестиційного кредитування підприємств малого та середнього бізнесу.

Поставлена мета передбачає вирішення наступних завдань:

- вивчити зарубіжний досвід інвестиційного кредитування підприємств малого та середнього бізнесу та можливості його імплементації в Україні;
- обґрунтувати перспективи розвитку інвестиційного кредитування підприємств малого та середнього бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Найбільш поширеним підходом щодо визначення інвестиційного кредиту є підхід, який базується на класичному ототожненні з економічними відносинами, конкретизації суб'єктів, приводу/цілей відносин. [1]

Таким чином, інвестиційне кредитування, на нашу думку, можна визначити як фінансування діяльності, спрямованої на придбання, створення, реконструкцію, модернізацію об'єктів, у результаті використання яких утворюється потік доходів, що забезпечують повернення банківських коштів і оплату за їх використання відповідно до принципів кредитування (терміновість, платність, повернення, забезпеченість, цільове використання) або для об'єктів, які не створюють прибуток, – гарантоване повернення заборгованості третіми особами.[2]

За останні роки внаслідок економічних, політичних та військових обставин стан суб'єктів малого та середнього підприємництва значно погіршився. Власний капітал щороку займає все більшу частку в основному капіталі підприємства. Потреба у кредитних коштах щоразу зростає, проте доступність кредитів залишається обмеженою через жорсткі умови та високі ставки банків. Проблема кредитування малого та середнього бізнесу в Україні є досить актуальною в умовах сьогодення. Державі, щоб сформувати стійку фінансову систему в країні і створити середній клас, потрібно рятувати малий та середній бізнес, адже він є ознакою прогресивної економіки. [3,4]

Малий та середній бізнес (МСБ) є рушійною силою економіки та основою середнього класу в усьому розвиненому світі. Діяльність малих та середніх підприємств забезпечує зайнятість населення, а також надходження податкових та інших платежів до бюджету. Він є потужним чинником в розвитку науково-технічного прогресу та формує здорове конкурентне середовище в галузях економіки.[6]

В Україні малий та середній бізнес стикається із серйозною проблемою доступу до фінансово-кредитних ресурсів. Частка кредитів у капіталі МСБ становить близько 20% проти 60% у розвинених країнах. Переважно підприємства реінвестують у розвиток бізнесу власні прибутки та інвестиції засновників підприємств.[10] Така ситуація зумовлена високою вартістю кредиту. Мінімальний «пільговий» відсоток становить майже 14% і пропонується лише одним банком, а середня вартість кредиту становить 20%. Але все рівно такі кредити залишаються досить дорогими для вітчизняних підприємств.[7]

Для надання коштів для фінансування (кредитування) МСБ України існують програми, що дають змогу здешевити надання банками позик – це програми фінансових установ у межах співпраці з різними іноземними фондами та структурами (Німецько-український Фонд, Фонд Western NIS, Європейський інвестиційний Фонд тощо). [5] Вони дають змогу поетапно впровадити в Україні нові види фінансової підтримки, а саме: часткову компенсацію процентних ставок за кредитами, які надаються під бізнес-проекти, компенсацію лізингових платежів; передбачається розширення програми мікрокредитування, а також для розвитку відповідної інфраструктурної підтримки.

Чимало країн створили спеціальні відомства, діяльність яких в своїй більшості спрямована на підтримку лише суб'єктів малого бізнесу. Так, державним органом з регулювання здійснення діяльності підприємств малого бізнесу Японії є Управління малих підприємств, що підпорядковане Міністерству зовнішньої торгівлі і промисловості. Це управління займається контролем за дотриманням антимонопольного законодавства, а також забезпечує державний захист інтересів малого бізнесу Японії, обмежує контроль власників, визначає відповідальність замовників, виконавців і субпідрядників за неринкові договірні відносини. [8]

Для Китаю головним державним органом підтримки малих підприємств виступає спеціалізоване агентство – Китайський центр координації і кооперації бізнесу. Для цього центру основним завданням є створення необхідної інфраструктури в країні для технологічного співробітництва між національними та зарубіжними організаціями, які займаються підтримкою МСП. З ініціативи центру координації та кооперації реалізується як консультативна так і інформаційна підтримка підприємств малого бізнесу,



організуються торговельні ярмарки, а також виставки у сфері розробки інновацій, проводяться спеціальні семінари та конференції з дослідження проблем малого бізнесу та реалізації програм щодо їх покращення.[9]

Висновки. Проаналізувавши зарубіжний досвід, можна зробити висновки, що Україні є багато над чим працювати. В світі інвестиційне кредитування є вже не просто банківським продуктом, бо здійснюється різними суб'єктами економічної діяльності, які становлять вагому конкуренцію банківському сектору. Різні приватні організації витісняють банки з ринку кредитування, забезпечуючи позичальникам найнижчі відсоткові ставки та найсприятливіші умови кредитування. Розвиток новітніх технологій забезпечують швидке отримання позички.

В Україні інвестиційне кредитування набагато відрізняється від розвинених країн, не лише високими відсотковими ставками та жорсткими умовами кредитування, а й відставанням впровадження новітніх технологій в сфері кредитування. Україні спираючись на міжнародний досвід необхідно змінити відношення до малого та середнього бізнесу, який держава взагалі не підтримує, адже аналізуючи зарубіжний досвід можна сказати, що малий бізнес у розвинених країнах займає вагому частку у виробленні ВВП і розвитку економіки в цілому.

Отже, використовуючи найкращий світовий досвід, Україна може зробити свої перші кроки на шляху до активного розвитку інвестиційного кредитування малого та середнього бізнесу в країні, а саме:

- забезпечити підвищення рівня концентрації банківського капіталу; стимулювати залучення грошових вкладів населення шляхом підвищення довіри до банківської системи;
- створити спеціалізовану фінансову установу для здійснення довго- та середньотермінового фінансування і кредитування пріоритетних інвестиційних проектів;
- удосконалити механізм інвестиційного кредитування та законодавче регулювання.

#### Література:

1. Луців Б. Л. Банки в інвестуванні економічного розвитку [Текст] / Б. Л. Луців // Світ фінансів. – 2015. – Вип. 1 – С. 151–161

2. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : навч. посіб. [Текст] — К. : «Центр навчальної літератури», 2004. — 376 с.
3. Юнко О. М. Проблеми та перспективи кредитування малого та середнього бізнесу в Україні [Текст] / О. М. Юнко // Вісник Університету Банківської справи Національного Банку України № 2 (20) – 2014. – С. 193
4. Сич О. А., Волос І. І. Сучасний стан та умови кредитування малого та середнього бізнесу в Україні [Текст] / О. А. Сич, І. І. Волос // Молодий вчений. - 2018. - № 2(1). - С. 421-424.
5. Майорова Т. В. Зарубіжний досвід інвестиційного кредитування малого та середнього бізнесу [Текст]/ Т. В. Майорова, К. Ю. Крючкова // Вісник КНЕУ : зб. наук. пр. – Київ : КНЕУ, 2011. – Вип. 2. – С. 96–103.
6. Ключко Ю.О. Проблеми малого бізнесу в Україні [Текст] / Ю.О. Ключко // Економіка України. – 2015. – № 1. – 48с.
7. Національний Банк України [Електронний ресурс]: офіційний вебсайт - Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>
8. Томнюк Т.Л. Зарубіжний досвід підтримки малого бізнесу: уроки для України [Текст] / Т.Л. Томнюк // Економіка і суспільство - №16 - 2018
9. EU Grants Guidelines. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.welcomeurope.com/eurofundingguidelines/guidelineeuropeaprojectleaders.html>
10. Державна Служба статистики України. - Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

*Лисевич С.Г., к.е.н., доцент*

*Сенчуков Я.В., студент*

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

## **РОЛЬ І МІСЦЕ ФІНАНСОВО-ПРОМИСЛОВИХ ГРУП В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

В умовах високої конкуренції успіху досягають ті компанії, які володіють економічним, фінансовим, людським і виробничим потенціалом. Саме такі властивості характерні для фінансово-промислових груп (ФПГ), що мають великий вплив на розвиток

економіки. Фінансово-промислова група - це структура, яка формується шляхом об'єднання капіталу промислових підприємств з капіталом банківським, а також інших організацій з метою отримання максимального прибутку, підвищення конкурентоспроможності та ефективності.

Вчені виділяють наступні переваги фінансово-промислових груп:

1) можливість зниження витрат на виробництво продукції і збільшення прибутку;

2) діяльність підприємств, що входять в ФПГ зазвичай вищі за ті, хто не входить в об'єднання;

3) підвищуються можливості підприємств у впровадженні сучасної техніки, нових технологій;

4) підвищується фінансова стійкість як підприємств, що входять в ФПГ, так і самої групи;

5) відбувається перерозподіл капіталу в групі відповідно до її стратегічного розвитку;

6) підвищується стійкість підприємств в подоланні зовнішніх загроз груп: політичних, економічних, демографічних, правових та ін. [1, с. 49-50].

До числа недоліків ФПГ слід віднести:

1) знижується рівень конкуренції на ринках і збільшуються бар'єри на входження до них;

2) ФПГ можуть впливати на формування законодавства, яке захищає їх інтереси, що може не збігатися з інтересами суспільства. Даний ефект називається «захоплення держави» [5, с. 74].

Геєць В.М. вважає, що необхідно створювати вітчизняні ФПГ, які будуть захищати національні інтереси України, так як саме в бюджет нашої країни спрямовані їхні податкові платежі і вони зацікавлені в стабільності держави [2, с. 490].

Гущина Є.В., характеризуючи роль ФПГ в розвинених країнах, зазначає, що в США на частку фінансово-промислових груп доводиться від 55 до 60% ВВП, 45% робочої сили і до 60% інвестицій. В Японії на частку ФПГ (сюданів) припадає 14-15% ВВП. У Південній Кореї більшість середніх і великих підприємств входять в ФПГ (чеболі), яких налічується кілька десятків [3, с. 30].

В Україні є значна кількість ФПГ, що працюють в різних галузях. До них відносяться:

1) SCM - найбільша фінансово-промислова група України. Діяльність сконцентрована в чотирьох основних сферах: металургія і видобуток вугілля; виробництво електроенергії; банківська справа і страхування; телекомунікації.

2) Group DF - головними напрямками діяльності групи є азотний, титановий і газовий бізнеси. Крім цих напрямків, група розвиває агробізнес, медійний бізнес і нерухомість.

3) Інтертайп - займається виробництвом безшовних і зварних труб, а також виробляє суцільнокатані залізничні колеса.

4) Нібулон - займає лідируючі позиції з експорту сільськогосподарської продукції.

5) Сمارт-Холдинг - сферами діяльності цієї групи є гірничо-металургійний і нафтогазовий комплекси, банківський сектор, сільське господарство, ритейл, суднобудування і нерухомість.

6) Індустріальний Союз Донбасу (ІСД) - займає ключові позиції у виробництві сталі.

6) Приват - найбільша в Україні і одна з найбільш впливових фінансово-промислових груп. Основними напрямками бізнесу є: нафтова промисловість, фінанси, металургія, гірничорудна промисловість, телекомунікації та ін.

Таким чином, сферами діяльності вітчизняних фінансово-промислових груп є гірничорудна промисловість, металургія, нафтогазова промисловість, банківський сектор, телекомунікації, експорт сільськогосподарської продукції.

Щоб оцінити роль і значення ФПГ в економіці країни, необхідно розглянути структуру експорту та імпорту, представлених в таблиці 1 і 2.

Таблиця 1 - Товарна структура експорту України в 2018 році,% [5]

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Питома вага,%
1	2
Зернові культури	15,3
Насіння і плоди олійних рослин	4,1
Жири та олії тваринного або рослинного походження	9,5
Готові харчові продукти	6,4
Руди, шлак і зола	6,4
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей	4,0

1	2
промисловості	
Деревина та вироби з деревини	3,2
Чорні метали	21,0
Вироби з чорних металів	2,3
Реактори ядерні, котли, машини	3,6
Електричні машини	6,2
Інші	18,0
Всього	100

У таблиці 2 представлена структура імпорту України.

Таблиця 2 - Товарна структура імпорту України у 2018 році, % [5]

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Питома вага, %
Готові харчові продукти	4,1
Палива мінеральні; нафта та продукти її перегонки	23,4
Фармацевтична продукція	3,4
Добрива	1,7
Пластмаси, полімерні матеріали	4,7
Текстильні матеріали та текстильні вироби	3,5
Чорні метали	2,4
Реактори ядерні, котли, машини	11,3
Електричні машини	9,6
Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	8,0
Засоби наземного транспорту, крім залізничного	7,4
Інші	20,5
Всього	100

Проведений аналіз експорту та імпорту України за 2018 рік дозволяє зробити наступні висновки:

1) в структурі експорту переважає продукція гірничо-металургійного комплексу та сільгосппродукція;

2) в структурі імпорту переважає мінеральне паливо і нафту, а також продукція машинобудування, текстильної промисловості та фармацевтична продукція.

Таким чином, саме продукція фінансово-промислових груп переважає в структурі експорту. Велика роль фінансово-промислових груп в Україні також і на внутрішньому ринку: нафтова промисловість, фінанси, металургія, гірничорудна промисловість, телекомунікації та ін.

До числа істотних недоліків в діяльності фінансово-промислових груп в нашій країні слід віднести: відсутність нормативно-правових документів, що регулюють їх діяльність, що не дозволяє об'єктивно відображати результати роботи ФПГ в статистичних органах і здійснювати ефективне соціально-економічне планування в масштабах країни. Крім цього, ФПГ недостатньо виробляють продукцію для споживання на внутрішньому ринку, викликаючи збільшення імпортової продукції: телевізори, автомобілі, холодильники та ін. Така ситуація створює проблеми з новими робочими місцями і викликає дефіцит валютних коштів.

Для усунення цих недоліків необхідно прийняти закони, що регулюють діяльність фінансово-промислових груп і направити їх на випуск продукції для внутрішнього ринку, використовуючи державне регулювання.

Такий підхід до оцінки діяльності фінансово-промислових груп дозволить більш глибоко зрозуміти їх роль і місце в економіці країни, проблеми, пов'язані з їх діяльністю і шляхи вирішення.

#### Література:

1. Венгер В.В. Теоретичні засади формування фінансово-промислових груп. Економічний аналіз. 2013. Том 14. № 1. С. 46–53.

2. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку. НАН України; Ін-т екон. та прогноз. НАН України. К., 2009. 864с.

3. Гущина Ю.В. Организация деятельности производственных объединений и финансово-промышленных групп: учебное пособие. Волгоград, 2017. 141с.

4. Молчанова Л.А., Гюнтер И.Н. Интеграция капитала: становление и развитие финансово-промышленных групп. Менеджмент и бизнес-администрирование. 2017. № 2. С. 68–75.

5. Товарна структура зовнішньої торгівлі у 2018 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 28.03.2019).

*Рогаченко О.С студент,  
Сьомченко В. В., к.е.н., доцент  
Запорізький національний університет,  
м.Запоріжжя, Україна*

## **СУЧАСНІ СПОСОБИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В сучасних умовах запаси забезпечують підприємству постійність, безперервність та ритмічність його господарської діяльності, а також гарантують йому економічну безпеку. Раціональне використання запасів відносять до одного із найважливіших факторів розвитку економіки, а це, у свою чергу, призводить до збільшення обсягів виробництва та розміру прибутку підприємства. Це зумовлює необхідність узагальнення та огляду сучасних підходів до визначення вартості виробничих запасів. Проблема удосконалення обліково-аналітичного забезпечення оцінки виробничих запасів в сучасних умовах набувають особливої актуальності в зв'язку з потребою оперативної інформації в умовах комп'ютеризації бухгалтерського обліку [1, с. 11].

Основними завданнями аналізу матеріальних ресурсів є:

- визначення середніх залишків сировини, матеріалів та інших аналогічних цінностей;
- дослідження динаміки залишків матеріальних ресурсів;
- встановлення впливу факторів на залишки матеріальних ресурсів;
- визначення показників оборотності матеріальних ресурсів і тривалості одного обороту, їх динаміки;
- встановлення потреб в кількості матеріальних ресурсів;
- розрахунок вивільнення (або додаткової потреби) матеріальних ресурсів за рахунок прискорення оборотності (скорочення тривалості одного обороту);
- пошук резервів найбільш ефективного використання матеріальних ресурсів;
- обґрунтування і виявлення резервів прискорення оборотності матеріальних ресурсів;
- розробка заходів щодо ефективного використання виявлених резервів і контроль за їх реалізацією.

Необхідними джерелами інформації для аналізу матеріальних ресурсів організації є дані бухгалтерської звітності, бухгалтерського, управлінського, статистичного обліку, планові і звітні калькуляції собівартості виробів, що випускаються, дані про нормативи і нормах витрат матеріальних ресурсів, плани матеріально-технічного постачання, заявки і договори на поставку сировини, матеріалів і ін.

Одним з основних показників ефективності є матеріаловіддача, яка визначається як відношення виходу валової продукції підприємства в розрахунку на одиницю вартості матеріально-виробничих запасів.

Зворотним показником матеріаловіддачі виступає матеріалоємність продукції. Вона показує, скільки МВЗ в вартісному вираженні було використано в процесі виробництва вартості одиниці продукції.

Зниження витрати МВЗ на одиницю створеної продукції свідчить про економії ресурсів і зростанні ефективності виробництва в цілому.

Ряди динаміки - це такі ряди статистичних показників, які дають характеристику явищ природи і суспільства протягом часу. В результаті порівняння за рівнями проводиться аналіз частоти зміни в часі за показниками. До таких показників можна віднести: абсолютний приріст, темп зростання, абсолютне значення 1% приросту.

Для загальної характеристики зміни явищ, які досліджуються, формується середні показники:

- середні рівні ряду;
- середні показники зміни рівнів ряду.

Показники порівнюються при аналізі зміни за постійною і змінною базою. Рівень який порівнюється позначають звітним, а з якого робиться порівняння є базисним.

Абсолютний приріст показує збільшення або зменшення рівня ряду в часі, який обчислюється за формулою:

1. Абсолютний приріст ланцюговий:

$$\Delta_{л} = u_i - u_{t-1} \quad (1.1)$$

2. Абсолютний приріст базисний:

$$\Delta_{б} = u_i - u_0 \quad (1.2)$$

де  $u_0$  - рівень базисного періоду;

$u_i$  - рівень періоду який порівнюється;



$y_{i-t}$  - рівень періоду який передує.

Базисні і ланцюгові абсолютні прирости пов'язані між собою таким чином: сума послідовних ланцюгових абсолютних приростів дорівнює базисному, а значить загальному приросту за весь проміжок часу:

$$\sum \Delta_{л} = \Delta_{б} \quad (1.3)$$

Абсолютний приріст буває позитивним або негативним. Показує на скільки рівень поточного періоду вище або нижче базисного, відповідно так обчислює абсолютну швидкість росту або зниження рівня.

Темп зростання ( $T_z$ ) - це показник обчислюється у відсотках, показує інтенсивність зміни рівня ряду. в частках виражається коефіцієнт зростання ( $K_z$ ). Коефіцієнт зростання ( $K_z$ ) обчислюється в частках, як відношення наступного рівня до попереднього або до показника прийнятому за основу порівняння, показує у скільки разів збільшився рівень у порівнянні з базисним, а в разі зменшення - яку частину базисного рівня становить порівнюваний.

Коефіцієнт зростання розраховується за формулами:

$$\begin{aligned} K_z^л &= \frac{y_t}{y_{t-1}} \quad (\text{ланцюговий}) \\ K_z^б &= \frac{y_t}{y_0} \quad (\text{базисний}) \end{aligned} \quad (1.4)$$

Між ланцюговим і базисним темпами зростання є певна взаємозв'язок: добуток ланцюгових коефіцієнтів росту дорівнює базисному коефіцієнту зростання за весь період, а частка від ділення наступного базисного темпу зростання на попередній дорівнює ланцюговому темпу зростання.

Темп приросту ( $T_{пр}$ ) показує відносну величину приросту, на скільки саме відсотків порівнюваний рівень більше або менше рівня, прийнятого за базу порівняння. Він може бути рівним 0, позитивним або негативним, він може виражатися у відсотках і долях (коефіцієнти приросту), розраховується як відношення абсолютного приросту до абсолютного рівня, який прийнятий за основу.

Абсолютне значення 1% приросту ( $A\%$ ) - це відношення абсолютного приросту до темпу приросту, виражений у відсотках і показує значимість кожного відсотка приросту за той же період часу.

Абсолютне значення одного відсотка приросту одно сотої частини попереднього або базисного рівня. Воно показує, яке абсолютне значення ховається за відносним показником - одним відсотком приросту.

Для того щоб більш точно обчислити тенденцію розвитку показника, вивчення фактичної динаміки недостатньо. Більш ефективним способом для цієї мети може бути аналітичне вирівнювання.

Своєчасний економічний аналіз матеріальних оборотних активів необхідний для забезпечення поточної діяльності підприємства необхідними ресурсами. Крім того, в процесі дослідження можуть виявлятися причини затоварення товарів в організації, а також знаходяться резерви зростання ефективності використання матеріальних ресурсів. Результати проведеного аналізу є основою для розробки і прийняття правильних управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства.

Оцінка виробничих запасів підприємства є важливим інструментом, тому що забезпечує правдивість інформації бухгалтерського обліку про результати господарської діяльності. Відомо, що оцінка запасів завжди пов'язується з грошовим вимірником. Запасам приділяється особлива увага тому, що вони становлять значну частку активів, а також їх оцінка впливає на валюту балансу, на собівартість виготовленої продукції, а отже, і на визначення фінансового результату діяльності [3.]

#### Література:

1. Бутенко О.С., Тивончук С.В. Організація обліку виробничих запасів у комп'ютерному середовищі // Збірник тез доповідей 69 – наук.-практ. студ. конф. «Стратегія розвитку аграрного сектору економіки України в умовах євроінтеграційних процесів». – К., НУБіП України, 2015. – 284 с. – С. 11-12.
2. Шара Є.Ю. Деякі особливості оцінки запасів // Збірник наук. праць Національного університету державної податкової служби України. – 2013. – № 2. – С. 204-210.
3. Очеретько Л.М., Пальцева М.В. Шляхи вдосконалення методів оцінки вибуття виробничих запасів // Сталий розвиток економіки. – 2014. – № 2. – С. 141-147.

*Рогаченко О.С студент  
Уманська Ю. М., к.е.н., доцент  
Запорізький національний університет,  
м.Запоріжжя, Україна*

## **ВАРТІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВИЙ КРИТЕРІЙ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах постійно мінливої ринкової кон'юнктури, необхідності обґрунтування довгострокових інвестиційних рішень підвищується актуальність комплексної інтегральної оцінки ефективності діяльності організацій. При цьому ключовим критерієм такої оцінки може стати показник вартості бізнесу. Питання формування справедливої вартості підприємства розглядаються головним чином у зв'язку з оцінкою інвестиційної привабливості компанії.

Інвестиційна привабливість компанії характеризується збільшенням економічних вигод для власників (акціонерів, інвесторів), які вони можуть отримати від вкладення капіталу в конкретний інвестиційний об'єкт.

Розв'язання проблем управління вартістю та оцінки бізнесу започатковано у наукових працях минулого століття, які створили передумови фундаментальних підходів до визначення вартості бізнесу. Варто відзначити серед авторів, що розглядають питання оцінки та управління вартістю бізнесу, таких вітчизняних та закордонних науковців, як Н.А. Абулаєв, К.В. Багацька, О.В. Брезіцька, Л.А. Лейфер, М.В. Корягін, І.Я. Левчак, С.І. Тарасенко, А.М. Турило, М.А. Федотова, Е. Хелферт, Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррін.

Для здійснення господарської діяльності кожне підприємство повинно мати у своєму розпорядженні визначене майно, що належить йому на правах власності або володіння. Це активи підприємства, які є економічними ресурсами підприємства у формі сукупних майнових цінностей, що використовуються у господарській діяльності з метою одержання прибутку.

Вартість бізнесу - це вартість діючого підприємства або вартість 100% корпоративних прав у діловому підприємстві. Оцінка майна, майнових прав - це процес визначення їх вартості на дату

оцінки за процедурою, встановленою нормативно-правовими актами [1].

Необхідність оцінки вартості підприємства виникає у таких випадках:

- у ході прийняття рішень про доцільність інвестування коштів у підприємство;
- у ході реорганізації підприємства;
- у разі банкрутства та ліквідації підприємства;
- у разі продажу підприємства як цілісного майнового комплексу;
- у разі застави майна та при визначенні кредитоспроможності підприємства;
- у процесі санаційного аудиту при визначенні санаційної спроможності;
- під час приватизації державних підприємств.

Таким чином метою оцінки вартості підприємства є визначення бази для складання передавального чи розподільного балансу, для встановлення пропорцій обміну корпоративних прав у тому числі при здійсненні операцій поглинання і приєднання, визначення вартості ліквідаційної маси, визначення реальної ціни продажу майна, визначення реальної вартості кредитного забезпечення, розрахунок ефективності санації, визначення початкової ціни продажу об'єкта приватизації [2, с.43].

В процесі оцінки вартості підприємств використовується значна кількість методів і способів такої оцінки. Окремі методи мають ряд модифікацій і різновидів, що створює додаткові складності при їх ідентифікації та використанні.

У зарубіжній та вітчизняній практиці оцінки вартості майна найбільшого поширення дістали три методичні підходи до оцінки вартості підприємства:

- заснований на оцінці потенційних доходів підприємства;
- майновий (витратний);
- ринковий.

В процесі використання цих підходів розрізняють окремі методи оцінки. Причому жоден з підходів чи методів не має принципових переваг перед іншими. В практичній роботі з оцінки вартості підприємства оцінювач, як правило, застосовує кілька методичних підходів, що найповніше відповідають конкретним

умовам, об'єктам та меті оцінки, наявності й достовірності інформаційних джерел для її проведення.

У рамках дохідного підходу виокремлюють два основні методи:

- дисконтування грошових потоків;
- визначення капіталізованої вартості доходів.

Згідно з майновим підходом вартість підприємства розраховується як сума вартостей усіх активів (основних засобів, запасів, вимог, нематеріальних активів тощо), що складають цілісний майновий комплекс, за мінусом зобов'язань.

Основним джерелом інформації за даного підходу є баланс підприємства. У рамках цього підходу розрізняють такі основні методи:

- оцінка за відновною вартістю активів (витратний підхід);
- метод розрахунку чистих активів;
- розрахунок ліквідаційної вартості. Ринковий підхід передбачає розрахунок вартості підприємства на основі результатів його зіставлення з іншими бізнес-аналогами.

В рамках ринкового підходу найуживанішими вважаються методи:

- зіставлення мультиплікаторів;
- порівняння продажів (транзакцій).

Основними джерелами інформації при застосуванні цього підходу є фондові біржі та позабіржові торговельні системи, на яких мають обіг права власності на подібний бізнес, дані фінансової звітності підприємств-аналогів, а також інформація про попередні транзакції з корпоративними правами на той бізнес, який оцінюється [3].

Проблематика використання методів оцінки в рамках ринкового підходу зумовлена тим, що в Україні реальні ціни купівлі-продажу підприємств в офіційній статистиці відображаються досить рідко, а фондовий ринок не досить розвинутий.

Оцінку вартості аналізованого підприємства можна здійснити з використанням дохідного підходу, який ґрунтується на визначенні теперішньої вартості очікуваної вигоди (доходів, грошових потоків) від володіння корпоративними правами підприємства. В основі підходу лежить теза, що метою вкладання капіталу інвестором у купівлю підприємства передусім є отримання стабільних доходів.

При оцінці вартості підприємства за цим підходом дані про вартість, склад і структуру активів безпосередньо не впливають на оцінку, а використовується лише інформація про здатність активів генерувати доходи. Такий методологічний підхід за своєю природою є однотипним з методологією оцінки доцільності інвестицій на базі концепції зміни вартості грошей у часі.

Метод дисконтування грошових потоків (DCF) побудований на концепції теперішньої вартості майбутнього Cash-flow оцінюваного підприємства в розрізі окремих періодів.

Згідно з методом дисконтування грошових потоків вартість об'єкта оцінки прирівнюється до сумарної теперішньої вартості майбутніх чистих грошових потоків або дивідендів, які можна отримати в результаті володіння підприємством, зменшеної на величину зобов'язань підприємства та збільшеної на вартість надлишкових активів.

Отже, з розвитком концепції управління вартістю, потреба в оцінці бізнесу зростає, оскільки вартість підприємства стала важливим критерієм оцінки ефективності підприємства.

Бажаним є співвідношення, коли вартість підприємства як діючого бізнесу перевищує вартість чистих активів, оскільки у цьому випадку можна говорити про наявність потенціалу бізнесу, перспектив його зростання. Саме такий бізнес буде привабливим для інвесторів. Головною метою менеджменту компанії має стати не отримання прибутку в чистому вигляді, а максимізація вартості підприємства.

#### Література:

Корягін М.В. Підходи до визначення поняття вартості підприємства та їх розвиток [Електронний ресурс] / М.В. Корягін. – Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua8080/bitstream/12554/1/23\\_121-126\\_Vis\\_722\\_menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua8080/bitstream/12554/1/23_121-126_Vis_722_menegment.pdf).

2. Мендрул О.Г. Вартість підприємств: бази оцінки // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. - 2002. - №3. - С.44-48.

3. Левчак І.Я. Вартість підприємства як критерій ефективності управління [Електронний ресурс] / І.Я. Левчак // Науковий вісник Ужгородського університету 2014. Серія Економіка. Випуск 1 (42). – Режим доступу: [file:///C:/Users/star/Downloads/Nvuuec\\_2014\\_1\\_21.pdf](file:///C:/Users/star/Downloads/Nvuuec_2014_1_21.pdf).

4. Шульга А. Вартість бізнесу, як основа для прийняття управлінських рішень [Електронний ресурс] / А. Шульга, Я. Нагул. - Режим доступу: <http://uto-kiev.com.ua/in6-4.html>.

*Шинкар Ю. С., студентка  
Науковий керівник: Самборська-Музичко Ю. О., к.е.н., доц  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна*

## **АНАЛІЗ ВИДАТКІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В КОНТЕКСТІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

З падінням темпів економічного зростання в Україні у період революції та прагнення держави до членства в Європейському союзі, сприяло необхідності початку реформ у всіх сферах, необхідних для задоволення потреб населення. Довгий час українське суспільство стикається з багатьма викликами виконання бюджетів, що, зрештою, негативно впливають на можливості забезпечення конституційних прав громадян України.

Реформа децентралізації, що була впроваджена з 2014 року, спрямована на формування ефективного місцевого самоврядування, створення комфортних умов для проживання громадян, надання їм високоякісних та доступних публічних послуг. Саме цей аспект є одним із найсуттєвіших, від якого, у великій мірі, залежить успішність функціонування об'єднаних територіальних громад. Передбачалося, що результатом реформи стане підвищення зацікавленості органів місцевого самоврядування у збільшенні надходжень до місцевих бюджетів, пошуку резервів їх наповнення, покращення ефективності адміністрування податків і зборів; а у частині використання коштів увага зацентрується на необхідності формування найбільш оптимальної структури бюджетних видатків, здійсненні постійного аналізу витрачання бюджетних коштів і упередженні випадків їх нераціонального витрачання.

Витрати місцевих бюджетів є багатомірними і складними економічними явищами. Роль місцевих витрат виявляється в тому, що вони є важливим механізмом реалізації бюджетної політики на місцевому рівні, відображають її пріоритети, ступінь децентралізації бюджету і прямо пропорційний вплив на валовий внутрішній продукт. Відповідно до Бюджетного кодексу витрати -

це кошти для реалізації програм і заходів, які передбачені бюджетом, за винятком коштів для погашення основної суми боргу і повернення без необхідності суми, що сплачуються до бюджету [1].

Органи місцевого самоврядування мають змогу здійснювати видатки на соціальний та економічний розвиток відповідних територіальних громад, (зокрема: дитсадки та школи, лікарні та амбулаторії, соціальні допомоги та субсидії населенню, пільговий проїзд окремих категорій громадян, пожежну охорону та муніципальні формування з охорони громадського порядку, розвиток ЖКГ та будівництво доріг тощо), за рахунок нагромаджених в дохідній частині місцевих бюджетів коштів (власних доходів і переданих з держбюджету).

За офіційними даними, Упродовж 2018 року з місцевих бюджетів витратили 570.6 млрд грн (рис. 1). Найбільшими статтями видатків були: загальноосвітні школи (16.3% усіх видатків місцевих бюджетів), субсидії ЖКГ (11.6%), лікарні загального профілю (7.6%), допомога малозабезпеченим сім'ям (7.4%), ремонт та будівництво доріг (5.8%), дитсадки (5.6%), житлово-комунальне господарство (5.3%) та утримання органів місцевої влади і місцевого самоврядування (4.8%). Сумарно на їх фінансування пішло майже дві третини усіх видатків місцевих бюджетів [2].

## Видатки місцевих бюджетів України

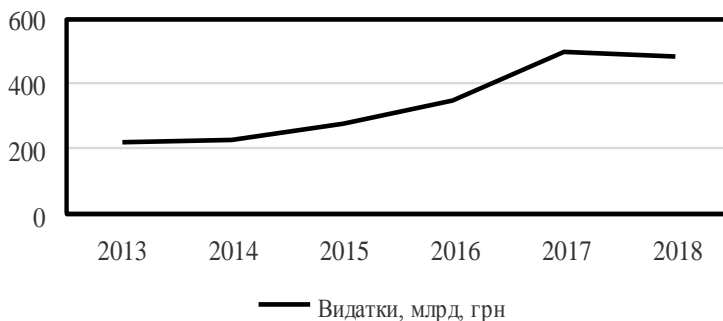


Рис. 1 - Видатки місцевих бюджетів України.



В той же час, позитивна динаміка збільшення витрат місцевих бюджетів (табл. 1) соціального спрямування, на економічну діяльність, управління, забезпечення безпеки населення не демонструє суттєвого економічного зростання регіонів та підвищення суспільного добробуту. За оцінками експертів, для вирішення цієї проблеми необхідно в першу чергу звернути увагу на фактор оптимізації витрат на утримання апарату управління, що пропонується вирішити шляхом оптимального збільшення розмірів територіальних громад, оскільки при більшій фінансовій спроможності бюджету частка видатків на утримання апарату управління буде меншою, так як такі витрати мають відносно усталену величину. Тому, у бюджетах із більшим ресурсом витрати на апарат управління у відсотковому вираженні є меншими. Внаслідок цього, такі громади мають можливість спрямувати більше коштів на розвиток своїх територій [3].

Таблиця 1 - Склад та структура видатків місцевих бюджетів України (за функціональною класифікацією)

Напрями видатків	Рік									
	2014		2015		2016		2017		2018	
	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Освіта	71,4	31,9	84,0	30,4	94,6	27,3	136,6	27,9	162,3	29,7
Соціальний захист	53,4	23,9	67,8	24,5	101,3	29,2	134,5	27,4	145,5	26,6
Пенсії	4,0	1,8	4,8	1,7	5,0	1,4	6,7	1,4	7,6	1,4
Відсотки за запозичення	1,5	0,7	1,7	0,6	0,3	0,1	0,1	0,02	0,8	0,1
Правоохоронні органи	0,2	0,1	0,3	0,1	0,4	0,1	0,6	0,1	1,0	0,2
Медицина	46,6	20,8	59,5	21,5	62,9	18,2	85,7	17,5	85,3	15,6
Збройні сили	0,002	X	0,01	X	0,008	X	0,01	X	-	-
Чинівницький апарат	9,6	4,3	12,8	4,6	15,9	4,6	23,7	4,8	27,8	5,1
Транспорт	4,3	1,9	8,0	2,9	13,9	4,0	28,8	5,9	36,8	6,7
Інші галузі економіки	4,8	2,1	9,8	3,5	19,4	5,6	25,1	5,1	31,8	5,8
Культура і спорт	9,0	4,0	9,6	3,5	11,9	3,4	16,4	3,3	18,7	3,4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Комунальне господарство	17,7	7,9	15,7	5,7	17,5	5,0	27,2	5,5	23,7	4,3
Сільське господарство	0,1	0,04	1,3	0,5	1,4	0,4	1,8	0,4	0,5	0,1
Охорона довкілля	0,9	0,4	1,5	0,5	1,5	0,4	2,6	0,5	4,2	0,8
Паливно-енергетичний комплекс	0,003	x	0,007	x	0,05	0,01	0,05	0,01	0,03	0,01
Всього видатків	223,5	100,0	276,9	100,0	346,2	100,0	490,1	100,0	546,2	100,0

*Джерело: [2]*

На сучасному етапі становлення економіки зроблено значний крок уперед у проведенні реформи міжбюджетних відносин, прийняті відповідні зміни до законодавства, змінено механізми бюджетного фінансування та вирівнювання. Сьогодні органи місцевого самоврядування зацікавлені не тільки у збільшенні надходжень до місцевих бюджетів та готові вживати заходів із пошуку резервів їхнього наповнення, але й поступово місцеве самоврядування відходить від притаманної раніше споживацької позиції. Очікування дотацій вони сьогодні замінюють активними діями у створенні ефективного управлінського апарату, спрямовують кошти на розвиток громад, здійснюють аналіз витрачання бюджетних коштів та оптимізацію їх витрачання, а, також, запобігають випадкам неефективного та нераціонального їх використання

#### Література:

1. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI. Дата оновлення: 11.01.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
2. Доходи і видатки місцевих бюджетів: коротко про головне. URL: <http://cost.ua/news/687-revenues-and-expenditures-of-local-budgets>
3. Татарин Н. Б, Пупко І. В. Формування місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації. Гроші, фінанси і кредит. 2018. №9. С. 85-89.
4. Конєва І. І. Формування та використання місцевих бюджетів України в умовах децентралізації. Економіка і суспільство. Мукачево, 2018. Вип. 16. С. 754-755.

## СЕКЦІЯ 9. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*Лазарєва О.В., д-р екон. наук, доцент  
Чорноморський національний університет  
ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

### ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сьогодні Україна остаточно визначилась зі своїм політичним курсом, спрямованим на європейську інтеграцію, проте потребують дослідження і наукового обґрунтування проблеми модернізації економіки на засадах сталого розвитку.

Головне завдання України в даний період розвитку суспільства полягає у створенні такої економічної платформи, яка має відповідати стратегії національної безпеки, сприяти зміцненню конкурентних позицій відповідно до цілей та завдань збалансованого розвитку, таких, як забезпечення гідного рівня життя, забезпечення освітньої, наукової та культурної реалізації особистості та ін.

Очевидним є те, що проблема оптимального поєднання процесів використання природних ресурсів та їх охорони потребує системної орієнтації досліджень у контексті стратегії соціального та економічного розвитку держави. Ця стратегія повинна бути зорієнтована на ефективне використання природно-ресурсного потенціалу та досягнення стандартів життя, що відповідають кращим зразкам світового досвіду.

Виходячи з цього, усвідомлення складності ситуації в екологічній сфері супроводжується активізацією дій держави в ній, сформовані мета, стратегічні цілі і завдання, що відображено в Стратегії державної екологічної політики України на період до 2020 року.

Проте все це поки що не дає очікуваних результатів через відсутність системного підходу до стратегічних напрямів реалізації природно-ресурсної політики, неузгодженість нормативно-правової бази та низький рівень екологічної культури.

В Україні і досі не втілені базові ідеї стратегії сталого розвитку. Не забезпечується гармонізація співіснування людини і

природи, не завжди реалізуються права нинішнього і майбутніх поколінь на справедливе задоволення їх потреб і рівність можливостей для подальшого розвитку, держава не несе відповідальності за погіршення стану довкілля, не усуваються причини порушення наслідків забруднення навколишнього середовища.

Не достатньо розвинене міжнародне співробітництво з метою забезпечення умов економічного зростання і сталого розвитку всіх країн.

Розуміння зростаючої ролі сталого розвитку стало підставою того, що в Україні Радою по вивченню продуктивних сил НАН України та Українською академією аграрних наук (нині НААНУ) розроблено відповідно Концепцію сталого розвитку України та Концепцію збалансованого (сталого) розвитку агроecosystem в Україні на період до 2025 року.

З приходом ринкових відносин та конкуренції в Україну виникла необхідність розвитку аграрної політики держави з врахуванням світових стандартів та досвіду розвинених країн.

На сьогодні стійкий (сталий) розвиток пов'язується з гармонійними потребами досягнення наступних цілей: подолання бідності, задоволення потреб суспільства, здорова економіка, висока якість навколишнього середовища і збереження сталості розвитку протягом тривалого періоду.

Зазначимо, що в зарубіжних країнах стратегії збалансованого розвитку існують у кожному регіоні, мають свої певні характерні особливості. Так, у стратегії сталого розвитку Німеччини виокремлюються такі вектори, як рівність нинішніх та майбутніх поколінь, соціальна згуртованість, якість життя. У національній стратегії Ісландії особлива увага приділяється збалансованому виробництву, а також питанням екологічної освіти населення [1]. Національні стратегії сталого розвитку Чехії, Німеччини, Греції, Італії, Іспанії та Норвегії відображають соціальні та еколого-економічні показники їх сталого розвитку [2]. Стратегії сталого розвитку Латвії та Ірландії відрізняються наявністю в них картографічного забезпечення, що відображає усі напрями сталого розвитку [3].

Поступовий вектор розвитку України, орієнтований на входження до Європейського Союзу, вимагає невідворотних змін

загальної стратегії на всіх рівнях господарювання, в тому числі екологічної стратегії розвитку природокористування.

В процесі розробки ринкової стратегії стійкого розвитку формується інформаційна база, яку потрібно враховувати при функціонуванні на агроринку.

При цьому загальна мета стратегії як засобу стійкого розвитку регіону має бути впроваджена завдяки реалізації основних напрямків державної політики, спрямованих на вдосконалення природокористування, створення сприятливих умов для сталого розвитку через територіальне планування, розвиток високоефективного конкурентоспроможного землеволодіння і землекористування в контексті інноваційного вектору розвитку.

Зважаючи на об'єктивні передумови та особливості вироблення ринкової стратегії стійкого розвитку, пріоритетами політики регіонів мають стати такі стратегії як:

- стратегія ефективного використання наявного природно-ресурсного потенціалу регіонів;

- стратегія розвитку менеджменту як інноваційного процесу, що спрямований на розв'язання соціальних, еколого-економічних завдань в сфері природокористування та на підготовку якісного кадрового забезпечення в системі управління природними ресурсами, що забезпечує досягнення кінцевої мети;

- стратегія маркетингового забезпечення природокористування, що на основі аналізу сильних і слабких його сторін, загроз і можливостей, дозволяє здійснити вибір альтернатив, що дозволять повною мірою скористатися його сприятливими можливостями як пріоритетними напрямками стратегічного розвитку;

- стратегія економічного стимулювання стійкого розвитку на основі збереження природно-ресурсного потенціалу, мінімізації можливих негативних наслідків, максимізації задоволення потреб землевласників та землекористувачів, пріоритету інноваційної діяльності на основі впровадження нових технологій;

- стратегія покращення кадрового забезпечення, що спрямована на поглиблення наукової діяльності та на розробку форсайт технологій у сфері стійкого використання природних ресурсів;

- стратегія формування привабливого інвестиційного клімату в об'єднаних територіальних громадах для реалізації

проектів стійкого диверсифікованого розвитку сфери природокористування.

Запропоновані стратегії можуть стати аргументами для створення нових підходів щодо їх розвитку та вироблення загальної стратегії стійкого розвитку природокористування.

Прискорений розвиток природокористування у провідних країнах світу відбувається завдяки розвиненій товарній спеціалізації сільськогосподарських землекористувань, впровадженню новітніх технологій, посиленню виробничих зв'язків виробництва із суміжними галузями (переробка продукції та доведення її до споживача), створення ефективної системи агробізнесу.

В зарубіжних країнах заходи з просторової організації території вказують на важливість землеустрою, орієнтованого на проведення комплексу робіт і заходів, що спрямовані на вдосконалення процесу регулювання земельних відносин та раціональну організацію території адміністративно-територіальних утворень і новостворених господарських структур.

Отже, критичний аналіз досвіду природокористування зарубіжних країн свідчить про пріоритетність сталості економічного розвитку аграрної галузі.

Використання досвіду інших країн дасть змогу уникнути прорахунків у сільськогосподарському природокористуванні в Україні і її регіонах.

Відтак ведення бізнесу на основі дотримання стратегії стійкого розвитку дозволить створити сприятливий інвестиційний клімат за рахунок досягнення привабливості, дозволить підвищити ефективність сільського виробництва за рахунок використання ресурсоощадних технологій, сприятиме диверсифікації сільської економіки за рахунок розосередження видів діяльності.

Подальші дослідження мають ґрунтуватися на вивченні досвіду впровадження концепцій сталого розвитку на основі PEST-аналізу.

#### Література:

1. Sustainable development knowledge platform: [Electron. resources]. – Mode access: <https://sustainabledevelopment.un.org>
2. European sustainable development network: [Electron. resources]. – Mode access: <http://www.sd-network.ua>

3. Our Common Future / World Commission on Environment and Development. – New York: Oxford University Press, 1987. – XV. – 383 p.

*Fu Yanjun, PhD student*

*Zhang Wenxi, PhD student*

Sumy national agrarian university, Sumy, Ukraine

## **RESEARCH ON THE EFFECT OF CHINESE HIGHER EDUCATION ON SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH**

Science and technology are changing with each passing day. The competition of comprehensive national strength will be reflected in the competition of science and technology and talents. The role of higher education in the sustainable growth of the economy is becoming more and more important and has been widely valued by all countries in the world. How to make higher education better serve economic development in the era of knowledge economy has become an important research topic. As a social activity, China's higher education must be built around the center of the economy and based on the sustained and stable development of the economy. The development of higher education directly affects the development of the future society and has played a positive role in promoting scientific and technological development, economic growth and social progress. Higher education is an important factor for a country to meet the challenges of the times and enhance its overall national strength. Therefore, it is particularly urgent to study the role of higher education in promoting sustainable economic growth.

The sustainable growth of higher education in China is mainly reflected in three aspects:

1) The socially necessary labor time consumed by laborers in the production process. The shorter the time, the higher the labor productivity, and the education level of laborers is closely related to productivity.

2) The higher the scientific and technological development level, the more advanced the production technology and equipment, the higher the quality of production personnel, then, the lower the consumption of production raw materials.

3) The management personnel level is an important factor for the improvement of labor productivity of a modern enterprise.

Higher education provides high-quality labor to promote sustained economic development. Higher education is an important force in building a market economy environment. College consumption is also a new growth point for sustainable economic development.

However, there are some problems in China's higher education at present:

1. Talent cultivation cannot fully adapt to the needs of local economic development, and to some extent there is a phenomenon of waste of human resources.

2. The cooperation between universities and enterprises is not close, and the advantages of science and technology and education have not been transformed into economic development advantages. The conversion rate of scientific research achievements of universities is low.

3. Some enterprises have short-sighted development strategies of not paying attention to long-term development, and have insufficient investment in upgrading existing technologies and developing new technologies.

Some words about adult higher education in China.

The innovation of running mode of adult higher education institutions is mainly divided into two aspects, including orientation innovation and form innovation. Firstly, as far as positioning innovation is concerned, it plays an extremely important and key role for any adult higher education institution. Under the new situation, whether adult higher education institutions can successfully achieve positioning innovation is fundamentally related to the future development path of adult higher education institutions. Therefore, the orientation and innovation of adult higher education must be realized as soon as possible. That is to say, the leaders of adult higher education institutions should fully realize the important tasks of adult education in a learning society. They should make it have the advantages of natural brand and professional resources, and change from a traditional single provider of academic qualifications education to a multi-functional high-level school-running institution, and thus realizing the reposition of running a school. For adult higher education institutions, its positioning innovation is conducive to fully tapping the advantages of the University itself, and can strengthen communication and cooperation with community education and social forces in school-running education, forming a favorable situation of



complementary advantages. Secondly, in terms of the innovation of school-running form, it is the precondition for the realization of orientation innovation. Without the innovation of school-running form, orientation innovation is basically nothing. Therefore, adult higher education institutions should actively explore new forms of running schools on the basis of ensuring the effectiveness of traditional forms of running schools, so as to obtain the motive force for sustainable development.

Adult higher education institutions should also innovate their management concepts and modes. They should respect talents, strive to develop human resources, adhere to the people-oriented management concept, let learners be the basis of management, selectively learn from advanced management concepts and management experience of foreign countries, and strive to straighten out the relationship between adult education institutions and network education institutions. That is to say, adult higher education institutions should strive to achieve innovation in personnel training mode and curriculum teaching, and strive to cultivate compound talents with high comprehensive quality and strong practical ability. Therefore, it is necessary for adult higher education institutions to innovate the curriculum education system, substitute the single curriculum system for a trinity curriculum system, fully consider the applicability of personnel training, emphasize learning for application, pay attention to combining the characteristics of adult learning, adopt interactive and situational teaching methods to teach knowledge, and make full use of various advanced teaching methods to adult learning. The learners provide more open learning opportunities and take ability, quality and learning ability as comprehensive evaluation criteria, so as to promote the efficient and high-quality development of adult higher education institutions through management innovation. Of course, adult higher education institutions should also innovate the competence of their professional staff, which is their core competitiveness. That is to say, adult higher education institutions should improve their staff's quality and make them have consciousness's in higher education reform, innovation and service. These require leaders of adult higher education institutions to set an example, and also need certain learning resources and learning system to ensure, and actively encourage them to achieve self-transcendence. In addition, adult higher education institutions should also achieve management innovation through strategic innovation, such as market penetration strategy, market development strategy, product development strategy and diversification strategy.

Conclusion:

1. Higher education should fundamentally change its concept, firmly establish the idea of serving the economy and society, and serve the sustainable development of the economy in a multi-faceted, multi-level and multi-form.

2. Higher education should be oriented to the main battlefield of economic construction to actively promote the transformation of scientific research achievements, and to contribute more to economically sustainable development.

3. Build or participate in the construction of high-tech parks to promote high-tech industrialization.

4. Give play to intellectual advantages and provide decisions for sustainable economic development consultation service.

References:

1. Liu Hua. A brief analysis on the strengthening of internal audit supervision in public institutions and the standardization of financial behavior. Reform and opening up, 2014 (10). P. 85-86.

2. Xie Yonghong. Thoughts on strengthening financial supervision of public institutions. Administrative property and finance, 2013 (18). P. 8-9.

3. Yan Jing. On internal control and supervision of accounting in public institutions. Administrative property and finance, 2014 (12). P. 130-131.

***Воробйова Ю.М., магістрантка  
Калініченко Д.Р., асистент***

*Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського, м.Кривий Ріг, Україна*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Вивчаючи поняття «конкурентоспроможність» та «глобалізація», було розглянуто безліч різноманітних поглядів. В економічній літературі можна виділити «універсальне» трактування конкурентоспроможності, як здатності країни чи фірми розробляти та виготовляти товари і послуги вищої якості або за цінами, значно нижчими порівняно з конкурентами.

Конкурентоспроможність визначається реальною та потенційною можливостями проектувати, виготовляти і збувати товари, які за ціновими і якісними характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів [1].

Поняття конкурентоспроможність широко використовується в теорії та практиці економічних наук, яка в перекладі з латинського означає боротьба за досягнення найкращих результатів.

Різноманітність сутності трактування поняття «конкурентоспроможність» різними вченими економістами можна розглянути в табл. 1

Таблиця 1 – Погляди вчених на сутності поняття конкурентоспроможність

Автор	Визначення
1	2
Ожегов С.І.	Конкурентоспроможність – це здатність витримати конкуренцію, протистояння конкурентам
Фатхутдінов Р.А.	Конкурентоспроможність — це властивість об’єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об’єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об’єктами на даному ринку
Петров В.	Конкурентоспроможність є багатогранною економічною категорією, що має кілька рівнів товару, товаровиробника, галузі, країни
Райзберг Б.А.	Конкурентоспроможність — це реальна та потенційна можливість фірм у певних умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, аніж товари їхніх конкурентів

1	2
Портер М.	Вчений стверджує, що в економічній науці немає універсального визначення поняття конкурентоспроможності для всіх суб'єктів і об'єктів
Гельвановський А.М.	Конкурентоспроможність – це володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання
Хруцький В.Є., Корнєєва І.В.,	Конкурентоспроможність — це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, ними фінансовими результатами для виробника .
Забелін П.В., Моїсєєва Н.К.	Здатність приносити прибуток у короткостроковому періоді не нижче заданого, або вище середнього прибутку

*Джерело : сформовано авторами згідно [2,4,5].*

Як можна спостерігати за таблицею 1 існує розбіжності та різноманітність авторських позицій, стосовно сутності поняття, які пояснюються такими причинами :

1. ототожненням конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції або послуг;

2. масштабами розгляду конкурентоспроможності: на регіональному, національному або світовому ринку (підприємство, галузь, країна);

3. заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень);

4. характеристикою будь-якої складової конкурентоспроможності підприємства: конкурентоспроможність виробничого, трудового потенціалу [6].

Конкурентоспроможність є одним із ключових факторів глобалізації економіки країни, що сприяє розвитку та першості в різних сферах діяльності.

Під глобалізацією розуміють процес всесвітньої економічної, політичної, соціальної та культурної інтеграції та уніфікації. Це об'єктивний процес, що охоплює всі сфери життя суспільства. Наслідком глобалізації є створення міжнародних організацій із сертифікації, міжнародних економічних, політичних,

військових альянсів тощо. З одного боку, це покликане покращити життя населення, стандартизувати експортну продукцію в світових масштабах для відповідності вимог національних законодавств, зробити простішим ведення бізнесу між державами та континентами, стерти кордони між цивілізаціями. З іншого боку, для економіки країн, що розвиваються, більшість цього залишається недосяжним і провокує загострення проблеми мобільності, збільшення відчуття соціальної нерівності [3, с. 17].

Перші практичні ознаки глобалізації з'являються в період Нового часу в зовнішній політиці таких країн, як Іспанія, Голландія та Англія. Поступово хвиля глобалізації поширюється на всю Західну Європу, з часом охоплюючи Північну Америку і частково Південну Америку [1, с. 52].

Процес глобалізації розгортається під впливом сукупності факторів. Серед них:

1. науково-технічний прогрес, революція в інформаційних технологіях;
2. розвиток міжнародної інфраструктури, нових поколінь транспорту і зв'язку;
3. поглиблення міжнародного поділу праці, подальший розвиток інтернаціоналізації виробництва;
4. геоекономічні та геополітичні трансформації, пов'язані із розпадом соціалістичної системи та посиленням ринкової уніфікації сучасного світу;
5. послаблення ролі традицій, соціальних зв'язків і звичаїв, інтернаціоналізація освіти, культурного простору тощо.

Отже, можна визначити різноманітність трактування поняття конкурентоспроможність в умовах глобалізації, доцільно вважати, що даний термін розкритий в повному обсязі, відмінність кожного автора залежала від історичних, політичних, економічних та інших чинників, що могли вплинути на сутність терміну.

#### Література:

1. Андріяш В. І. Державна етнополітика в Україні в умовах глобалізації : [монографія] / В. І. Андріяш. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. – 385 с

2. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Рос. экон. журн. 1998. - №3. - С. 76
3. Калініченко Д.Р. Вплив глобалізаційних процесів на характеристики людського капіталу / Д.Р. Калініченко // Економіка. Фінанси. Право. Серія «Економіка». – 2017. – № 5/3. – С. 15-19
4. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М.: Издво «Советская энциклопедия», 1972. 846 с.
6. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / С.М. Клименко, О.С. Дуброва та ін. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.]

**Яковенко Ю.В., асистент**  
**Воробйова Ю.М., магістрантка**

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

## **АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДАЖУ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ**

У сучасних умовах глобалізації та інтеграції країн при формуванні єдиного світового простору важливого значення набуває прискорення інтеграції українських ринків до основних міжнародних товарних ринків. За роки незалежності Україна суттєво просунулась на шляху до інтеграції у світовий автомобільний ринок, на якому вона зайняла досить активну позицію, але втратила її у зв'язку з економічною кризою.

Автомобіль забезпечує високу мобільність людини, ефективність праці, визначає сучасний спосіб життя суспільства. Він є показником рівня забезпеченості матеріальними засобами як окремої людини (його власника), так і суспільства або держави в цілому (в даному випадку йдеться про автозабезпеченість населення країни). Автомобіль належить до товарів тривалого користування, попит на які визначається двома групами факторів – суб'єктивними та об'єктивними [5].

До об'єктивних факторів відносять:

1. Доходи населення
2. Зростання цін
3. Курс обмінну
4. Ставки за кредитами та депозитами.

Об'єктивні фактори найчастіше використовують при прогнозуванні споживчих ринків.

До суб'єктивних факторів належать:

1. Сприйняття споживачами поточної ситуації
2. Очікування змін в майбутньому
3. Індекс споживчого настрою – комплексний показник, що

отримується з опитувань та базується на:

- I. оцінки поточного матеріального становища;
- II. оцінки змін матеріального становища;
- III. оцінки розвитку економіки країни в найближчий рік;
- IV. оцінки розвитку країни протягом наступних 5 років;
- V. оцінки своєчасності здійснення покупок товарів тривалого

користування.

4. Готовність взяти кредит – статистичний розрахунковий показник, що показує відхилення реальної долі автомобілів, придбаних у кредит порівняно з прогнозованою на основі об'єктивних факторів [7,8].

В Україні експерти та аналітики дають більш оптимістичні прогнози ринку автомобілів на 2018 рік. Так в першому кварталі 2017 року вже був помітний зростання купівельної спроможності громадян. До кінця року зростання продажів повинен прискориться, хоча на даний показник впливає ще й курс валют. Якщо гривня залишиться на колишньому рівні, то в 2018 році варто очікувати різкого стрибка продажів нових автомобілів.

Якщо говорити про цифри, то в березні 2017 року було вироблено всього 305 автомобілів, що істотно нижче результату, досягнутого в березні минулого року, але більше результату лютого 2017 року. В загальному обсязі випущеної продукції складають легкові автомобілі – 254 штуки.

Початковий прогноз українських аналітиків 20% зростання, але на сьогоднішній день ритм збільшився, а значить і до 2018 року даний сектор економіки вийде на новий рівень. Прогноз ринку автомобілів України говорить про те, що в 2018 рік Україна повинна увійти з 55 000 новими автомобілями.

Ринок, як відомо – це живий організм, який реагує на будь-яку деталь. Так нове законодавство та відміна мит на товари з ЄС можуть позитивно позначитися на автомобільному ринку. Очікується істотне зниження цін на нові машини, так і на старі авто. Вторинний ринок автомобілів 2018 року в Україні оживає завдяки зниженню мита, а прогноз для нього на наступний рік дають дуже оптимістичний. Багато українців зможуть придбати вживану машину за прийнятною вартістю.

У бочці меду є і ложка дьогтю, зокрема це інфляція і поступове зниження мита на автомобілі. Також неприємних відчуттів може додати і необхідність ввозити тільки машини, що відповідають екологічному стандарту Євро-5 [2,4].

Таблиця 1 - Обсяги реалізації нових легкових автомобілів у порівняних цінах у 2012-2018 рр.

Роки	Інфляція	Автомобілі та автотовари в порівняних цінах, млн.грн
2012	109,1	20630
2013	104,6	15564
2014	99,8	17799
2015	100,5	13092
2016	124,9	6469
2017	143,3	5013
2018	112,0	4600

*Джерело : власно опрацьоване на основі [1,3]*

Попри те, що у 2016 р. кількість проданих автомобілів переважної більшості торгових марок збільшилась, частка деяких брендів у загальному обсязі реалізації зменшилась за рахунок зміцнення позицій автомобілів інших марок. Передусім ці зміни торкнулись машин марки ВАЗ, які протягом усіх років існування незалежної України були беззаперечним лідером на вітчизняному ринку, однак у 2013 р. зменшили свою ринкову частку з 15,31 до 13,16 %, а у травні 2013 р. їх навіть обійшов за обсягом реалізації корейський бренд Hyundai, який стрімко зміцнює конкурентні позиції



на українському ринку [4]. Посилює свої конкурентні переваги і вітчизняний ЗАЗ, зокрема, за рахунок оновлення товарного асортименту і виведення на ринок у 2013 р. спільної китайсько-української моделі ZAZ Forza.

Таблиця 2 - Найбільш реалізовані легкові автомобілі у 2012-2018 рр[16]

№	Марка	Кількість проданих легкових автомобілів у 2012-2018 рр.	У відсотках до підсумку, %
1	HYUNDAI	88804	9,51
2	VAZ	88288	9,46
3	ZAZ	83862	8,98
4	TOYOTAVAZ	77604	8,31
5	RENAULT	60369	6,47
6	VOLKSWAGEN	56468	6,05
7	SKODA	56281	6,03
8	KIA	55853	5,98
9	GEELY	50616	5,42
10	NISSANA	49815	5,34
11	Інші	265701	28,4

Лідером за обсягом продажів у 2012-2018 рр. стала HYUNDAI. Другу позицію на ринку зайняв французький бренд VAZ. Третьою маркою за популярністю в українців став ZAZ. Як повідомляв УНІАН, продаж нових легкових автомобілів в Україні в 2016 році порівняно з 2015 роком зріс на 41% - до 65,5 тис. одиниць. За прогнозами експертів, у 2017 році продаж в цьому сегменті авторинку зросте на 32-38%.

Основні фактори, які впливають на ринкову ситуацію в 2018 р.  
Позитивні:

1. Вихід на ринок великої кількості нових моделей в доступних цінових сегментах.

2. Поліпшення умов споживчого кредитування.

Негативні:

1. Зниження купівельної спроможності населення і підприємств внаслідок негативних тенденцій в українській економіці.

2. Зміна споживчих переваг (перехід покупців з сегменту нових автомобілів в сегмент б/у техніки).

3. Курсова нестабільність національної валюти, що призводять до зростання цін на автомобілі.

4. Політична нестабільність та те, що країна знаходиться у стані дефолту.

Для підтримки українського автопрому необхідно: створити умови для пільгового кредитування підприємств, які займаються випуском автомобілів. Адже зараз такої системи немає і всі заводи отримують кредити на загальних підставах; звільнити підприємства від місцевих податків та зборів, тому що, за даним Міжнародного інституту автопромисловості в Цюриху, в Україні заводи витрачають на такі податки більше, ніж у сусідніх Білорусі та Румунії разом узятих; встановити привабливий інвестиційний клімат у державі; і нарешті, Україна має проводити власні конструкторські розробки задля створення нових конкурентних моделей [6].

#### Література :

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]//- Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Індекс інфляції [Електронний ресурс]//- Режим доступа: <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>

3. Прогнози ринку автомобілів на 2017р. [Електронний ресурс]//- Режим доступа: <http://2017rik.pp.ua/prognozi-rinku-avtomobiliv-2017-roku-vtorinnij-rinok-bu-avtomobiliv/>

4. Продаж нових легкових автомобілів [Електронний ресурс]//- Режим доступа: <https://economics.unian.ua/transport/1756081-prodaj-novih-legkovih-avtomobiliv-v-ukrajini-zris-na-50.html>

5. Кривоконь О.Г. Конкуренгоздат- ність та ключові проблеми в галузі легко- вого автомобілебудування України / О.Г. Кривоконь, А.І. Бондаренко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник

наукових праць. Тематичний випуск: Транспортне машинобудування. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – №19. – С. 22-30.

6. Мороз Л.А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників / Л.А. Мороз // Логістика: [збірник наукових праць] / відповідальний редактор Є.В. Крикавський. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 154-159.

7. Сокол М.П. Авторинок України: Прогноз на 2012 р. / М.П. Сокол // Маркетинг в Україні. – 2011. – №5-6. – С. 34-38.

8. УкрАвтопром / Асоціація автовиробників України [Електронний ресурс]//– Режим доступа: <http://ukrautoprom.com.ua/uk/>

*Логвиненко Н.І., магістрант*

*Науковий керівник: Яковенко Ю.В., асистент*

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

## **АНАЛІЗ РИНКУ НАФТОПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ**

Забезпечення енергетичної безпеки і побудови розвинутого та перспективного ринку нафтопродукту, залежить від ефективного управління ринком та впливу на нього зовнішніх факторів. Через важливість даної групи товарів і поширене її використання населенням, варто приділяти достатньо уваги з боку держави і контролюючих органів, в напрямку вивчення даного ринку і допомогти в його розвитку.

Враховуючи залежність України в енергетичній галузі [20] кон'юнктура яка склалась на Українському ринку нафтопродуктів буде впливати на всі галузі господарства. Через стратегічне значення даного ринку, для України саме вплив і регулювання держави буде мати вирішальне значення, для розвитку всієї економіки в цілому.

Дослідженням ринку нафти займалися такі дослідники як, Сапронов Ю.А., Шпільевський В. В. [3], які проаналізували аспект розвитку даного ринку враховуючи енергетичну залежність країни, окрім даних дослідників регулярний збір інформації проводить Держстат України, а також НАК «Нафтогаз».

Враховуючи значну перебудову на ринку нафтопродуктів і для остатоного визначення тренду нафтопродукту, необхідно розуміти саме товарооборот нафтопродуктів, а саме його найбільших представників: бензин моторний і дизельне паливо, для точного визначення фактичного товарообороту з урахуванням інфляції були взяті данні товарної структури з Держстата України [5], а також індекс інфляції в Україні за офіційними даними Міністерства Фінансів України [6] і побудована таблиця 2, в якій були наведена динаміка зміни товарообороту.

Таблиця 1 - Товарооборот торговельних підприємств України з урахуванням інфляції

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Бензин моторний млн. грн.	35971	44151	47420	45434	47935	48243	46086
Динаміка товарообороту, %	117,8	122,74	107,40	95,81	105,50	100,64	95,52
Індекс інфляції, %	109,1	104,6	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4
Фактичний товарооборот з урахуванням інфляції, млн. грн.	32031	38831	41779	39854	34510		
Фактична динаміка з Урахуванням інфляції, %	100	121,22	107,59	95,39	86,59		
Дизельне пальне (газойль)	14091	19147	21677	23407	29992		
Динаміка товарообороту	133,72	135,88	113,21	107,98	128,13		
Фактичний товарооборот з урахуванням інфляції, млн. грн.	12915	16839	19098	20532	21592		
Фактична динаміка з Урахуванням інфляції, %	100	130,38	113,41	107,51	105,16		

*Примітка. Складено автором за матеріалами [1, 2].*

Проаналізувавши таблицю необхідно зазначити, що в 2011 році відбулось стрімке зростання відносно бензину зростання склало близько 20% і при інфляції також зростання було близько 20%, але вже в 2012 році відбулось уповільнення збільшення

товарообороту, хоча приріст склав відносно бензину моторного на 7%, а відносно дизельного пального більше 13%. В 2013 році почався спад, проте зміна відбулась лише відносно бензину моторного, товарооборот скоротився на 5%, а відносно дизельного палива навіть виріс на 7%. В 2014 році товарооборот бензину зріс на 5% в грошовому еквіваленті, але фактичний товарооборот через інфляцію скоротився і впав майже на 14%. Відносно дизельного палива, приріст в грошовому еквіваленті склав більше 28% і незважаючи на значну інфляцію продовжив зростати і виріс на 5%. В 2015 році відбулась повністю зміна тренду на ринку нафтопродукту, почався величезний спад, так відносно бензину в грошовому еквіваленті відбулось зростання на 0,6%, а з урахуванням величезної інфляції відбулось падіння на 24%. Дизельне пальне також почала здавати свої позиції, в грошовому обсязі товарооборот виріс на незначні 4%, а з урахуванням інфляції відбулось падіння на 21%. В 2016 році продовжується падіння ринку, в грошовому еквіваленті товарооборот знизився на 5%, а з урахуванням інфляції, яка уповільнилась відносно двох минулих років, падіння склало 11%. Відносно дизельного палива зниження товарообороту склало 15%, а враховуючи інфляцію на 21%, відносно базисного періоду.

Таким чином необхідно зазначити, про складне становище на ринку нафтопродуктів, на якому відбулось припинення розвитку, а почався стрімкий спад після суттєвого розвитку. Дана тенденція пов'язана із великою інфляцією на ринку і уповільненим споживанням пального.

Сапронов Ю.А. зазначив, що «Український роздрібний ринок моторного палива наповнений бензином і дизельним паливом вітчизняного виробництва, в той час як імпортоване паливо переважно реалізується на оптовому ринку [3]».

Споживання моторного палива можна умовно розділити на дві групи: споживання населенням і в економічній сфері. Згідно проведеного аналізу, в країні спостерігається зміна співвідношень споживання моторного палива за групами споживачів.

Загальний розвиток вітчизняного ринку нафтопродуктів, являється з одного боку, динамічно зростаючим, через загальні тенденції розвитку світового ринку нафтопродуктів, а з іншого боку, має достатньо спекулятивний недостатньо регульований характер. З даного дослідження були отримані наступні результати:

Згідно таблиці 1, в грошовому виразі, товарооборот бензину починаючи з 2012 року постійно збільшувався, однак в 2016 році було зафіксовано зниження товарообороту. Однак з урахуванням інфляції, починаючи з 2013 року, фактичний товарооборот постійно знижувався.

Через дані процеси, що є на ринку відбувається зниження купівельно-спроможного рівня населення і як наслідок, уповільнена динаміка змін у всіх секторах виробничої і невиробничої сфери господарювання.

#### Література:

1. Григорєва А. О. Аналіз ринку нафтопродуктів [Електронний ресурс] / А. О. Григорєва – Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/user/Downloads/mnj\\_2017\\_1\(2\)\\_\\_12.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/mnj_2017_1(2)__12.pdf).

2. Дорожкіна М. Ринок нафти та нафтопродуктів України: проблеми розвитку та регулювання / Вісник київського національного університету імені Т. Шевченка: Економіка № 85. — 2006, с. 8–11.

3. Шпілевський В. В. Аналітичні аспекти і оцінки енергетичної залежності в нафтодефіцитних країнах / В. В. Шпілевський, Ю. А. Сапронов, Т. І. Салашенко. // Проблеми економіки. – 2013. – №1. – С. 14–21.

4. Річний звіт НАК «НафтогазУкраїни» Ринок нафти і нафтопродуктів <http://annualreport2016.naftogaz.com/ua/de-mi-zaraz/rinok-nafti-i-naftoproduktiv/>

5. Енергетичний баланс України [Електронний ресурс] // Держстат України – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/energ/en\\_bal/arh\\_2012.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/energ/en_bal/arh_2012.htm).

6. Індекс інфляції [Електронний ресурс] // Міністерство Фінансів України – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/inflation/>.