

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ

РОЗВИТОК ОСВІТИ, НАУКИ, ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції

м. Вінниця, 20 квітня 2017 року

**ТОМ II
ЧАСТИНА 2**

Вінниця – ВННІЕ ТНЕУ – 2017

ББК 74(4 УКР)+72(4УКР)+65.9(4УКР)
УДК [001+330.3+37]:339.924
Р 64

Друкується за рішенням Вченої ради Вінницького навчально-наукового інституту економіки Тернопільського національного економічного університету

Протокол № 8 від 27 квітня 2017 р.

Організаційний комітет: А.І. Крисоватий – д.е.н., професор, ректор Тернопільського національного економічного університету; З.-М.В. Задорожний – д.е.н., професор, проректор з наукової роботи Тернопільського національного економічного університету; Б.В. Погріщук – д.е.н., професор, директор Вінницького навчально-наукового інституту економіки Тернопільського національного економічного університету; І.В. Мартусенко – к.г.н., доцент, заступник директора ВННІЕ; Г.Б. Погріщук – к.е.н., доцент, зав. кафедри фінансів і кредиту ВННІЕ; О.М. Ціхановська – к.е.н., доцент, зав. кафедри економіки підприємств і корпорацій ВННІЕ; В.В. Ясишена – к.е.н., доцент, в.о. зав. кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ВННІЕ; О.М. Вільчинська – к.е.н., доцент, в.о. зав. кафедри гуманітарних і фундаментальних дисциплін ВННІЕ; В.О. Козловський – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій ВННІЕ; С.В. Підгаєць – к.е.н., старший викладач кафедри фінансів і кредиту ВННІЕ.

Технічні редактори: А.Д. Ряба, З.Ф. Чорна, О.О. Новіцька, М.О. Собчук, В.А. Жарчук.

Р 64 Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 20 квітня 2017 р.: у 2-х т. – Т. 2 Ч. 2 / редкол.: ВННІЕ ТНЕУ. – Тернопіль: Крок, 2017. – 104 с.

ISBN _____

До збірника включено статті та матеріали доповідей учасників конференції. Розглядаються актуальні теоретичні і практичні проблеми розвитку України в умовах інтеграційних змін, шляхи вдосконалення управління бюджетними ресурсами, кредитною і податковою системами. Висвітлюються питання формування ефективної моделі розвитку підприємництва, інформаційних систем, правового забезпечення економічних реформ, удосконалення облікової роботи на підприємствах тощо, аналізуються проблеми розвитку освіти, науки і економіки за умов євроінтеграційних та глобалізаційних процесів.

Відповідальність за зміст публікацій та орфографічне оформлення несуть їх автори

СЕКЦІЯ II

**ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
СУСПІЛЬСТВА**

**НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА
ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ КРИЗИ**

Собчук М. – ст. 4 курсу, гр. ЕППвн-41

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мельник В.І..... 10

**ДІАГНОСТИКА ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Семенюк О. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПвнм-11

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мельник В.І..... 11

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ МОЛОКА І
МОЛОКОПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ**

Базіль К. – ст. 4 курсу, гр. ЕППвн-41

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М. 12

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ
ПІДПРИЄМСТВА**

Вокалюк Х. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПзвнм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М. 13

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ НА
ПІДПРИЄМСТВІ**

Поштар А. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПвнм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М. 15

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Рухадзе Т. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПзвнм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М. 16

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Юрченко В. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПзвнм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М. 17

**СУТНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ**

Гресько М., Юхименко О. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – викладач Мазур В.Г. 18

СУЧАСНИЙ СТАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ

Климчук Я. – ст. 2-го курсу, гр. ЕППвн-21, Балан В. – ст. 4 курсу, гр. ЕППвн-41

Науковий керівник – к.е.н., доцент Дончак Л.Г. 19

B2B МАРКЕТИНГ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Зарічняк В. – ст. 1 курсу, гр. ПТБДвн-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Дончак Л.Г. 20

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Мельничук Т.І. – ст. 1 курсу, гр. ПТБДвн-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Добіжа Н.В.	22
РІВНІ ТА ФОРМИ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН	
Щербич В. – ст. 1 курсу, гр.ПТБДвн-11	
Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.	23
ОСОБЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	
Козлов Б. – ст. 1 курсу, гр.ПТБДвн-11	
Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.	24
ІМІДЖ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ	
Кононюк О. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПЗвнм-11	
Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.	25
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Шульга В. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПЗвнм-11	
Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.	26
ГЕОПОЛІТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	
Марков Д. – ст. 6 курсу	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Мацяк М.М.	27
НЕМАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА, ЇХ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ	
Присяжнюк Ю. – ст. 4-го курсу, гр. ЕППвн-41	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.	29
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКА В УКРАЇНІ	
Собчук М. – ст. 4-го курсу, гр. ЕППвн-41	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.	30
МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Рогач О. – ст. 4-го курсу, гр. ЕППвн-41	
Науковий керівник – д.е.н., доцент Мельник В.І.	31
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	
Захарчук О. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31	
Науковий керівник – викладач Мазур В.Г.	32
НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА «ПАТ КОЗЯТИНСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»	
Ковальчук О., Ковальчук І. – ст. 3 курсу, гр. ЗЕП	
Науковий керівник – викладач Попова О.О.	33
ПИТАННЯ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРІ	
Олексієнко О. – ст.1 курсу, гр.ПТБДвн-11	
Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.	35
УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС: НАСЛІДКИ, ЗАВДАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
Сироветник І. – ст.1 курсу, гр.ПТБДвн-11	
Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.	36
КОНКУРЕНЦІЯ: ЇЇ СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
Перепеляк Л. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Харчук С.А.	37

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХНЬОГО ПРАКТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ

Письменюк А. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – к.е.н., доцент Харчук С.А.38

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Гресько М. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – к.е.н., доцент Харчук С.А.40

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Вітюк Д. – ст. 5 курсу, гр. ЕППвнм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.41

СЕКЦІЯ ІV

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТА ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

МІСЦЕ ТА РОЛЬ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Ганщук Д. – ст. 1 курсу, гр. ЕППвн-11

Науковий керівник – д.е.н., професор Сірко А.В.43

АНАЛІЗ ПРИРОДИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ЗАГАЛЬНЕ ТА ОСОБЛИВЕ

Марущак М. – ст. 1 курсу, гр. ПТБДвн-11

Науковий керівник – д.е.н., професор Сірко А.В.44

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ТРАНСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Мірієва Р. – ст. 1 курсу, гр. Фвн-11

Науковий керівник. – д.е.н., професор Сірко А.В.45

ГРОШОВА МАСА В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВА

Могульська Т.О., Іванова К.Ю. – ст. 1 курсу, ОПДвн-11

Науковий керівник – д.е.н., професор Сірко А.В.46

ДОБРОБУТ НАСЕЛЕННЯ КРАЇНИ У СТАТИСТИЧНОМУ ВИМІРІ: УКРАЇНА І СВІТ

Слободянюк А. – ст.1 курсу, гр. ЕППвн-11

Науковий керівник . – д.е.н., професор Сірко А.В.47

КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ

Бондар Ю. – ст. 2 курсу, гр.Фвн-21

Науковий керівник – к.е.н, доцент Вільчинська О.М.48

ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ ТА МЕТОДІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Коваль О. – ст. 2 курсу, гр. ОПвн-21

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.49

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖУ ТОВАРУ

Комар Л. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.50

ЗАСТОСУВАННЯ НЕЛІНІЙНИХ ФУНКЦІЙ ПРИ ВИРШЕННІ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАДАЧ	
Перепеляк Л. – ст. 3 курсу ЕППвн-31	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.	51
МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПАРАМЕТРІВ БІЗНЕСУ	
Підгаєць Д. – ст. 2 курсу, гр. ЕППвн-21	
Науковий керівник – к. е. н., доцент Вільчинська О.М.	52
ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	
Попова Д. – ст. 2 курсу, гр. Фвн-21	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.	53
ПОДАТКИ ТА КРИВА ЛАФФЕРА	
Радванецький М. – ст. 2 курсу, гр. Фвн-21	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.	54
МОДЕЛІ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ З УРАХУВАННЯМ ФУНКЦІЙ КОРИСНОСТІ	
Савчук О. – ст. 2 курсу, гр. Фвн-21	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.	56
СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ ДО РЕЛІГІЇ	
Бондар Ю. – ст. 2 курсу, гр.Фвн-21	
Науковий керівник – к.пед.н, доцент Зарішняк І.М.	57
СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ ДО ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	
Климчук Я. – ст. 2 курсу, гр. ЕППвн-21	
Науковий керівник – к.пед.н, доцент Зарішняк І.М.	58
АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ АДАПТАЦІЇ СТУДЕНТІВ-ПЕРШОКУРСНИКІВ	
Клітна К. – ст. 1 курсу, гр.ОПДвн-11	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Зарішняк І.М.	59
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ УСПІШНОГО ПІДПРИЄМЦЯ ОЧИМА СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ	
Підгаєць Д. – ст. 2-го курсу, гр. ЕППвн-21	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Зарішняк І.М.	60
ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО САМОВИЗНАЧЕННЯ СТУДЕНТІВ	
Ткач С. – ст. 1 курсу, гр. Фвн-21	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Зарішняк І.М.	61
ОЦІНКА ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ СТУДЕНТІВ-ПЕРШОКУРСНИКІВ ВНІШНЬОГО СЕКТОРУ	
Шарко В. – ст. 1-го курсу, гр.ПТБДвн-11	
Науковий керівник – к.пед.н, доцент Зарішняк І.М.	63
ВИКОРИСТАННЯ ЛАТИНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ	
Мовчанюк Д. – ст. гр. ПРвн-31	
Науковий керівник – к.т.н., доцент Козловський А.В.....	64
STUDENTS' INVOLVEMENT IN MATHEMATIC RESEARCH ABROAD	
Schcherbych V. – Gr. PTBD-11	
Scientific supervisor PhD in technical sciences, associate professor A.V. Kozlovskiy.....	65

ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО У ДРЕВНЬОМУ РИМІ	
Дембіцький І. – ст. 3 курсу, гр. ПРВн-31	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Мовчан Л.Г.	66
THE IMPACT OF ADVERTISING ON THE CONSUMER'S MIND	
Bondar Y. I. – student of the 2-nd course, Pidhaiets D.Y. student of the 2-nd course	
Scientific supervisor PhD in pedagogics, associate professor L.G. Movchan.....	67
CHANGES IN CONSUMERS' PREFERENCES DURING THE ECONOMIC CRISIS	
O. Zabolotniy – student of the 2-nd course	
Scientific supervisor PhD in pedagogics, associate professor L.G. Movchan.....	68
THE KNOWLEDGE OF FOREIGN LANGUAGES FOR JOB SEARCH IN UKRAINE	
Klitna K.O. – 1st year student, Gr. OPD-11	
Scientific supervisor PhD in pedagogics, associate professor L.G. Movchan.....	70
CHRISTMAS SALES ANALYSIS ABROAD	
Klymchuk Y. – Student, Group EPP-21., Radvanetsky M. – Student, Group F-21	
Scientific supervisor Movchan L.G. – PhD, associate professor;.....	71
OUTSOURCING: POSITIVE AND NEGATIVE ASPECTS	
Sharko V., Shcherbych V. – Gr. PTBD-11	
Scientific supervisor PhD, associate professor – L.G. Movchan.....	72
THE IMPACT OF COMMUTING ON SOCIAL WELLBEING	
Yanchuk M., Polishchuk Y. – 1st year students	
Scientific supervisor PhD, associate professor – L.G. Movchan.....	73
ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В ІНТЕРНЕТІ	
Рогач О. – ст. 4 курсу, гр. ЕППВн-41	
Науковий керівник – к.т.н., доцент Паночишин Ю.М.	74
ЗАСТОСУВАННЯ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПІД ЧАС РОЗРАХУНКУ СКЛАДУ ТА РУХУ НАСЕЛЕННЯ	
Балик Я., Мельник В. – ст. 1 курсу, гр. ФВн-11	
Науковий керівник – к. пед. н., доцент Рум'янцева К.Є.	75
ЗАКОН ПАРЕТО ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ	
Могульська Т., Іванова К. – ст. 1 курсу, ОПДВн-11	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Рум'янцева К.Є.	76
МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПОШИРЕННЯ ЕПІДЕМІЙ	
Ткач С. – ст. 1 курсу; Євтушенко Т.– ст. 1 курсу	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Рум'янцева К. Є.	77
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ	
Голендухін В. – ст. 1 курсу, гр. ЕППВн-11	
Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.	79
ЕТАПИ РОЗВИТКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ	
Бондаренко Ю. – ст. 4 курсу, гр. ЕППЗВн -41	
Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.	80
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ЯК ГОЛОВНА ПЕРЕДУМОВА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	
Обертинський С. – ст. 4 курсу, гр. ФЗВн -41	
Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.	81

ПРОБЛЕМИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ТА ЗАХОДИ ВПЛИВУ НБУ ЗА ПОРУШЕННЯ БАНКІВСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА	
Обертинський С. – ст. 4 курсу, гр. Фзвн -41	
Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.....	82
ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	
Бондаренко Ю. – ст. 4 курсу, гр. ЕПЗвн -41	
Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.....	83
ФОРМУВАННЯ ВНЕСКІВ ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ	
Головащенко К. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31	
Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.....	84
ЕТНОГРАФІЧНІ ЗАПИСИ КОРЕШКОВОЇ АНТОНІНИ ДМИТРІВНИ З СЕЛА ДУМЕНКИ ХМІЛЬНИКСЬКОГО РАЙОНУ НА ВІННИЧЧИНІ	
Ткач С. – ст.1 курсу, гр. Фвн-11	
Науковий керівник – к.і.н., доцент Творун С.О.....	86
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ	
Іванова К., Щербина В. – ст. 2 курсу, гр.ФКвн-21	
Науковий керівник – викладач Циганчук В.А.	87
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ	
Луцишина Т. – ст. 2 курсу	
Науковий керівник – викладач Циганчук В.А.	88
ВИКОРИСТАННЯ ЕЙДЕТИКИ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ШКІЛЬНОГО КУРСУ ХІМІЇ	
Бондар К. – ст. 1 курсу магістратури	
Науковий керівник – д.пед.н., доцент Анненкова І.П.	89
МЕТОДИ МАТЕМАТИЧНОЇ СТАТИСТИКИ В ЕКОНОМІЦІ	
Ваколюк Г. – ст. 4 курсу	
Науковий керівник – к.пед.н Туржанська О.С.....	91
АУТСОРСИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ	
Грідіна Г. – ст. 5 курсу	
Науковий керівник – к.е.н. Загорська Д.М.....	92
ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ КАЗКОТЕРАПІЇ У ВИХОВНІЙ ПРАЦІ З ДІТЬМИ СЕРЕДНЬОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ	
Підвисоцька Г. – ст. 3 курсу	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Вейланде Л.В.-В.	93
ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ «ЧОРНОЇ СКРИНЬКИ»	
Стецюк В. – ст. 3 курсу	
Науковий керівник – к. пед. н., ст. викладач Добровольська Н.В.	94
ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	
Талалай В. – ст. 4 курсу	
Науковий керівник – к.пед.н., ст. викладач Добровольська Н.В.	96

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Холявко К. – ст. 5 курсу	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Чернова О.В.	97
ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО РУХУ У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ	
Царітелі О. – ст. 3 курсу	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Павлова В.В.	99
ПРО ВИКОРИСТАННЯ ІКТ СТУДЕНТАМИ ПІД ЧАС ПЕДАГОГІЧНОЇ ПРАКТИКИ	
Шалухіна А. – ст. 4 курсу	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Павлова В.В.	100
РОЗВИТОК МУЗЕЙНОЇ ПЕДАГОГІКИ В УКРАЇНІ	
Штогрін В. – ст. 3-го курсу історичного факультету	
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Вейланде Л.В.-В	101
МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Климчук Я. – ст. 2 курсу, гр. ЕППвн-21	
Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.	103

СЕКЦІЯ II

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

УДК 658:65.014.1

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ КРИЗИ

Собчук М. – ст. 4 курсу, гр. ЕППвн-41

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мельник В.І.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Бурхливий розвиток ринкових відносин в Україні вимагає від виробничих підприємств нових підходів та ефективних методів управління, які здатні забезпечити конкурентоспроможність, швидке реагування та адаптацію до мінливого зовнішнього середовища, а також сталий економічний і соціальний розвиток підприємства у довгостроковому періоді. Досягнення цього можливе лише за умови чітко спланованої та розробленої стратегії, яка є основою стратегічного управління діяльністю кожного підприємства [1, с. 33-34].

Поняттю стратегічного управління присвячено багато публікацій вітчизняних та зарубіжних авторів. Проте, питання вдосконалення стратегічного управління на підприємствах залишаються не достатньо вивченими. А існуючі розбіжності у поглядах різних вчених щодо розв'язання даних питань свідчать про необхідність подальших наукових досліджень [2].

Досліджуючи дане питання, варто зазначити, що основні причини розвитку кризових явищ слід шукати всередині підприємства. Адже воно не може завжди функціонувати в абсолютно сприятливих умовах. Якщо всередині підприємства існують механізми протидії негативним зовнішнім впливам, то за наявності останніх ступінь розвитку негативних тенденцій у організаційно-виробничій сфері буде

механізмів. Іншими словами первинним чинником розвитку кризових явищ на підприємстві є неефективне управління. У разі сприятливих зовнішніх умов неефективні управлінські рішення можуть маскуватися загальними позитивними результатами, які були б значно кращими, якщо управління було б ефективним. Однак у разі зміни вектора зовнішнього впливу на негативний ефект кризові явища почнуть поширюватися настільки, що будуть проявлятися у фінансовій сфері та можливостях підприємства забезпечувати своє подальше функціонування.

Головною внутрішньою першопричиною розвитку кризи на підприємстві є помилки в управлінні, яке не враховує стратегію підприємства, а через це – не досить ефективне та своєчасне реагування на несприятливі зовнішні фактори. У процесі дослідження було розроблено систему основних елементів вдосконалення процесу стратегічного управління на підприємстві, що дозволять захистити стійку конкурентну позицію підприємства та посприятують розвитку інтеграційних процесів. Такими елементами, на наш погляд, є система стратегічного контролю, управління персоналом, перевірка структури підприємства та стратегічного плану (рис. 1)



значно меншим, ніж у разі відсутності зазначених

Рис. 1. Система напрямів вдосконалення процесу стратегічного управління на підприємстві

Процес розробки стратегії підприємства є досить складним та трудомістким, що потребує значних витрат грошей і часу. Але недосить спланувати діяльність підприємства на перспективу, необхідно організувати її впровадження та виконувати постійний моніторинг, застосовуючи систему стратегічного контролю. Стратегічний контроль є особливим видом управлінської діяльності

підприємства. Суть його полягає у нагляді за кожною окремою одиницею, яка входить до процесу стратегічного управління, що забезпечує досягнення визначених цілей та реалізацію обраних стратегій за допомогою встановлення зворотного стійкого зв'язку.

Другий напрям вдосконалення процесу стратегічного керування персоналом на підприємстві передбачає реалізацію наступних етапів управління за

компетенціями: створення бажаних майбутніх компетенцій персоналу; діагностика та оцінка наявних компетенцій; розробка плану заходів з формування та розвитку бажаних компетенцій; трансформація існуючої бази компетенцій організації у її майбутній стан; оцінка ефективності проведених змін – створення нових компетенцій у компанії.

Крім оцінок стратегічного управління за компетенціями керівництво фірмою повинно провести ретельну перевірку структури підприємства, щоб з'ясувати чи сприяє вона досягненню загальної фірмових цілей, тому що стратегія найбільшою мірою визначає структуру організації.

Після оцінювання роботи підприємства можна розглянути ефективність його функціонування. На жаль, узагальнюючого показника ефективності стратегічного управління на підприємстві ще не було визначено. На сьогодні застосовуються або самостійні показники ефективності, або сумарні показники ефективності, що потребує подальших досліджень.

Побудова системи ефективного стратегічного управління на підприємстві забезпечує досягнення ринкових переваг та розкриває перспективні напрями своєї діяльності, надає можливість кращого вивчення власних потенційних можливостей та обмежень.

Література

1. Бортнік С. Стратегічне управління розвитком персоналу підприємства та сучасні підходи до оцінювання його рівня / С. Бортнік // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 2. – С. 33-39
2. Дончак Л. Г. Сутність та удосконалення стратегічного управління підприємством / Л. Г. Дончак, О. М. Ціхановська // Економіка. Управління. Інновації [Електронний ресурс]. – 2016. – Випуск № 2 (17). – Режим доступу: file:///C:/Users/Admin/Downloads/eui_2016_2_8.pdf

УДК 005.584

ДІАГНОСТИКА ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Семенюк О. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПвм-11

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мельник В.І.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Сучасний розвиток економіки характеризується такими негативними факторами як обмеженість фінансових ресурсів, нестача висококваліфікованих кадрів, інтенсивне оновлення технологій виробництва, внаслідок цього перед суб'єктами господарської діяльності постають проблеми вибору інструментів, які допоможуть підвищити результативність виробничо-господарської діяльності, платоспроможність, інвестиційну привабливість та зміцнити позиції на ринку. При виборі даних інструментів важливу роль відіграє аналіз та оцінка стану підприємства, за допомогою яких виявляються загрози та можливості, сильні та слабкі сторони у процесі розробки та реалізації управлінських рішень, які здатні підвищити ефективність та результативність діяльності підприємства. Вагоме значення у проведенні такого аналізу має діагностика діяльності підприємства, оскільки вона є одним із основних елементів системи управління підприємством.

Діагностика займає одне з основних позицій в системі аналітично-інформаційного забезпечення управління підприємством. На основі результатів діагностики реалізується функція управління та розробка обґрунтованого управлінського рішення. Всі сфери діяльності підприємства підлягають саме діагностиці, однак пріоритетною є діагностика ефективності виробничо-господарської діяльності.

Виробничо-господарська діяльність підприємства є економічно обґрунтованим, та таким що не суперечить чинному законодавству, процесом планування, виробництва та вдосконалення якості продукції з метою її подальшого збуту у відповідності до потреб споживачів.

Діагностика діяльності підприємства визначається як багатофакторна категорія, суть якої

полягає у дослідженні базових показників господарської діяльності, всебічному аналізі зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на фінансово-економічний стан підприємства. В економічному контексті під діагностикою діяльності підприємства розуміється дослідження його стану з метою визначення тенденцій розвитку для прийняття подальших рішень щодо напрямів його діяльності, що здійснюється за допомогою визначеної системи економічних методів та прийомів.

Основною метою діагностики є встановлення діагнозу досліджуваного підприємства та визначення заходів, які спрямовуються на налагодження роботи всіх елементів виробничої системи і способи їх реалізації.

Виділяють такі основні напрями діагностики діяльності підприємства: використання методики аналізу а також використання результатів виробничо-господарської, комерційної, соціальної та ін. видів діяльності; встановлення основних прийомів аналізу та використання всіх видів ресурсів; оцінка фінансового стану та фінансового ризику; встановлення шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства; загальна оцінка ефективності роботи підприємства та основних чинників, що її визначають [1].

Діагностика діяльності промислового підприємства проводиться за такими етапами:

1. аналіз зовнішнього середовища (при цьому враховується, що на даний момент для зовнішнього середовища характерними є підвищена складність та мінливість);
2. проведення загальної діагностики діяльності підприємства, суть якої полягає в аналізі внутрішнього середовища (проводиться за такими напрямками: маркетинг, фінанси, виробництво, кадри, організаційна культура підприємства);

3. проведення комплексної діагностики за відповідними напрямками (ефективність підсистем виробничо-господарської діяльності підприємства, ефективність використання окремих видів ресурсів, соціально-екологічна ефективність);
4. формування системи показників ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства;
5. обґрунтування та застосування аналітичних інструментів проведення діагностики

ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства для дослідження тенденцій змін показників [2].

На основі діагностики виробничо-господарської діяльності підприємства реалізуються функції управління, розробляються обґрунтовані управлінські рішення, забезпечується комплексне його управління, визначення шляхів подальшого функціонування та розвитку.

Література

1. Коваленко О.В. Експрес-діагностика неплатоспроможності як необхідна складова механізму запобігання загрозі банкрутства підприємства/ О.В. Коваленко // Держава та регіони: Серія: Економіка та підприємництво, 2013 р., № 1 (70) – С. 119 – 123.
2. Жуков А. В. Методичний підхід щодо діагностики ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства / А. В. Жуков // Бізнес Інформ. – 2014. – № 3. – С. 276 – 283.

УДК 338.439:637(477)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ МОЛОКА І МОЛОКОПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

Базиль К. – ст. 4 курсу, гр. ЕППвн-41

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Пріоритетність розвитку молока продуктового підкомплексу АПК в національній економіці України зумовлюються винятковою значущістю та незамінністю молока і молокопродуктів в життєдіяльності людини і суспільства. Державна політика щодо розвитку конкурентоспроможного ринку молока і молокопродуктів спрямовується на забезпечення ефективного розвитку сільськогосподарської молочної галузі, платоспроможного попиту населення в її продукції, потреби підприємств молокопереробної промисловості у сировині, створення умов для ефективного захисту внутрішнього ринку та сприяння просуванню молочної продукції на зовнішній ринок.

Специфіка ринку молока пов'язана з великою часткою ринкових агентів на первинному ринку (сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, особисті селянські господарства), необхідністю стабільного ринку збуту продукції та гарантованого надходження сировини на переробні підприємства протягом усього року, безперервного забезпечення населення продуктами щоденного

попиту [4].

Структура агропродовольчого ринку має складний, багатоукладний та нестабільний характер. Розрізняють шість основних її складових: виробництво, переробка, зберігання, формування споживчих ресурсів, реалізація і споживання.

Функціонування ринку молока передбачає наявність таких структурних елементів, як об'єкти (молоко та молочна продукція) та суб'єкти ринку, тобто сукупний попит населення та сукупна пропозиція, яка виражається за допомогою юридичних і фізичних виробників молока й молочної продукції. Ринок молока слід розглядати з таких принципів позицій, як оцінка та аналіз попиту і характеристика пропозиції молока та молочних продуктів; аналіз конкуренції на ринку; співвідношення попиту, пропозиції та цін на молоко й молочні продукції.

Ринок молока є складовою продовольчого ринку України, причому органічно вплетеною в його структуру основними категоріями, що характеризують ринок молока, є попит і пропозиція (рис. 1).

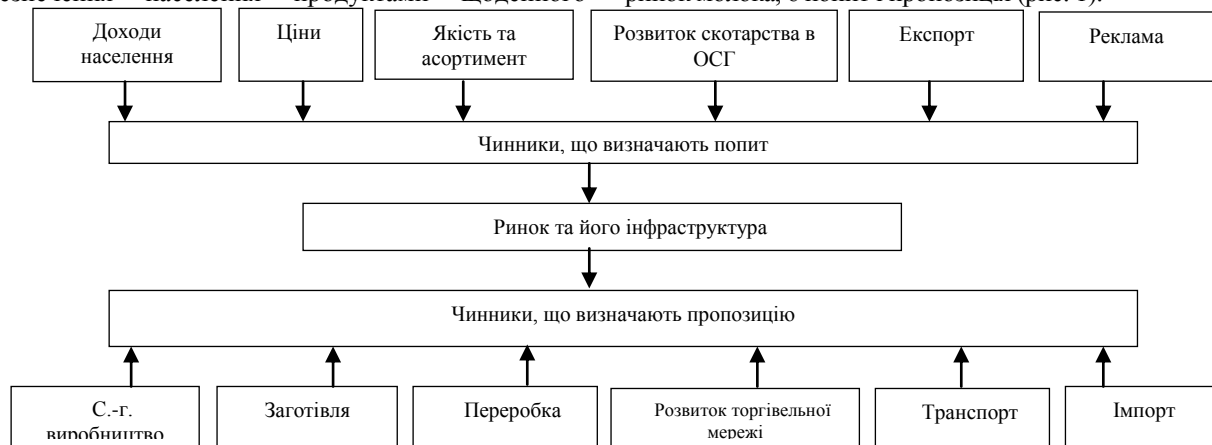


Рис. 1. Структура ринку молока і молокопродуктів [1,7]

У системі економічних механізмів державного регулювання ринку молока особливе значення має кредитна політика. На сьогодні в країні гостро стоїть проблема сільськогосподарського кредиту, тому, на нашу думку, з врахуванням рівня інфляції необхідно знизити відсоткові ставки до 10 – 12 %. Ставки кредитів мають бути стабільними і доступними для підприємств, що зміцнить довіру до держави і сприятиме росту інвестиційної активності суб'єктів на ринку.

Ринок молочної продукції в процесі ринкової трансформації економіки став одним з тих секторів, які опинились в найбільш скрутному становищі. З одного боку, рентабельність молочної продукції є відносно низькою внаслідок значної трудомісткості виробництва, а з іншого, молоко та продукти його переробки не можуть зберігатись нереалізованими тривалий час, що вимагає пошуку шляхів оперативного їх збуту. Водночас, молокопродукти є надзвичайно цінними та незамінними в харчовому раціоні населення, що зумовлює стратегічну важливість молочного підкомплексу в системі державних пріоритетів. Будь-які системні перетворення у напрямку ринкової реорганізації агропромислового комплексу і його молочного підкомплексу, враховуючи досвід розвинутих країн, держав Центральної та Східної Європи, а також України, можуть дати певний ефект лише за умови втілення на практиці маркетингових принципів функціонування підприємств.

Удосконалення правових та економічних регуляторів ринку в Україні повинно супроводжуватись вдосконаленням податкової системи на основі прийняття Податкового кодексу України, який стимулював би зростання суспільного виробництва та залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій у виробничий процес і забезпечував стабільні надходження податків до бюджетів усіх рівнів.

Ще одним виходом із даної ситуації може бути встановлення диференційованих ставок ПДВ, що дасть можливість знизити ціни на окремі види молочної продукції (для дитячого харчування, покупців з низькою платоспроможністю) і підвищити

ціни на елітні види молочної продукції, яку купують споживачі з високим рівнем доходу. Зокрема, ставки ПДВ можна встановити на продукцію дитячого харчування на рівні 0, а на продукцію масового попиту (продукцію із незбираного молока), яку купують споживачі із низьким рівнем доходів – у 2 рази нижчу за максимальну ставку ПДВ на молочну продукцію. На продукцію, яка належить до елітного асортименту (сиркові десерти, сиркова маса, біо – йогурти, Т-молоко), ставку потрібно збільшити до максимальної [4,10].

За допомогою адміністративних важелів держава повинна взяти під суровий контроль ситуацію з розрахунками за здане виробниками молоко. Слід ввести штрафні санкції за затримки розрахунків за реалізовану продукцію, включаючи пеню за кожен прострочений день [4,10].

Також, для забезпечення сприятливих умов розвитку конкурентоспроможного ринку молока та молокопродуктів є необхідним розв'язати питання встановлення гарантованих мінімальних цін на молоко та молокопродукти, які б відображали баланс попиту і пропозиції через ціну виробництва і попит споживача [3,195].

Держава підтримує ефективне функціонування ринку молока та молочної продукції шляхом стимулювання підвищення якості молока, що відповідає вимогам державного стандарту України, через доплати у відсотках до закупівельної ціни: для молока вищого гатунку -25 %, для молока першого гатунку – 20 % [2,120].

Для формування інфраструктури ринку молока державним органам слід передусім розбудувати шляхове господарство й засоби комунікацій, стимулювати формування агросервісних підприємств. Необхідно надавати широку правову і фінансову підтримку організації широкої мережі торговельних і заготівельних пунктів, проведенню ярмарків, аукціонів, створенню товарно – фондових і сировинних бірж, кредитних спілок, кооперативів, експертних та аудиторських фірм, удосконалювати страхове, інформаційне та юридичне обслуговування виробників і переробників молока.

Література

1. Дядик Т. В. Конкурентоспроможність виробництва молока в умовах ринку: автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами»/ Т. В. Дядик. -Дніпропетровськ. – 2004. – 20 с.
2. Козак Ю. П. Актуальні проблеми реалізації молочної сировини в сучасних економічних умовах господарювання / Ю. П. Козак // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. -№2 (10). – Мелітополь, 2010. – 445 с.
3. Латиш С. Ю. Тенденції розвитку ринку молока та молочних продуктів у Полтавській області / Вісник Харк. Нац. техн. університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. . 53. – Харків: ХНТУСГ, 2007.- С.189 – 196.
4. Смоленський В. Б. Вдосконалення функціонування ринку молока, автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / В. Б. Смоленський. – Львів – 2007 – 20 с.

УДК 658.15.011.3

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вокалюк Х. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПзвм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Підприємницька діяльність завжди пов'язана з ризиком. Особливо актуально ця проблема стоїть сьогодні в умовах фінансової кризи, коли водночас зі збільшенням рівня ризику зростає загроза втрати фінансової стійкості, платоспроможності й імовірності банкрутства підприємства.

Уміле керівництво фінансовими ризиками підприємства дає змогу зменшити імовірність їх виникнення, знизити рівень пов'язаних з цим фінансових витрат. Розробка антиризикових заходів внутрішнього характеру, таких як відмова від здійснення фінансових операцій з надмірним рівнем ризику допоможе повністю виключити конкретний вид фінансового ризику, проте при цьому підприємство може втратити і частину запланованого прибутку. Саме тому управління фінансовими ризиками підприємства повинно здійснюватись дуже виважено, потребує детального вивчення та є одним з актуальних питань за сучасних умов господарювання.

Питання управління фінансовими ризиками підприємства вивчали такі вчені-економісти, як І. Ю. Івченко, А. В. Матвійчук, І. А. Бланк, Г.О. Крамаренко, О.С. Чорна, М. І. Діба, О. М. Десятнюк та багато інших.

Фінансова діяльність підприємства в усіх її формах поєднується з численними ризиками, ступінь впливу яких на результати його господарської діяльності достатньо висока. Ризики, що супроводжують фінансову діяльність підприємства, виділяють в особливу групу ризиків, що мають назву фінансові ризики.

Г. О. Крамаренко зазначає, що фінансові ризики – це, по-перше, небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів або недоодержання доходів порівняно з варіантом, що розрахований на раціональне використання ресурсів у даній сфері діяльності; по-друге, можливість одержання додаткового обсягу прибутку, пов'язаного з ризиком. Виходячи з цього, фінансові ризики належать до спекулятивних ризиків, що у результаті виникнення можуть призвести як до втрат, так і до вигравів [3, с. 432].

Управління фінансовими ризиками підприємства являє собою систему принципів і методів розробки та реалізації ризикових фінансових рішень, які забезпечують всебічну оцінку різних видів фінансових ризиків і нейтралізацію їх можливих негативних фінансових наслідків.

Головною метою управління фінансовими ризиками є забезпечення фінансової безпеки підприємства у процесі його розвитку та запобігання зниженню його ринкової вартості.

Для управління фінансовими ризиками необхідно провести аналіз факторів, які впливають на рівень ризиків підприємства, щоб виявити рівень керованості окремими їх видами. Усі фактори, що впливають на загальний рівень фінансових ризиків поділяються на внутрішні та зовнішні.

Методичний інструментарій оцінки рівня фінансового ризику є досить широким, оскільки включає різноманітні економіко-статистичні, експертні, аналогові методи здійснення такої оцінки. Вибір конкретних методів визначається наявністю необхідної інформаційної бази та рівнем кваліфікації менеджерів [2, с.110].

Економіко-статистичні методи становлять основу проведення оцінки рівня фінансового ризику. До основних розрахункових показників такої оцінки належать рівень фінансового ризику, дисперсія, середньоквадратичне (стандартне) відхилення, коефіцієнт варіації, бета-коефіцієнт (бета), VAR.

Експертні методи оцінки рівня фінансового ризику застосовуються в тому разі, якщо на підприємстві відсутні необхідні інформативні дані для здійснення розрахунків економіко-статистичними методами. Експертні методи полягають у опитуванні кваліфікованих фахівців (страхових, фінансових, інвестиційних менеджерів відповідних спеціалізованих організацій) із подальшою математичною обробкою його результатів.

З метою отримання більш розгорненої характеристики рівня ризику за даною операцією опитування слід орієнтувати на окремі види фінансових ризиків, ідентифіковані за нею (процентний, валютний, інвестиційний тощо).

У практиці використання цього алгоритму розмір можливих фінансових втрат як правило виражається абсолютною сумою, а ймовірність виникнення фінансового ризику – одним із коефіцієнтів її вимірювання (коефіцієнтом варіації, бета-коефіцієнтом та ін.). Відповідно, рівень фінансового ризику при його розрахунку за цим алгоритмом буде виражений абсолютним показником, що істотно знижує базу його порівняння при розгляді альтернативних варіантів.

У процесі управління фінансовими ризиками дуже важливо правильно визначити розмір можливих фінансових втрат, які можуть з'явитися під час реалізації ризикової події за окремими фінансовими ризиками. Розмір можливих фінансових втрат, як правило, визначається характером здійснюваних фінансових операцій та обсягом залучених для їх реалізації активів підприємства.

Для управління фінансовими ризиками необхідно провести аналіз факторів, які впливають на рівень ризиків підприємства, щоб виявити рівень керованості окремими їх видами. Усі фактори, що впливають на загальний рівень фінансових ризиків поділяються на внутрішні та зовнішні.

Методичний інструментарій оцінки рівня фінансового ризику є досить широким, оскільки включає різноманітні економіко-статистичні, експертні, аналогові методи здійснення такої оцінки. Вибір конкретних методів визначається наявністю необхідної інформаційної бази та рівнем кваліфікації менеджерів.

Література

1. Ареф'єва О. В. Фінансовий менеджмент: Навч.-метод. посіб. / Європейський ун-т. – К.: Видавництво Європейського ун-ту, 2006. – 388 с.

2. Десятнюк О. М. Концептуальні основи теорії ризиків у сфері оподаткування / О. М. Десятнюк // Фінанси України. – 2009. – № 10. – С. 107-115.

3. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент: Підручник. / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна / – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 520 с.

УДК 658.155.01

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Поштар А. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПвнм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

У ринковій економіці постійний кругообіг коштів як в межах окремого підприємства, так і в масштабах економіки в цілому є об'єктивною умовою їх життєздатності. Складовими цього кругообігу виступають грошові надходження і грошові витрати суб'єктів господарювання. Грошовий обіг відображає відносини між учасниками процесу виробництва, розподілу, споживання, а тому має свої специфічні важелі впливу на хід та результати виробничо-господарської діяльності підприємства.

Питання аналізу та управління грошовими потоками підприємства розглянуто в багатьох сучасних літературних джерелах та розглядалось такими авторами, як Г. В. Савицька, І.О. Бланк, Г. Г. Кірейцев, В. О. Подольська, О. В. Яріш, Л. Є. Рогозян, В. І. Шевцова.

Ефективність управління грошовими потоками визначається впливом цього процесу на платоспроможність підприємства, швидкість обороту обігового капіталу, обсяги залучених коштів та кредиторську заборгованість, а в кінцевому результаті на рентабельність підприємства та його конкурентні позиції.

Виділяють такі напрямки грошових потоків:

відшкодування витрат на виробництво і реалізацію продукції та за отримані послуги; виконання фінансових зобов'язань перед державою, банками та іншими підприємствами; формування фондів грошових коштів; здійснення фінансових та інвестиційних операцій [1,261].

В економічній літературі наводиться класифікація грошових потоків за різними критеріями. Найбільш повна класифікація розроблена І.А. Бланком [2,528]. За спрямованістю руху коштів виділяють такі види грошових потоків: додатний грошовий потік (приплив коштів); від'ємний грошовий потік (відплив коштів).

Слід зазначити їхню тісну взаємозумовленість: збій у часі або в обсязі одного з них зумовлює збій і іншого потоку. Тому їх доцільно розглядати у взаємозв'язку як єдиний об'єкт управління.

Управління грошовими потоками передбачає цілеспрямований вплив на процеси акумуляції грошових коштів, їх витрачання та перерозподіл з метою збалансування фінансово-господарської діяльності підприємства.

Характерні риси практики управління грошовими потоками відображають принципи управління, тобто основні правила діяльності, якими

керуються органи управління, враховуючи соціально-економічні умови.

Основними принципами управління грошовими потоками є наступні: достовірність відображення інформації – відповідність даних фінансової звітності реальному руху грошових коштів; комплексність управління – врахування грошових потоків від усіх видів діяльності; своєчасність, оперативність – постійний моніторинг наявності, руху та потреби в грошових коштах; маневреність – забезпечення своєчасності розрахунків, скорочення потреби в позикових коштах; ефективність – досягнення вищої прибутковості використання грошових коштів внаслідок організаційно-управлінських дій.

Згідно із принципами управління формують систему методів управління грошовими потоками. До складу основних методів управління грошовими потоками відносять: аналіз грошових потоків; планування та оптимізація; контроль за рухом грошових коштів; облік та звітність.

Аналіз грошових потоків та оцінка їх впливу на фінансовий стан підприємства визначається системою показників, до яких відносять показники ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості. Результати аналізу враховуються при плануванні грошових потоків та їх оптимізації.

Планування грошових потоків – це процес визначення їх обсягів за видами діяльності, часовими інтервалами та напрямками використання з метою забезпечення максимальної синхронізації надходжень і витрат та платоспроможності підприємства.

У процесі планування досягається оптимізація грошових потоків, тобто знаходження такого співвідношення між вхідними і вихідними грошовими потоками, між напрямками й умовами залучення та використання грошових коштів, яке дає змогу досягти найкращих результатів діяльності.

Контроль за надходженням та використанням грошових коштів є системою спостереження і перевірки процесу надходження та використання грошових коштів з метою визначення відхилень від їх заданих параметрів. Як функція управління контроль об'єктивно необхідний. Він спрямовує процес управління за встановленими ідеальними моделями, коригуючи поведінку підконтрольного об'єкта.

Таким чином, зміст управління грошовими потоками залежить від оптимізації фінансових потоків і структури капіталу підприємства. Грошові потоки повинні бути узгоджені між собою таким чином, щоб зберегти ліквідність (фінансову

рівновагу) і при цьому уникнути надлишкової (нерентабельної) ліквідності. Тільки за такої умови процес виробництва може відбуватися без перешкод [3,528].

Критеріями управління грошовими потоками є ліквідність і доходність. В такому випадку є

очевидним прояв класичного конфлікту між ліквідністю і доходністю: велика доходність будь-якої форми вкладення грошових коштів завжди оплачується зниженням ліквідності, а збільшення шансів на прибуток означає зростання ризику втрати капіталу.

Література

1. Андрієць В. С. Дослідження основних сутнісних характеристик грошових потоків підприємства / В.С. Андрієць // Актуал. пробл. економіки. – 2008. – № 8. – С. 167-171.
2. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Ельга, 2008. – 724 с.
3. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: Підруч. / Т.В. Майорова К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.

УДК 658.155

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Рухадзе Т. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПЗвнм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Прибуток найбільш повно відображає фінансовий результат підприємницької діяльності, забезпечує фінансування розширеного виробництва, соціально-економічного розвитку підприємства, є джерелом матеріального заохочення працівників і базою для розрахунків показників інвестиційної привабливості підприємства. Прибуток є джерелом формування доходів державного бюджету і в цій своїй якості узгоджує інтереси держави і підприємницьких структур.

Питання управління фінансовою діяльністю та прибутком цікавлять учених-економістів вже на протязі досить тривалого періоду. Даним питанням займається широке коло вчених-економістів, зокрема І. О. Бланк, С. Т. Дуда, М. В. Вишинська, А. М. Поддєрьогін., Ю. С. Цал-Цалко та багато інших.

Основну частину прибутку підприємство отримує від операційної (основної) діяльності. Далеко не кожне підприємство займається фінансовими та інвестиційними операціями. Але якщо вони наявні в діяльності підприємства, розширюється коло джерел утворення прибутку. За складом розрізняють прибуток від звичайної діяльності, маржинальний (валовий) прибуток, операційний прибуток, прибуток від надзвичайних подій, чистий прибуток [2].

Управління прибутком – складна багаторівнева система трансакцій, яка включає як мінімум три підсистеми: формування, розподіл, використання. Для кожної з цих підсистем притаманні свої конкретні цілі, завдання, інструментарій їх досягнення.

Системний підхід до управління прибутком передбачає дослідження способів організації підсистем в єдине ціле і вплив процесів функціонування системи в цілому на окремі її ланки.

Необхідно зазначити, що система управління прибутком буде оптимальною тільки в тому випадку, коли цілі кожної підсистеми будуть визначатись глобальними цілями розвитку підприємства в цілому.

В загальному вигляді прибуток визначається як різниця між сумою доходів та витратами на виробництво і реалізацію продукції з урахуванням збитків від різних господарських операцій. Таким чином, прибуток формується в результаті взаємодії багатьох компонентів.

Нині, основними завданнями управління прибутком є:

- виявлення резервів збільшення прибутку за рахунок виробничої діяльності, інвестиційних і фінансових операцій;
- виявлення резервів нарощування прибутку за рахунок оптимізації постійних і змінних витрат, обґрунтування облікової політики підприємства, цінової політики, податкової політики;
- оцінювання прибутковості виробничої і комерційної діяльності;
- визначення підприємницького ризику;
- зміцнення конкурентних позицій підприємства за рахунок підвищення ефективності розподілу і використання прибутку [3,390].

На величину прибутку впливає сукупність багатьох факторів, які необхідно враховувати в процесі управління. Ці фактори можна розділити на дві великі групи: зовнішні, які не залежать від підприємства, і внутрішні, на які підприємство може впливати.

Кожен суб'єкт господарювання самостійно вирішує питання щодо встановлення пропорцій розподілу чистого прибутку. З боку держави передбачено регулювання процесу створення резервного фонду, а також певні стимули використання чистого прибутку на цілі технічного розвитку, поповнення оборотного капіталу та утримання об'єктів соціальної сфери. Можливі напрями розподілу чистого прибутку представлені на рисунку 1.

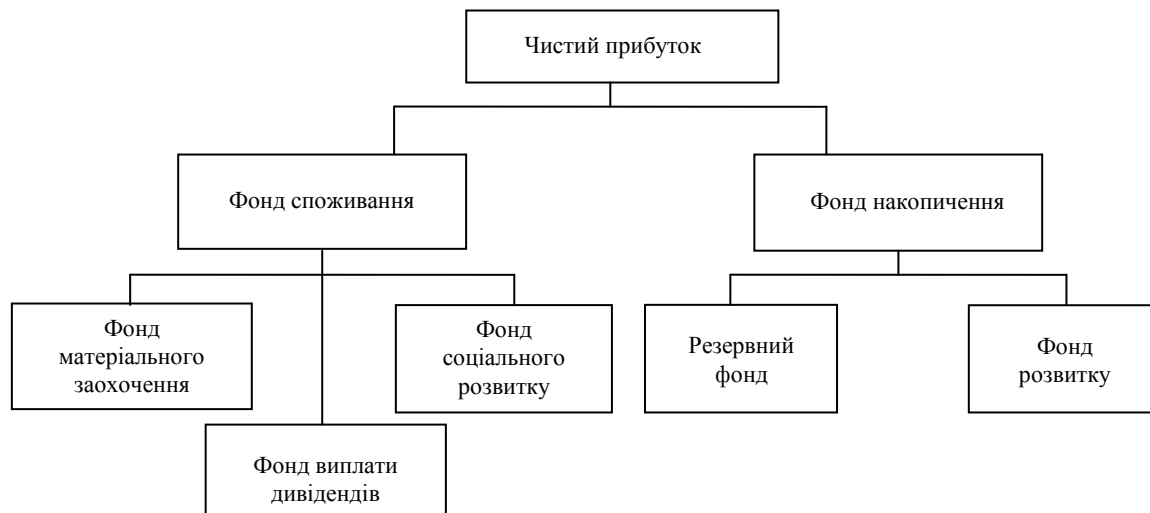


Рис. 1. Можливі напрями використання чистого прибутку на підприємстві

Для перспективного розвитку підприємства першочергове значення має пропорція розподілу чистого прибутку на споживання і накопичення. У межах фонду споживання важливе значення для

інвестиційної привабливості підприємства має пропорція його розподілу на фонд виплати дивідендів та інші фонди споживання [1].

Література

1. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Ельга, 2008. – 724 с.
2. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз: підручник для студ. вищих навч. закл. / Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз, О. Г. Денисюк – Вид. 2-ге, доп. – Житомир, 2009. – 504 с.
3. Подольська В. О. Фінансовий аналіз: Навч. посібник. / Подольська В. О., Ярш О. В. / – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 488 с. ISBN 966-364-360-2.

УДК 658.153.01

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Юрченко В. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПзвм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Оборотні активи являють собою сукупність матеріально-речових цінностей і грошових активів, які беруть участь у створенні продукту, цілком споживаються у виробничому процесі і цілком переносять свою вартість на продукт, що виробляється, впродовж операційного циклу або дванадцяти місяців з дати балансу.

Технологія управління обіговими активами – це встановлення обсягів запасів і витрат у розмірах, які забезпечують безперервність процесу виробництва, оптимізації складу та структури обігових активів і джерел їх формування з метою підвищення ефективності їх використання та ефективності виробництва загалом.

Сутність економічної категорії обігових активів глибоко розкрита у працях таких вітчизняних вчених, як Г.А. Стасюк, О.С. Філімоненкова, С.М. Онисько, Н.М. Дєєва та багато інших. Проте питання щодо вдосконалення технології управління оборотними активами підприємства на сьогоднішній день залишаються недостатньо дослідженими.

Загалом вдосконалення технології управління оборотними активами є одним з найактуальніших питань у сучасних умовах господарювання. Від вирішення цієї проблеми залежить фінансовий стан

підприємства і загальна ефективність всієї сукупності засобів, залучених ним.

Наявність у підприємства оборотних активів є необхідною умовою здійснення ним господарської діяльності. Вони забезпечують безперервність відтворювального процесу на підприємстві, що відбуваються як у сфері виробництва, так і сфері обігу.

Оборотні активи знаходяться в постійному русі, здійснюючи відповідний кругообіг, переходячи з грошових засобів у виробничі запаси, з виробничих запасів у незавершене виробництво, з незавершеного виробництва у готову продукцію. Закінчивши один оборот, вони вступають в новий. Тим самим здійснюється, змінюючи форми руху, їх безперервний оборот. При цьому відбувається постійна і закономірна зміна форм авансованої вартості: з грошової вона переходить в товарну, потім у виробничу і знову у товарну і грошову.

В організації оборотних активів слід розрізняти їх склад і структуру. Під складом обігових активів розуміють сукупність їх елементів (статей). Структура ж оборотних активів – це співвідношення між окремими їх елементами в їх загальному обсязі.

У різних галузях народного господарства склад і структура оборотних активів різні і зумовлені суб'єктивними і об'єктивними факторами.

Якщо розглядати структуру оборотних активів в окремих галузях промисловості, то слід зазначити, що у вугільній промисловості значну питому вагу займають витрати майбутніх періодів. Це пояснюється відносно великими підготовчими витратами, що передують видобутку корисних копалин (планування майбутніх розробок, розкриття роботи, облаштування шахт та ін.). У легкій і харчовій промисловості характерною особливістю є значна матеріаломісткість продукції. Отже, високою є питома вага оборотних активів у запасах сировини і основних матеріалів. Машинобудування та металообробка відрізняються значною трудомісткістю, складністю виробничих процесів, значною тривалістю виготовлення продукції. У цій галузі висока питома вага оборотних активів, авансованих у незавершене виробництво. У нафтохімічній промисловості високою є частка оборотних активів, вкладених у відвантажені товари. Це пояснюється тим, що технологічно процеси в цій галузі нетривалі і значна частина виготовленого продукту перебуває на шляху до споживача [3, 161].

Важливе значення в правильній організації оборотних активів має їх класифікація за різними ознаками, оскільки дає можливість підприємству визначити оптимальний склад і структуру, потребу та джерела формування оборотних активів. Від цього значною мірою залежить фінансовий стан

підприємства [3, 162].

Склад та структура джерел формування обігових активів не є постійною величиною. Вони залежать від стану економіки підприємств, особливостей формування запасів і затрат і можуть змінюватися з часом. Однак збільшення частки власних активів та зменшення частки кредитів банку в джерелах формування обігових активів підвищує ефективність їх використання та рівень рентабельності підприємства. Встановлення економічно-обґрунтованого співвідношення між власними та позиковими джерелами формування обігових активів є найважливішою умовою підвищення ефективності їх використання та рентабельності фірми [2,209].

Таким чином, оборотні активи підприємства виконують дві функції: виробничу і розрахункову. Суть виробничої функції полягає у забезпеченні безперервності процесу виробництва. Обігові кошти, авансовані в обігові виробничі фонди, підтримують безперервність процесу виробництва і переносять свою вартість на новостворений продукт. Після завершення виробництва обігові кошти переходять у сферу обігу, де виконують другу функцію – розрахункову [1,101].

Поліпшення використання оборотних активів сприяє підвищенню рентабельності підприємств, і навпаки, погіршення їх використання і відволікання на позапланові цілі знижує ефективність використання оборотних активів, створює важке фінансове становище.

Література

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Атіка, 2004. – 480 с.
2. Верланов Ю.Ю. Фінансовий менеджмент: Навчально-метод. посібник. – Миколаїв: Видавництво МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 344 с.
3. Долгоруков Ю.А., Редіна Н.І. Управління ефективністю використання обігових коштів у промисловості // Фінанси України. – 2008. – №11. С. 103-109.

УДК 338.12.017

СУТНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

Гресько М., Юхименко О. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – викладач Мазур В.Г.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Основним завданням розвитку потенціалу сучасного підприємства і рівня економіки країни у цілому нерозривно пов'язане з ефективністю виробництва, забезпеченням випуску необхідної кількості продукції, покращенням якості, забезпечення конкурентоспроможності товарів і послуг на ринку.

Значення конкурентоспроможності потенціалу підприємства досліджувало багато фахівців. Теорію конкуренції розробив Адам Сміт, який розглядав конкуренцію як суперництво, що викликає коливання попиту та пропозиції й відповідну зміну цін. Питанням конкурентоспроможності присвячені праці багатьох економістів: Д.Рікардо, О. Гончар, В. Довбенко, В. Мельник, О. Решетняк, М. Портер.

М. Портер зазначає, що метою будь-якої країни та її стратегічним напрямком є створення такого середовища, у якому підприємства зможуть підвищувати свої конкурентні переваги. Конкурентоспроможною може бути лише та економіка, яка ефективно використовує можливості глобалізації. Країна, яка відкрита до міжнародної конкуренції, знаходить можливості забезпечення вільного доступу використання ресурсів для усіх товаровиробників, може створити передумови, які призведуть до підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалів підприємств [1].

Сучасний етап розвитку економіки України та показники її соціально-економічного стану свідчать про неефективність створених умов для формування та використання потенціалу підприємств в Україні. Перед підприємствами гостро стоїть

проблема формування стійких конкурентних переваг на основі найбільш повного взаємоузгодження можливостей підприємств з внутрішнім потенціалом та невикористаними резервами з метою максимальної ефективності роботи підприємств на конкурентному ринку. Багато підприємств не спроможні ефективно використовувати наявні у них кошти та досягти прибуткової діяльності через відсутність якісної, конкурентоспроможної продукції та відсутність креативного мислення. Останнім часом спостерігається суттєве збільшення конкуренції в усіх галузях економіки яке викликане проникненням на ринок іноземних компаній, появою великої кількості нових підприємств, що значно змінило конкурентне становище на ринку. Зменшення платоспроможності покупців з однієї сторони та збільшення пропозиції товарів і послуг з іншої створили умови, за яких поняття «конкурентоспроможність потенціалу» та «якість продукції» стали невід'ємною складовою будь-якої фірми чи організації [2].

Однією з важливих ознак конкурентоспроможності потенціалу підприємства є здатність його до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Швидка адаптація потенціалу підприємства до зовнішніх загроз має забезпечуватися на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик, які визначають успішну діяльність підприємства на ринку [3].

Література

1. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання : підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морєва та ін. – К. : В-во «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с.
2. Кравчук Л.Р. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства в ринкових умовах господарювання [електронний ресурс] / Л.Р. Кравчук, І.В. Пшебишевська. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/36_PWMN_2010/Economics/76983.doc.htm.
3. Сачинська Л.В., Бєдін О.В. Формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та його оцінка // Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. Збірник наукових праць. – Луцьк : ДВНЗ Луцького національного технічного університету, 2012.
4. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.

УДК 330.101.52

СУЧАСНИЙ СТАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ

Климчук Я. – ст. 2-го курсу, гр. ЕППвн-21, Балан В. – ст. 4 курсу, гр.ЕППвн-41

Науковий керівник – к.е.н., доцент Дончак Л.Г.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Сучасний розвиток економіки України нерозривно пов'язаний з інвестиційними процесами, які є рушійною силою діяльності підприємства в економіці. Без прогресивного розвитку інвестицій в основний капітал, без примноження темпів зростання і розвитку навряд чи варто чекати яких-небудь кардинальних покращень у механізмах взаємодії економіки і її інвестиційних складових. Все це пояснює необхідність дослідження суті і економічної природи таких категорій, як інвестиції і інвестиційний процес. Дослідження інвестиційних процесів завжди перебувало, перебуває та буде перебувати в центрі уваги економічної думки вчених-економістів. Це обумовлено тим, що інвестування торкається основних сфер діяльності економіки в цілому.

Основним показником, який характеризує конкурентоспроможність потенціалів вітчизняних підприємств та стан економіки країни у кількісному виразі, є ВВП на душу населення, рівень якого в Україні набагато нижчий порівняно з іншими країнами світу (за даними МВФ у 2016 році Україна посіла 133 місце у світі).

Вимоги сучасного ринкового середовища, що характеризується підвищенням конкурентної боротьби в умовах глобалізації економічного простору, ставлять перед будь-яким підприємством завдання зміцнення власного потенціалу та розробки конкуренто-орієнтованих стратегій.

Вважаємо, що формування та підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства має спиратися на системно-комплексний підхід, тактичний та стратегічний характер поведінки організаційних формувань у конкурентному середовищі з урахуванням конкурентного ризику, співвідношення витрат на це та вигід.

Отже, для динамічного розвитку підприємств країни в умовах глобалізаційних процесів, великого значення набувають питання конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Лише комплекс дій спрямованих на досягнення міцної конкурентоспроможності потенціалів підприємств зможе вивести українську продукцію на високий рівень споживання.

та 351,3 млн. дол. відповідно. Обсяг залучених з початку інвестування прямих іноземних інвестицій в економіку України 2016 року становив 44790,7 млн. дол.

На сьогоднішній день інвестиції спрямовуються у вже розвинені сфери економічної діяльності. На підприємствах промисловості зосереджено 29,6 % загального обсягу прямих інвестицій в Україну, в установах фінансової та страхової діяльності – 29,4 %.

До десятки основних країн-інвесторів, які вкладають 83,5% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр – 11091,7 млн. дол. США, Нідерланди – 5769,0 млн. дол. США, Німеччина – 5447,4 млн. дол. США, Російська Федерація – 4740,4 млн. дол. США, Австрія – 2629,8 млн. дол. США, Велика Британія – 1969,0 млн. дол., Британія – 1719,5 млн. дол., Франція – 1526,0 млн. дол. США, Швейцарія – 1476,5 млн. дол. США та Італія – 964,9 млн. дол. США [2].

Найбільша кількість інвестицій надходить до Дніпропетровської, Донецької, Харківської, Київської, Луганської, Львівської, Одеської, Запорізької, Полтавської, Івано-Франківської областей та до м. Київ. Що становить 94,1% всіх залучених прямих іноземних інвестицій [1].

Таке спрямування прямих іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в регіональному розрізі не сприяє рівномірному соціально-економічному розвитку регіонів та посилює подальше збільшення розриву у їх розвитку. Провідними сферами економічної діяльності, за обсягами залучення капітальних інвестицій залишаються: промисловість – 33,4%, будівництво – 13,7%, сільське, лісове та рибне господарство – 14,5%, інформація та телекомунікації – 4,8%, оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 10,0%, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 6,8%, державне управління й оборона [2].

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких у 2016 року освоєно 72,2 % капіталовкладень, а частка кредитів банків та інших позик у загальних обсягах капіталовкладень становила 8,1 %.

У рейтингу інвестиційної привабливості країн

світу International Business Compass за 2015 рік, опублікованому компанією BDO, Україна за рік піднялася на 20 позицій. В рейтингу Україна розташовується на 89 місці і входить до переліку країн, що показали найкраще зростання за рік, нарівні з Білоруссю і Латвією. Адже ще у 2014 році наша країна займала 109 місце.

Також слід звернути увагу, що у рейтингу легкості ведення бізнесу, який укладає Світовий банк, Україна посіла 83 місце і покращила свої позиції на 4 пункти порівняно з минулим роком.

У доповіді Doing Business 2016 відзначається, що ключовою реформою, яка сприяла підвищенню рейтингу України, є спрощення реєстрації бізнесу. Так, у сфері реєстрації підприємств Україна посіла 30-те місце та покращила свої позиції на 40 пунктів порівняно з минулим роком. Результатом цього є скорочення часу на реєстрацію підприємства платниками податків та скасовано збір за державну реєстрацію бізнесу в Україні [1].

Для подальшого покращення інвестиційного клімату України, на нашу думку, актуальним на сьогодні є питання удосконалення правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату й формування основи збереження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Ряд позитивних кроків у цьому напрямі вже здійснено – законодавство України визначає гарантії діяльності для інвесторів, економічні та організаційні засади реалізації державно-приватного партнерства в Україні; на території України до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами; для підвищення захисту іноземних інвестицій Законом України ратифікована Вашингтонська Конвенція 1965 року про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами [1].

Отже, Україна залишається привабливою для інвестицій, і економіка країни сприяє покращенню інвестиційного процесу в державі, водночас вона не знаходиться осторонь світових процесів, та є достатньо інтегрованою у світове господарство.

Література

1. Україна у рейтингу Doing Business. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
2. Статистична інформація [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – офіційний сайт Державного комітету статистики України.

УДК 339.138

В2В МАРКЕТИНГ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Заріччак В. – ст. 1 курсу, гр.ПТБДвн-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Дончак Л.Г.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Сучасний етап розвитку економіки в країні характеризується високим ступенем невизначеності зовнішнього середовища функціонування господарюючих суб'єктів, глобалізацією економічних

процесів, жорсткістю конкуренції тощо. Ці та ряд інших причин призвели до нестабільності промислового ринку України, його чутливості до цінних коливань і зменшення рівня прибутковості в

багатьох сегментах. На вітчизняних підприємствах у сегменті B2B (Business to Business) у більшості випадків відсутні цілісні системи управління ринковою діяльністю, а маркетинг реалізується частково, в основному через дослідницьку та збутову діяльність. Від цього знижується ефективність роботи як підприємства, так і всього ринку загалом. За таких умов виникає необхідність пошуку нових шляхів покращення функціонування маркетингової діяльності. Для підприємств сегмента B2B головною метою є збереження своїх лояльних партнерів та збільшення обсягів продаж. А це означає, що підприємство повинно підтримувати імідж, інвестувати у створення маркетингової комунікації для зміцнення тісних відносин з постійними партнерами, коригувати плани і орієнтуватися на довгострокові перспективи.

Різним аспектам сучасного B2B маркетингу приділяють увагу як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники, серед яких: Шульц Д. С., Танненбаум С. І., Лаутерборн Р. Ф., Котлер Ф., Заруба В. Я., Кендюхов О. В. та інші. Проте значна кількість науковців не виключає доцільність подальшого вивчення розвитку маркетингу на ринку B2B.

Під ринком B2B (назва походить від англ. "business to business", що означає "бізнес для бізнесу" або/чи "юридична особа юридичній особі") розуміють сукупність підприємств, які взаємодіють між собою з метою налагодження господарських відносин, знаходження постачальників для власного виробництва, покупців сировини або готової продукції. За сучасних умов розвитку господарюючих суб'єктів виникла необхідність у пошуку ефективних методів знаходження клієнтів та розробці заходів щодо їх утримання.

Доцільно відмітити, що маркетинг ринку B2B – це майже завжди промисловий ринок, який являє собою діяльність, спрямовану на просування цих товарів (ділових послуг) від підприємств-виробників до тих організацій і фірм, які купують їх для подальшого використання у виробництві або перепродажу без змін [1, с. 52]. Що стосується торгових посередників, які придбали такі товари для подальшого їх продажу, то вони, в свою чергу, додають даним товарам цінність шляхом надання певних послуг для більш повного задоволення покупців.

Варто погодитись з думкою Кайнової Т.В., яка вважає, що одним із напрямів пошуку клієнтів, перетворення потенційних покупців у реальних є побудова системи B2B-маркетингу. На думку автора,

система B2B-маркетингу – це комплексний проект, завдання якого – налаштувати систему отримання вхідних запитів від зацікавлених потенційних клієнтів, скоротити цикл продажу і знизити залежність бізнесу від менеджерів з продажу. Побудова системи B2B-маркетингу включає такі етапи: 1) аналіз успішного продажу; 2) розробка воронки продажів; 3) розподіл зібраних заперечень по етапах воронки; 4) опрацювання заперечень у письмовому вигляді; 5) підбір маркетингових інструментів для кожного етапу воронки; 6) зіставлення заперечень конкретним маркетинговим матеріалам; 7) підготовка маркетингових матеріалів; 8) навчання менеджерів роботи за новою схемою і з новими матеріалами; 9) аналіз ефективності [2, с. 264]. Разом з цим, автор виділяє такі основні фактори, що здатні прив'язати клієнта ринку B2B до підприємства: продукт, ціни та умови платежів, реклама та бренд, клієнтоорієнтованість, програми лояльності.

Крім цього, сучасні фахівці в маркетинговій області виділяють ряд особливостей маркетингу B2B, зокрема: 1) орієнтація маркетингу B2B на клієнта; 2) залежність попиту на послуги і товари даного ринку від попиту на споживчі товари; 3) технологічна складність виготовлення товару чи надання послуг; 4) взаємозалежність покупця і продавця; 5) складність процесу закупки [3, с. 42].

Пісна О. зазначає, що B2B позиціонують як сектор ринку, який працює не на кінцевого, рядового споживача, а на такі ж компанії, тобто інший бізнес. На думку автора, метою даного маркетингу є забезпечення комерційних вигод компанії за рахунок поставок товарів, надання послуг певним виробничим фірмам, забезпечення їх супровідними послугами, додатковим обладнанням, витратними матеріалами тощо [4, с. 64].

Таким чином, можна зробити висновок, що маркетинг на ринку B2B працює на формування конкурентних переваг того чи іншого підприємства та виробленої ним продукції. Він дозволяє серед певної сукупності підприємств, які реалізують аналогічну продукцію, сформулювати свою особливу, унікальну комерційну пропозицію. Для цього необхідно сформувати систему B2B маркетингу, яка дозволить розробляти пропозиції для залучення клієнтів, а ефективні інструменти формування їх лояльності до підприємства здатні перевести їх у число постійних, тим самим вирішити задачі конкурентоспроможності, оптимального навантаження підприємства та досягнення максимального прибутку.

Література

1. Россоха В. В. Промисловий і споживчий маркетинг: особливості та інструменти / В. В. Россоха // Агроінком. – 2012. – № 7-9. – С. 85-89.
2. Кайнова Т. В. Оптимізація маркетингу на ринку B2B / Т. В. Кайнова // Бізнес Інформ. – 2012. – № 11. – С. 263-266.
3. Забазнова Т. А. Особености применения маркетингового инструментария на рынке B2B / Т. А. Забазнова, Е. Г. Попкова, И. В. Токарева // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2010. – № 1 (4). – С. 40-46.
4. Пісна О. Особливості маркетингу на ринках товарів промислового призначення / О. Пісна // Журнал ринок цінних паперів України. – 2014. – № 8. – С. 63-69.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Мельничук Т.І. – ст. 1 курсу, гр. ПТБДвн-11
 Науковий керівник – к.е.н., доцент Добіжа Н.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

Екстенсивний економічний розвиток обумовлює постійне посилення уваги до пошуку нових факторів прискорення економічної динаміки, адекватних сучасному стану розвитку світової економіки. Запровадження в Україні інвестиційно-інноваційної моделі економічного зростання з політичної мети перетворюється на об'єктивну необхідність, альтернативою якій є занепад національної економіки, втрата економічного суверенітету.

В теперішній час йдеться вже не про доцільність чи можливість створення системи підтримки технологічних змін, а про концептуальні основи, критерії, інструменти й механізми економічної політики, яка в рамках нинішніх фінансових, структурних та інституційних обмежень була б спроможною забезпечити зростання інвестицій у технологічні зміни та належну мотивацію інноваційного підприємництва. На жаль, поки що основна маса фахових дискусій зосереджена навколо нагальних, проте тактичних проблем бюджетного розподілу, реформування податкової системи, монетарної політики тощо. Власне інноваційна складова розвитку залишається переважно поза увагою фахового наукового аналізу. Тому реальною залишається загроза перетворення поняття «перехід до інноваційної моделі розвитку» на формальне гасло, відірване від перебігу реального економічного життя країни [1].

В Україні створено умови для розвитку інноваційної діяльності, сформовано основи нормативно-правової бази та механізми здійснення інноваційної політики, а також створення умов для розвитку відповідної інфраструктури. Проте, незважаючи на високий інноваційний потенціал, інноваційна складова забезпечення економічного розвитку використовується слабо. Стан інноваційної діяльності в Україні більшість експертів науковців визначають як кризовий. Так, останні статистичні дані свідчать про поступове зниження інноваційної активності підприємств у галузі промисловості, яка займає одне з головних місць у національній економіці [1].

На технологічні інновації підприємства витратили 11,5 млрд. грн. Близько 70% коштів було вкладено у придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, 8,4% – на внутрішні і 2% – на зовнішні науково-дослідні розробки, ще 0,4% – на придбання інших зовнішніх знань [2].

Перед Україною постає кілька складних задач, що пов'язані з фінансуванням інноваційної діяльності, а саме:

- збільшення загального обсягу інвестицій в інновації з державного і приватних джерел;
- удосконалення управління інноваційною системою з відповідними наслідками для фінансування інноваційної діяльності;

- заповнення «прогалів» у фінансуванні інноваційної діяльності, зокрема, розробка ефективних інструментів підтримки інноваційної діяльності для підприємницького сектора, в тому числі для МСП, та залучення первинного і венчурного капіталу;

- досягнення загального балансу фінансування науково-дослідної та інноваційної сфер від державного фінансування організаційної структури до конкурентного, прозорого і заснованого на проєктах з чіткими інноваційними цілями.

Таким чином для розвитку інноваційної діяльності в Україні необхідно здійснити комплекс організаційно-економічних заходів, що охоплюватимуть:

- здійснення ефективної державної інноваційної політики, погоджуючи темпи і пропорції розвитку науки, технологій і виробництва;

- вдосконалення механізму захисту прав інтелектуальної власності та процедур патентного захисту інновацій;

- забезпечення сприятливого клімату для створення власних наукомістких виробництв повного циклу шляхом використання різних форм державної підтримки;

- розвиток інноваційної інфраструктури шляхом покращення системи інформаційного забезпечення інноваційної діяльності, сертифікації і впровадження розробок, підготовки і перепідготовки кадрів;

- забезпечення комерціалізації наукових результатів шляхом формування основ для ефективного партнерства державного та підприємницького секторів в інноваційній сфері;

- розширення міждержавного співробітництва в галузі наукових розробок та інноваційної діяльності, координації зусиль в питаннях розвитку пріоритетних для кількох держав напрямків [4].

Реалізація напрямків розвитку інноваційної діяльності в Україні дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної активності промислових підприємств, стабілізувати прискорений процес оновлення виробництва, ефективно використовувати внутрішні та залучені зовнішні інвестиції на інноваційну діяльність.

Отже, для того щоб наша країна зробила прорив в області інновацій, потрібна належна підтримка державних органів влади, створення сприятливого інвестиційного клімату, нові наукові здобутки та високотехнологічні рішення.

Потрібно створити надійний фундамент для модернізації та інтеграції нашої держави до європейського та світового простору знань, а це можливо здійснити лише при злагодженій системі організаційно-економічних заходів.

Література

1. Єрмолаєва В. Особливості та проблеми інноваційного розвитку в Україні В. Єрмолаєва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_6/files/EC610_46.pdf.
2. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=205521&cat_id=201598
3. Панченко І. Ключові проблеми інноваційного розвитку України та методи їх вирішення / І. Панченко // Тези Інтернет конференції. – 2015 р. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.stelmaschuk.info/internet-conference/announced-internet-conference/internet-conference-number-2/49_konferencia-23-02-2012/116-2012-03-16-00-52-29.html
4. Проект ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні» Інноваційна політика: європейський досвід і рекомендації для України (том 3). – Київ. – 2015.

УДК 339. 9

РІВНІ ТА ФОРМИ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Щербич В. – ст. 1 курсу, гр.ПТБДвн-11

Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Швидкоплинні події, що відбуваються у світовому економічному середовищі, надають важливого значення дослідженням міжнародних зв'язків та співпраці України в багаторівневій системі світогосподарських відносин, проблем гео економічного розвитку, внутрішніх та зовнішніх сил, що зумовлюють їх. Міжнародні зв'язки пронизують більшість національних господарств, спричиняючи значний вплив на світову економіку. Базуючись на економіці окремих держав та світовій економіці, міжнародні відносини залежать від них. Але вони є самостійним явищем, формою існування і розвитку світового господарства, його внутрішнім механізмом.

Отже, міжнародні відносини (МВ) – це система міждержавних взаємодій та зв'язків, суб'єктами яких є держави і міждержавні та неурядові організації, приватні особи. У сферу міжнародних відносин входять економічні, екологічні, гуманітарні, військово-політичні та інші проблеми світового співтовариства.

Міжнародні відносини окреслюються за наступними характеристиками: 1) за складом взаємодіючих суб'єктів міжнародні відносини бувають двосторонні та багатосторонні; 2) за характером співіснування виділяють відносини, які базуються на балансі сил, і відносини, що у своїй основі мають баланс інтересів; 3) за просторовим масштабом відносини бувають універсальні (або глобальні), континентальні, регіональні та локальні; 4) за природою взаємодій дослідники виділяють відносини панування та підкорення, співробітництва та взаємодопомоги, перехідні [4].

За ступенем напруженості можна говорити і про різні стани міжнародних відносин: стани стабільності і нестабільності, довіри і ворожнечі, співробітництва і конфлікту, миру і війни. Цікавим прикладом може бути така типологія станів міжнародних відносин:

1) стан мирного співіснування – ситуація глобального партнерства між провідними державами, коли кожна з них бере участь у взаємовигідному співробітництві або не протиставляється іншій (іншим);

2) стан конфронтації – глобальна політична

ситуація, коли провідні держави світу протистоять одна одній, їхня політика побудована на взаємному залякуванні та проявляється у низці локальних конфліктів;

3) стан конфлікту – ситуація, в якій провідні світові держави переходять від протистояння до відкритої боротьби [3, с. 38].

Нині у міжнародних відносинах протистоять два процеси: міжнародні конфлікти та міжнародне співробітництво. Найбільший ступінь конфліктності свого часу відчули на собі регіони Близького і Середнього Сходу, колишньої Югославії, страдянського простору, Африки та ін. У Сербії, Хорватії, Грузії, Афганістані, Іраку, Чеченській Республіці та деяких районах Північного Кавказу конфлікти вилилися у справжні військові дії із значними людськими жертвами, руйнуванням міст та сіл. Нажаль, сьогодні, Схід України знаходиться в межах міжнародного конфлікту, обтяженого політичною та економічною кризою, військовими діями та тисячами людських втрат. Тому дуже важливою проблемою міжнародних відносин є припинення військових конфліктів, подолання небезпечних ситуацій шляхом переговорів, компромісів та досягнення балансу інтересів між конфліктуючими сторонами. Провідну роль у вирішенні конфлікту, розв'язаного в межах України, відіграють європейські країни, які прагнуть співробітництва, миру та процвітання всього європейського континенту.

За ступенем розвитку стосунків, тривалістю угод, рівнями МВ виступають: міжнародні контакти (економічні, політичні, наукові тощо); міжнародна взаємодія (економічна, політична, військова тощо); міжнародне співробітництво; міжнародна економічна інтеграція. Кожний з вищих рівнів є розвиненим продовженням нижчого, тобто вищий рівень містить в собі більшість ознак нижчого [2, с. 513].

Характерні риси форм міжнародних зв'язків та відносин: 1) зростання масштабів і якісна зміна характеру традиційної міжнародної торгівлі готовою продукцією – із суто комерційної вона значною мірою перетворилась у засіб безпосереднього обслуговування національних виробничих процесів; 2) інтенсифікація міграції капіталу в різних формах;

3) зростання масштабів міграції робочої сили; 4) прискорення і розширення інтеграції економіки країн і регіонів; 5) швидкий обмін науково-технічними знаннями; 6) розвиток сфери послуг; 7) об'єднання зусиль у вирішенні глобальних проблем, особливо екологічного характеру; 8) загострення геополітичних конфліктів, що набувають військових рис; 9) протистояння країн все частіше відбувається не через бажання контролю над мінеральними ресурсами (нафту, газ), а за сприятливе середовище існування та стратегічні продукти харчування. Сучасні війни бувають економічними та інформаційними; 10) визначальний вплив на характер міжнародних стосунків чинить дипломатія, яка покликана знаходити компроміси, домовлятися, врегульовувати, вирішувати конфлікти [1, с. 97].

Отже, сучасні міжнародні відносини та світова політика характеризують новий стан міжнародного середовища, де поряд із традиційними суб'єктами – державами з'являються та діють нові актори міжнародних взаємодій. Сьогодні міжнародні відносини – це не тільки відносини між державами з приводу їх політики стосовно одна одної та загальносвітових проблем, а й політики кожної з них щодо їх власних внутрішніх проблем та ситуацій. Таким чином, міжнародні відносини не є явищем повністю самостійним, а швидше складовою та невід'ємною частиною більш широкого процесу світового розвитку, який їх визначає та обмежує, хоча й міжнародні відносини впливають на його хід та результат.

Література

1. Галик В.М. Україна в Європі і світі: Навч. посіб. / Галик В.М. – К.: Знання, 2013. – 364 с.
2. Мартусенко І.В., Погіршук Б.В. Регіональна економіка: Підручник / І.В. Мартусенко, Б.В. Погіршук. – Тернопіль: Крок, 2015. – 626 с.
3. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: теорія.: підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / А.С. Філіпенко. – К.: Либідь, 2008. – 408 с.
4. Чекаленко Л. Д., Васильєва М. О. Безпекове сьогодні ЄС: перспективи України. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Вип. 121. Ч. I. 2014. С. 32-39.

УДК 338. 2

ОСОБЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Козлов Б. – ст. 1 курсу, гр.ПТБДвн-11

Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Сучасна система міжнародних відносин характеризується високим рівнем взаємозалежності, вимагає компромісів (і аж ніяк не військових дій), що призводить до зменшення абсолютної ваги і трансформації ролі державного суверенітету. Одним з найбільш показових і актуальних для України, з огляду на проголошений євроінтеграційний курс, сучасних прикладів політичної та економічної інтеграції є Європейський Союз. Набуваючи членства у цьому інтеграційному утворенні, держава стикнеться з питанням делегування тих або інших своїх повноважень на користь Союзу у цілому. Це провокує виникнення у країні побоювання щодо обмежень її державного суверенітету всередині Європейського Союзу.

Тому геополітична орієнтація України на Європу не означає ізоляцію від Росії (це неможливо хоча б з огляду на економіко-географічне положення обох країн). Дане становище України вимагає спрямування зовнішньополітичних зусиль туди, де можна реалізувати свої національні інтереси, спрямувати цю взаємозалежність на припинення військових дій на сході країни, на результативне національне зростання та розвиток. Важливо також визначити, якою мірою наша участь у процесах, що відбуваються в Європі, в Росії, інших країнах, узгоджуються з національними інтересами. Україна – молода держава, її зовнішньополітичний курс, геополітичні орієнтації ще формуються і конкретизуватимуться відповідно до міжнародної

ситуації. Але принципи, які в основі цього курсу, без сумніву, відповідають прогресивним тенденціям сучасного світового політичного процесу. Європейські країни, а з ними й Україна, ще на початку 90-х років ХХ ст. повернулися до природного стану, коли у формуванні міжнародних відносин суттєвими стали геополітичні чинники – місце розташування, національна структура, матеріальні ресурси, та релігійні особливості [3, с. 211].

Для України, яка за часи свого існування перебувала в центрі геополітичних інтересів кількох наддержав, зовнішньополітичний вибір має не тільки внутрішню, а й міжнародну вагу. Стратегічна мета її полягає в інтеграції до європейських та євроатлантичних структур. За багатовекторності зовнішньої політики України принциповий європейський вибір зумовлений не тимчасовою кон'юнктурою, а національними інтересами. Об'єднана Європа відповідно перебрала на себе частину відповідальності за становлення України, як стабільної демократичної держави, яка своїм пріоритетом визначила повноправне членство в Європейському Союзі, який визначатиме обличчя Європи ХХІ ст.

На сьогодні основними напрямками співробітництва між Україною та ЄС є енергетика, торгівля та інвестиції, юстиція та внутрішні справи, наближення законодавства України до законодавства Євросоюзу, охорона навколишнього середовища, транспортна сфера, транскордонне

співробітництво, співпраця у сфері науки, технологій та космосу [2, с. 526].

У системі зовнішньополітичних пріоритетів України особливе місце посідає співробітництво з Європейськими державами. Європейський вибір нашої держави відкриває нові перспективи співробітництва з розвиненими країнами континенту, надає можливості економічного розвитку, зміцнення позицій України у світовій системі міжнародних відносин. Однак, сучасний стан відносин України з Європейським Союзом наводить на серйозні роздуми.

Базові національні інтереси та геополітичні пріоритети є основою для формування стратегічних завдань і цілей зовнішньополітичного курсу України. На сьогодні базовим національним інтересом та основним геополітичним пріоритетом зовнішньої політики України є припинення військових дій на Донбасі, подальший розвиток як незалежної держави разом із збереженням національних цінностей, соціально-культурної ідентичності, забезпеченням економічної безпеки та політичного суверенітету. Реалізація цього базового національного інтересу є важливою передумовою гарантування безпеки, добробуту, соціального і культурного прогресу для всіх громадян України.

Укріплення державного суверенітету України

у площині зовнішньої політики означає повноцінне представлення нашої держави в межах світового цивілізаційного простору як активного суб'єкту геополітики. Це є можливим за умови розвитку динамічного діалогу України з іншими країнами, що базуватиметься на дотриманні норм та принципів міжнародного права, взаємовигідній співпраці, безпеці та розумінні нашої державою сутності її національних інтересів [1].

Актуальним є питання інтенсифікації інтеграційних процесів між ЄС та Україною. Європейський Союз виступає активним гравцем в сучасному геополітичному просторі. Об'єднання Європи – це одне з найбільш значних геополітичних подій ХХ століття. У результаті масштабної і глибокої інтеграції Європейський Союз став потужним геополітичним центром. Геополітичне майбутнє європейського проекту та його роль у світовій політиці першочергово залежить від ефективності співпраці з країнами та регіонами, що є безпосередніми сусідами Євросоюзу. Таким чином, співпраця між Україною та ЄС має велике значення для обох сторін. І, нарешті, дієвим важелем збереження суверенного статусу України в умовах глобалізації є політика «трьох і» – інновації, інвестиції, інтеграція.

Література

1. Григор'єв О.Ю. Глобальна економіка та Україна. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 776. – С. 364-369. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VNULPM_2013_776_56.pdf.
2. Мартусенко І.В., Погрішук Б.В. Регіональна економіка: Підручник / І.В. Мартусенко, Б.В. Погрішук. – Тернопіль: Крок, 2015. – 626 с.
3. Мартусенко І.В. Збереження суверенного статусу України в умовах сучасних глобалізаційних процесів / Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 8. – С. 210-214. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-8-2015.pdf>.

УДК 631. 1

ІМІДЖ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ

Кононюк О. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПЗвнм-11

Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Імідж марки завжди буде ефективним засобом формування лояльності споживачів, отримання конкурентних переваг, та засіб утримання і посилення позицій підприємства на ринку. Прихильність споживачів до марочних товарів знижує їх чутливість до ціни, створює додаткові бар'єри для проникнення на ринок конкуруючих товарів, надає підприємствам додаткову ринкову силу. Дані переваги роблять імідж марки ключовим фактором успіху організації на будь-якому ринку, в тому числі і на українському ринку сирів та молочних продуктів.

Формування іміджу ТМ здійснюється за допомогою стратегії її позиціонування – комплексу заходів спрямованих формуванні в свідомості споживачів конкурентних переваг марки. Бажано, щоб такі конкурентні переваги були унікальними, важливими, стійкими та зрозумілими для споживачів. Тобто позиціонування, як інструмент диференціації марки, спрямоване на трансформацію свідомості

споживача таким чином, щоб зробити її істотно відмінною від інших марок, представлених на ринку. Процедура позиціонування ТМ полягає в тому, щоб, виходячи з оцінок споживачів на ринку, здійснити вибір таких параметрів продукту та елементів комплексу маркетингу, які з точки зору цільових споживачів забезпечать продукту конкурентні переваги. У якості інструменту позиціонування застосовуються карти сприйняття, які призначені для наочного зображення близькості між товарами різних ТМ або сегментами, що вимірюється в термінах психологічних чинників [1, с. 93-94].

Виділимо основні принципи формування іміджу ТМ на споживчому ринку:

- стратегія розвитку підприємства має відповідати іміджу ТМ;

- вибір стратегії позиціонування ТМ має бути зумовлений атрибутами товару та вигодами від його використання;

- основа диференціації марки повинна бути унікальною, важливою для споживача, захищеною та зрозумілою;

- вплив на цільову аудиторію здійснюється за допомогою інтегрованого комплексу маркетингових комунікацій, використанням реклами, стимулювання збуту та інших засобів маркетингових комунікацій;

- розроблення програм лояльності для утримування постійних споживачів [3].

Ці принципи повністю відповідають задачам формування іміджу на споживчому ринку, особливо це стосується ринку продуктів харчування, де ринкова сила виробників залежить від ступеня диференціації ТМ.

Імідж підприємства повинен відповідати: 1) стратегії його розвитку, що спирається на задоволення певних потреб всього ринку або його сегмента; 2) рівню / етапу його розвитку; 3) сучасному етапу розвитку суспільства, в якому існує підприємство, однак усередині підприємства повинна постійно проводитися робота з можливими трансформаціями іміджу відповідно до потенційних змін умов ринку; 4) внутрішній імідж підприємства повинен відповідати зовнішньому іміджу [2].

Безперечно, імідж – це не лише засіб, інструмент управління, а й об'єкт управління. Формування іміджу підприємства в ринковому середовищі відбувається на основі стратегічного підходу за допомогою інтегрованих маркетингових комунікацій (паблік рілейшнз, реклама, прямий маркетинг, стимулювання збуту, пропаганда), які мають свої сильні і слабкі сторони. Для великих підприємства особливо важлива робота з засобами масової інформації, оскільки великий масштаб

операцій потребує досить широкої популярності [4].

Таким чином, робота над формуванням позитивного іміджу підприємства – не один або кілька окремих заходів, а вся система діяльності підприємства. У кінцевому результаті імідж визначається якістю, ціною, доступністю товару, надійністю його післяпродажного обслуговування, історією підприємства і, звичайно, рекламою, яка хоч і не може вплинути на якість продукції, її ціноутворення, проте спочатку створює уявлення про підприємство та його товар для кінцевого споживача. Витрати на формування іміджу підприємства однозначно виправдані негативним ефектом стихійного формування іміджу. Цілеспрямоване, продумане створення образу приводить, навпаки, до позитивного результату, оскільки імідж повинен працювати, виконувати певні функції.

У підсумку зазначимо, що серед загальних підходів до формування іміджу підприємства виокремлюють:

1) виробничий (акцент на якість товарів та послуг, рівень соціальної відповідальності бізнесу);

2) іміджмейкерський (акцент на маркетингові дослідження, ефективну рекламну кампанію, PR-заходи);

3) менеджерський (гармонічне поєднання виробничого та іміджмейкерського підходів).

Створення і підтримка сильного іміджу вимагає великих витрат, тривалого часу, виникає протиріччя між необхідністю постійно мати досить високий прибуток і довгострокові інвестиції в імідж, що не дають швидкої віддачі. Але треба розуміти, що якщо один раз підприємство втратить ринкові позиції, то повернутися на них буде вкрай складно.

Література

1. Балабанова Л.В., Холод В. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : навч. пос. Київ: Професіонал, 2008. – 488 с.
2. Дерев'яно О. Г. Репутація підприємства як категорія сучасної економічної. Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – №21. – С. 16-19.
3. Колодка А. В. Комплексна схема управління іміджем підприємства на етапах його життєвого циклу / А.В. Колодка // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – №1. – С. 132-141.
4. Кондюк К. Ф. Іміджева діяльність сільськогосподарських підприємств як передумова стратегічного розвитку / К. Ф. Кондюк // Агро Світ. – 2013. – № 15. – С. 58-60.

УДК 631. 1

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шульга В. – ст. 5 курсу, гр. ЕЕПЗвнм-11

Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Оцінювання основних показників економічної ефективності діяльності підприємства здійснюється за такими основними категоріями фінансових результатів, як чистий дохід (виручка) від реалізації продукції; собівартість реалізованої продукції; валовий прибуток (збиток); фінансовий результат від операційної діяльності; фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування; чистий прибуток (збиток); загальний капітал підприємства (валюта балансу); власний капітал; залучений капітал; необоротні активи; оборотні активи.

Господарський стан підприємства залежить від результативності фінансово-економічних показників його діяльності, іншими словами – від виробничої, комерційної та господарської діяльності підприємства. Що вищими є показники обсягу виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг) і нижчою собівартість продукції (робіт, послуг), тим вищою буде прибутковість підприємства, а, відтак, стабільнішим його фінансовий стан.

Серед фінансових проблем чи не найважливішою є оцінка і аналіз фінансово-

економічного стану діяльності підприємства, який формується під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. З одного боку, він є результатом діяльності суб'єкта господарювання, свідчить про його досягнення та набутки, з іншого – виявляє передумови та резерви для розвитку підприємства.

Основними проблемами у економічній ефективності діяльності підприємства є: дефіцит коштів; низька платоспроможність підприємства.; недостатнє задоволення інтересів власника; зниження фінансової незалежності чи низька фінансова стійкість. Істотною проблемою підприємства є нераціональне використання одного з найголовніших фінансово-економічних показників його діяльності – отриманого прибутку. Адже навіть найбільший прибуток не стане в нагоді підприємству, якщо воно нераціонально та необачно інвестує його в сумнівні види діяльності або здійснює інші необґрунтовані виплати.

Керівництво підприємства повинно адекватно оцінювати поточну ситуацію і обирати найбільш ефективні комбінації рішень з усіх можливих альтернатив. Його дії повинні ґрунтуватися на трьох основних етапах:

1. Оцінка поточних фінансово-економічних показників діяльності підприємства і їх змін у порівнянні з попереднім періодом.

2. Визначення причин, що призвели до зміни фінансового стану підприємства.

3. Розробка програми дій на майбутнє [3].

Методи оцінки та шляхи покращення фінансово-економічних показників діяльності підприємства є важливим складником ефективного управління формуванням, розміщенням і використанням ресурсів підприємства. Фінансово-економічний стан визначається величиною, складом і структурою активів, власного капіталу і зобов'язань, певні співвідношення яких зумовлюють фінансову стійкість, ліквідність та платоспроможність суб'єктів господарювання.

Інтегральну оцінку економічної ефективності та фінансового стану підприємства доцільно здійснювати в два етапи: етап 1 – оцінка фінансового стану за нормованими показниками і

відбір підприємств, результати діяльності яких відповідають встановленим нормативним значенням; етап 2 – оцінка фінансового стану за тенденційними показниками і формування рейтингу підприємств за інтегральним показником їх діяльності [2, с. 175].

На відміну від наявних, ця методика дозволяє: не лише визначати фінансово-економічні показники діяльності підприємства, а й слабкі місця, які негативно впливають на загальне становище; спрогнозувати рівень фінансово-економічного стану на майбутні періоди; вона є цінною для оперативного управління та контролю, оскільки регулярний та послідовний розгляд усіх характеристик дасть змогу виявляти недоліки в діяльності підприємства і вчасно вживати необхідних заходів; одержувати не лише підсумкові відомості рівня роботи підприємства, а й формувати напрями підвищення ефективності його діяльності; розширити економічну суть поняття фінансової стійкості і застосовувати його для характеристики здатності підприємства повертатися до стану своєї рівноваги, зберігати її параметри та переходити на новий етап розвитку в умовах мінливого зовнішнього та внутрішнього середовища; значно полегшити роботу фінансових аналітиків та зробити результати їхньої роботи більш об'єктивними і такими, що відповідають реальній ситуації [1, с. 79].

Таким чином, інтегральна оцінка фінансово-економічних показників дає можливість в узагальненому вигляді представити діяльність підприємства на ринку та визначити рейтинг ефективності його діяльності. Це дозволяє суб'єктам ринкових відносин визначитися з найефективнішими способами інвестування капіталу і таким чином очікувати зростання віддачі від використовуваних суспільних ресурсів в умовах їх обмеженості. Альтернативний підхід до інтегральної оцінки фінансово-економічних показників діяльності підприємства дає можливість формувати якісно нову систему показників, які можуть використовуватися агентами економічних відносин з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Література

1. Бандурка О.М. Фінансова діяльність підприємства / О.М. Бандурка, М.Я. Коробов. – К.: Либідь, 2008. – 510 с.
2. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства : навч. посібник / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погрішук. – К.: Центр навч. літератури, 2010. – 302 с.
3. Кривов'язук І. В., Пахольчук А. І. Процес прийняття господарських рішень та його вплив на ефективність діяльності підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Кривов'язук, А. І. Пахольчук // Ефективна економіка. – 2014. – № 13. – Режим доступу: <http://www.economy. nauka. com. ua /?op=1&z=1962&p=1>.

УДК 330.341

ГЕОПОЛІТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Марков Д. – ст. 6 курсу

Науковий керівник – к.е.н., доцент Мацяк М.М.

Львівський національний університет ім. Івана Франка

Можливості подальшого хаотичного Світовому співтовариству вигідне встановлення розвитку людства є практично вичерпаними. єдиного світового порядку. Одним із його

регіональних центрів має стати Україна. Адже територія України розташована у Східній Європі і за площею є найбільшою державою Європи, за чисельністю населення входить у першу десятку європейських держав. Величезний природно-ресурсний потенціал сприяє економічному розвитку і перетворенню України в економічно найпотужнішу державу Європи. Проте проблема комплексного і пропорційного розвитку досить чітко ілюструє незбалансованість загального ресурсу держави з її виробничими, (господарськими) потребами та потужностями, крім того, країна політично розбалансована, а на її сході відбуваються військові дії.

Не зважаючи на це, експерти вважають, що один тільки АПК України здатен прогодувати (за умови передачі землі в приватну власність і подальшого розвитку фермерських господарств) близько 1 млрд. осіб. Україна індустріально-аграрна держава, її частка у світовому виробництві промислової та сільськогосподарської продукції перевищує 1%. Водночас кількість її населення становить менше 1% від населення планети. Участь України у світовому географічному поділі праці не обмежується лише продукцією гірничодобувної промисловості чи АПК. Наша держава належить і до групи країн – світових лідерів у випуску ракетноносіїв, космічних апаратів (перше місце в Європі разом із Францією), електрозварювального устаткування, атомних ліхтеровозів, військових суден, літаків тощо. Ракетноносії типу «Циклон» і «Зеніт» визнано найкращими у світі, а найбільший у світі літак «Мрія» – продукт українського літакобудування. Все це вказує на значні потенційні можливості України щоб посісти провідне місце на політичній і економічній карті не тільки Європи, а й світу [4, с. 531-532].

Проте слід чітко усвідомлювати негативні наслідки інтеграційних процесів, як економічного так і політичного характеру. За певного збігу обставин ресурси України можуть відпливати (як із менш розвиненої у економічному відношенні держави) до розвинених членів угруповання, або у напрямку до географічного центру інтеграційного об'єднання (для зниження транспортних витрат) [3]. Якщо встановляться тісні інтеграційні зв'язки між окремими фірмами країн учасниць, може виникнути олігопольний зговір, який веде до зростання цін на відповідну продукцію; збільшення зливань посилить панування монополій. Ці проблеми стають відчутнішими зі зростанням ступеня втручання у справи окремих держав з боку органів інтеграції. Якщо, наприклад, деякі витрати будуть вигідні для певної країни, вона буде наполягати на їх збільшенні, розуміючи, що вони фінансуються за рахунок внесків усіх країн-учасниць.

Український вибір між західноєвропейською і східноєвропейською

інтеграцією повинен здійснюватися з урахування передусім власних стратегічних, а не тактичних цілей, а також зовнішніх викликів, оскільки країна знаходиться в центрі між Євразійським та Європейським союзами. Для визначення того наскільки Україна вииграє від процесів інтеграції, необхідно з'ясувати, що було б якби вона не прийняла у цьому участі. Необхідно також врахувати, що як позитивні, так і негативні наслідки мають довгостроковий характер, залежать від загального стану справ на світовій арені, а інколи мають суто політичний характер і тому знаходяться поза межами економічного аналізу [1, с. 175].

За своїх конкурентних переваг: вигідного економіко-географічного положення, абсолютної транзитності території, багатого природно-ресурсного, трудового, наукового, виробничого потенціалів тощо, геополітичний напрямок зовнішньоекономічної діяльності України доцільно розробляти на базі стратегічних магістральних векторів, що одночасно є самодостатніми і взаємозалежними. Реаліями формування та розвитку нашої держави визначено такі три напрямки інтеграційних процесів [5]:

1) європейський вибір, оскільки ставиться мета входження до ЄС і це відноситься до перспективи;

2) стратегічне партнерство з країнами СНД, з якими Україна пов'язана багатьма аспектами – історично, географічно, виробничою кооперацією, ввозом енергоносіїв та іншого критичного імпорту тощо;

3) до одного з ключових зовнішньоекономічних напрямків належить стратегічне партнерство зі світовим лідером – США, та Організацією Північноатлантичного договору – НАТО [2, с. 114].

Входження України до європейського співтовариства, НАТО чи співдружності з іншими державами, не означає, що інтереси України повністю вписуються в економічні інтереси Європейського Союзу та інших економічних структур, а також європейських країн. В неоднорідності національних інтересів різних країн немає нічого протиприродного. Вочевидь, вони і не можуть бути повністю ідентичними. Вектори трьох напрямків інтеграційних процесів стануть для нашої держави вагомим економічним, політичним, і з рештою, суспільним досвідом. Успішне використання такого досвіду, в контексті плідного партнерства, приведе до зміцнення безпеки України, розбудови стабільної, мирної та неподільної Європи. Геополітичні орієнтації України багато в чому залежатимуть від реальних акцій на підтримку України, як у процесі внутрішніх трансформацій, так і в процесі її інтеграції до світових структур.

Література

1. Галик В.М. Україна в Європі і світі: Навч. посіб. / Галик В.М. – К.: Знання, 2013. – 364 с.
2. Геоелементні сценарії розвитку і України: монографія / М.З. Згуровський, Ю.М. Пахомов, А.С. Філіпенко та ін. –

К.: ВЦ «Академія», 2010. – 328 с.

3. Геополітичне становище України і його вплив на розвиток міжнародних стосунків у світі. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://narodna.pravda.com.ua/rus/foreign/4b4fa4de96d984/>.

4. Мартусенко І.В., Погрішук Б.В. Регіональна економіка: Підручник / І.В. Мартусенко, Б.В. Погрішук. – Тернопіль: Крок, 2015. – 626 с.

5. Мартусенко І.В. Збереження суверенного статусу України в умовах сучасних глобалізаційних процесів / Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 8. – С. 210-214. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-8-2015.pdf>.

УДК 658:347.211

НЕМАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА, ЇХ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ

Присяжнюк Ю. – ст. 4-го курсу, гр. ЕППвн-41

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Визначальною рисою сучасного періоду розвитку всіх підприємств є зростання ролі науково-технічних знань та інших результатів творчої діяльності людини. Використання накопиченого капіталу знань веде до суттєвих змін у характері функціонування підприємств та організацій.

За умов насиченості ринку різноманітними товарами підприємство-виробник повинно вдосконалювати можливості пропонування, просування та реалізації своїх товарів або послуг. Дійовим інструментом конкуренції у цьому разі

може бути використання нематеріальних ресурсів. Наприклад, володіння ліцензією надає її власникові виключне право використання певного технічного досягнення. Зареєстроване зазначення походження товару завжди гарантує споживачу особливі, елітарні, а іноді унікальні властивості товару, що також підвищує конкурентоспроможність останнього. [1, с. 260]

Поняття «нематеріальні ресурси» використовується для характеристики сукупності об'єктів інтелектуальної власності, а також інші ресурси нематеріального походження.

Таблиця 1

Нематеріальні ресурси

Об'єкти промислової власності	Об'єкти інтелектуальної власності	Інші нематеріальні ресурси
*Винагороди; *Промислові зразки; *Корисні моделі; *Товарні знаки і значки обслуговування.	*Програмне забезпечення електронно –обчислюваних машин; *Банки та бази даних; *Банки та бази знань.	*Ноу-хау; *Рационалізаторські пропозиції; *Найменування місця походження товару; *Гудвіл (імідж, репутація)

Промислова власність це поняття, яке застосовується для позначення виключно права на використання певних нематеріальних ресурсів. Згідно з Паризькою конвенцією з охорони промислової власності (1883 р.) до об'єктів цієї власності належать винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки, фірмові найменування, знаки обслуговування, зазначення походження товарів, а також способи захисту від недобросовісної конкуренції. [2, с. 98-99].

Інтелектуальна власність у широкому розумінні – це юридична категорія, яка застосовується для:

визначення результатів творчої праці людини (творів науки, техніки, мистецтва та інших видів діяльності);

позначення належності таких результатів творчої праці відповідним суб'єктам творчої діяльності;

закріплення за цими суб'єктами особистих немайнових і майнових прав, пов'язаних із розробкою та використанням створених ними інтелектуальних продуктів.

Нематеріальні ресурси здатні відігравати суттєву роль у підвищенні конкурентоспроможності діючих підприємств. За умов насиченості ринку різноманітними товарами підприємство-виробник повинно удосконалювати можливості щодо пропонування, просування та реалізації своїх товарів або послуг. Дійовим інструментом конкуренції у цьому випадку може бути використання нематеріальних ресурсів. Наприклад, володіння ліцензією надає її власнику виключне право використання певного технічного досягнення і тому забезпечує йому певні конкурентні переваги. Зареєстроване найменування місця знаходження товарів завжди гарантує споживачу особливості, елітарні, а іноді унікальні властивості товару, що також підвищує конкурентоспроможність його власника. Серед об'єктів промислової власності центральне місце належить винаходам. [3, с. 151]

Винаходом називається позначене істотною новизною вирішення технічного завдання в будь-якій галузі господарства, яке дає позитивний ефект. Технічне рішення, яке може бути визначене

винаходом, повинно мати певну технічну ознаку; істотну новизну рішення; позитивний або інший ефект. Таким чином, винаходом може бути лише конкретне розв'язання технічного завдання. Пропозиції, що сформовані у вигляді загальної постановки завдання або у вигляді ідеї, не можуть бути кваліфіковані як винаходи.

Другою найважливішою ознакою винаходу є його новизна, тобто використання технічних засобів, способів, методів раніше невідомих в даній галузі техніки. Винаходом може бути визначено за будь-яких умов тільки таке технічне рішення, яке має суттєву новизну. Це означає, що винахід має бути принципово новим технічним рішенням або вносити у відомі конструкції, способи, речовини такі зміни, які призводять до якісного поліпшення.

Третьою важливою ознакою винаходу прийнято вважати його позитивний ефект. Корисний результат винаходу при цьому трактується досить широко. Він може полягати в економії суспільної праці, охороні життя і здоров'я людини, удосконаленні технічних засобів науки, культури, мистецтва, оборони. Позитивний ефект мають і винаходи, які не дають економії, але поліпшують експлуатаційні якості виробів, підвищують їх надійність, змінюють на краще умови праці тощо. [4, с. 84-87]

Отже, нематеріальні ресурси підприємства – це складова частина потенціалу підприємства, яка забезпечує економічну користь протягом тривалого періоду і має ту особливість, що в них відсутня матеріальна основа здобування доходів та невизначені майбутні розміри усіх заходів.

За походженням нематеріальні ресурси виникають або завдяки новим унікальним знанням або через рідкісність ресурсів.

Поняття нематеріальних ресурсів фактично уточнюється з поняттями об'єктів інтелектуальної власності, які можуть включати об'єкти промислової власності. До них належать:

1. винаходи, об'єктами яких можуть бути продукти або способи їх одержання;

2. корисні моделі, об'єктами яких є конструктивне вирішення пристрою або його складових частин;

3. промислові зразки – нове художньо-конструктивне вирішення виробів;

4. товарні знаки та знаки обслуговування – оригінальні позначення, за допомогою яких товари і послуги одних виробників відрізняються від однорідних товарів і послуг інших виробників;

5. фірмові найменування – це сталі позначення підприємства або особи, від імені якої здійснюється виробнича та інша діяльність.

Література

1. Макаровська Т. Економіка підприємства : Навчальний посібник/ МАУП. -К.: МАУП, 2013. -298 с.
2. Економічна теорія : Макро – і мікроекономіка: Навч. посібник для студ. вузів/ За ред. Зіновія Ватаманюка, Степана Панчишина., -К.: Вид. дім "Альтернативи", 2010. -606 с.
3. Економіка : Теоретичні основи: Підручник [В 2 ч.]/ М-во освіти України; Тернопільська академія народного господарства. Кафедра економічної теорії. -Тернопіль : Астон. -1997 – Ч.2. -1997. -151 с.
4. Примак Т. Економіка підприємств : Навчальний посібник/ Тетяна Олександрівна Примак,; Тетяна Примак; Міжрегіон. акад. управл. персоналом. -К.: МАУП, 1999. -107 с.

УДК 637.1[477]

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКА В УКРАЇНІ

Собчук М. – ст. 4-го курсу, гр. ЕППвн-41

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Однією із провідних галузей харчової промисловості є молочна промисловість України. Молокопереробна галузь як і харчова промисловість загалом є однією із галузей, що найдинамічніше та найстабільніше розвиваються: щорічний приріст ринку молока та молокопродуктів оцінюється на рівні 10 – 12 % упродовж останніх років, визначає продовольчу безпеку держави, якість харчування населення та має високий експортний потенціал.[1] Однак час не дозволяє зупинитись на досягнутому. Слід підвищувати конкурентоспроможність галузі на зовнішніх ринках. Є низка проблем у формуванні сировинної бази, особливо з огляду на набуття Україною членства в світовій організації торгівлі. Скорочення обсягів молочної сировини та високі витрати на її переробку через низьку завантаженість потужностей негативно впливають на конкурентоспроможність молочної промисловості. Одним із важливих завдань

сільського господарства є подолання кризового стану молочної галузі. У зв'язку з цим необхідно приділяти значну увагу збільшенню виробництва і реалізації молока, відтворенню поголів'я корів та підвищення їх продуктивності, удосконаленню маркетингової системи виробництва й збуту молокопродукції.[3, с.31]

Основні проблеми, які стримують поступальний розвиток молочної промисловості, безпосередньо пов'язані зі скороченням сировинної бази та низькою якістю продукції, що постачається на переробку. Причина полягає у незабезпеченні умов утримання корів, що призводить до виникнення захворювань тварин, а також відсутності первинної обробки (охолодження) молока в більшості приватних селянських господарствах і багатьох сільськогосподарських підприємствах.

Дані Державної служби статистики свідчать, що на 1 лютого 2016 р. у господарствах населення

утримувалося близько 1747,8 тис. голів поголів'я корів, де їх чисельність становила на 6,7 % менше, ніж на аналогічну дату 2015 р., тоді як в сільськогосподарських підприємствах налічується майже в 3,3 разу менше тварин порівняно з приватними домогосподарствами, а саме 528,0 тис. голів (-6,4 % до минулого року).

Головне управління статистики інформує, що у січні-червні 2016 р. від усіх категорій сільськогосподарських товаровиробників на переробні підприємства області надійшло 6 тис. т живої ваги худоби та птиці, що в порівнянні з відповідним періодом 2015р. менше на 26,1%; 12,6 тис. т молока та молочних продуктів (більше на 12,9%). Частка сільськогосподарських підприємств у загальному обсязі закупівлі переробними підприємствами худоби та птиці склала 98,6% проти 97,6% у січні-червні 2015 р., молока – 48,3 % проти 43,4%.

Переробними підприємствами у січні-червні 2015 р. використано також для переробки 5,1 тис. т власно вирощеної худоби та птиці (на 21,3% менше, ніж у січні-червні 2015р.) та 1,4 тис. т власно виробленого молока (на 8,6% менше).

Більшу частину молока в сьогоднішніх умовах виробляють не колективні, як раніше, а особисті підсобні селянські господарства, які не тільки постачають сировину для молокопереробних підприємств, але одночасно конкурують з ними на ринку молочної продукції, продаючи молоко та

інші молочні товари частково на офіційних, а в основному – на стихійних неупорядкованих базарах.

Стихійна індивідуальна торгівля в умовах низького рівня життя основної частини населення, які є основними споживачами неофіційної молочної продукції, є реальною об'єктивністю. З огляду на це, молокопереробні підприємства повинні побудувати відповідну маркетингову стратегію своєї діяльності.

У зв'язку з реформуванням економічних відносин, зміни, що відбуваються в країні, вимагають формування економічного механізму нового типу. В умовах ринкової економіки нагальною є потреба у створенні механізму, який би стимулював розвиток молочної галузі АПК, включаючи нові механізми взаємодії державних методів регулювання та ринкових сил.[2]

Світова практика свідчить, що лише співвідношення ринкових і державних регуляторів дозволяє одержувати найкращі результати для розвитку сучасної ринкової економіки. Для побудови вітчизняного ринку молока важливе значення має вивчення та врахування досвіду функціонування ринкової економіки індустріально розвинених країн, а досвід країн з ринковою економікою свідчить про зростання ролі державного регулювання взагалі та на ринку молока зокрема.

Література

1. Голомша Н.С. Маркетингове дослідження ринку молок та молока продукції / Н. С. Голомша // Економіка АПК.- 2008.-№6.- С. 108-118.
2. Давиденко Н. М. Розвиток ринку молока та яловичини в Україні. / Вісник Харк. Нац. техн. університету сільського господарства: Економічні науки. Вип.. 52. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – 347 с.
3. Козак Ю. П. Актуальні проблеми реалізації молочної сировини в сучасних економічних умовах господарювання / Ю. П. Козак // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. -№2 (10). – Мелітополь, 2010. – 445 с.

УДК: 316.4:331

МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Рогач О. – ст. 4-го курсу, гр. ЕППвн-41

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мельник В.І.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Будь-який організаційний процес, у тому числі й виробництво, здійснюється і регулюється людьми. Ефективність такого процесу залежить від того, як працівники ставляться до виконання своїх обов'язків та завдань, що значною мірою визначається застосуванням на підприємстві механізму стимулювання їхньої діяльності.

Мотивація ґрунтується на потребах людей. Відповідно у системі мотивації вирішальна роль належить матеріальному (економічному) стимулюванню, яке здійснюється в таких формах, як грошові виплати, надання матеріальних благ, пільг та ін.

Поряд з матеріальним заохоченням широко застосовуються різні форми неекономічного (соціально-психологічного або морального) стимулювання. З підвищенням освітньо-кваліфікаційного рівня працівників та якості їх життя, роль соціально-

психологічних чинників мотивації зростає. Проте ця форма заохочення за будь-яких умов не знижує ефективності й універсальності дії матеріальних важелів стимулювання, тому останнім приділяється основна увага в системі управління [1].

Оплата праці виконує дві основні функції: відтворювальну і стимулюючу. Проте, природно, з позиції роботодавця (підприємства) стимулююча функція сприймається як основна, оскільки вона безпосередньо сприяє досягненню його мети [2].

Система оплати праці у сучасних умовах представляється у багатьох випадках як багатофакторна модель, у цілому по підприємству вона складається з суми індивідуальних оплат праці кожного працівника [3]. Основними складовими організації оплати праці є форми та системи оплати, нормування, тарифна система та система преміювання.

В залежності від цілей підприємства повинні бути розроблені відповідні системи преміювання, що забезпечить ефективність їх застосування. Система преміювання виконує функції зацікавленості працівників у досягненні вищих результатів праці та є суттєвим мотиваційним механізмом на підприємстві. В залежності від методів мотивації, преміювання можна розподілити за двома напрямками:

– створення преміальних систем, що забезпечують зростання якісних показників, при обов'язковому збільшенні кількісних показників діяльності;

– надання додаткових пільг, відповідно до потреб працівників.

Це дозволить з одного боку, зацікавити працівників у ефективній праці, з іншого – надасть можливість роботодавцю прогнозувати фонд оплати праці.

Ще одним, не менш важливим питанням механізму удосконалення стимулювання діяльності працівників є надання соціального пакету (СП).

До складу соціального пакету входять: базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення й додаткові матеріальні блага, надання яких здійснюється роботодавцем за власною ініціативою [4]. Структура СП дозволяє розмежувати його на базовий СП та мотиваційний СП. Базовий СП охоплює: забезпечення необхідних для виконання роботи умов праці, передбачених законодавством, колективним договором та угодою сторін; загальнообов'язкове державне соціальне страхування; виплату в повному розмірі

належної працівнику заробітної плати; надання соціальних пільг і гарантій, передбачених колективним договором, угодою тощо.

Мотиваційний СП поєднує в собі конкурентний і компенсаційний пакети. Зміст конкурентного пакета можна подати у вигляді чотирьох позицій: забезпечення здоров'я; розвиток корпоративної культури, навчання, підвищення кваліфікацій за рахунок підприємства; мотивація праці; відпочинок та розваги.

Компенсаційний пакет охоплює відшкодування особистих витрат які використовуються у різний період часу, під час роботи і які пов'язані з роботою (на мобільний зв'язок, транспорт, оренду або придбання житла в іншому місті та інше) [5].

Соціальний пакет є досить потужним інструментом впливу на рівень психологічного та фізичного залучення працівника, індивідуальну й організаційну дієвість, а відтак, тривалість і успішність трудових відносин між працівником і роботодавцем.

Використання роботодавцями соціального пакета сприяє формуванню в Україні сучасного, конкурентного ринку праці, підвищенню рівня конкурентоспроможності вітчизняних спеціалістів. Дієва система мотиваційного забезпечення діяльності працівників на підприємстві здатна підвищити ефективність діяльності особистості, колективу та підприємства загалом. При формуванні мотиваційних механізмів діяльності працівників необхідно враховувати різноетапність організаційного розвитку, особливості функціонування конкретного підприємства, його галузеву належність.

Література

1. Винокурова Е. Социальный пакет: индивидуальный или универсальный ? / Е. Винокурова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.otiss.ru/txts/06_09/SK06_09_21.htm
2. Данюк В.М. Организация оплаты труда. Методические рекомендации / В.М. Данюк, А.М. Колот. – К.: Знание, 1993. – 28 с.
3. Панкова Л.А. Сучасна криза оплати праці / Л.А. Панкова // Економічний вісник. – О. : АТЗТ І РЕНТТ, 2002.
4. Калина А.В. Организация и оплата труда в условиях рынка (аспект эффективности): Учеб.- метод. пособие / Калина А.В. – К.: МАУП, 2001. – 312 с.
5. Новак І.М. Соціальний пакет: особливості формування та управління / І. М. Новак. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/>

УДК 658.009.12

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Захарчук О. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – викладач Мазур В.Г.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

На сучасному етапі становлення ринкової економіки в Україні особливого значення набуває розвиток малого підприємництва. Малі підприємства не вимагають великих початкових капіталовкладень, гарантують високу ефективність використання ресурсів, здатні швидко визначати потреби у товарах споживачів в сучасних умовах, відіграють важливу роль в економічному і соціальному житті розвинених країни.

Вагомий внесок у дослідження проблем розвитку малого підприємництва, визначення його ролі в економічному розвитку країни зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як К.О. Ващенко, З.С. Варналії, Л.І. Вороніна, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин,

В.І. Кредісов, Г.М. Рижаківа, М.П. Бутко, Е.М. Лібанова, З.В. Герасимчук та ін. У працях цих науковців розглянуто процес становлення і розвитку малого бізнесу в Україні, визначалися основні причини повільного розвитку малого підприємництва та перспективи його зростання. Сьогодні в Україні відбуваються зміни, які негативно впливають на діяльність малих суб'єктів господарювання. Незважаючи на значну кількість досліджень щодо діяльності малого підприємництва, проблеми їх розвитку залишаються невирішеними.

Метою дослідження є вивчення особливостей розвитку малого підприємництва в Україні.

На сучасному етапі розвитку економіки України державою приділяється значна увага стимулюванню розвитку підприємництва, прийняті регіональні та місцеві програми підтримки малого підприємництва, відбулося удосконалення дозвільних процедур і реєстрації, спрощення процедур відкриття та закриття бізнесу, одержання адміністративних послуг, звуження прямого адміністративного державного контролю за діяльністю суб'єктів господарювання та реформування сфери надання адміністративних послуг, розвиток інфраструктури для надання суб'єктам підприємництва фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, консультативної, маркетингової, кадрової та освітньої підтримки.

Однак, активізації та покращення якісних та кількісних характеристик розвитку підприємництва не відбулося. Реалізація дійсних реформ поступово уповільнилася та гальмувалася, що викликало загальне руйнування перших позитивних очікувань вітчизняних і іноземних підприємств щодо перспектив бізнес-клімату та інвестиційної привабливості України.

Розвиток малого підприємництва гальмують наступні системні проблеми:

1. Недостатнє (негарантоване та нерегулярне) фінансування регіональних програм підтримки і розвитку малого підприємництва.

2. Недосконалість контролю за використанням коштів виділених малим підприємствам, внаслідок чого частина ресурсів витрачається за нецільовим призначенням (у структурі фінансування програмних заходів провідне місце займає фінансування бізнес-проектів на поворотній основі, пільгове кредитування – 28,4%, на навчально-методичну роботу направлено 3,2% коштів від загального затверженого обсягу, виставкові

заходи, видання інформаційних бюлетенів, проспектів, довідників – 12,4%, створення нових об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва та поповнення статутного та оборотного фондів вже існуючих об'єктів – 6,6%, компенсацію відсотків за банківськими кредитами – 0,8% , інші заходи – 48,6%) [1].

3. Відсутність ефективно функціонуючої системи дієвої взаємодії великого та малого підприємництва на місцевому рівні.

4. Нерівномірність розташування та розвитку малого підприємництва у регіонах України, що обумовлено загальною економічною ситуацією, адже мале підприємство напряму залежить від платоспроможного попиту населення в регіоні, від стабільного розвитку «точок росту» та потужних «ареалів» промислового, аграрного виробництва. Саме тому у депресивних, периферійних (у т.ч. монофункціональних регіонах) темпи розвитку малого підприємництва є незначними.

5. Відсутність чітко сформульованих напрямів державної підтримки малого підприємництва з урахуванням особливостей кожної області [2].

Отже, мале підприємство відіграє в економіці України значну роль, забезпечує розвиток ринкових відносин, дає громадянам країни можливість гідно існувати шляхом відкриття ними власної справи, забезпечує ефективність виробництва засобами спеціалізації та кооперації, що призводить до зростання економіки. Сприяння держави може пришвидшити розвиток малого підприємства діями, які будуть спрямовані на економічну, соціальну, інформаційну, навчальну та інші види підтримки малого підприємства.

Література

1. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємства в Україні. [Електронний ресурс] – К.: Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємства, 2014. Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/files/042dbf480c.doc>.

2. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємства в регіонах України / О.І. Тимченко // Ефективна економіка. – 2015. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>

УДК 658.14

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА «ПАТ КОЗЯТИНСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»

Ковальчук О., Ковальчук І. – ст. 3 курсу, гр. ЗЕП

Науковий керівник – викладач Попова О.О.

Вінницький технічний коледж

На сьогоднішній день актуально досліджувати напрями покращення фінансового стану підприємств. Базою інформаційної оцінки даної роботи є «ПАТ Козятинський м'ясокомбінат» в сучасних умовах.

Оскільки економіка України в даний час нестабільна та знаходиться в стані економічної кризи, потрібно піднімати рівень українських підприємств до європейських стандартів. Це означає своєчасно виявити, проаналізувати і відповідним чином зреагувати на помилки у фінансовій діяльності підприємств та усунути недоліки їх роботи, шляхом знайдення резервів покращення фінансового стану, платоспроможності та рентабельності продукції

підприємств.

Для проведення аналізу фінансового стану «Козятинського м'ясокомбінату» джерелом слугувала бухгалтерська фінансова звітність підприємства, а саме: Баланс (Звіт про фінансовий стан) (Форма №1), Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) (Форма № 2). Але важливо зауважити, що існує недолік такої оцінки. Оскільки, під час проведення такого аналізу можна тільки виявити чи були виконані планові завдання підприємства за певний період, але є неможливим визначити способи досягнення виконання цих завдань.

Таблиця 1

Аналіз показників ліквідності підприємства «ПАТ Козятинський м'ясокомбінат»

№	Показники	Роки		Відносне відхилення, %
		2014	2015	
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,94	1,12	119,1
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,56	1,77	113,4
3	Коефіцієнт поточної ліквідності	2,03	2,27	111,8

На основі даних таблиці 1 випливає, що:

1) Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2015-році являється вищим за 2014 рік на 119,1 %. Показник перевищує нормативне значення, це означає, що підприємство являється платоспроможним та здатне самостійно погасити свої зобов'язання.

2) Коефіцієнт швидкої ліквідності являється вищим за нормативне значення. У 2015 році коефіцієнт перевищує показник 2014 року на 113,4 %. Це означає, що підприємство зможе покрити свої зобов'язання

перед кредиторами.

3) Коефіцієнт поточної ліквідності. Коефіцієнт покриття на даному підприємстві є нормативним. У 2015 році коефіцієнт поточної ліквідності є вищим за 2014 рік на 111,8 %. Отже, підприємство володіє значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам. Такий варіант формування оборотних коштів є найбільш прийнятним. Це свідчить про можливість підприємства погасити поточні зобов'язання.

Таблиця 2

Аналіз фінансового стану підприємства, тис. грн

№	Показники	Роки	
		2014	2015
1	Власний капітал	20992,7	21016,5
2	Необоротні активи	13176,5	15412,6
3	Власні оборотні кошти	7816,2	5603,9
4	Довгострокові зобов'язання	-	-
5	Наявність власних і довгострокових джерел покриття запасів	7816,2	5603,9
6	Короткострокові кредити та позики	-	-
7	Загальний розмір основних джерел, покриття запасів	7816,2	5603,9
8	Запаси	4648,4	3015,3
9	Надлишок власних оборотних коштів	3167,8	2588,6
10	Надлишок власних коштів і довгострокових кредитів та позик	3167,8	2588,6
11	Надлишок основних джерел покриття запасів	3167,8	2588,6

Проаналізувавши фінансовий стан, з'ясовано, що підприємство «Козятинський м'ясокомбінат» має запаси, надлишок власних оборотних коштів і відсутні кредити та позики.

На основі проаналізованих даних видно, що баланс підприємства «ПАТ Козятинський м'ясокомбінат» можна вважати абсолютно ліквідним та платоспроможним. Фінансовий стан підприємства є абсолютним, але він має тенденцію до послаблення і може перерости у нормальний за рахунок обсягу реалізації виробництва, оскільки останнім часом темп випуску продукції йде на спад.

Щоб підтримати рівень абсолютного фінансового стану підприємства необхідно:

- Здійснити технічне переобладнання та

реконструкцію основних засобів з метою збільшення потужності та покращення якості виробленої продукції, оскільки техніка на підприємстві є застарілою і потребує постійного ремонту;

- Удосконалити фінансування активів та залучити інвесторів для покращення технологічної бази підприємства;

- Необхідно звернути особливу увагу на приховані резерви підприємства, а саме здачу в оренду приміщення, які не повною мірою використовуються у робочому процесі.

Покращити фінансовий стан можливо завдяки раціональному використанню ресурсів підприємства.

Література

1. Безбородова Т. В. Сутність та необхідність аналізу фінансового стану // Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 1 (11) – 2014. – С. 1–7.
2. Котенюк Г.М. Визначення фінансового стану підприємства формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – №10(113). – С. 137-141.
3. Режим доступу: <http://buklib.net/books/33147/>

ПИТАННЯ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРИ

Олексієнко О. – ст.1 курсу, гр.ПТБДвн-11

Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Ключовим елементом економічної стратегії України є забезпечення відкритості економіки відповідно до стандартів Європи та прогресивного Світу. Враховуючи європейський досвід, механізм білатерального партнерства став основою для розвитку такого ж партнерства у багатосторонньому вимірі, що в результаті призвело до формування союзів стратегічних партнерів – союзів держав. Саме на таких союзах держав вибудовується система регіональної і врешті решт глобальної безпеки. Цей досвід закріплений на практиці сусідами України.

Країни Центрально-Східної Європи після розпаду Варшавського Договору шукали гарантій своєї національної незалежності. Свої сподівання вони звернули до НАТО як єдиної системи безпеки, що залишилася на континенті, і доклали значних зусиль щодо розгляду їхніх кандидатур на майбутнє членство в Альянсі. Набути членства НАТО досить не просто. Для цього необхідно не тільки поділяти основні демократичні цінності, а й відповідним чином реформувати суспільство й економіку, реорганізувати армію; слід пройти кілька сходинок розвитку, набути членства і досвіду у низці системних структур [2].

Сьогодні складнощі європейського дому (міграція, тероризм, проблеми фінансування молодих учасників, втрата національної ідентичності, агресивна поведінка Росії, питання зайнятості, тощо) не додають оптимізму щодо прищвидшення посування України європейським шляхом. Гальмування інтеграційних процесів на пряму віддзеркаляється і на відносинах України – ЄС.

Значним досягненням українського Майдану стало підписання учасниками ЄС Угоди про асоціацію з Україною. Нині від нас самих залежить наше майбутнє, посування європейським шляхом, що в умовах фактичної війни з РФ є доволі проблематичним. Тим більше, що Угода про асоціацію з Україною значно відрізняється від аналогічних документів, зокрема з країнами ЦСЄ. Країнам – сусідам України, що набули членства ЄС 1 травня 2004, 2007 і 2013 рр., було запропоновано полегшену схему посування до європейського простору. До речі, подібний формат полегшеності пропонується також Сербії із врахуванням Косова. Зрозуміло, що тут вступають в дію інші важелі – геополітичні і стратегічні.

Стратегічний вибір України – європейська та євроатлантична інтеграція. Цей політичний напрям розвитку не підлягає кардинальним змінам. Альтернативою європейського вибору України може

бути відсталість, нестабільність, неспроможність, аутсайдерство і остаточна втрата міжнародної суб'єктності [3].

Висновок полягає в тому, що в умовах сучасних загроз Україна не може лишатися позаблоковою чи нейтральною державою. Йдеться про територіальні загрози; виклики унітарності, цілісності держави; руйнування людських цінностей (через наркоманію, пияцтво, суїцид, розповсюдження небезпечних хвороб, корупцію, нелегальну торгівлю зброєю, торгівлю людьми); зростання неконтрольованої міграції; злочинність; незадовільний екологічний стан тощо. Не можна бути нейтральним стосовно енергетичного шантажу та економічних загроз, інформаційного тиску, знищення національних пріоритетів [1, с. 129].

Повертаючись до поняття нейтралітету, яким сьогодні відверто спекулюють деякі українські політики, нагадаємо, що нейтралітет або нейтральний статус має бути визнаний і гарантований провідними ядерними державами світу, а вже потім закріплений на міжнародному рівні. Україна не прагнула отримати статус нейтральної держави і не намагалася його закріпити. Незаперечним є той факт, що нейтральний статус не береться, а надається у першу чергу провідними ядерними державами, постійними членами Ради Безпеки ООН, серед яких агресор Росія [4]. Ще й досі надійних гарантій безпеки Україні не надано. Досить переконливо це довела ситуація з загарбанням Росією української території та продовженням АТО на сході країни.

Враховуючи фактор європейського вибору не позбавлене сенсу запровадження механізму білатерального характеру інституціональних контактів з окремими сусідами із розвитком національної стратегії. З цих міркувань важливо об'єднати зусилля політичної еліти, дипломатів, експертів для реалізації вектору Україна – західні сусіди, у тому числі і варіант Україна-4 – ЄС [4]. Водночас, адекватне часу сприйняття складових ЄС – Україна надасть змогу виробити паралельні багатопланові і комплексні механізми співпраці у сферах безпеки, економічного співробітництва, питань юриспруденції і судової системи, а також культурній площині; координувати заходи, спрямовані на створення сприятливих можливостей в галузі торгівлі, інвестицій, вільного переміщення робочої сили, зорієнтованої на поступову інтеграцію країни у європейську систему.

Література

1. Галик В.М. Україна в Європі і світі: Навч. посіб. / Галик В.М. – К.: Знання, 2013. – 364 с.
2. Європейський проект та Україна : монографія / А. В. Єрмолаєв, Б. О. Парахонський, Г. М. Яворська, О. О.Резнікова [та ін.]. – К. : НІСД, 2012. – с. 111-117.
3. Мартусенко І.В. Збереження суверенного статусу України в умовах сучасних глобалізаційних процесів / І.В. Мартусенко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 8. – С. 210-214. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-8-2015.pdf>.

УДК 338.2

УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС: НАСЛІДКИ, ЗАВДАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сироветник І. – ст.1 курсу, гр.ПТБДвн-11

Науковий керівник – к.г.н., доцент Мартусенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

В умовах кризової ситуації в системі європейської і світової безпеки, а також кризи євро простору, дослідження співпраці та міжнародних зв'язків України з країнами Європи в сучасних реаліях є вкрай актуальним. Науковий інтерес викликають сучасний стан європейської політики безпеки та перспективи євроінтеграційного розвитку України. Угода про асоціацію між ЄС та Україною була підписана 27 червня 2014 року головами держав або урядів Європейського Союзу та Президентом України Петром Порошенком у Брюсселі. 16 вересня 2014 року Угода про асоціацію була одночасно ратифікована Верховною Радою та Європейським парламентом. Угода про асоціацію є новаторським документом і першою угодою, що ґрунтується на політичній асоціації між ЄС та будь-якою з країн-учасниць Східного партнерства. Також ця Угода є безпрецедентною з точки зору свого обсягу (низки сфер, які вона охоплює) і глибини (детальності зобов'язань і часових рамок їх виконання).

Основні частини Угоди присвячені ключовим реформам, економічному відновленню

та зростанню, а також урядуванню та секторальній співпраці у сферах енергетики, транспорту, охорони довкілля, промисловості, соціального розвитку і соціального захисту, рівності прав, захисту споживачів, освіти, молоді та культури. Також Угода приділяє особливу увагу цінностям і принципам: демократії та верховенству права, повазі до прав людини та засадничих свобод, належному урядуванню, ринковій економіці та збалансованому розвитку [3].

Документ передбачає зміцнення співпраці у зовнішній та безпековій політиках, а також в енергетичній сфері. Він також містить у собі положення про глибоку та всеохопну зону вільної торгівлі. Вони йдуть набагато далі, ніж класичні угоди про вільну торгівлю, адже передбачають як взаємне відкриття ринків, так і стимуляцію конкурентоздатності та інші кроки, потрібні для досягнення відповідності стандартам Євросоюзу і торгівлі на ринках ЄС. Окрім того, в Угоді будуть відображені питання правосуддя, свободи і безпеки, а також положення про мобільність [2].

Таблиця 1

Основні складові Угоди про асоціацію між Україною та ЄС

№	Складові Угоди	Основні тези
1.	Цінності та принципи	Спільні цінності, зокрема, демократія та верховенство права, повага до прав та основоположних свобод людини, належне державне управління, ринкова економіка і сталий розвиток
2.	Зовнішня політика та політика безпеки	Поглиблена співпраця у сфері зовнішньої політики та політики безпеки з особливою увагою до регіональних проблем, питань зброї масового ураження, нерозповсюдження зброї та роззброєння, попередження конфліктів
3.	Глибока та Всеосяжна Зона Вільної Торгівлі	ГВЗВТ, яка виходить далеко за межі класичних зон вільної торгівлі та передбачає не лише взаємне відкриття ринків для більшості товарів і послуг, а й обов'язкові положення щодо поступового наближення до норм і стандартів ЄС у сфері торгівлі та суміжних галузях; обов'язкові до виконання положення пов'язаних з торгівлею енергетичних аспектів, у тому числі таких як інвестиції, транзит і транспортування
4.	Юстиція	Свобода й безпека, що спирається на план дій з лібералізації візового режиму, який охоплює питання верховенства права, захисту даних, міграції, боротьби з відмиванням коштів і фінансуванням тероризму, незаконного обігу наркотиків, боротьби з організованою злочинністю і тероризмом
5.	Енергетика (у тому числі питання ядерної енергетики)	Питання безпеки постачання, поступової інтеграції енергоринків, енергоефективності, відновлюваних джерел енергії та ядерної безпеки
6.	Розширене співробітництво у 28 галузевих сферах	Транспорт, захист навколишнього середовища, співробітництво у питаннях промислової політики та підприємств, державні фінанси, макроекономічна стабільність, корпоративне право, банківська діяльність, страхування та інші фінансові послуги, інформаційне суспільство, інформаційні технології та телекомунікації, туризм, с/г і розвиток сільських районів, рибальство і управління морськими ресурсами, добувна промисловість, науково-технічна співпраця, співробітництво в космічній сфері, охорона здоров'я, освіта, навчання, співробітництво у сфері культури та аудіовізуальної політики
7.	Поступове наближення до законодавства ЄС	Співпраця з представниками громадянського суспільства, транскордонне і регіональне спів-во на основі поступового наближення до законодавства ЄС, до міжнар. стандартів і норм.

Джерело: розроблено за інформацією: [Урядовий портал]. – режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=246581344.

Угода про асоціацію за своїм обсягом і тематичним охопленням є найбільшим міжнародно-правовим документом за всю історію України та найбільшим міжнародним договором з третьою країною, коли-небудь укладеним ЄС. Вона визначає якісно новий формат відносин між Україною та ЄС на принципах «політичної асоціації та економічної інтеграції» і слугує стратегічним орієнтиром системних соціально-економічних реформ в Україні. Передбачена Угодою поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі (ГВЗВТ) між Україною та ЄС визначатиме правову базу для вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, частково робочої сили між Україною та ЄС, а також регуляторного наближення, спрямованого на поступове входження економіки України до спільного ринку ЄС [1, с. 526].

Основні складові Угоди: ця амбітна і новаторська Угода пропонує конкретний спосіб використання динаміки відносин між Україною та ЄС для підтримки ключових реформ, відновлення і зростання економіки, здійснення державного управління та галузевого співробітництва у більш ніж 30 сферах, таких як енергетика, транспорт, захист

навколишнього середовища, співпраця у сфері промисловості та малого і середнього бізнесу, соціальний розвиток і захист, рівноправ'я, захист прав споживачів, освіта, навчання і молодіжна політика, а також культурне співробітництво (табл. 1). Водночас Угода не є кінцевою метою співробітництва України з Європейським Союзом, а являє собою лише необхідний інструментарій наближення до ЄС.

Угода сприятиме та пропонує спосіб використання динаміки відносин між Україною та ЄС з особливою увагою до підтримки основних реформ, відновлення і зростання економіки, здійснення державного управління і галузевої співпраці. Визначає порядок денний реформ в Україні, який спирається на комплексну програму наближення українського законодавства до законодавства ЄС, що буде орієнтиром для всіх партнерів України у роботі та наданні підтримки. Переговори щодо Угоди про асоціацію проводилися у поєднанні з іншими питаннями. Так допомога ЄС Україні пов'язана з порядком денним реформ, що є результатом переговорів. Зокрема, важливою у цьому контексті є програма Всеохоплюючого інституційного розвитку.

Література

1. Мартусенко І.В., Погрішук Б.В. Регіональна економіка: Підручник / І.В. Мартусенко, Б.В. Погрішук. – Тернопіль: Крок, 2015. – 626 с.
2. Мартусенко І.В. Збереження суверенного статусу України в умовах сучасних глобалізаційних процесів / Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 8. – С. 210-214. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-8-2015.pdf>.
3. Представництво ЄС в Україні / Європарламент підтримав пропозицію щодо зниження митних зборів для українського імпорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/press_corner/all_news/news/2014/2014_04_03_01_uk.htm. – 03. 04. 2014.

УДК 339.137.2:339.94

КОНКУРЕНЦІЯ: ЇЇ СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Перепеляк Л. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – к.е.н., доцент Харчук С.А.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Враховуючи особливості розвитку ринкових відносин в Україні актуальним стає вивчення конкуренції як економічної категорії та дослідження шляхів підвищення її в умовах активізації глобалізаційних процесів.

Значне існування кількості різних наукових думок щодо дослідження еволюції поглядів на конкуренцію, оскільки саме таким шляхом можна систематизувати рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності в умовах глобалізації.

У наукових працях І. Ансоффа та М. Портера закладено теоретичні основи щодо розуміння понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентні переваги», їх взаємозв'язок та вплив на процеси планування та стратегічного управління підприємством. У роботах М. Портера також детально досліджено конкуренцію як економічну категорію, її форми та шляхи підвищення. Вище названі науковці по праву вважаються корифеями у теорії конкуренції [1,4].

Й. Шумпетер також здійснив суттєвий вклад у розвиток теорії конкуренції, визначивши, що досконала конкуренція для суспільства – це стимул для мінімізації витрат і максимального наближення

оплати праці до її граничної продуктивності. Ефективна конкуренція, за Шумпетером, можлива тільки за умов економічної динаміки. Цей стан забезпечується якісно новим рівнем виробництва, що базується на безперервному запровадженні нововведень, новаторстві на всіх рівнях технології, управління й організації виробництва, якості продукту, освоєння нових ринків збуту, сировини. Тобто ефективна конкуренція – це конкуренція нового типу, побудована на новаторстві [7].

Сучасні дослідники розвинули теоретичні підходи до визначення конкуренції та конкурентоспроможності як економічної категорії. Л. Л. Антонюк визначає, що конкурентні переваги економіки країни, її окремих галузей, підприємств та регіонів на глобальних ринках обумовлюють відповідно і темпи зростання виробництва та національну безпеку. Рівнем конкурентоспроможності визначаються й світогосподарські позиції країн [2].

На думку В. М. Гесця, конкурентоспроможність національної економіки спроможність країни виживати та розвиватися в «агресивному середовищі» світової економіки, тому її

підвищення є одним із найпріоритетніших завдань соціально-економічної політики держави [3].

Аналіз наукових поглядів з питань конкуренції свідчить про їх масштабність та багатоаспектність і в кожному випадку зміст цього поняття визначається залежно від цілей, відповідно до яких воно сформоване. Різноманітність і неоднозначність підходів до розуміння конкуренції, як економічної категорії створює необхідність у поглибленні теоретичних досліджень конкуренції як головної ознаки, необхідного і важливого елемента сучасної економіки в умовах глобалізації.

Конкуренція – багатоаспектне поняття, яке доцільно визначити як суперництво між виробниками товарів і послуг за ринок збуту, завоювання певного сегмента ринку за рахунок здобуття та реалізації найвигідніших умов виробництва і збуту товарів та послуг в процесі управління своїми конкурентними перевагами з метою збільшення прибутку та розширення масштабів діяльності.

Конкуренція виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника запроваджувати науково-технічні досягнення, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати технологію, організацію праці тощо. Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів по відношенню до споживача.

Конкуренція виконує в умовах глобалізації функції регулювання, мотивації, розподілу і контролю, так як для виявлення рівня конкурентоспроможності важливим є ступінь доступності новітніх технологій для користувачів усередині країни та використання прямих іноземних інвестицій, які є джерелом залучення іноземних технологій.

Сучасні глобалізаційні процеси призводять до трансформації конкурентних відносин у наступних напрямках: – по-перше, в умовах глобалізації конкуренція трансформується в багаторівневу систему, яка передбачає розвиток специфічних форм конкурентних відносин в залежності від співвідношення глобального та національного рівнів; – по-друге, відбувається зміна форм і методів конкуренції, що полягає у переважанні елементів співробітництва та партнерства над суперництвом внаслідок якісних змін цілей господарювання суб'єктів глобалізованого простору.

Економічна глобалізація вимагає від країн світу координації дій з метою запобігання поширенню кризових явищ та вироблення узгоджених правил поведінки у глобальному середовищі. Здорова економіка має бути підкріплена зростанням ділової активності, керована законом та стабільними цінами. У зв'язку із цим конкуренцію в подальшому потрібно розглядати як комплексну категорію, що відображає відносини між суб'єктами господарювання, які виникають на ринку і проявляються в боротьбі за кращі результати діяльності, завдяки чому зможуть формуватися різні моделі ринку та будуть задовольнятися потреби як окремих споживачів, так і суспільства в цілому.

В сучасних умовах розвиток світової економіки потрібно супроводжувати зростанням глобальної конкуренції, що зумовить необхідність розробки концептуальних положень, методичних і практичних рекомендацій щодо формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентних можливостей промисловості на міжнародному і внутрішньому ринках в умовах глобалізації.

Література

1. Ансофф И. Планирование будущего корпорации / И. Ансофф. – М. : Прогресс, 1985. – 560 с.
2. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія / Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – С. 104–105.
3. Геєць В. М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія / за ред. В. М. Геєця, А. А. Мазараки. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 273 с.
4. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 51 с.
5. Савченко І. А. Сучасні підходи до економічної сутності конкурентних відносин [Електронний ресурс] / І. А. Савченко // Ефективна економіка. – 2013. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Инфра-М., 2002. – 892 с.
7. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. А. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 456 с.

УДК 331.108.3

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХНЬОГО ПРАКТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ

Письменюк А. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – к.е.н., доцент Харчук С.А.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

У сучасному світі, що глобалізується, числі технологіями підбору персоналу та відбувається активний обмін технологіями, у тому можливостями їхнього практичного використання.

Останнім часом використовується безліч різноманітних технологій підбору персоналу, втім, оцінити їхні переваги та недоліки, не спробувавши на практиці, однозначно неможливо. Досі не відомо, чи існує взагалі ідеальна технологія підбору персоналу тому далі розглянемо основні методики, які останнім часом набувають все більшої популярності.

Executive search – технологія підбору керівників вищої управлінської ланки і рідкісних спеціалістів без публікації об'яв про вакансії у засобах масової інформації [1].

Окрім executive search у технологіях підбору персоналу виділяють також технологію Middle selection – під якою розуміють підбір персоналу середньої ланки. Часто технологію підбору персоналу середньої ланки ототожнюють з рекрутингом, в якому активно використовуються Інтернет-ресурси й елементи прямого пошуку.

Для з'ясування сутності технології executive search важливо розглянути етапи, які вона передбачає. Зазвичай вони зводяться до таких: 1. Контрактинг, до складу якого входять «прийняття замовлення» і з'ясування який саме потрібен спеціаліст замовнику; 2. Пошук кандидата – передбачає виявлення фірм і потенційних кандидатів. Етап завершується створенням великого списку компаній, де можуть працювати потенційні кандидати (long list); 3. Оцінювання кандидата. Претенденти запрошуються на співбесіду для з'ясування рівня їх професійності. Складається список найбільш підходящих кандидатів (shot list); 4. Мотивація кандидата – передбачає виявлення структури мотивів і стимулів переходу претендента у фірму замовника. Цей етап може проводитися як самим замовником, так і спільно зі спеціалістом рекрутингової компанії; 5. Перехід кандидата. Цей етап закінчується підписуванням компанією замовником запрошення на роботу, так званого job offer, де мають бути чітко визначеними функціональні обов'язки кандидата та його заробітна плата; 6. Інтеграція кандидата в компанію. На цьому етапі хедхантер часто ще підтримує зв'язок із запропонованим працівником.

Окремо слід зупинитися на випадках, у яких доцільним є застосування прямого пошуку або хедхантингу. Вважається, що до прямого пошуку або хедхантингу є сенс звертатися коли роботодавцю необхідні: – стартапери – спеціалісти здатні запустити проект і довести його до прибутковості; – менеджери здатні вивести компанію в лідери, забезпечити їй необхідну частку ринку; – менеджери здатні перебудувати компанію по західному типу, тобто зробити її більш ефективною і більш привабливою для акціонерів і інвесторів; – ключові спеціалісти, здатні бути лідерами команди; спеціалісти на не високу позицію, яких на ринку обмаль, і яких досвідчений хедхантер може переконати перейти у компанію замовника та інші.

Слід відмітити, що часто Executive search і хедхантинг можуть ототожнюватися через спільність спрямованості і результату, разом з тим, ці технології відрізняються. Так, хедхантинг спрямований більше на переманювання менеджерів вищого і середнього рівнів за замовленням певної компанії, в той час, як

консультанти Executive search проводять більш ґрунтовну роботу щодо попередньої діагностики кандидата, досліджують ринок, здійснюють тривале співробітництво з компанією замовником і своїм протеже [6, с. 148].

Швидкість та результативність пошуку кандидатів залежить також і від каналів пошуку персоналу. Останні можна звести до таких: 1. Самостійний пошук шляхом рекомендацій. Його перевагами є надійність кандидатів і рекомендацій, недоліком – часто значний час. Найефективнішим є його застосування у малому бізнесі. 2. Самостійний пошук відкритим способом. До переваг каналу можна віднести – більш об'єктивну оцінку кандидата, його справедливую ринкову ціну, можливість формування власного кадрового резерву. Найдоцільнішим є для фірм, що швидко зростають та середніх за розмірами. 3. Рекрутингові агентства. Переваги каналу – швидкість, економія власних ресурсів організації, гарантійний термін заміни кандидатів. Доцільним є застосування при масовому наборі персоналу в основному для розповсюджених спеціальностей. Ефективний для середніх і крупних компаній, та для компаній, що виходять на ринок. 4. Хедхантинг. Основна перевага – можливість залучення у компанію конкретної особистості. Канал ефективний для виконання специфічних замовлень по переманюванню керівників. 5. Executive search. Переваги – економія часу, всебічна оцінка кандидата, гарантійний термін, широке поле пошуку. Як видно з наведеного переліку каналів пошуку персоналу для різних компаній, на різних етапах їх розвитку можуть бути ефективними будь-які з них.

Важливо зупинитися і на методах хедхантингу на етапі дослідження ринку необхідних кандидатів. На цьому етапі в основному застосовуються два методи: networking (плетіння сітей) та direct search (прямий пошук).

Якщо досліджувати сучасні технології підбору персоналу та можливості їхнього практичного застосування, то окрім уже названих технологій, таких як Executive search, хедхантинг, рекрутинг, middle selection, варто назвати також скрінінг. Під скрінінгом деякі дослідники проблем управління персоналом розуміють «поверхневий підбір», який здійснюється за формальними ознаками: освіта, вік, стать, стаж тощо.

У цьому випадку вибір необхідного кандидата здійснює сам замовник із тих резюме, які надійшли йому від кадрового агентства. Тобто останнє в цьому випадку виступає постачальником відносно підходящих кандидатів. Скрінінг доцільно застосовувати при підборі допоміжного і обслуговуючого персоналу.

Описані технології залучення потрібного персоналу в організацію, через різні причини, поки що мало застосовуються вітчизняними компаніями. Разом з тим, по мірі подолання кризи, їх все більше потрібно використовувати у господарській практиці, оскільки, як свідчить досвід розвинутих країн, їх застосування є ефективним засобом підвищення конкурентоспроможності організації, забезпечення її успішності та процвітання.

Література

1. Гриньова В. М. Управління кадровим потенціалом підприємства : монографія / В. М. Гриньова, Г. І. Писаревська. – Х. : ХНЕУ, 2012. – 228 с.
2. Жилаєва І. Ю. Передумови виникнення рекрутингу як інструменту з підбору персоналу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kpi.kharkov.ua/archive>.
3. Науменко Л. М. Хедхантинг в управлінні персоналом на етапі сучасного розвитку економічної науки [Електронний ресурс] / Л. М. Науменко. – Режим доступу: <http://intkonf.org/naumenko-lm-hedhanting-v-upravlinni-personalom-na-etapisuchasnogo-rozvitku-ekonomichnoyi-nauki/>
4. Писаревська Г. І. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні / Г. І. Писаревська // Бізнесінформ. – 2013. – № 10. – С. 227-231.
5. Холодницька А. В. Сучасні технології підбору персоналу та можливості їхнього практичного використання / А. В. Холодницька // Науковий вісник Полісся. – 2015. – № 1 (1). – с. 61-64.
6. Яценко О.Є. Дослідження інновацій в управлінні персоналом : монографія / О.Є. Яценко. – Львів : Сполум, 2014. – 315 с.

УДК 336.1:334.012.64(330.3)

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Гресько М. – ст. 3 курсу, гр. ЕПШвн-31

Науковий керівник – к.е.н., доцент Харчук С.А.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

В умовах стійкої кризи економіки України, підсиленої проблемами політичного характеру, зростання світової конкуренції особливо важливо створити сприятливі умови для розвитку малого підприємництва.

Світовий досвід і практика господарювання переконують, що мале підприємництво слід вважати потужним локомотивом економічного піднесення, дієвим інструментом структурної перебудови, подолання економічних деформацій, активізації інноваційних та інвестиційних процесів, розвитку конкуренції, примноження нових робочих місць, воно визначає темпи економічного зростання, структуру і якість ВВП.

Роль та значення малого підприємництва для розвитку економіки держави переоцінити неможливо: малі підприємства в значній мірі вирішують проблеми зайнятості населення; забезпечують формування конкурентного середовища; оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, підвищують гнучкість економіки країни; стимулюють розвиток економіки шляхом забезпечення приросту валового внутрішнього продукту. Становлення підприємництва в Україні відбувається нерівномірно. Сучасні тенденції його розвитку носять негативний характер, що підтверджується аналізом даних офіційної статистики.

Суттєве зниження кількості малих підприємств та скорочення чисельності зайнятих у сфері малого підприємництва пов'язано із погіршенням його фінансового стану. Загалом, структурний розподіл прибуткових і збиткових малих підприємств суттєво змінився на початок 2017 року.

За даними Світового банку опубліковано глобальне дослідження Doing Business-2017 та супроводжуючий його рейтинг щодо створених у країнах світу умов для ведення бізнесу. Дослідження оцінює регуляторний клімат в країні, або як впроваджуються зміни у законодавство з метою покращення умов для підприємницької діяльності

(без оцінки якості інфраструктури, кваліфікації працівників, рівня корупції, макроекономічної політики, коливання валютних курсів).

Рейтинг охоплює 190 країн і умови для ведення бізнесу протягом II півріччя 2015 – I півріччя 2016 років. Традиційно, в межах дослідження здійснена оцінка за компонентами, що характеризують умови: реєстрації підприємства; отримання дозволу на будівництво; підключення до систем енергозабезпечення; реєстрації власності; отримання кредиту; захисту прав міноритарних інвесторів; оподаткування; міжнародної торгівлі; забезпечення виконання контрактів; вирішення проблем неплатоспроможності.

Таким чином, ураховуючи ретроспективне застосування, наша країна за рік покращила свою позицію в рейтингу легкості ведення бізнесу лише на 1 позицію, піднявшись з 81 місяця на 80 місце. Позитивні зрушення експертами відзначено лише в 2 з 10 основних компонентів дослідження – «Захист прав міноритарних інвесторів» та «Забезпечення виконання контрактів». Всі інші зміни фактично відбулися за рахунок зміни методології та динаміки інших країн.

Економічний дискусійний клуб провів порівняння основних показників рейтингу України із показниками Польщі, Казахстану, Білорусі, Росії, Молдови, Киргизії та Грузії. Перш за все, слід зазначити, що всі порівнювальні країни значно випередили нас у цьогорічному рейтингу.

Так, наприклад, Грузія в рейтингу легкості ведення бізнесу 2017 посіла почесне 16 місце і знаходиться в першій десятці за низкою показників. У порівнянні з регуляторними процесами в інших країнах України є куди прагнути. Так, у Грузії для реєстрації власності компанія має здійснити одну процедуру, а сам процес займе один день. У Білорусі – 2 процедури і 3 дні; у Молдові відповідно – 5 і 5,5; у Киргизії та Казахстані – по 3 процедури і 3,5 дні. В Україні, як і торік, бізнес має витратити сили на 7

офіційних процедур та чекати реєстрації 23 дні.

Окремої уваги потребують показники рейтингу, за якими Україна посіла найгірші місця, і судячи з даних дослідження особливих змін для досягнення кращих результатів за рік здійснено не було. Зокрема, за показником отримання дозволів на будівництво ми займаємо 140 позицію з-поміж 190 країн.

За показником міжнародної торгівлі Україна отримала в рейтингу 150 місце та суттєво поступається Польщі (1 місце), Білорусі (30) та Молдові (34). За ним вимірюються часові та фінансові витрати (за винятком мит) при проходженні етапів, необхідних при експорті чи імпорту товарів: на дотримання встановлених вимог до оформлення документів та на дотримання вимог прикордонного та митного контролів.

Найгірший рейтинговий показник України, як торік, – вирішення проблем неплатоспроможності (150 місце), яким досліджуються часові та фінансові витрати, а також кінцевий результат процесу вирішення питань неплатоспроможності підприємства [4].

Разом із тим проведений аналіз дозволяє стверджувати, що необхідно стимулювати як забезпечення недостатніх ресурсів для розвитку підприємництва, так і зростання можливостей самофінансування суб'єктами малого підприємництва. Реалізація заходів фінансового забезпечення розвитку підприємництва повинна відбуватися з використанням кращого досвіду

розвинутих країн світу.

Щодо державного фінансового забезпечення, то за результатами проведеного аналізу виявлено такі необхідні заходи стимулювання розвитку малого підприємництва: відновлення прямого фінансового забезпечення шляхом надання адресної цільової допомоги, субвенцій, грантів для створення та функціонування пріоритетних видів діяльності, конкретних підприємств, нових робочих місць; відновлення відшкодування частини вартості кредитів, тим самим створюючи умови спрощення і доступності отримання кредитів; формування дієвої та ефективної фінансово-кредитної політики держави, направленої на здешевшення кредитів та їх більшу доступність для малого бізнесу; посилення співпраці з міжнародними організаціями та фондами, що стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу як з боку банківських установ так і державних регулюючих органів; стимулювання сприятливого інвестиційного клімату в Україні. Значною мірою всі визначені проблеми фінансування розвитку малого підприємництва в Україні та шляхи їх подолання знаходяться в залежності від вирішення проблем кризового стану економіки держави, посилення політичними причинами. Тож формування сприятливих умов для розвитку малого підприємництва стануть можливими після вирішення економіко-політичних макроекономічних проблем та у систематичному моніторингу змін фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні, реалізації програм державної підтримки.

Література

1. Кугій А. А. Структурний аналіз фінансового забезпечення малого підприємництва / А. А. Кугій, С. М. Сокотенюк // Економічний вісник НТУУ КПІ. – 2014. – № 11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/45521>.
2. Ломачівська І. А. Формування джерел фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого підприємництва / І. А. Ломачівська // Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечнікова. – 2012. – № 3-4. – С. 37-43.
3. Льовушкіна С. В. Забезпечення сталого розвитку малого та середнього підприємництва / С. В. Льовушкіна, Ю. М. Єфімова, О. М. Лабенко // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 8(170). – С. 177-187.
4. Україна в рейтингу світового банку легкості ведення бізнесу. DOING BUSINESS-2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edclub.com.ua/analityka/doing-business-2017>.

УДК 658.155

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Вітюк Д. – ст. 5 курсу, гр. ЕППвнм-11

Науковий керівник – к.е.н., доцент Ціхановська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Прибуток найбільш повно відображає фінансовий результат підприємницької діяльності, забезпечує фінансування розширеного виробництва, соціально-економічного розвитку підприємства, є джерелом матеріального заохочення працівників і базою для розрахунків показників інвестиційної привабливості підприємства. Прибуток є джерелом формування доходів державного бюджету і в цій своїй якості узгоджує інтереси держави і підприємницьких структур.

Питання управління фінансовою діяльністю та прибутком цікавлять учених-економістів вже на протязі досить тривалого періоду. Даним питанням займається широке коло вчених-економістів, зокрема І.

О. Бланк, С. Т. Дуда, М. В. Вишинська, А. М. Поддєрьогін., Ю. С. Цал-Цалко та багато інших.

Основну частину прибутку підприємство отримує від операційної (основної) діяльності. Далеко не кожне підприємство займається фінансовими та інвестиційними операціями. Але якщо вони наявні в діяльності підприємства, розширюється коло джерел утворення прибутку. За складом розрізняють прибуток від звичайної діяльності, маржинальний (валовий) прибуток, операційний прибуток, прибуток від надзвичайних подій, чистий прибуток [2].

Управління прибутком – складна багаторівнева система трансакцій, яка включає як мінімум три підсистеми: формування, розподіл,

використання. Для кожної з цих підсистем притаманні свої конкретні цілі, завдання, інструментарій їх досягнення.

Системний підхід до управління прибутком передбачає дослідження способів організації підсистем в єдине ціле і вплив процесів функціонування системи в цілому на окремі її ланки.

Необхідно зазначити, що система управління прибутком буде оптимальною тільки в тому випадку, коли цілі кожної підсистеми будуть визначатись глобальними цілями розвитку підприємства в цілому.

В загальному вигляді прибуток визначається як різниця між сумою доходів та витратами на виробництво і реалізацію продукції з урахуванням збитків від різних господарських операцій. Таким чином, прибуток формується в результаті взаємодії багатьох компонентів.

Нині, основними завданнями управління прибутком є:

- виявлення резервів збільшення прибутку за рахунок виробничої діяльності, інвестиційних і фінансових операцій;
- виявлення резервів нарощування прибутку за рахунок оптимізації постійних і змінних витрат,

обґрунтування облікової політики підприємства, цінової політики, податкової політики;

- оцінювання прибутковості виробничої і комерційної діяльності;
- визначення підприємницького ризику;
- зміцнення конкурентних позицій підприємства за рахунок підвищення ефективності розподілу і використання прибутку [3,390].

На величину прибутку впливає сукупність багатьох факторів, які необхідно враховувати в процесі управління. Ці фактори можна розділити на дві великі групи: зовнішні, які не залежать від підприємства, і внутрішні, на які підприємство може впливати.

Кожен суб'єкт господарювання самостійно вирішує питання щодо встановлення пропорцій розподілу чистого прибутку. З боку держави передбачено регулювання процесу створення резервного фонду, а також певні стимули використання чистого прибутку на цілі технічного розвитку, поповнення оборотного капіталу та утримання об'єктів соціальної сфери. Можливі напрями розподілу чистого прибутку представлені на рисунку 1.

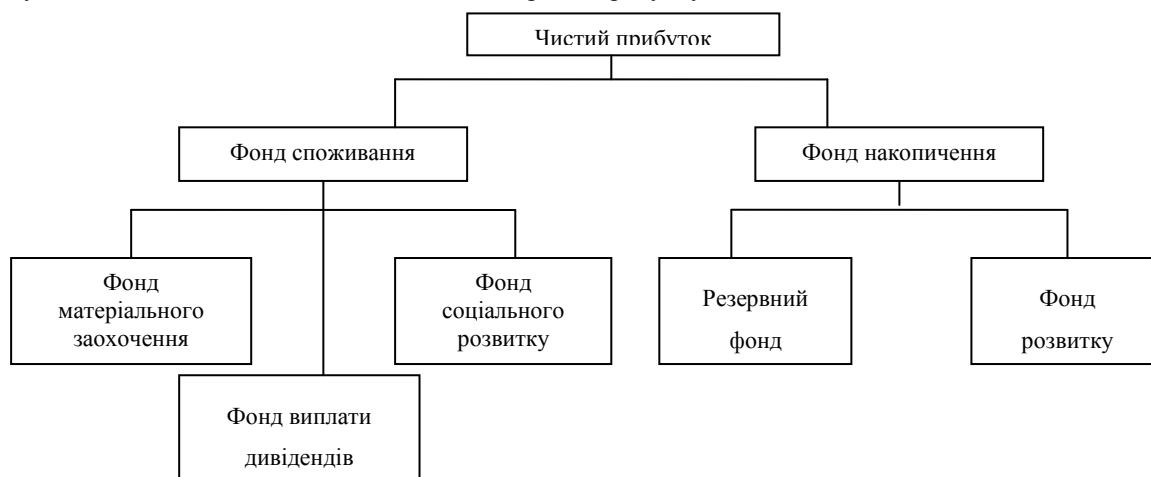


Рис. 1. Можливі напрями використання чистого прибутку на підприємстві

Для перспективного розвитку підприємства першочергове значення має пропорція розподілу чистого прибутку на споживання і накопичення. У межах фонду споживання важливе значення для

інвестиційної привабливості підприємства має пропорція його розподілу на фонд виплати дивідендів та інші фонди споживання [1].

Література

1. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Ельга, 2008. – 724 с.
2. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз: підручник для студ. вищих навч. закл. / Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз, О. Г. Денисюк – Вид. 2-ге, доп. – Житомир, 2009. – 504 с.
3. Подольська В. О. Фінансовий аналіз: Навч. посібник. / Подольська В. О., Ярш О. В. / – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 488 с. ISBN 966-364-360-2.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТА ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ
УКРАЇНИ

УДК [334.012.63+334.012.64]:330”312”

МІСЦЕ ТА РОЛЬ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Ганшук Д. – ст. 1 курсу, гр. ЕППвн-11

Науковий керівник – д.е.н., професор Сірко А.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Ринкова економіка, яка в Україні ще тільки з великими потугами формується, має багатовікову історію. Виникнувши у прадавні часи в надрах етатичних суспільств як стихійне доповнення натуральних господарських зв'язків, вона, починаючи з XVI ст., ознаменувалася стрімким розвитком різних форм господарювання і власності. Сьогодні ринкова економічна система на прикладі розвинених індустріальних країн характеризується як така, у якій органічно розвиваються і взаємодоповнюють сфери дрібного, середнього і великого бізнесу. Тому дослідження умов, за яких стає можливим успішний розвиток малого і середнього бізнесу, досвіду промислово розвинених країн, є повчальним для нашого трансформаційного суспільства, яке зіткнулося з дуже великими проблемами у цьому плані.

Малий і середній бізнес – це бізнес, представлений невеликими суб'єктами господарювання, притому приватної форми власності, причому які за своїми розмірами відповідають економіко-правовим критеріям віднесення до малих та середніх форм ведення бізнесу конкретної країни.

Так, до малого бізнесу зараховують підприємства з кількістю працівників:

- у Великій Британії до 50 осіб;
- у США до 500 осіб.

Такі кількісні відмінності щодо персоналу малих підприємств зумовлені певними економічними і політичними чинниками: податково-бюджетними перевагами, чисельністю населення тощо.

Внесок підприємств малого і середнього бізнесу у національний продукт країн світу важко переоцінити. Він доволі вагомий, зокрема:

– в Іспанії частка малого бізнесу в промисловому виробництві становить 31%, а у сільському господарстві – 80%;

– в Німеччині, всупереч стереотипам, опорою економіки є не всесвітньо відомі автомобільні монстри, чи найбільші хімічні та металургійні концерни, а саме малі та середні підприємства.

Вагомою є частка малого та середнього бізнесу і в сукупних доходах, наприклад:

– у США на нього припадає майже 35% чистого доходу та 30% експорту;

– у Франції та Німеччині він забезпечує майже 50% ВВП.

Найбільша роль малого і середнього бізнесу у забезпеченні зайнятості населення, наданні робочих

місць. Для прикладу:

– у США на компанії з кількістю працівників менше 250 осіб припадає майже 50% зайнятих у приватному секторі;

– у країнах ЄС 70% працюючих у приватному секторі представляють якраз малий і середній бізнес.

Основні чинники, котрі забезпечують відносні переваги саме цього сектору економіки (у порівнянні з великим бізнесом) [1, с. 128]:

– велика гнучкість і швидке реагування на нові ідеї та виклики ринку. У США майже 55% всіх інновацій були створені саме в малому бізнесі; тут впроваджують у 17 разів більше нових розробок, ніж у великому бізнесі;

– більше можливостей для роботи за індивідуальними замовленнями;

– велика стійкість в кризових умовах;

– широкий простір для прояву особистої ініціативи, творчості;

– сприятливіший психологічний клімат і більший демократизм в особистісних стосунках;

– величезний резерв для збільшення зайнятості;

– головний “інкубатор” середнього класу, який, у свою чергу, виступає гарантом стабільності у суспільстві.

Виходячи з цього, очевидним є те, що підтримка малого та середнього бізнесу має бути одним із пріоритетів економічної політики країни, яка прагне забезпечити економічний і соціальний прогрес. Вивчення нами досвіду передових країн показує, що там задля усебічного сприяння розвитку малого і середнього бізнесу створені спеціальні урядові органи із широкими повноваженнями. Так, наприклад:

– у Великій Британії функціонує Національне агентство з обслуговування малого бізнесу;

– у США – Адміністрація малого бізнесу, котру представляють 14 тис. відділень по всій країні;

– у Німеччині – Генеральний директорат малого і середнього бізнесу, ремісництва, послуг і вільних професій.

На противагу демократичним країнам із розвиненим підприємницьким середовищем, в Україні 80-90% малих підприємств зайняті посередницьким бізнесом, головним чином у торгівлі. Така однобічність та примітивність малого бізнесу тут пояснюється в основному інституційними чинниками: неспроможністю держави захистити

право приватної власності, складністю податкової системи, корумпованістю державних чиновників, дорожчею банківського кредитування та ін.

Для успішного розвитку малого і середнього підприємництва, вважаємо ми, необхідно забезпечити

щонайменше три передумови: 1) покласти край тотальній корупції в системі державного управління; 2) забезпечити ефективне оподаткування бізнесу; 3) демонополізувати економіку, забезпечивши рівний для всіх доступ до економічних ресурсів.

Література

1. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія [текст] : навч. посіб. / А. В. Сірко – К. : «Центр учбової літератури», 2014 – 416 с.

УДК 331.56(477)

АНАЛІЗ ПРИРОДИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ЗАГАЛЬНЕ ТА ОСОБЛИВЕ

Марущак М. – ст. 1 курсу, гр. ПТБДвн-11

Науковий керівник – д.е.н., професор Сірко А.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

Проблема безробіття – одна із найгостріших за сучасних умов для будь-якої країни. Гострою вона залишається і для України, причому упродовж усіх років державної незалежності, а відтак науковий інтерес представляє дослідження тих факторів, які зумовлюють існування цього макроекономічного явища, причому як загальноекономічного, так і специфічно перехідного характеру.

Безробіття за своєю сутністю – це соціально-економічне явище, що вказує на проблематичність працевлаштування для частини економічно активного населення. За сучасного підходу (МОП), безробітними вважаються особи віком від 15 до 75 років, що здатні працювати та активно шукають роботу упродовж місяця.

Це складне явище, зумовлене різними факторами. Відповідно за походженням прийнято виокремлювати кілька основних видів безробіття, а саме фрикційне, структурне та циклічне. Варто зазначити, що найбільшу небезпеку для країни становить саме циклічне безробіття, адже воно виникає у зв'язку зі спадом ділової активності, скороченням реального обсягу виробництва. Під фрикційним розуміється добровільне безробіття, яке виникає у зв'язку з міграцією населення між регіонами через різного роду людські проблеми особистісного характеру. Структурне ж безробіття виникає через невідповідність між попитом на працю і її пропозицією і пов'язане із змінами попиту на тому чи іншому товарному ринку. Останні два види безробіття визначають рівень природного безробіття в країні, який слугує важливим макроекономічним показником. У разі, якщо рівень безробіття не перевищує природну норму, за твердженням економістів-теоретиків, національна економіка забезпечує повну зайнятість, тобто проблеми безробіття для макроекономіки не існує. Проте, зауважимо, коли ж рівень безробіття опускається нижче природної норми, це вже стає сигналом про «перегрів» економіки, за якого активізуються інфляційні процеси [1]

У ринковій економіці безробіття є хронічним недугом, тобто воно має ринкову природу. Такий його характер пояснюється самим ринковим механізмом, тобто постійними коливаннями ринкової кон'юнктури. Так, сучасну економіку важко навіть

порівняти із тією, яка існувала навіть сотню років тому. Виросли людські потреби, ускладнилося саме виробництво, а відтак місткість ринку суттєво розширилася. Проте потреби й далі змінюються, науково-технічний прогрес уже набув форми революції, а кожна НТР спричиняє переворот у всій системі виробництва. То ж постійні рухи на ринку праці стали цілком закономірними. Це властиво і для економіки України.

Разом з тим, вітчизняна економіка перебуває у стадії ринкової трансформації, причому остання носить інверсійний характер. Це означає, що перехідне суспільство зіткнулося з історично новою для світу ситуацією, коли доводиться трансформувати у ринкову колишню неринкову, індустріальну та ще й гіпермонополізовану систему виробництва. Як наслідок цих змін, а саме через неконкурентоспроможність більшості виробництв практично загинули легка промисловість, приладобудування, машинобудування та ряд інших галузей. Звісно, проблема безробіття загострилася і через недолугу промислову, науково-технічну і економічну політику держави. А це вже пояснюється економічними інтересами великого бізнесу, який захопив не лише економічну, а й політичну владу в країні і підпорядкував держані, загальнонаціональні інтереси власним корисливим інтересам. Сформувалася олігархічна система влади, яка стала головним гальмом на шляху системних реформ в економічній і політичній сферах [2].

Окрім названих вище причин росту безробіття в Україні, слід додати і військові дії на Сході країни та анексія Росією АРК, які призвели до втрати країною значного економічного потенціалу, багатьох економічно активних підприємств.

За даними статистики рівень безробіття в Україні впродовж останніх років стабілізувався на рівні 9%, що становить близько 1,6 млн. чол. В середньому на одне робоче місце припадає 16 бажаючих працювати. Попит на робочі місця переважає їх пропозицію в середньому майже у 16 разів [3]. Експерти пояснюють таку ситуацію тим, що пропонується робоча сила не відповідає попиту за професійно-кваліфікаційними вимогами: з одного боку, роботодавці хочуть мати працівників професійно підготовлених і з досвідом роботи, а з

іншого, – не хочуть платити пристойну заробітну плату навіть високо-кваліфікованим працівникам. Разом із тим, у пошуках роботи є й такі, хто затребуваний на ринку праці, але хоче знайти ще більш вигідні умови для себе.

За результатами соціопитувань, проведеними на початку 2014 р., лише 36% зайнятих працюють за фахом, 20% – лише частково за фахом, а майже 40% взагалі не за фахом. Це яскраво характеризує, з

одного боку, перебування національної економіки у стані стагнації, а з другого, – факт того, що професійна освіта працює на вітер, гроші платників податків фактично марнуються.

Можливості суттєвого поліпшення ситуації на ринку праці в країні ми пов'язуємо з розвитком малого і середнього бізнесу та посиленням завдяки цьому економічної конкуренції.

Література

1. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія: навч. посіб. [текст] / А.В. Сірко – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 416 с.
2. Сірко А.В. Відрегулювання відносин та прав власності у корпоративному секторі економіки / А.В. Сірко, Н.М. Найдич // Вісник Тернопільського державного економічного університету. – 2006. – № 4. – С. 9-19.
3. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 338.24:330.342

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ТРАНСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Мірієва Р. – ст. 1 курсу, гр. Фвн-11

Науковий керівник. – д.е.н., професор Сірко А.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Україна, здобувши державну незалежність і приступивши до розбудови цивілізованої ринкової економічної системи, фактично запозичила інститут підприємницької корпорації, використавши його як зручний інструмент для широкомасштабної приватизації великих і середніх державних підприємств. Тоді на поспіхом створений корпоративний сектор вітчизняної економіки поклалися великі сподівання, що він у нас також стане локомотивом економічного зростання, широкого залучення акціонерного капіталу та інноваційного оновлення виробництва. Проте за чверть віку з початку трансформаційних перетворень економічного дива так і не сталося. Економіка України серйозно потерпає від браку необхідних інвестицій та інновацій, як наслідок цього її техніко-технологічний базис знаходиться у критичному стані, на межі техногенних катастроф, а країна стрімко перетворюється на сировинний придаток та ще й хронічного боржника індустріальної частини світу.

Дослідження вітчизняної моделі корпоративного управління, яка склалася на тлі приватизаційних і постприватизаційних процесів, дає можливість виокремити найбільш важливі передумови її формування та розвитку:

- брак власного досвіду розбудови цивілізованих корпоративних відносин;
- формування корпоративного сектору не природно-еволюційним шляхом, а в ході швидкоплинної приватизації і переважно неринковим способом;
- глобалізаційні виклики, необхідність інтеграції національної економіки у європейську спільноту, які диктують необхідність створення інституційної бази у сфері корпоративних відносин, адекватної міжнародним стандартам.

Інституційні обмеження, які суттєво позначаються на якості корпоративного управління в Україні, а саме:

- відсутність традиційної корпоративної культури;
- несформованість механізмів управління корпоративною власністю та захисту прав акціонерів;
- недосконалість законодавчої бази;
- самоізоляваність корпорацій від власної ринкової інфраструктури – фондового ринку [1].

Через серйозний спротив радикальним реформам з боку лобістів олігархічного капіталізму наша держава останньою із пострадянських країн, лише наприкінці 2008 року, спромоглася ухвалити закон, що регламентує основні корпоративні норми, – Закон «Про акціонерні товариства» [2]. Не маючи практичного досвіду функціонування ринкової системи, Україна, як і більшість постсоціалістичних країн, у процесі формування вітчизняної моделі корпоративного устрою обрала за взірць саме аутсайдерську модель, побудовану на класичних уявленнях про ринкову саморегуляцію. Проте дана модель, орієнтована переважно на здійснення зовнішнього контролю, вже на початку свого формування виявилась неадекватною рівню розвитку інституційного середовища. Тому подальший розвиток перехідної моделі визначив тенденцію до стрімкої концентрації прав власності та поширення феномену інсайдерського контролю.

Сформована в Україні модель внутрішнього контролю, на думку багатьох дослідників [3; 4], вигідна тим, що відкриває широкі можливості для одержання так званої інсайдерської ренти, тобто доходу за рахунок проведення вузькокорисливих і незаконних операцій з активами компанії.

Основні проблеми корпоративного управління в Україні пов'язані із слабким захистом корпоративних прав міноритарних акціонерів: відсутністю механізмів їх впливу на процес прийняття управлінських рішень; ухилення від дивідендних виплат у публічних товариствах; ускладнений доступ до необхідної інформації; ігнорування прав акціонерів при додаткових емісіях, реструктуризації і банкрутстві

компанії; випадки повторного продажу тих самих акцій тощо.

У такій системі відносин химерно поєднуються компоненти різних моделей управління корпораціями:

– значно розпорошена власність як ознака аутсайдерської системи, що за наявності неліквідного ринку цінних паперів і нерозвиненої фондової інфраструктури стає гальмом прогресивного розвитку корпоративного управління;

– діє тенденція до зростання концентрації власності і, отже, посилення елементів інсайдерського контролю, поширення схем перехресного володіння акцій та формування на цій основі інтегрованих бізнес-імперій.

Найбільшою перепорою на шляху утвердження

ефективної моделі корпоративного управління в Україні стала тотальна корупція в системі державного і місцевого територіального управління. Корупція не лише протидіє залученню корпоративного капіталу, приходу так званих стратегічних інвесторів на підприємства реального сектору економіки, але й суттєво деформує базові інститути ринкової економіки – інститут приватної власності та інститут економічної конкуренції, або рівного доступу усіх економічних агентів до обмежених ресурсів (природних, капітальних, фінансових та ін.). Тому просування у бік цивілізованої ринкової економіки ми вбачаємо лише за умови деолігархізації політико-економічної системи, що склалася. Це – завдання громадянського суспільства, яке у стані свого становлення і розвитку.

Література

1. Сірко А.В. Інвестиційні потреби розвитку корпоративного сектора та проблеми їх інституціонального забезпечення / А.В. Сірко // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 8. – С. 51-61.
2. Закон України «Про акціонерні товариства» № 514-VI від 17.09.2008 р.
3. Сірко А.В. Специфіка становлення моделі корпоративного управління в економіці України / А.В. Сірко // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2002. – № 7/3. – С. 77-80.
4. Tirole J. Corporate Governance // *Econometrica*. – 2001. – №69. – P. 1-35.

УДК 336.741.236.2(477)

ГРОШОВА МАСА В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВА

Могульська Т.О., Іванова К.Ю. – ст. 1 курсу, ОПДвн-11

Науковий керівник – д.е.н., професор Сірко А.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Гроші – універсальний засіб обміну товарів і послуг, який, безперечно, є благом цивілізації, попри те, що через гроші деякі люди чинять зло. Однак у зв'язку з тим, що сучасні гроші відірвалися від колишньої своєї внутрішньої вартості і набули паперово-кредитної форми існування, виникла проблема штучного (зовнішнього) забезпечення і підтримання цінності таких грошей. Ця місія цілком лежить на плечах держави, її уповноваженого на те органу – Центрального банку. Суть проблеми забезпечення цінності грошей як засобу обміну товарів полягає у необхідності підтримання стабільності купівельної сили грошей через рівновагу товарної і грошової мас в національній економіці. Ось тут і постає двоєка проблема: з одного боку, потрібно чітко розуміти реальну структуру сучасної грошової маси, її поелементний склад; а з другого, – засобами монетарної політики регулювати кількісно грошову масу в національній економіці, аби уберігати гроші як такі від інфляції (знецінення).

Під грошовою масою наукою розуміється уся сукупність запасів грошей у всіх їх формах, які перебувають у розпорядженні суб'єктів грошового обороту в певний період. Гроші функціонують у готівковому і безготівковому видах. В сучасних умовах, особливо завдяки комп'ютерним технологіям, видова структура грошової маси суттєво змінилася: безготівкові гроші витісняють готівкові. У практиці розвинених країн частка безготівкових грошей уже сягає 75-95% [1]. Процес такого витіснення одних грошей іншими відбувається і в Україні – усе більше наших співвітчизників призвичаюється користуватися

кредитними розрахунковими картками, а користування ощадними рахунками стало уже загальною нормою.

Поняття грошової маси стало широким. Окрім готівкових і безготівкових грошей, в економіці практикуються і квазігроші: банківські строкові рахунки, цінні та інші засоби. Певна річ, ступінь ліквідності різних форм грошей різна. Це має принципове значення для регулювання грошової маси Центральним банком. Для того, щоб регулювати, чи балансувати, грошову масу відповідно до прогнозованих обсягів ВВП, потрібно знати, які саме форми грошей реально функціонують, у яких обсягах та і з якою швидкістю змінюються форми цих грошей, тобто переходить від одних форм до інших. Як відомо, за ступенем ліквідності у грошовій масі виокремлюють певні агрегати. У статистичній практиці України зазвичай використовують чотири грошові агрегати: М0 – включає масу національної готівки, яка перебуває поза банками; М1 – гроші в агрегаті М0 + вклади в банках, які можуть бути використані власниками негайно, без попередження банків; М2 – гроші в агрегаті М1 + вклади на всіх видах строкових рахунків + переказні депозити в іноземній валюті; М3 – гроші в агрегаті М2 + кошти в цінних паперах власного боргу банків, крім акцій.

Оскільки наше суспільство перебуває ще в перехідному до повноцінного ринку стані, постільки грошова маса у нас чітко ще не структуризувалася і є певні труднощі з її визначенням. Найбільш ліквідним агрегатом є М0, а найменш ліквідним – М3. НБУ

визначає структуру грошової маси в обігу агрегатним методом з 1993 р.

НБУ останніми роками вживає заходи щодо зниження темпів зростання сукупної грошової маси, резервів, готівки, особливо у позабанківському обороті. Унаслідок цих дій зниження темпів зростання грошових агрегатів призвело до звуження монетарних каналів інфляції. Та все ж таки зберігається ряд негативних тенденцій у грошовому обороті України. Деформації структури грошової маси породили глибокі суперечності у розвитку національної фінансово-грошової системи і одночасно – дисбаланс між фінансовою сферою та реальним сектором економіки. Багато в чому втрачені важливі функціональні можливості грошової маси – забезпечення платіжно-розрахункових відносин, стимулювання схильності господарюючих суб'єктів до заощаджень тощо.

Суттєві деформації виникли у розподілі грошової маси між населенням та підприємствами й організаціями. Означилася тенденція до зростання частки грошової маси у населення, що відображає кризову ситуацію із погіршенням фінансового стану підприємств. Серйозні деформації у грошовому обороті характерні для співвідношення між готівковою і безготівковою частинами грошової маси. Про це свідчить висока така частка готівкового

обороту в Україні. Основні причини цього: – високий рівень тінезації господарської діяльності, низький рівень довіри юридичних і фізичних осіб до комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ тощо. Звідси кредитна слабкість банків, а це, звісно, серйозно гальмує розвиток економіки.

Негативні наслідки має заміщення також високий рівень доларизації вітчизняної економіки: прагнення зберігати приватні заощадження в іноземній валюті, валютні розрахунки на ринку нерухомості, виведення коштів за кордон.

У 2016 р. грошова маса в Україні зросла на 10,8%, до 1101,6 млрд. грн. Хоча гривневі депозити в комерційних банках трохи зростають, портфель кредитів домогосподарствам у національній валюті має тенденцію до зменшення [2]. Це свідчить про те, що зберігається недовіра до банківського сектора, який після «банкопаду» останніх двох років скоротився майже удвічі.

Ми вважаємо, що перехід НБУ до валютного таргетування, тобто активна співпраця монетарного регулятора з урядом щодо комплексного регулювання національної економіки, включаючи рівень зайнятості, рівень інфляції, обмінний курс національної валюти тощо, матиме позитивні наслідки для усіх.

Література

1. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія: навч. посіб. [текст] / А.В. Сірко – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 416 с.
2. Грошово-кредитна статистика Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=42401232&cat_id=55838

УДК 364.1(477+100)

ДОБРОБУТ НАСЕЛЕННЯ КРАЇНИ У СТАТИСТИЧНОМУ ВИМІРІ: УКРАЇНА І СВІТ

Слободянюк А. – ст.1 курсу, гр. ЕППвн-11

Науковий керівник . – д.е.н., професор Сірко А.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

Загальна оцінка добробуту населення країни має велике практичне значення. Її потребують усі економічні агенти: керівництво держави, підприємці та управлінці, науковці, освічені громадяни. Між тим, це складна наукова проблема, яка полягає у тому, щоб оцінити сукупні результати економічної діяльності усіх економічних агентів, які б давали змогу характеризувати не лише рівень, але й якість життя суспільства.

Головні проблеми такої оцінки полягають у наступному: 1) добробут забезпечується не виробництвом взагалі, а саме продукцією, придатною для кінцевого споживання (як споживчих та капітальних товарів); 2) більше половини усіх товаровиробників в сучасній системі суспільного поділу праці зайняті виготовленням не кінцевої, а проміжної продукції, що слугує лише матеріальним ресурсом і залишається у сфері виробництва; 3) практично неможливо оцінити якісні параметри готової продукції; 4) скрізь існує тіньова економічна діяльність, яка за визначенням є такою, що не піддається статистичному обліку; 5) у будь-якій

економічній системі, і у ринковій поготів, економічні блага розподіляться між родинами нерівномірно, що зумовлює ефект соціальної несправедливості, який, звісно, істотно впливає на психологічне самопочуття людей [1, с. 224].

У 1940-50-і роки науковцями під егідою ООН напрацьовано такий синтетичний показник народного добробуту – ВВП та відповідно систему національного рахівництва. Однак зазначені вище проблеми статистичного обліку вдалося вирішити лише частково, а тому робота теоретиків у цьому напрямку триває. Окремі дослідники пропонували навіть відмовитися від показника ВВП на користь показника чистого економічного добробуту. Утім, через надмірну складність обрахунку його відкинули. До наших днів СНР кількаразово удосконалювалась, за що такі видатні економісти як С. Кузнець і Р. Стоун були відзначені Нобелівськими преміями з економіки.

Наша країна перебуває наразі в процесі розбудови ефективної ринкової економіки, демократичної держави та становлення громадянського суспільства. Пройдений

трансформаційний період нараховує вже понад чверть віку. А тому є привід поглянути на свою країну очима статистики, аби побачити, у якому стані перебуваємо та якими темпами рухаємося вперед, аби увійти в лоно економічно розвинених країн світу.

У 2016 р., за міжнародними рейтингами, за обсягом ВВП Україна посіла 81-е місце у світі. Якщо врахувати те, що економічно розвинених країн сьогодні нараховується трохи більше 30, то займане нами місце може свідчити лише про сумні наслідки ринкових трансформацій, а отже, і економічної політики української влади. І хоча політики при владі намагаються вихвалити себе, посилаючись на дані офіційної статистики, мовляв, є все-таки який-не-який економічний ріст і стабільність, насправді, якщо врахувати обсяги реальної далеко неповної зайнятості виробничих ресурсів (сировинно-природних, капітальних, трудових, інфраструктурних тощо), коректно говорити про консервацію глибоко кризового стану і техніко-технологічної відсталості вітчизняної економіки. Маємо знати і те, що в Україні з року в рік галопує інфляція, яка «допомагає» уряду підтягувати вгору обсяг ВВП. Лише за березень місяць цього року рівень інфляції сягнув 2%. І хоча за рахунок цього чинника поповнюється бюджет держави, реальний обсяг ВВП має негативний тренд.

Аби суттєво поліпшити загальний добробут, потрібні структурні та інституційні реформи. Попередні кризи та недолуга економічна політика призвели до деіндустріалізації виробництва. На прикладі міста Вінниці можна судити про те, яких тільки масштабних руйнацій зазнала вітчизняна економіка. Тут практично кожне із колись великих виробничих підприємств виведено із ладу, а його новоявлені власники задовольняються платою від оренди голих приміщень. Така байдужість до

інвестицій та модернізації виробництва на інноваційній основі зумовлена, з нашого погляду, по-перше, дешевизною придбання цих активів і, по-друге, боязною втратити контроль над ними у разі появи сторонніх інвесторів [2].

Здійснення галузевої реструктуризації економіки, доповненої поглибленням ринкових реформ у напрямі посилення економічної конкуренції, дасть змогу забезпечити розвиток самодостатнього внутрішнього ринку, суттєво зменшити фінансово-економічну залежність країни від кон'юнктури зовнішнього ринку та підвищити рівень зайнятості. Акцентування ж владою уваги виключно на динаміці ВВП лишень відволікає суспільну увагу від застійних явищ в реальному секторі економіки та його подальшої деградації.

Сьогодні, за великим рахунком, Україні бракує світового бренду, який би слугував візитівкою для нас. Деяку таку продукцію ми вже виготовляємо, взяти для прикладу, «ROSHEN», «Олейну», «Садочок», «Світоч» тощо. Але це переважно стосується харчової продукції. Тут, певна річ, також є можливості розширювати асортимент доброякісної продукції. Але ВВП країни може багаторазово зрости завдяки виробництву високотехнологічної продукції, яка дає високу додану вартість, тобто мультиплікує багато робочих місць, доходів, податків тощо. Для цього Україна має великі можливості, але потрібна, переконані ми, нова хвиля послідовних і рішучих економічних реформ. Реформи, окрім іншого, активізують інтерес інвесторів до розвитку рекреаційної сфери та туристичної інфраструктури, де також закладені колосальні можливості поліпшення народного добробуту.

Література

1. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія [текст] : навч. посіб. / А. В. Сірко – К. : «Центр учбової літератури», 2014 – 416 с.
2. Сірко А.В. Проблема участі акціонерного сектора в інноваційному розвитку економіки України та її вирішення / А.В. Сірко // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2016. – №3. – С. 7-16.

УДК 332.14:330.322.003.12

КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ

Бондар Ю. – ст. 2 курсу, гр.Фвн-21

Науковий керівник – к.е.н, доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

Сучасний період розвитку України передбачає вирішення проблеми активізації інвестиційної діяльності, направленої на поступовий розвиток економіки, покращення життя населення країни. Вирішення цих питань визначається економічною та інвестиційною політиками, що проводяться державою. На сьогодні існує чимало різних методик визначення інвестиційної привабливості економіки та досить багато опублікованих робіт, у яких досліджуються дані проблеми.

Інвестиційним кліматом в загальному розумінні називають ситуацію, що склалася в регіоні,

з точки зору вітчизняних та зарубіжних інвесторів, які вкладають свій капітал у розвиток його економіки. Цей показник включає значну кількість факторів ризику, що складаються під впливом зовнішніх та внутрішніх умов, ситуацій та перспектив розвитку. Найчастіше під інвестиційним кліматом розуміють соціально-політичні та економічні (зовнішні й внутрішні) ризики [1]. Необхідною та дуже важливою передумовою формування сприятливого інвестиційного клімату є інвестиційна привабливість регіону. Вона може визначатись різними узагальненими показниками, такими як рівень загальноекономічного розвитку регіону, рівень

розвитку інвестиційної інфраструктури регіону, демографічна характеристика регіону, рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури регіону, рівень кримінології, екологічних та інших ризиків.

Кожний синтезований показник оцінюють за сукупністю аналітичних показників, що входять до його складу. Кількісну оцінку кожного синтезованого показника отримують підсумовуванням рангових значень (у системі регіонів), що входять до складу аналітичних показників.

За значенням розрахованого інтегрального показника визначають конкретне місце регіону щодо інвестиційної привабливості у загальному складі регіонів країни [3].

Для того, щоб визначити кількісний взаємозв'язок інтегрального показника оцінки інвестиційної привабливості регіонів з ефективністю інвестицій, для кожного регіону аналізують наявний показник цієї ефективності. Таким показником є рентабельність власного капіталу.

Щоб визначити сукупний інвестиційний потенціал регіону застосовують таку формулу:

$$IP = VF_{pot} + SE_{pot} + PR_{pot} - F$$

де, IP – сукупний інвестиційний потенціал регіону;

VF – виробничо-фінансовий потенціал регіону;

SE – соціально-економічний потенціал регіону;

PR – природно-ресурсний потенціал регіону;

F – фактори, що негативно впливають на інвестиційну привабливість регіону.

На основі отриманих результатів оцінювання всі регіони країни можна згрупувати в кілька груп:

1) регіони пріоритетної інвестиційної привабливості – ефективність на 35-40 % вища, ніж по країні в цілому;

2) регіони досить високої інвестиційної привабливості – ефективність на 15-20 % вища, ніж по країні в цілому;

3) регіони середньої інвестиційної привабливості – ефективність на рівні показника по країні ;

4) регіони низької інвестиційної привабливості – ефективність на 20-30 % нижча, ніж по країні в цілому.

Проаналізувавши наведені показники за 2015 рік ми розподілили регіони України за рівнем інвестиційної привабливості в групи. Отже, до регіонів пріоритетної інвестиційної привабливості увійшли Харківська, Дніпропетровська, Львівська, Запорізька, Одеська області; до групи регіонів високого рівня інвестиційної привабливості – Київська, Вінницька та Житомирська області; регіонами середнього рівня інвестиційної привабливості є Чернігівська, Закарпатська, Волинська, Тернопільська, Хмельницька, Рівненська області; регіонами низької інвестиційної привабливості стали Миколаївська, Херсонська, Чернівецька, Сумська, Івано-Франківська, Черкаська, Кіровоградська області [2].

Дані показники дають можливість визначити цілу низку завдань, таких як: ефективніше розподіляти бюджетні інвестиційні ресурси; створення сприятливішого інвестиційного клімату; удосконалення механізмів залучення інвестицій; формування та планування інвестиційної політики.

Література

1. Ткаченко І.С. Регіональна економіка: аспекти математичного моделювання: Монографія / І.С. Ткаченко І К.Є., О.М. Лисюк. – Вінниця: ГЛОБУС–ПРЕС, 2006.– 160 с.
2. Статистичний щорічник України за 2015 рік. Довідкове видання Державного комітету статистики України – К.: Техніка, 2015. – 669 с.
3. Активізація інвестиційного процесу в Україні: колективна монографія / [Т. В. Майорова, М. І. Діба, С. В. Онишко та ін.]; за наук. ред. М. І. Діби, Т. В. Майорової; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – К.: КНЕУ, 2012. – 472 с.

УДК 519.866:658.5

ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ ТА МЕТОДІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Коваль О. – ст. 2 курсу, гр. ОПвн-21

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Економіко-математичне моделювання є одним з найбільш розповсюджених методів аналізу, планування та управління діяльністю підприємства. Проблема моделювання в управлінні діяльністю підприємств є досить актуальною, оскільки досягнути на сьогоднішній день максимальних результатів діяльності підприємства можливо лише за умов використання економіко-математичних моделей.

Мета статті – аналіз та класифікація економіко-математичних моделей в управлінні діяльністю підприємства.

Моделювання є важливим засобом розв'язання багатьох економічних завдань і, зокрема, проведення аналітичного дослідження та аналізу діяльності підприємства. Модель – це умовний образ об'єкта дослідження. Моделювання – це процес побудови, вивчення і застосування моделей.

Економіко-математична модель являє собою систему формалізованих співвідношень (рівнянь, нерівностей, графіків, функцій, логічних співвідношень), які описують основні взаємозв'язки елементів, що складають економічну систему, у нашому випадку – підприємство [1].

Використання математичних методів в управлінні підприємством – важливий напрямок вдосконалення системи управління.

Економіко – математичні методи і моделі дають такі можливості: отримати інформацію функціонування підприємства; формалізувати зв'язки між економічними показниками; удосконалити економічну інформацію; розв'язати задачі оптимізації планування та управління; своєчасно реагувати на зміни цілей підприємства, обмежень на ресурси та адекватно плани й управлінські рішення; спрогнозувати поведінку об'єкта в майбутньому для прийняття ефективних управлінських рішень на підприємстві.

Управління підприємством за допомогою моделювання тісно пов'язане з розглядом підприємства, як відкритої системи та управління її функціонування за допомогою основних ресурсів. Щоб визначити основні методи створення моделей функціонування підприємства, класифікуємо основні методи моделювання діяльності підприємства наступним чином:

- метод елементарної математики;
- класичні методи математичного аналізу: диференціальне, інтегральне, варіаційне числення;
- методи математичної статистики: методи вивчення одно- та багато вимірних статистичних сукупностей;
- економетричні методи: виробничі функції, методи «витрати-випуск», національне рахівництво;
- методи математичного програмування: лінійне, блочне, динамічне та нелінійне програмування;
- метод дослідження операцій: методи вирішення лінійних програм, управління записами, знос і заміна устаткування, теорія ігор, масового обслуговування;
- методи економічної кібернетики: системний аналіз, методи імітації, методи моделювання, методи навчання, методи розпізнавання образів;
- метод теорії оптимальних процесів: метод максимуму Понтрягіна для управління ресурсами [2].

В умовах ринкових відносин, коли сировинні ресурси обмежені, виникає питання оптимізації прибутків, собівартості і економії ресурсів. Наведемо

прикладі оптимізаційних моделей, що найчастіше використовуються в управлінні підприємством:

1. Задача визначення оптимального плану виробництва полягає у тому, що за мінімальних витрат ресурсів підприємства, повинно бути максимум прибутку та максимум товарної продукції.

2. Транспортна задача визначає оптимальні обсяги перевезень продукції, за яких були б найкраще враховані необхідності вивезення продукції від виробників та забезпечення вимог споживачів, а також забезпечення мінімальних витрат на перевезення вантажу.

3. Задача оптимального розподілу виробничих потужностей полягає у розподілі виробництва продукції між підприємствами у такий спосіб, щоб задовольнити потреби у виготовленні продукції та максимально використати виробничі потужності підприємств.

4. Задачу про призначення застосовують тоді, коли хочуть отримати максимальний сумарний ефект від виконання робіт.

5. Задача комівояжера визначає мінімальну сумарну вартість (відстань) пересування по маршруту.

6. Задача оптимального розподілу капіталовкладень полягає в розподілі коштів на початку кожного підперіоду між підприємствами так, щоб сумарний дохід за весь період був максимальним [3].

Отже, фінансовий успіх підприємства, його місце на ринку значною мірою залежить від правильної стратегії поведінки. Для вибору раціональних варіантів управління підприємством необхідно прогнозувати можливі ситуації, впливати на них, спрямовуючи його господарську діяльність на досягнення поставленої мети. Тому, доцільність використання економіко-математичного моделювання в управлінні підприємством є обґрунтованою. Це дозволяє: удосконалити систему економічної інформації в управлінні підприємством; інтенсифікувати і підвищити точність економічних розрахунків; поглибити кількісний аналіз економічних проблем; вирішити принципово нові економічні задачі на підприємстві.

Література

1. Вільчинська О.М. Методичні вказівки для виконання практичних завдань з дисципліни „Оптимізаційні методи та моделі”. – Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2016 – 87 с.
2. Вільчинська О.М. Методичні вказівки для виконання практичних завдань з дисципліни „Економетрика”. – Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2015. – 72 с.
3. Вільчинська О.М. Використання економетричних моделей для прогнозування прибутку підприємства / О.М. Вільчинська, О.О. Бевз // Проблеми стабілізації економіки країни: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет конференції економічного спрямування. У двох частинах. – Частина 1. – Тернопіль, 2016. – С. 25-28.

УДК 338.24.017:339.162

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖУ ТОВАРУ

Комар Л. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Прогноз продажу – це визначення того, що кон'юнктури, ринкового потенціалу і власних фірма розраховує продати, виходячи із існуючої можливостей.

Відомо два підходи до прогнозування обсягів продажу:

1. Всеосяжний – розподіл сукупної оцінки на її основні складові (за асортиментом, часом продажу).

2. З нарощуванням – додавання прогнозного значення обсягів продажу кожного товару, щоб отримати загальний прогноз.

Існують інтуїтивні та формалізовані методи прогнозування обсягів продажу.

Інтуїтивні методи прогнозування використовуються в тих випадках, коли неможливо врахувати вплив багатьох факторів через значну складність об'єкта прогнозування.

Формалізовані методи прогнозування дозволяють описати економічну проблему у вигляді математичних співвідношень. До них належать методи кореляційно-регресійного аналізу, екстраполяційні методи, евристичні. Перевагою цих методів є те, що прогноз спирається на об'єктивну маркетингову інформацію. Для прогнозування продажів товарів сезонного попиту на практиці використовують підхід, оснований на коефіцієнті тенденції. Цей коефіцієнт показує, наскільки змінилися продажі порівняно з попередніми роками. Отже, для прогнозування продажів товарів сезонного попиту необхідно порівнювати аналогічні періоди минулих років та коригувати отримані дані з урахуванням експертних оцінок [1].

«Правило півтора» частіше за все використовують у роздрібній торгівлі торгові агенти або якщо підприємство починає працювати з новим товаром, за яким немає жодної статистики продажів. Логіка, закладена в це правило, проста: метою будь-якого комерційного підприємства є збільшення доходу, а не його сталість. Отже, підприємство постійно закладає зростання продажів, збільшуючи його наполовину від попереднього значення, одночасно коригуючи на залишок. Такий підхід дозволяє досить динамічно відстежувати продажі та коригувати залишки, що не призводить ані до накопичення (затоварювання), ані до відсутності запасу (резерву).

Метод прогнозування продажу товару для кожного конкретного запасу має обиратися за критерієм мінімального відхилення між прогнозом і фактом.

Щоб побудувати правильний прогноз обсягів продажу фірми, для цього потрібно врахувати не

лише дані про минулі обсяги продажу, але й об'єктивні тенденції, які проявляються на ринку у цей час.

Врахуємо ряд важливих правил, сутність яких викладена нижче [2]:

1. Прогнози розробляються окремо для кожної товарної групи, якою займається компанія, оскільки умови росту продажів різних брендів компанії можуть істотно відрізнятися.

2. Прогнози варто розробляти не лише окремо для кожного бренду фірми, але й окремо для кожного ринку чи його сегмента, на якому відбувається продаж даного продукту. Різні ринки диктують різні умови для продукції фірми.

3. Необхідно враховувати умови реалізації продукції на кожному окремому ринку, наявність і рівень розвитку дилерської мережі, акції по просуванню товару, рекламні компанії тощо.

4. Важливим моментом є облік впливу інфляційної складової на ціну продукту, бо якщо інфляційний вплив на структуру витрат фірми і ціни готової продукції різний, то у структуру фінансового плану фірми варто внести необхідні коригувальні розрахунки.

Прогнози розробляються окремо для кожного ринку і бренду, а потім додаються. Отриманий результат варто порівняти з окремо розробленим сукупним прогнозом розвитку обсягу продажу фірми у цілому. На його підставі будуть визначені остаточні цифри прогнозованого обсягу продажів, які закладатимуться у фінансовий план [3].

Таким чином, прогнозування продажу товарів створює певний образ престижності фірми та її виробників; інформує про параметри, властивості товарів; сприяє пізнаванню нових товарів фірми та підтримує популярність вже існуючих; може змінити образи чи саме використання товарів і послуг, які втрачають свої позиції; пояснює, де можна придбати товари та послуги; переконує споживачів переходити від дешевих товарів до дорожчих; заохочує до активності каналів збуту; інформує споживачів про розпродаж, акції; відповідає на запити споживачів; обґрунтовує ціни на товари і послуги; завершує угоди; забезпечує обслуговування клієнтів після купівлі товару; створює сприятливу атмосферу для фірми та її товарів у змаганні з конкурентами.

Література

1. Погріщук Б.В. Основи економічного прогнозування: навч. посіб. / Б.В. Погріщук, О.М. Лисюк. – Тернопіль: ТОВ «Новий колір», 2006. – 248 с.
2. Вільчинська О.М. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни „Стратегічна стійкість підприємства”. / Вільчинська О.М., Паночішин Ю.М. – Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2016 – 80 с.
3. Особливості прогнозування продажу товару економетричними методами / О.М. Вільчинська // Конкурентоспроможність національної економіки та освіти: пошук ефективних рішень: Збірник матер. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжн. участю (м. Вінниця, 15 квітня 2015 р.) – Тернопіль: Крок, 2015. – Т.1. – С. 171-173.

УДК 388(075.8)

ЗАСТОСУВАННЯ НЕЛІНІЙНИХ ФУНКЦІЙ ПРИ ВИРІШЕННІ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАДАЧ

Перепеляк Л. – ст. 3 курсу ЕППвн-31

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Важливого значення в сучасній ринковій економіці набуває застосування нелінійних функцій. Нелінійна функція – це функція з нелінійною залежністю між показником y і фактором t [1].

Найпоширенішими нелінійними функціями, які застосовуються при вирішенні економічних задач є наступні: функція попиту, функція пропозиції, функція ціни, функція доходу та функція прибутку.

Функція попиту – це залежність обсягу попиту на певний товар (максимальна кількість товару, що його готові придбати покупці за певну ціну) від ціни цього товару. Вона може бути виражена рівнянням:

$$S(q) = f(p)$$

де $S(q)$ – обсяг попиту, або кількість одиниць товару, яка може бути придбана покупцем, а p – ціна одиниці товару.

На попит може впливати багато чинників: ціна пропонованого товару у певний час; ціна інших аналогічних товарів; доходи покупців, їхні смаки, вподобання та очікування. Тому функція попиту розглядається, якщо тимчасово виключити дію всіх факторів, крім першого (всі фактори фіксовані, крім ціни пропонованого товару) [2].

Функція пропозиції – це залежність обсягу пропозиції товару за певний час (максимальна кількість певного товару, що його можуть запропонувати продавці за певної ціни) від ціни цього товару. Математично функцію пропозиції можна виразити так:

$$D(q) = f(p),$$

де $D(q)$ – обсяг пропозиції товару, а p – ціна.

На пропозицію може впливати також багато чинників, серед яких визначальну роль відіграють такі: ціна пропонованого товару; ціна інших аналогічних товарів; технології; податки чи дотації. Тому функція пропозиції також розглядається, якщо тимчасово виключити дію усіх факторів, крім першого (всі фактори фіксовані, крім ціни пропонованого товару). Графік функції попиту $S(q)$ та пропозиції $D(q)$ відтворений на рис.1 [1].

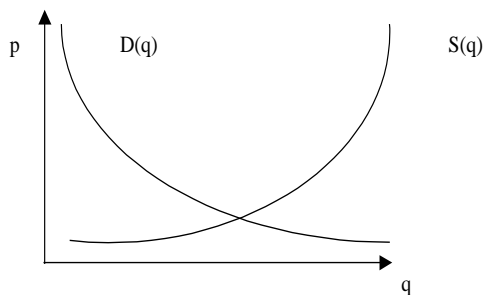


Рис.1. Функція попиту $S(q)$ і пропозиції $D(q)$

Функція ціни (цінова функція) $C(q)$ – залежність загальної ціни від кількості одиниць продукції. Загальну ціну визначає фіксована ціна F (не залежить від того, яку саме кількість продукції буде виготовлено: це оренда приміщення, вартість страхування, податки тощо) і змінна ціна k (залежить від кількості одиниць виготовленої продукції: це вартість матеріалу, ціна праці тощо). Тому, якщо функція ціни лінійна, то

$$C(q) = kq + F$$

Функція доходу $R(q)$ – залежність вирученої суми від кількості одиниць проданої продукції. Якщо одиниця продукції продається за роздрібною ціною p грн., то $R(q) = p(q)$ – валовий дохід.

Функція прибутку $\Pi(q)$ – залежність загального прибутку від кількості проданих одиниць продукції. Функція прибутку визначається як різниця між загальним (валовим) доходом і загальною ціною.

$$\Pi(q) = R(q) - C(q); \Pi(q) = pq - (kq + F); \Pi(q) = (p - k)q - F$$

Коефіцієнт $(p - k)$ функції прибутку має назву питомого валового прибутку.

Функція ціни $C(q)$, доходу $R(q)$ і прибутку $\Pi(q)$ представлена на рис. 2. [1]

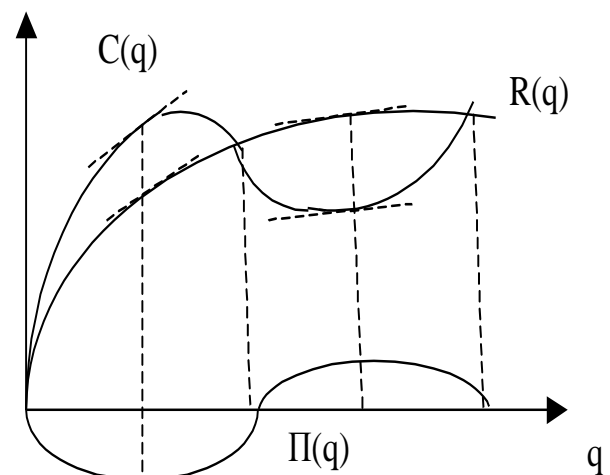


Рис. 2. Функції витрат $C(q)$, доходу $R(q)$ та прибутку $\Pi(q)$

Література

1. Погрішук Б.В. Економіко-математичне моделювання: навч. посіб. / Б.В. Погрішук, О.М. Лисюк. – Тернопіль: Крок, 2010. – 372 с.
2. Горобчук Т.Т. Мікроекономіка. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.

УДК 65.012.23.003.12

МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПАРАМЕТРІВ БІЗНЕСУ

Підгаєць Д. – ст. 2 курсу, гр. ЕППвн-21

Науковий керівник – к. е. н., доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Економічне прогнозування являє собою передбачення майбутнього стану і можливих

напрямок розвитку економічних явищ та процесів на різних рівнях економічної системи.

Спочатку прогнозування в рамках фірми виникло як передбачення економічних параметрів діяльності бізнесу. Згодом фірми освоїли технологічне і соціально-політичне прогнозування свого середовища [1].

У теперішній час за оцінкою спеціалістів нараховується більше 150 методів прогнозування, хоча реально на практиці використовується 15-20. Методами прогнозування називають сукупність прийомів і оцінок, що дають змогу на основі аналізу минулих внутрішніх і зовнішніх зв'язків, притаманних об'єкту, а також їх змін передбачити його розвиток в майбутньому [2]. Надійний вибір методів прогнозування залежить від таких факторів: цілей прогнозу, його завдання; періоду, на який формується прогноз; специфіки об'єкта прогнозування; вірогідності і повноти вихідної інформації; обмежуючих факторів прогнозування.

Методи прогнозування параметрів бізнесу поділяють на інтуїтивні і формалізовані.

Інтуїтивні методи ґрунтуються на здогадках, досвіді та інтуїції, не слідує строгим правилам і спираються звичайно на неформальні міркування експерта. Формалізовані методи випливають з правил, у яких формалізовано взаємовідносини між досліджуваними показниками.

Інтуїтивні методи в прогнозуванні використовуються в таких випадках: в умовах відсутності достатньої за обсягом та достовірної інформації про прогнозовані явища; в умовах значної невизначеності середовища, де функціонує об'єкт; в умовах дефіциту часу чи екстремальних ситуацій; при розробці середньо- та довгострокових прогнозів об'єктів, які підпадають під вплив корінних змін, наприклад наукові відкриття.

Інтуїтивні методи поділяють на індивідуальні та колективні.

Індивідуальні бувають двох типів: оцінка типу "інтерв'ю" та аналітичні.

Серед колективних методів розрізняють: метод комісії, метод віднесеної оцінки та метод Дельфі та інші [2].

Оскільки експертні оцінки є інтегральною

сумою прогнозів незалежних експертів, вони незалежні від обрання конкретних моделей чи математичних методів. Розробка досконалих технологій експертних оцінок та методик об'єктивізації їх результатів, по-перше, дали змогу об'єктивно підвищити рівень надійності експертиз, а по-друге, поліпшити їх сумісність із формалізованими.

Формалізовані методи поділяються на методи математичного моделювання, матричні методи, імітаційні, методи теорії ігор та інші [2].

Світ бізнесу занадто складний, щоб бути адекватно прогнозованим у межах будь-якої моделі. Цей висновок призводить до двох типів однаково хибних міркувань:

1) відмова від аналітичних моделей та аналізу взагалі, перебільшення значення інтуїції, досвіду та „здорового глузду”. Така реакція базується на методах аналогій та порівнянь, на серії ситуацій, думках і судженнях. Але усе це – також клас моделей, але моделей певного типу, в яких, насправді, екстраполюється свій або чужий досвід, щоб досягти бажаного результату.

2) побудова складної системи взаємопов'язаних моделей, що охоплює найбільший період складної дійсності. Моделі в такій ситуації дають відчуття можливості швидкої та точної ідентифікації ситуації, розрахунку поведінки окремого об'єкта в умовах середовища, що змінюється, та пов'язаних із цим ризиків. Такі моделі, зорієнтовані на суто формальні чинники для прийняття рішень, зарекомендували себе погано, тому що потребували значних витрат часу, а отже, й коштів.

Відповідно до сучасних наукових уявлень системи розробки і прийняття господарських рішень повинні суміщатися формалізовані і неформалізовані методи прогнозування параметрів бізнесу, що взаємопідсилюють і взаємодоповнюють одне одного. Формалізовані методи є перш за все засобом науково-обґрунтованої підготовки матеріалу для дій людини в процесах керування. Це дозволяє продуктивно використовувати досвід і інтуїцію людини, її здібності вирішувати погано формалізовані задачі.

Література

1. Вільчинська О.М. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни „Стратегічна стійкість підприємства”. / Вільчинська О.М., Паночишин Ю.М. – Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2016 – 80 с.
2. Вільчинська О.М. Оцінювання стратегічної стійкості підприємств економетричними методами / О.М. Вільчинська // Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці: Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Вінниця, 12 квітня 2016 р.: у 2-х т. – Т. 1 / редкол.: ВННІЕ ТНЕУ. – Тернопіль: Крок, 2016, С. 133–135.

УДК 332.14

ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Попова Д. – ст. 2 курсу, гр. Фвн-21

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

У сучасних умовах у процесі розробки прогнозів важливого значення набуває подальший розвиток і вдосконалення методології прогнозування.

Методологічні питання прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів ще далекі від оптимального вирішення. Складності полягають у

тому, що розвиток не може бути зведений до кількісного збільшення показників, а обов'язково передбачає структурні зміни [1].

Основним завданням у прогнозуванні соціально-економічного розвитку регіону є визначення кількісних параметрів і показників розвитку регіональної системи у перспективі. Можуть розглядатися два типи прогнозів: загальноекономічні прогнози розвитку регіональної системи в цілому і прогнози розвитку окремих галузей і сфер регіонального господарства.

Прогноз соціально-економічного розвитку регіону включає як кількісні показники і якісні характеристики розвитку макроекономічної ситуації, економічної структури, науково-технічного розвитку, зовнішньоекономічної діяльності, динаміки виробництва і споживання, рівня і якості життя екологічної обстановки, соціальної структури, а також системи освіти, охорони здоров'я і соціального забезпечення країни.

Для вказаних прогнозів характерні наступні групи показників: населення в т. ч. трудові ресурси країни, грошові доходи населення, рівень життя населення. Перша група соціально-економічних показників включає: чисельність населення, розселення по території країни і регіонам, склад населення, народжуваність, смертність і тривалість життя, трудові ресурси, в т. ч. економічно активне населення, кількість безробітних і рівень безробіття, зайнятість в сфері діяльності і галузях економіки, рух трудових ресурсів в часовому і просторовому аспектах. Друга група соціально-економічних показників включає дані, що характеризують грошові потоки: всього грошові потоки населення, заробітна плата, дивіденди і відсотки по вкладам, пенсії, системи соціального забезпечення, благодійництво. Третя група соціально-економічних показників: стан здоров'я населення, захворюваність серед різних категорій населення, рівень освіти, наявність об'єктів художньої культури, рівень житлових умов, об'єм, структура і динаміка соціального забезпечення, забезпеченість мережею торгових, побутових і

житлово-комунальних об'єктів, стан екології в суспільстві, забезпеченість спортивними і туристичними об'єктами [3].

Програма економічного і соціального розвитку Вінницької області розроблена з метою аналізу соціально-економічної ситуації в області за попередній період та визначення зовнішніх і внутрішніх чинників, які стримують розвиток регіону. Вона передбачає забезпечення узгоджених спільних дій місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування задля втілення єдиної державної політики розвитку України на рівні області [4].

Вінницька область належить до перспективних з точки зору потенціалу для економічного та соціального розвитку.

Для досягнення успіхів у забезпеченні високої якості життя населення необхідно підтримувати збалансований характер розвитку усіх сфер народного господарства – промисловості, аграрної сфери, сфери послуг. Вже є загальнозрозумілим факт, що економічного процвітання регіон може досягнути завдяки розвитку високопродуктивного сільського господарства із обов'язковим його поєднанням з мережею промислових підприємств з глибокої переробки сільськогосподарської сировини.

В результаті дослідження структури та динаміки розвитку валового регіонального продукту Вінницької області за період з 2005 по 2015 рік було визначено, що закладені у цей період темпи зростання економіки Вінницької області дозволяють прогнозувати подальше зростання за всіма видами економічної діяльності на період до 2020 р. [2].

Таким чином, прогнозування соціально-економічних показників країни і регіонів охоплює різні сторони життя суспільства. Соціальні параметри здійснюють вплив на економічне середовище господарювання, а економічні показники в свою чергу застосовуються при прогнозуванні соціально-економічної сфери життєдіяльності суспільства.

Література

1. Вільчинська О.М. Дослідження рівня життя населення Вінницької області / О.М. Вільчинська, Ю.М. Паночишин, Т.О. Кушнір // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2016. – №3 (51). – С. 29-34.
2. Визначення можливостей застосування виробничої функції Кобба-Дугласа як інструменту управління виробничими ресурсами регіону / Вільчинська О.М., Паночишин Ю.М., Кушнір Т.О. // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – №2(234), Т. 1. – С. 177-181.
3. Погрішук Б.В. Основи економічного прогнозування: навч. посіб. / Б.В. Погрішук, О.М. Лисюк. – Тернопіль: ТОВ «Новий колір», 2006. – 248 с.
4. Департамент агропромислового розвитку облдержадміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.vin.gov.ua/web/upravlinnya/web_upr_apk.nsf/web_alldocs/DocHJC2Y

УДК 336.22:330.101.541 Лаффер

ПОДАТКИ ТА КРИВА ЛАФФЕРА

Радванецький М. – ст. 2 курсу, гр. Фвн-21

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Податкова система – це сукупність податків, зборів, інших обов'язкових платежів і внесків до бюджету і державних цільових фондів, які діють у

встановленому законом порядку. Сутність, структура і роль системи оподаткування визначаються податковою політикою, що є виключним правом

держави, яка проводить її в країні самостійно, виходячи із завдань соціально-економічного розвитку. Через податки, пільги і фінансові санкції, а також і відповідальність, які виступають невід'ємною частиною системи оподаткування, держава ставить єдині вимоги до ефективного ведення господарства в країні.

Платник податку – це юридична або фізична особа, на яку, згідно з чинним законодавством, покладається зобов'язання сплачувати податок.

Об'єкт оподаткування – це кількісно вимірний економічний феномен, що підлягає оподаткування (прибуток, додана вартість, майно, дохід тощо). Податкова база – це частка об'єкта оподаткування, на яку нараховується податок (податкова база, як правило, менша за об'єкт оподаткування, оскільки законодавством може бути встановлений розмір неоподаткованого доходу, надані різні пільги і т.п.). Ставка податку (норма оподаткування) – це частка податкової бази, що вираховується у вигляді податків і вимірюється у процентах.

Крива Лаффера – крива, яка характеризує залежність державних доходів (ТА) від середнього рівня податкових ставок (t') у країні. Крива показує наявність оптимального рівня оподаткування, за якого державні доходи досягають свого максимуму [1] (рис. 1).

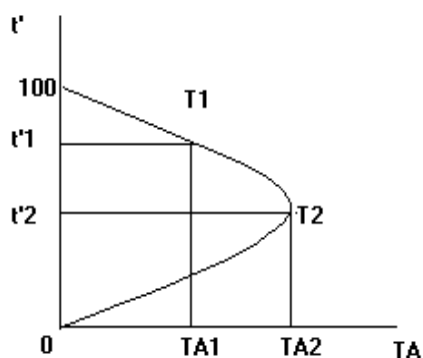


Рис. 1. Крива Лаффера

Цей графік показує те, що в разі зростання податкової ставки (t') від 0 до 100% податкові надходження спочатку збільшуються до максимальної величини (ТА2), а потім знову зменшуються до нуля. При цьому точка $t'1$ відображає надмірний рівень оподаткування, який стримує ділову активність, а точка $t'2$ – оптимальний рівень оподаткування, що забезпечує максимальну величину податкових надходжень. Зниження від точки $t'1$ до $t'2$ забезпечує одночасно зростання виробництва і податкових надходжень, що виключає виникнення бюджетного дефіциту.

Крива Лаффера показує таку ставку податку, за якої податкові надходження досягають

максимального обсягу. Зростання податкового тиску підштовхує бюджетні доходи. Але це відбувається лише до певної межі, після якої стимули для ділової активності знижуються. А з ними «худіє» і сама податкова база. «Крива Лаффера» ілюструє графічно залежність розміру надходження податків від ставки оподаткування. Отже, визначення оптимального рівня оподаткування в економіці забезпечує одночасне зростання обсягів виробництва і податкових надходжень, що унеможлиблює виникнення бюджетного дефіциту.

Але крива Лаффера не враховує особливості діючої системи оподаткування і конкретних умов, що склалися в економіці тієї чи іншої країни. На думку більшості економістів «Крива Лаффера» не здатна відповісти на два актуальних та принципових питання [2]:

1. Як визначити той рівень оподаткування, що може бути оптимальним, тобто здатним забезпечувати максимальну величину податкових надходжень?
2. Який рівень оподаткування слід вважати надмірним у конкретній країні і в даних умовах її економічного розвитку – 30%, 40%, чи 50% до ВВП?

Слід зазначити, що єдиний оптимальний рівень оподаткування для всіх країн визначити неможливо. Тому кожна країна сама визначає свій оптимальний рівень оподаткування. Як ось, наприклад, ряд країн із найоптимальнішими податковими ставками для ведення бізнесу – це Мальта, Туреччина, Німеччина, Кіпр. Значення податкових ставок, попередньо перелічених країн, наведено у табл. 1 [3].

Таблиця 1

Значення податкових ставок	
КРАЇНА	ПОДАТКОВА СТАВКА у %
Мальта	18
Туреччина	18
Німеччина	19
Кіпр	19

Проаналізувавши попередні дані та матеріал, можемо відзначити те, що питання про визначення оптимальної ставки податку для усіх країн є, було і буде залишатися дискусійним. Адже для кожної країни це питання є особистим. І тому кожна країна має свою «Криву Лаффера», адже вона допомагає їм визначити на узаконювати ту чи іншу оптимальну ставку податку.

Література

1. Рум'янцева К.С. Використання та адаптація математичних методів і моделей у професійній підготовці майбутніх економістів: Монографія / К.С. Рум'янцева, О.М. Вільчинська – Вінниця: Едельвейс, 2016. – 204 с.
2. Погрішук Б.В. Економіко-математичне моделювання: навч. посіб. / Б.В. Погрішук, О.М. Лисюк – Тернопіль: Крок, 2010. – 372 с.
3. Інтернет джерело : <https://immigrantinvest.com/blog/vat-in-europe/>

МОДЕЛІ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ З УРАХУВАННЯМ ФУНКЦІЙ КОРИСНОСТІ

Савчук О. – ст. 2 курсу, гр. Фвн-21

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

У теорії споживчого попиту широко використовується функція корисності.

Побудуємо модель споживчого попиту з урахуванням функції корисності.

Нехай споживач має в своєму розпорядженні дохід I , який повністю витрачається ним на придбання благ (продуктів). Ціни благ вважаються заданими. Математична модель його поведінки в цій ситуації називається моделлю споживчого попиту (СП).

Розглянемо просту модель СП з двома видами благ, споживчий набір як вектор (x_1, x_2) складається з двох благ (x_1 – кількість одиниць першого блага, x_2 – кількість одиниць другого блага).

Вибір кожного споживача характеризується відношенням переваги: про кожні два набори він може сказати, що або один з них корисніший, або вони для нього рівноцінні.

На безлічі споживчих наборів (x_1, x_2) можна визначити індивідуальну функцію корисності споживача $u(x_1, x_2)$, значення якої на споживчому наборі (x_1, x_2) відповідає задоволенню потреб індивіда. Якщо набір А корисніше набору В, то $u(A) < u(B)$. [1]

Функція корисності – співвідношення між обсягами спожитих товарів та послуг і рівнем корисності:

$$U = f(Q_X, Q_Y, \dots, Q_N),$$

де U – корисність;

Q – обсяги відповідних споживчих товарів.

Двома основними поняттями кількісного підходу до аналізу корисності є загальна корисність і гранична корисність.

Основна проблема із застосуванням функції корисності полягає у тому, що корисність – поняття суб'єктивне, вона не має кількісного виміру, тому блага можуть бути розподілені за певною шкалою, тобто споживач може визначити лише послідовність, за якою він обирає блага для задоволення своїх потреб.

Суб'єктивізм оцінок споживача є основою для індивідуалістичного підходу в теорії споживчого вибору. Кожен споживач розглядається як незалежний, суверенний індивід який вільно здійснює вибір економічних благ керуючись лише своїми власними оцінками і своєю волею.

Функція корисності задовольняє наступним властивостям [2]:

1) зростання споживання одного блага при постійному споживанні іншого веде до зростання споживчої оцінки. Якщо

$$x_1^2 > x_1^1, \text{ тоді } u(x_1^2, x_2) > u(x_1^1, x_2);$$

$$x_2^2 > x_2^1, \text{ тоді } u(x_1, x_2^2) > u(x_1, x_2^1);$$

2) гранична корисність кожного блага

зменшується при зростанні обсягу його споживання:

$$d^2u/dx_1^2 = u''_{11} < 0; \quad d^2u/dx_2^2 = u''_{22} < 0$$

3) гранична корисність кожного блага збільшується з ростом величини іншого блага. Дана властивість справедлива лише для благ, що не є такими, які повністю заміщаються в споживанні, тобто якщо

$$d^2u/dx_1 = u''_{12} = const;$$

$$d^2u/dx_2 dx_1 = u''_{21} > 0.$$

Крива байдужості зображує сукупність наборів двох благ, між якими споживач не робить розбіжностей. Будь який набір на кривій забезпечить один і той самий рівень задоволення. Іншими словами, крива байдужості зображує альтернативні набори благ, які приносять однаковий рівень корисності. [1]

Крива байдужості показує усі можливі комбінації двох благ X та Y , які забезпечують споживачеві однаковий рівень задоволення (загальної корисності). Сукупність кривих байдужості, кожна з яких відповідає певному рівневі корисності (U_1, U_2, \dots) називають картою кривих байдужості [Рис. 1].

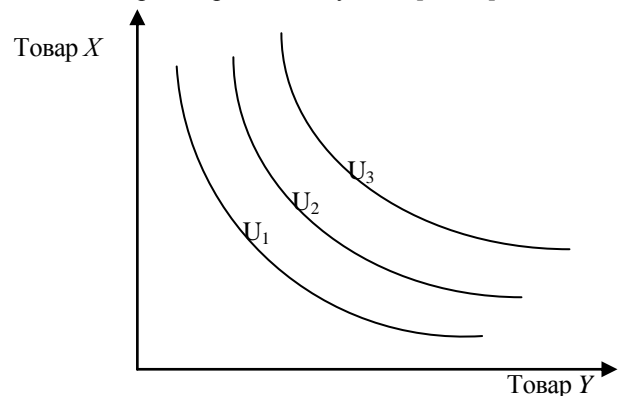


Рис. 1. Карта кривих байдужості [2]

Задача споживчого попиту (задача раціональної поведінки споживача на ринку) полягає у виборі такого споживчого набору $M_1(x_1^0; x_2^0)$, який максимізує його функцію корисності при заданому бюджетному обмеженні. Бюджетне обмеження означає, що грошові витрати на продукт не можуть перевищувати грошового доходу:

$$p_1 x_1 + p_2 x_2 \leq I,$$

де p_1 і p_2 – ринкові ціни однієї одиниці першого і другого блага відповідно, I – дохід індивіда, призначений для придбання першого і другого блага (величини p_1, p_2 і I задані).

Формально задача споживчого попиту може мати вигляд:

$$\left. \begin{aligned} &u(x_1, x_2) \rightarrow \max, \\ &p_1 x_1 + p_2 x_2 \leq I, \\ &x_1 \leq 0, x_2 \geq 0. \end{aligned} \right\}$$

Ця задача відноситься до задач нелінійного Лагранжа. програмування і може бути розв'язана методом

Література

1. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія. [текст]:навч. посіб. С 30, /А.В. Сірко – К.: « Центр учбової літератури», 2014, – 416 с.
2. Погрішук Б.В. Основи економічного прогнозування: Навч. посіб. / Б.В. Погрішук, О.М. Лисюк – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 248 с.

УДК 316.74:2

СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ ДО РЕЛІГІЇ

Бондар Ю. – ст. 2 курсу, гр.Фвн-21

Науковий керівник – к.пед.н, доцент Зарішняк І.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Сьогодні до основних суспільних змін можна віднести й ставлення українців до релігії. Остання в умовах глобальних суспільних процесів переживає певний ренесанс. Українці ставилися до релігії історично дуже шанобливо, проте певні корективи вносив політичний режим, і за радянських часів бути релігійною людиною для українця – означало відмовитися від кар'єрного росту. Тому й ставлення до релігії завжди відзначалося неоднозначністю та мінливістю. Процес відродження релігії стосується кожної людини, оскільки він має не лише соціальне, а й індивідуальне значення. Релігія християнства впливає на верстви населення, а особливо на молодь. І це відповідним чином позначається на її соціалізації, тобто на формуванні систем соціогенних параметрів (соціальних настанов і соціогенних потреб) молодих людей, насамперед учнів і студентів [1, с. 59]. Тому ми вважаємо, що ця тема є актуальною, оскільки вона дає змогу з'ясувати релігійні погляди студентів. Студенти ж – це майбутнє нашої держави. Провівши кілька соціологічних досліджень такого типу, ми можемо спрогнозувати майбутнє нашої країни.

Метою нашого дослідження було визначити релігійні вподобання та ставлення студентів до релігії, дізнатися, чи відвідує молодь релігійні храми.

Дослідженням ставлення людей до релігії та її ролі у житті суспільства займалися такі науковці, як Ю. Борунков, У. Джеймс, Б. Куценко, Б. Лобовик, З. Фрейд, Е. Фромм, К. Юнг, В. Циба, С. Хассен, А. Сафронів, Ю. Максвелл та інші.

Трансформація суспільства вагомо вплинула на релігію як соціальну інституцію. Науковці відмітили перехід від масового атеїзму до широкого розповсюдження традиційних релігій і різних нетрадиційних для нашого народу релігійних об'єднань, які, на їхню думку, мають як позитивні (наприклад, релігійний плюралізм), так і негативні моменти (виникнення численних сект і деструктивних культів) [3, с. 372.]

Для виявлення змін у ставленні молоді до релігійної ситуації в Україні ми провели дослідження серед студентів ВНІЕ ТНЕУ, віком від 17 до 20 років. В опитуванні взяли участь 40 респондентів, серед яких 20 осіб представники

жіночої статі і 20 – чоловічої. Кожний студент давав відповіді на запитання індивідуально.

Дослідження показало, що в Україні молодь активно зазнає впливу християнської моралі, долучаючись до релігійних традицій. Більшість опитаних студентів – православні християни є віруючими (75%) (рис.1). На питання «Чи відзначаєте Ви релігійні свята?» 70% респондентів дали позитивну відповідь, 15% опитаних не святкують жодного релігійного свята, пояснюючи це тим, що не віруючі. В ході дослідження було виявлено, що значна частина молоді відвідує релігійні храми (70%). На запитання чи у їхній родині існують які-небудь релігійні традиції або звичаї, відповіді були різними: 45% – відповіли негативно, 45% – ствердно і 10% – відповіли, що такі традиції існують, але вони не приділяють їм великого значення. На питання чи має релігія вплив на їхню професійну (навчальну) діяльність, основна частина (70%) відповідей була негативною, 25 % респондентів вважають, що частково (це скоріше стосується їхніх взаємин із одногрупниками), лише одна особа засвідчила, що обираючи професію, зважала на те, щоб вона не суперечила етичним нормам її віросповідання.



Рис. 1. Конфесійна приналежність

Наша гіпотеза про те, що більшість респондентів є віруючими, і негативного відношення до інших світоглядів у них немає, підтвердилась частково. Ми виявили протиріччя між тим, як позиціонують себе респонденти (називають себе віруючими), з одного боку, і низьким рівнем дотримання принципів релігійного життя, з іншого.

Таким чином, дослідження показало, що більшість студентської молоді вважає себе приналежною до певної релігії. Для українського суспільства характерний релігійний плюралізм. Студенти толерантно ставляться до інших віросповідань. Вони визнають, що повинні співіснувати різні вірування. Також можемо сказати, що студентська молодь має недостатньо інформації про основні принципи і канони свого віросповідання. Студенти відвідують храми лише традиційно на великі християнські свята.

Дотримання молоді релігійних обрядів теж свідчить скоріше про ментальну особливість українців. Українська релігійність й сьогодні залишається певною мірою пов'язана із декоративізмом, вона в основному теоретично не заглиблена і теологічно не деталізована. Проте, варто відмітити, що ставлення студентів до релігії змінилося. Сьогодні студенти-економісти позитивно й вільно виражають світоглядні переконання, збагачуються духовно, традиційно відвідуючи релігійні храми.

Література

1. Балабанова Н. В. Соціологія релігії / Н.В. Балабанова // Спеціальні та галузеві соціології: навч. посіб. – 2-е вид. – К., 2007. Розд. 9. – С. 212-238.
2. Вілсон Б. Соціологія релігії / пер. з англ. М. Хорольської. – К.: Вид-во "АКТА", 2002. – 344 с.
3. Рязанова Л. Релігія та релігійність: теоретико-соціологічні проблеми / Л. Рязанова // Культура – суспільство – особистість. – К., 2006. – Лекція 12. – С. 363-389.

УДК 378.011.32:338.124.4

СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ ДО ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Климчук Я. – ст. 2 курсу, гр. ЕППвн-21

Науковий керівник – к.пед.н, доцент Зарішняк І.М

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Як відомо, сучасне суспільство прагне до постійного поліпшення рівня життя, яке може забезпечити тільки стійкий економічний ріст. На сьогоднішній день проблема економічної кризи є актуальною в Україні, адже політичні суперечності та військовий стан на сході України зумовили кризове становище, внаслідок чого знизився рівень життя населення. Складна економічна ситуація призвела до зменшення кількості робочих місць на ринку праці України, заробітної плати та погіршення суспільного спокою в державі.

Суттєво ця проблема вплинула і на молодь, адже саме вона є майбутнім нашої країни. Проте, внаслідок економічної кризи молоді люди не мають змоги реалізувати свої плани на майбутнє щодо навчання та роботи.

Метою даного дослідження є аналіз впливу економічної кризи на життя та добробут молоді, зокрема, студентів ВННІЕ ТНЕУ. Студенти, які навчаються за економічними спеціальностями, можуть не тільки проаналізувати вплив кризи на їхнє життя, а й запропонувати нові ідеї щодо виходу з неї.

Дослідження даної проблеми здійснювалось шляхом анкетування. Об'єктами дослідження стали студенти I-III курсу ВННІЕ ТНЕУ спеціальності «Економіка» віком від 17 до 20 років. Вибірка опитуваних склала 32 особи.

Ми припустили, що вплив економічної кризи на життя студентів є досить суттєвим: найнегативнішим наслідком останньої вони вважають підвищення цін на продукти, промислові товари та послуги, що вплинуло на зниження рівня соціально-матеріального становлення молоді. Молодь прагне змін і звинувачує владу у її неефективній протидії кризовій ситуації у державі.

Аналіз результатів опитування дозволяє констатувати, що на питання «Чи відчутно вплинула на вас та вашу сім'ю економічна криза?» 90% респондентів відповіли ствердно, і лише 10% вважають, що вплив економічної кризи на життя студентів та їх близьких не є досить вагомим.

Наслідки впливу економічної кризи на рівень життя опитаних відображено в рис. 1.

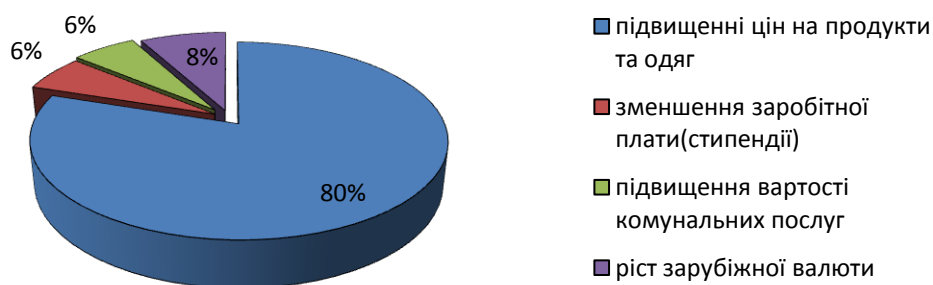


Рис. 1. Наслідки впливу економічної кризи на рівень життя студентів ВННІЕ ТНЕУ

Відповідно даних рис.1. ми можемо зробити висновок, що основним негативним наслідком економічної кризи для студентів ВННІЕ ТНЕУ стало

підвищення цін продукти та одяг (вважають 80% опитуваних), менш важливим, але суттєвим наслідком, стало зменшення заробітної плати

(стипендії) – 6% , підвищення вартості комунальних послуг – 6 %. Також 8% опитаних нами студентів-економістів наслідком економічної кризи вважають ріст зарубіжної валюти, що супроводжується інфляцією, знеціненням національної валюти і, відповідно, зменшує платоспроможність суспільства. Винними у ситуації, що склалася, на думку респондентів, є: 1) парламент (40% респондентів); 2) президент (37% опитаних); 3) народ (13% студентів); 4) немає винного (вважає 10% опитаних).

На думку студентів, щоб вирішити проблему, зумовлену наслідками економічної кризи в Україні, необхідно: по-перше, здійснити реформи в уряді країни (65 % опитаних), по-друге, прискорити вступ країни до ЄС (10 % респондентів), по-третє, здійснити

перехід до повноцінної ринкової економіки (вважає 25 % опитаних нами студентів). Відповіді респондентів засвідчили, що молодь не довіряє існуючій владі в країні та прагне змін. На запитання «Чи дієві реформи влади щодо виходу із кризи?» 90 % студентів відповіли негативно і тільки 10 % довіряють існуючій у країні владі.

Щодо чинників економічної кризи, то серед них 35% опитаних назвали корупцію, 30% студентів вказали на безвідповідальність влади, 29% респондентів причиною кризового стану в Україні вважають слабку фінансово-економічну систему держави і тільки 6 % опитаних відповіли, що кризу спричинили воєнні дії на сході України. Ці данні ми можемо проаналізувати на рис. 2.

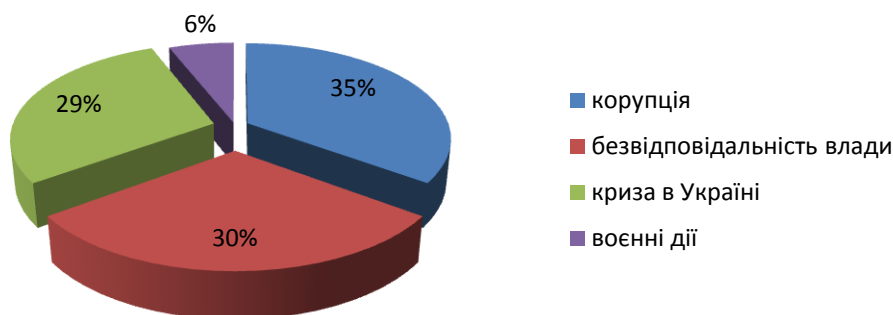


Рис. 2. Чинники економічної кризи

Таким чином, дані нашого дослідження підтверджують, що кризовий стан суттєво вплинув на життя суспільства та молоді зокрема. Знизився рівень добробуту, що спричинило обмеження у дозвіллі та соціально-матеріальному середовищі студентів. У молоді є недовіра до влади та політичної еліти країни. Не зважаючи на суспільні негаразди, молодь прагне до розвитку та самореалізації у рідній країні, до кардинальних змін держави до рівня європейських

країн з розвинутою економікою, що в результаті має привести до високого рівня соціального життя українського суспільства.

На нашу думку, перші кроки щодо вирішення даної проблеми вже діють. Відбулись зміни у законодавстві країни щодо зменшення тиску на малий та середній бізнес, що сприяє створенню нових робочих місць, та у перспективі створення власного бізнесу.

УДК 316.614:378.011.32

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ АДАПТАЦІЇ СТУДЕНТІВ-ПЕРШОКУРСНИКІВ

Клітна К. – ст. 1 курсу, гр.ОПДвн-11

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Зарішняк І.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Початковий етап навчання у ВНЗ має особливе значення у процесі розвитку особи майбутнього фахівця, тому тема нашого дослідження є актуальною. Перехід зі школи у вищий навчальний заклад – складний етап в житті молодої людини, оскільки вступ до ВНЗ призводить до значних змін міжособистісних контактів, соціального статусу, життєвих стереотипів. Цей період відбувається індивідуально, іноді навіть з надзвичайним напруженням нервової системи, що є причиною зниження розумової працездатності студентів та пояснює низьку успішність на першому курсі. Проблема адаптації студентів першого курсу до умов навчання у ВНЗ широко обговорюється в наукових публікаціях, оскільки від успішної адаптації першокурсників багато в чому залежить подальший

навчальний процес у ВНЗ, професійне становлення та особистісний розвиток майбутнього фахівця [1].

Проблемі адаптації студентів-першокурсників присвятили праці такі вчені, як Г. Балл, Ф. Березін, Н. Войтович, Н. Жигайло, Н. Кондратова, Т. Кухарева, О. Научитель, Т. Резник, І. Сімаєв, І. Зарішняк та інші.

Метою дослідження було з'ясувати, наскільки легко студенти змогли адаптуватися до студентського життя та що саме вплинуло на пришвидшення чи гальмування цього процесу.

Теоретичну основу дослідження склали теоретичні положення психологів і педагогів щодо адаптації студентів-першокурсників. Адаптація як соціальне явище – це процес включення особистості в нове для неї соціальне середовище, зокрема в колектив, становлення його складовою, активною

функціонуючою частиною, об'єктом і суб'єктом відносин цього середовища, перетворення нового середовища найближчого оточення в засіб життєдіяльності. Критерії адаптації виявляють ступінь активності в колективі, різнобічність її діяльності, значення для суспільства чи колективу, що адаптується [2, с.283]. При цьому виділяють як основні такі види адаптації як професійну та соціально-психологічну адаптацію [2, с. 118-122]. С. Самигін розрізняє три форми адаптації студентів-першокурсників до умов ВНЗ: 1) формальну адаптацію; 2) суспільну адаптацію; 3) дидактичну адаптацію [2, с. 285-287].

Дослідники дійшли висновку, що насамперед в абітурієнтів після періоду психічного стану радості, успіху, віри в майбутнє, планування перспектив студентського життя, очікування початку навчального року настає цілком реальний і досить складний для більшості першокурсників період адаптації. Багато першокурсників на перших курсах навчання відчувають великі труднощі, пов'язані з відсутністю навичок самостійної роботи, роботи з підручником та першоджерелами, аналізом інформації великого об'єму, чіткого висловлювання своїх думок [3, с.314-315]. Також науковці розглядають створення інформаційного освітнього середовища як умову формування навичок адаптації студентів економічних ВНЗ. Проведено дослідження міри впливу ІКТ і Web-технологій на адаптацію першокурсників до умов навчання в економічному ВНЗ [4].

Для того щоб виявити особливості соціальної адаптації студентів-першокурсників, нами було проведене опитування серед 38 студентів першого курсу Вінницького навчально-наукового інституту економіки ТНЕУ. Найменше труднощів в опитаних викликала суспільна адаптація, пов'язана із процесами внутрішньої та зовнішньої інтеграції з групою та студентським оточенням (63% опитаних студентів повністю пристосувалися до своєї групи,

53% налагодили стосунки з усіма одногрупниками, 74% опитаних вважають, що атмосфера у групі доброзичлива). Так само легко адаптувалися наші студенти до нового оточення, до структури ВНЗ, до вимог і своїх зобов'язань (формальна адаптація). Відповідно 63% респондентів відчувають допомогу куратора, 89% відчувають себе цілком комфортно у ВНЗ і не шкодують, що стали студентом нашого закладу, 84% вважає студентське життя набагато цікавішим, ніж шкільне.

Труднощі зумовила так звана дидактична адаптація першокурсників, обумовлена відсутністю навичок самостійної роботи, роботи з підручниками та інформаційними джерелами, аналізом інформації великого об'єму, чіткого висловлювання власних думок тощо. На запитання "Що у вас викликало найбільші труднощі в навчанні?" 32% студентів відповіли, що їм було важко знайти навчальну літературу, 26% опитаних важко було пристосуватись до нових дисциплін, а 7% першокурсників було важко виконувати домашні завдання.

В результаті дослідження процесу адаптації студентів-першокурсників у ВННІЕ ТНЕУ ми виявили, що не викликала проблем соціально-психологічна адаптація, яка зумовлена пристосуванням особистості до групи та групових взаємовідносин. Труднощі зумовила професійна адаптація студентів, пов'язана із пристосуванням до характеру, змісту й умов організації процесу навчання, формування навичок самостійності в навчальній і науковій роботі, з використанням ІКТ і Web-технологій. Більшості студентів подобається навчатися у ВНЗ, але в них виникають деякі проблеми з навчанням. Тому, на нашу думку, потрібно формувати у студентів такі основні риси характеру, як цілеспрямованість, впевненість та рішучість, що дасть змогу студентам краще долати труднощі у навчанні, спілкуванні, пошуку нових знайомств, а в подальшому і в професійній діяльності.

Література

1. Буланова-Топоркова М. В. Педагогика и психология высшей школы: учеб. пособ. для вузов / М. В. Буланова-Топоркова; отв. ред. С. И. Самыгин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 544 с.
2. Педагогика и психология высшей школы: учеб. пособ. для вузов / отв. ред. С. И. Самыгин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 544 с.
3. Кузьмінський А. І. Педагогіка вищої школи: навч. посіб. / А.І.Кузьмінський. – К.: Знання, 2005. – 486 с.
4. Заришняк И. Н. Влияние ИКТ и WEB-технологий на адаптацию студентов первого курса высших экономических учебных заведений [Электронный ресурс] / И. Н. Заришняк, Н. Ю. Ищук // Technika a vzdelávanie. – Ročník 3. – No.1. – Banská Bystrica. 2014. – С. 9-13. – Режим доступа: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/10162/1/web.pdf>, свободный, название с экрана.

УДК [316.612+159.923.33]:334.722-057

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ УСПІШНОГО ПІДПРИЄМЦЯ ОЧИМА СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ

Підгаєць Д. – ст. 2-го курсу, гр. ЕППвн-21

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Заришняк І.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Ринкова економіка неможлива без підприємницької діяльності і без підприємців, тобто без діяльності вільних, активних і підприємливих людей, умілих керівників. Успіх у підприємстві базується на здатності підприємця приймати правильні обґрунтовані

рішення. Важливим завданням є визначення найважливіших якостей, здібностей та поглядів успішних підприємців. Тому метою нашого дослідження є виявлення найхарактерніших рис особи підприємця, визначення особливостей готовності до професійної

діяльності у мінливому зовнішньому середовищі.

Тема підприємництва сьогодні є актуальною, оскільки охоплює сферу життя українського народу, від якої певною мірою залежить розвиток та майбутній прогрес не тільки економічного, а й соціального добробуту нації.

Дослідженням соціально-психологічних особливостей підприємців займалися зарубіжні вчені : А. Бейтон, Б. Карлоф, Д. Макклеланд, М. Пітерс, Й. Шумпетер, а також українські дослідники: З. Варналій, В. Зянько, В. Кредісов, В. Максименко, Ю. Пачковський та інші [1]. Вітчизняні науковці, звісно, досліджували особливості підприємництва в Україні, зокрема, А. В. Сірко.

Науковці розмежовують поняття «бізнесмен» і «підприємець», аналізуючи психологічні особливості останніх [2]. Підприємець – це особливий тип людей, які виконують функцію новаторів. Здійснювати новацію в економіці нелегко, оскільки їй протидіють особливості навколишнього середовища. Зарубіжним країнам більш звичне слово “бізнесмен”. В Україні воно ототожнюється з підприємцем, хоча між цим поняттями існує певна відмінність. Основними ознаками підприємництва, що відрізняють його від інших форм економічної діяльності, є: самостійність і відповідальність, динамічність і активний пошук рішень. Існує багато варіантів визначень слова “підприємець”, це свідчить про велику кількість підходів щодо його розуміння. Багатовіковий досвід показує, «що справжні, успішні підприємці мають володіти не лише фізичним здоров'ям, бути компетентними у своїй справі, а й володіти певними психологічно-вольовими рисами, зокрема сміливістю, наполегливістю, умінням спілкуватися з людьми, а також мати розвинену інтуїцію, яка допомагає швидко приймати рішення. Ось чому сучасна економічна наука вважає підприємницький хист четвертим фактором виробництва» [3].

Тому для визначення цих особливостей та аналізу їх змін було проведено дослідження, в якому взяло участь 28 респондентів – студентів ВННІЕ ТНЕУ, серед яких 14 жінок та 14 чоловіків. Головним завданням було виявлення рис, які студенти вважають важливими для підприємницької діяльності та аналіз зацікавленості

респондентів у підприємстві. Критеріями виступили запитання, в яких йшлося про притаманність підприємцю таких рис як : креативність, наполегливість, адаптивність, ризиковість та незламність. Більшість опитаних вважають, що саме такі риси мають бути притаманні успішним підприємцям. Це свідчить про відповідність теоретичних основ дослідження з практичними даними. Респонденти одноголосно погодилися з визначенням, що економічний лідер – це оперативний центр безлічі відносин і функцій, який створює нові робочі місця, приносить прибуток і сприяє розвитку сфери послуг, асоціюючи вищезазначене визначення з визначенням слова “підприємець”.

Гіпотеза, яка була визначена в ході розробки методологічної частини соціологічного дослідження про те, що підприємцем народжуються, а не стають, була підтверджена частково. Існує думка, що докладання відповідних зусиль і розвиток відповідних вмінь складають основу ймовірного успіху у різних сферах підприємництва.

Щодо фахової освіти підприємців, то, як показує практика, вона бажана, але не обов'язкова : із 265 мільярдів світу наприкінці 90-х років ХХ ст. кожен четвертий не мав вищої освіти. У розвинених країнах, як свідчать дослідження соціологів і психологів, підприємці становлять незначний прошарок – близько 5% від усього працездатного населення [3]. Цей показник кількісно відповідає відсотку людей загалом, які народжуються з підприємницьким талантом. На нашу думку, для того, щоб стати успішним підприємцем, необхідно мати хоча б необхідніші задатки психологічних особливостей підприємця [2, 4], корегуючи та вдосконалюючи набуті під час навчання вміння.

Таким чином, ми визначили, що підприємницький хист є важливим фактором становлення та розвитку успішного самодостатнього підприємця. Тому основним завданням для України сьогодні і в подальшому майбутньому є створення сприятливих умов для вдосконалення та розвитку перспективного бізнесу і підприємництва, що є однією з ключових умов розвитку ринкової економіки, і до чого так наполегливо і довго прагне і рухається наша держава.

Література

1. Рудковська В. Підприємництво як особливий тип економічного мислення [Електронний ресурс] / В. Рудковська. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/entrepreneurship-as-a-special-type-of-economic-thinking>, вільний, назва з екрану.
2. Зарішняк І. М. Психологія і педагогіка: навч. посіб. для студ. екон. спец. / І. М. Зарішняк. – Вінниця: ВІЕ ТНЕУ, 2011. – 167 с.
3. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія. : навч. посіб. [Електронний ресурс] / А.В. Сірко К. : “Центр учбової літератури”, 2014. 416с. Режим доступу:http://pidruchniki.com/1267100562889/politekonomiya/pidpriyemnistvo_vidi_pidpriyemstv, вільний.
4. Кренденцер О. В. Аналіз психологічної готовності підприємців до професійної діяльності у сфері торгівельного бізнесу / О. В. Кренденцер. – Режим доступу: <http://www.boOk.net/index.php?p=achapter&bid=5413&chapter=1>, вільний, назва з екрану.

УДК 378.048.4

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО САМОВИЗНАЧЕННЯ СТУДЕНТІВ

Ткач С. – ст. 1 курсу, гр. Фвн-21

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Зарішняк І.М.
Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Сучасні вимоги професійного середовища, для яких характерне широке використання інформаційних і комп'ютерних технологій, швидке впровадження досягнень науки і техніки у виробничий процес формують соціальне замовлення на працівників, які здатні швидко адаптуватися до динамічного виробництва, легко переходять від одного виду діяльності до іншого, здатні до безперервного самовдосконалення упродовж життя. Головна проблема, що виникає під час входження людини в професійне середовище, є її відповідність рівню вимог професійного середовища. Для вирішення означеної проблеми існує ряд суспільних засобів, серед яких чільне місце займає система професійної орієнтації студентської молоді.

Таким чином, тема професійного самовизначення є актуальною, тому що з вибором професії стикається кожна молода людина, і саме майбутнє держави залежить від нашої молоді.

Метою даного дослідження було зрозуміти, чим керується молодь у виборі майбутньої професії, наскільки свідомим був її вибір і чи студенти не шкодують про нього. Для цього ми дослідили мотиваційну складову професійного самовизначення, з'ясували вплив батьків на вибір професії тощо.

В Україні проблема професійного самовизначення стала активно досліджуватися науковцями, переважно психологами й соціологами. Серед науковців, які досліджували цю проблематику слід назвати Є.О. Клімова, П.А. Шавіра, В. Осовського, Є. Васильєва та інших.

Аналіз літературних джерел дозволив нам розглядати професійне самовизначення як довготривалий і динамічний процес узгодження особистістю протиріччя між власними можливостями і бажаннями та попиту ринку праці на рівень і якість підготовки фахівців, «багатомірний і багатоступеневий процес, в якому відбувається виділення завдань суспільства і формування індивідуального стилю життя, частиною якого є професійна діяльність»[1]. Психологи відмічають, що вік від 17 – до 21 року є періодом першого випробування власних сил і здібностей людини, під час якого відбувається професійне самовизначення особистості [2, 3].

Для аналізу професійного самовизначення студентів ми провели анкетування серед студентів ВННІЕ ТНЕУ та НАВС. В опитуванні взяли участь 34 респонденти віком від 17 до 18 років. Кожний студент давав відповіді на запитання індивідуально. На питання, чи керувалися студенти при виборі професії порадами друзів, більшість відповіла негативно(88%). Основна частина студентів приймали це рішення з

батьками -(58,8%), решта вирішували самостійно (41,2%). На питання «На що ви звертали найбільшу увагу, коли обирали професію?» відповідь студентів була неоднозначна: когось привабила висока заробітна плата – 38,2%, у більшості студентів виявилась схильність до тих чи інших видів діяльності – 50% і лише одна особа вказала на авторитет окремих особистостей в обраній професії – 2,9%. Цікавою виявилася відповідь 8,9% респондентів, які вказали, що вони обирали професію з огляду на перспективність на попит ринку праці. На запитання, чи не шкодують студенти про свій вибір, 82% з впевненістю заявили що ні, але 17,6 % осіб за такий короткий час вже встигли пошкодувати. На питання, «Чи вибрана тобою професія реалізовую твої духовні та фізичні можливості?», відповіді були різними: 50%- відповіли «так», 29,4% – «частково» і 20,5% – «ні». На питання, чи буде їхня професія користуватися попитом у майбутньому, основна частина (73,5%) впевнена, що «так», 9 респондентів (26,4%) ще не визначилися, але ніхто не відповів, що професія не буде користуватися попитом.

Гіпотеза про те, що студенти мають професійні плани виявилася правильною. А гіпотеза чи студенти бачать себе професіоналами своєї справи, підтвердилася частково.

Таким чином, можна зробити висновок: по-перше, чинниками, що спричинили вибір своєї професії стали: 1) висока заробітна плата; 2) схильність до тих чи інших видів діяльності; 3) авторитет окремих особистостей, – представників цієї професії; 4) її перспективність та попит на ринку праці. Оскільки мотив престижності займає останнє місце за нашими результатами опитування, то можемо зробити висновок про спад популярності економічних професій. По-друге, кожен другий респондент має бажання реалізувати себе у майбутньому і має професійні плани.

Отже, професійне самовизначення – це вибір особистістю виду майбутньої професії, що відбувається на основі наявних у неї професійних нахилів, інтересів і сформованих здібностей. Сутність професійного самовизначення полягає в усвідомленні особистістю відповідності своїх можливостей психічними вимогами професії, розумінні своєї ролі в системі національних відносин і своїх можливостей щодо виконання зобов'язань, що виникають у зв'язку зі зробленим вибором. Незважаючи на значну кількість досліджень проблеми професійного самовизначення, в соціології існує велике розмаїття концептуальних підходів до сутності та змісту процесу професійного самовизначення.

Література

1. Павелків Р. В. Вікова психологія [Електронний ресурс] / Р. В. Павелків. – режим доступу: http://pidruchniki.com/1584072037047/psihologiya/vikova_psihologiya, вільний, назва з екрану.
2. Варій М. Й. Психологія [Електронний ресурс] / М. Й. Варій. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/00000000/psihologiya/biopsihichna_mentalno_psihichna_pidstrukturi_osobistosti, вільний.
3. Зарішняк І. М. Психологія і педагогіка: навч. посіб. для студ. екон. спец. / І. М. Зарішняк.– Вінниця: ВІЕ ТНЕУ, 2011. – 167 с.

Шарко В. – ст. 1-го курсу, гр.ПТБДвн-11

Науковий керівник – к.пед.н, доцент Зарішняк І.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Україна знову увійшла у той час, коли тема про патріотизм є однією з найактуальніших тем для дискусій та обговорень. Заглядаючи у минуле, можна спостерігати, як ставлення українців до своєї держави значно змінювалося протягом останніх років. Хто б міг подумати, що у 2017 році ходити у вишиванці по місту стане звичайним явищем, а співати українські народні пісні стане модно серед сучасної молоді. Думки українців розділилися через різноманітний вплив на людей. Одна частина українського населення хоче залишитися жити в Україні, прагне змінити політичну та економічну ситуацію своєї держави, в той час як друга його частина впевнена, що Україна не придатна для розвитку та проживання, і хоче якомога швидше залишити країну у пошуках кращої долі для себе та своїх рідних.

Ми обрали цю тему для того, щоб дізнатися наскільки наша молодь патріотична і небайдужа до сучасної політичної та економічної ситуації в Україні.

Спираючись на власні дослідження та на дослідження науковців протягом 2011-2014 років, ми можемо зробити висновки щодо громадянської позиції студентів-першокурсників ВННІЕ ТНЕУ. Більшість опитаних нами студентів бажають проживати в Україні за умов економічної стабільності.

Проаналізуємо зміни у ставленні студентів до проживання в Україні впродовж 2013-2017 рр. (рис. 1).

Динаміка ставлення студентів-першокурсників до України як країни постійного проживання

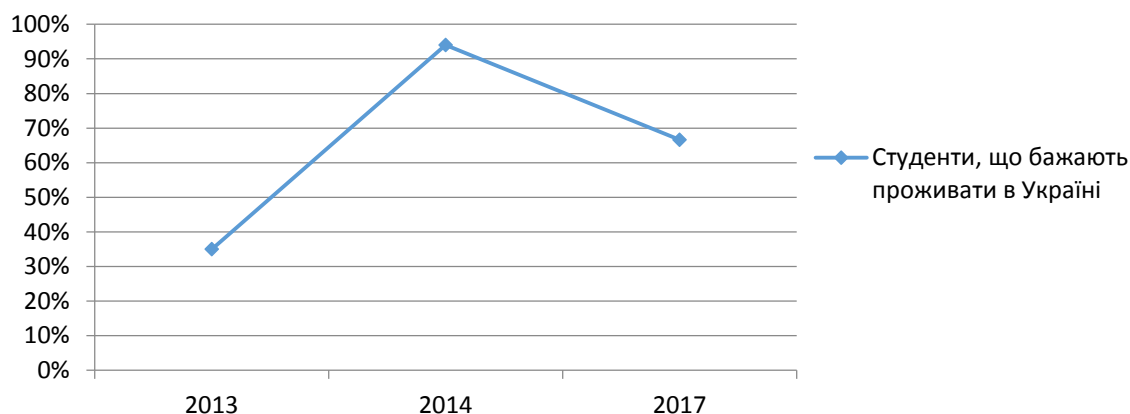


Рис. 1. Динаміка ставлення студентів-першокурсників до України як країни постійного місця проживання.

За даними нашого дослідження 100% опитуваних вважають себе українцями. Проте, результати анкетування свідчать, що не всі студенти бажають проживати на території України: 1) 33,3% загальної кількості опитуваних бажають проживати за кордоном, зокрема, у країнах Європейського союзу та США; 2) 33,3% студентів готові виїхати з України назавжди; 3) решта 66,6% готові залишити країну задля кращого заробітку, але з подальшим поверненням на Батьківщину. Як бачимо, найбільше респондентів вказали Україну як бажану країну для проживання у 2014 році. Збільшення кількості патріотично налаштованих студентів дослідники пов'язують насамперед із Революцією Гідності. Після подій на Майдані у молоді з'явилася надія на позитивні зміни у країні. Але більшість негативних економічних та політичних факторів залишаються не подоланими й досі. Цим і можна пояснити підвищення міграційних настроїв студентів. В Україні залишається низька заробітна плата, високий рівень

безробіття серед молоді, труднощі працевлаштування за спеціальністю після закінчення ВНЗ, корупція тощо. Все це призводить до зневіри молоді у майбутньому України як держави.

Незважаючи на еміграційні процеси та незадоволення рівнем життя в Україні в останні роки, можна помітити позитивні зрушення стосовно виховання мовної та культурної свідомості молоді. В період з 2011 по 2014 рр. наші студенти стали більше цікавитися українськими традиціями, зріс інтерес до історії свого народу, молодь охоче брала участь у різних заходах на українську тематику [1, с. 169].

Студенти покладають відповідальність за майбутнє України на владу, ігноруючи або не розуміючи вагу власної громадянської позиції у суспільних процесах. Це свідчить про недосконалість ґрунтовних знань із політології. Порівняльний аналіз питання щодо майбутнього України впродовж 2011-2014 рр. показав негативну

динаміку. Впевненість в Україні зросла тільки в 2014 році. Сьогодні знову в цьому питанні з'явилися негативні тенденції. Студенти зневірилися у «світлому майбутньому» своєї

країни, а позитивні зміни в нашій державі можливі, на їхню думку, лише за умови вступу України до ЄС (Табл. 1).

Таблиця 1

Зміни поглядів студентів щодо прогнозування кращого майбутнього України

Погляди щодо майбутнього України	Роки			
	2011	2013	2014	2017
Не вірять у майбутнє України	17%	59%	1%	33%
Вірять у майбутнє України	56%	38%	94%	67%
Майбутнє України залежить від президента й парламенту	-	73%	36%	64%
Майбутнє України залежить від власної активності, громадянської позиції населення	-	7%	58%	31%

Молодь зневірилася у позитивних змінах після Революції Гідності. За результатами нашого анкетування видно, що 33% опитуваних навіть не сподіваються на розвиток своєї країни. Вони впевнені, що Україна не здатна відродитись як розвинена демократична держава, і змінити щось в цій країні навряд чи вийде. Але, незважаючи на це, більшість студентів першого курсу (67%) переконані, що Україна через 20 років все ж таки буде розвинутою державою і, навіть, увійде до ЄС. Результати анкетування також показали, що більшість опитуваних впевнені в залежності рівня життя в Україні від президента та парламенту, і лише третя частина учасників притримуються думки, що тільки громадська активність та патріотизм населення відіграє найголовнішу роль у розвитку та процвітанні держави.

Звісно ж, влада, яка представляє державу, сильно впливає на її розвиток, але потрібно пам'ятати, що від нашого вибору залежить майбутнє

нашої країни. Сьогоднішній світ повинен будуватися на активній участі людей у громадському та політичному житті.

Таким чином, сьогодні український патріотизм йде на спад. Це зумовлено тим, що Україна переживає непростий період, і, тільки об'єднавши зусилля, ми зможемо пережити цей скрутний час. Сучасна молодь націлена на те, щоб матеріально забезпечити своє життя, але мізерні зарплати та високі ціни змушують замислитися про заробітки за кордоном або, навіть, про переїзд в іншу країну. Відтак, наша держава втрачає цінний, креативний та працездатний людський ресурс. Звісно ж, більшість опитуваних студентів вірять у процвітання нашої країни, але однієї віри замало. Потрібно докладати багато зусиль для подальшого розвитку країни, щоб Україна на тлі інших європейських держав була конкурентоспроможною та мала торгівельні зв'язки з розвиненими європейськими країнами.

Література

1. Творун С. О. Трансформація соціальної активності та патріотичних настроїв студентів ВНІІЕ ТНЕУ / С. О. Творун // Конкурентоспроможність національної економіки та освіти: пошук ефективних рішень: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжн. уч., м. Вінниця, 15 квітня 2015 р.: у 3-х т. – Т. 1 / редкол. ВНІІЕ ТНЕУ. – Тернопіль: Крок, 2015. – С. 168-171.

УДК 81'25

ВИКОРИСТАННЯ ЛАТИНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ

Мовчанюк Д. – ст. гр. ПРвн-31

Науковий керівник – к.т.н., доцент Козловський А.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

На сучасному етапі найбільш прогресуючою галуззю є інформаційні технології, що охопили усі сфери суспільної діяльності. Оскільки значна частина активності, ведення документації, банківські операції, освітня база даних, тощо, залежить від комп'ютерних технологій та є програмованими, важливою є їх доступність для широкого загалу користувачів. Переклад сайтів є запорукою їх популярності та дієвості. Основна складність перекладу текстів комп'ютерної галузі, а саме переклад термінологічних одиниць, полягає у розкритті та передачі засобами української мови іншомовних реалій. Обов'язкова умова повноцінного перекладу будь-якого

спеціального тексту, особливо комп'ютерного, – це повне розуміння його перекладачем. Дослівний переклад термінів, без проникнення у їх сутність, без знання самих явищ, процесів та механізмів, про які йдеться в оригіналі, може призвести до грубих помилок у перекладі.

Основними способами відтворення латинською мовою комп'ютерної термінології є:

- транскодування;
- калькування;
- описовий переклад;
- еквівалентний переклад.

Спосіб транскодування полягає в передачі звукової або графічної форми слова вихідної мови засобами абетки мови перекладу.

Особливо часто транскодування термінів відбувається тоді, коли термін у мові перекладу складається з міжнародних терміноелементів латинського або давньогрецького походження.

В умовах відсутнього певного поняття для позначення явища або об'єкта, процес номінації відбувається двома шляхами:

- новий термін запозичується з іншої мови разом з асиміляцією явища або поняття;
- номінації відбуваються засобами, існуючими у мові (наприклад, надання нового значення існуючим словам).
- Дослідження показують, що в процесі перекладу комп'ютерних термінів латинською мовою використовуються наступні методи:
- транслітерація /транскрипція;
- експлікація;
- переклад на основі аналогії (із застосуванням стандартної лексики в іншому значенні).

Калькування – це переклад лексичних одиниць оригіналу, шляхом заміни їх складових частин лексичними відповідниками у мові перекладу. Калькування, як прийом перекладу, частіше застосовують у перекладі до тих складних термінів, що утворені за допомогою поширених загальноживаних слів. Калькування використовують при перекладі таких термінологічних словосполучень як наприклад *process-handling procedure* -процедура управління процесом; *peer view instances* – рівноправні екземпляри видимого елемента; *disk storage* – дискова пам'ять; *current drive* – поточний дисківід; *image recognition* – розпізнавання зображення. Калькування є виправданим при перекладі термінологічних словосполучень тоді, коли складові елементи цих словосполучень уже посіли певне місце у термінологічній системі мови перекладу і є доступним для розуміння спеціалістів.

Експлікація (від лат. *explicatio* – роз'яснення) – це лексико-граматична трансформація, при якій лексична одиниця мови-оригіналу замінюється словосполученням, яке дає пояснення або визначення

даної одиниці. За допомогою експлікації перекладають багатокомпонентні термінологічні словосполучення як, наприклад, *native mode* – режим роботи у власній системі команд; *processor-specific code* – програма, прив'язана до певного процесора; *magnetic bubble memory* – запам'ятовувальний пристрій на циліндричних магнітних доменах; *non-mouse program* – програма, яка не підтримує роботу з мишкою; *policy module* – модуль керування використанням ресурсів; *business application* – програма комерційних розрахунків; *nucleus* – ядро операційної системи; *gigaflors* – мільярд операцій з рухомою (плаваючою) комою (крапкою) за секунду.

При умові, якщо значення слова однією мовою повністю відповідає значенню слова другою мовою, то це еквівалентний переклад. Цей вид перекладу досить поширений при перекладі англійських комп'ютерних термінів, хоча в українській мові існує не надто велика кількість слів-відповідників у цій галузі. Можна навести такі приклади еквівалентного перекладу: *keyboard* – клавіатура; *memory* – пам'ять; *message* – повідомлення; *mode* – режим; *notepad* – записна книжка; *screen* – екран; *desktop* – робочий стіл; *network* – мережа; *bar* – панель; *error* – помилка.

У випадку, коли термін ще не увійшов у вживання у певній галузі науки чи техніки у мові перекладу і потребує свого тлумачення, використовується описовий переклад, який полягає у заміні оригінальних слів словосполученнями в мові перекладу з адекватним збереженням їхнього змісту. Під час застосування описового перекладу важливо переконатись, що в мові перекладу відсутній перекладний відповідник. Слід пам'ятати, що якщо перекладні словники ще не зафіксували нового терміна, його слід пошукати у перекладеній літературі, щоб уникнути створення термінологічних дублювань.

Оскільки комп'ютерна галузь розвивається з найбільшою динамічністю, неминучим буде залучення латинської термінології на позначення новостворених понять є неминучим, а тому ця мова може знайти новий виток відродження саме у цій сфері.

Література

1. Абабілова Н.М. Особливості перекладу термінів українською мовою / Н.М. Абабілова, В.Л., Білокамінська // Молодий вчений. – No 2 (17) • лютий, 2015 р. 126-127.
2. Ильина Л. В. Лексическое заимствование: переход иноязычий или внутриязыковое создание? [Електронний ресурс] / Л. В. Ильина, О. М. Сычева. – Режим доступу: http://www.philosophy.nsc.ru/journals/humscience/4_98/17_ILINA.HTM

UDC 51-7-067.875=111

STUDENTS' INVOLVEMENT IN MATHEMATIC RESEARCH ABROAD

Schcherbych V. – Gr. PTBD-11

Scientific supervisor PhD in technical sciences, associate professor A.V. Kozlovskiy
The Vinnytsia training and research institute of economics, TNEU

Continuous economic and employment growth depends on high levels of scientific and mathematical literacy among trades and professional workers. Industry demand for science and mathematics skills has increased since 2009, and is set to rise further. For our research we

have taken the data from the Monash University Centre of Policy Studies. These data showed that there were 33 800 scientists and mathematicians employed in Victoria in 2011. These occupations have grown 11 % since 2009, compared to 7 % cent growth for all occupations.

The demand for other professionals whose scientific and mathematical skills are considered core competencies is also growing. These include engineers, economists, accountants and surveyors. The Centre of Policy Studies conservatively estimates there were 224 000 people employed in these occupations in 2011, up 9 % since 2009.

It projects the demand for scientists and mathematicians will rise by 7 900 (14 %) between 2011 and 2016, as shown in Figure 1A. It also projects demand for other occupations requiring highly developed scientific and mathematical skills will rise by 34 700 (7 %).

In 2011 Skills Victoria identified a range of science and mathematics-related occupations as 'in shortage' or 'specialised'. These occupations require lengthy training, so any under-supply will have a significant economic or strategic impact on the state. They include:

- civil and electrical engineering-related occupations such as:
- draftspersons
- technicians
- engineering professionals
- agricultural and forestry scientists

- accountants
- surveyors and spatial scientists
- architectural, building and surveying technicians.

Participation by school leavers in post-school science and mathematics education and training remained steady between 2012 and 2015. However, there was a drop in the proportion of students studying engineering-related courses which coincides with critical skill shortages in these areas.

Overall participation in science subjects has remained steady since 1995, while participation in mathematics has increased. However, participation in the fundamental, enabling sciences has been decreasing over the same period.

It means that economic sphere needs specialists of more applied fields with mathematics skills in order to make forecasts, precise calculations, drafts, designs. So developing mathematics skills remains traditionally important and students are willing to take part in extracurricula activities related to mathematics in order to improve their competencies and find more interesting ways of applying mathematic knowledge in solving problems.

References

1. Science and Mathematics Participation Rates and Initiatives: Victorian Auditor-General's Report June 2012. – 62

УДК 329(4)

ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО У ДРЕВНЬОМУ РИМІ

Дембіцький І. – ст. 3 курсу, гр. ПРвн-31

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Мовчан Л.Г.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

У період трансформації України у стабілізовану правову державу, її долучення до Європейського цивілізованого простору важливе значення має вивчення історії становлення цивільного права загалом. Стародавній Рим був потужним джерелом і місцем зародження цивільного права та його норм, які із звичаїв з часом перетворилися у норми закріплені в законах.

Сучасне цивільне право виникло і розвивалося протягом тривалого часу. Свою історію воно почало ще з часів Стародавнього Риму. Тому і правова система України називається романо-германською. У римлян право було досить розвинене для тодішнього часу і містило дуже багато положень, які можуть застосовуватись і зараз.

Цивільне право у стародавньому Римі складалося з трьох систем: *ius civile* – цивільне право, *ius gentium* – право народів, *ius praetorium* – преторське право. Цивільне право Стародавнього Риму відзначалося національною обмеженістю, обтяжливим формалізмом, консерватизмом. Основним джерелом права були Закони XII таблиць.

Потрібно зазначити, що давньоримські історики та правознавці по-різному пояснювали походження права, його характер, зміст та ін. Наприклад, відомий давньоримський історик Тит Лівій називав Закони XII таблиць *fons omnis publici*

privatique juris – витоком всього публічного і приватного права. Вислів, звичайно, гарний. Але потрібно зважати, що Закони XII таблиць самі є продуктом певного суспільного розвитку, а, отже, мають свої витoki і свою історію. Не можна погодитися і з міркуваннями видатного давньоримського юриста Папініана, який стверджував, що цивільне право походить від законів, плебісцитів, сенатус-консультів, декретів принципів, думок мудреців. Проте вони є лише формами утворення права, формами його вираження, тобто наслідком права, а не навпаки.

Завдяки Дигестам Юстиніана та деяким іншим джерелам збереглося досить багато імен правників, які зробили значний внесок у розробку теорії права та практику його застосування. Вважається, що розвиток правознавства у Римі починається з Тиберія Корункарія.

Починаючи з кінця республіки і протягом принципату римські правники поділялися на дві правові школи: сабініанців (засновник Гай Атей Капіто, найбільш видатний представник – Масурій Сабін) та прокуліанців (засновник Антістій Лабео). Сабініанці були більш консервативними і тяжіли до звичних норм та правил. Прокуліанці підтримували нові ідеї, чим сприяли подоланню консерватизму та надмірної формальності *jus civile*.

Правознавці II–III ст. н. е. отримали назву «класичних». Саме вони сформулювали більшість засад та ідей, що склали основу римського права, як вищого досягнення античної цивілізації. Найбільш відомими серед них є Масурій Сабін (провідник школи сабініанців), Цельс Філій, котрий написав багато праць, Октавій Юліан Емілій, який створив за завданням імператора Юліана «Постійний преторський едикт», Секст Помпоній, що коротко виклав історію римського права. Правознавцю II ст. Гаю належить неперевершений підручник з римського права (Інституції). Вершиною класичної юриспруденції вважають праці Емілія Папініана, котрий був неперевершеним казуїстом і створив «Питання» у 37 книгах, «Консультації» у 19 книгах і «Дефініції» у 2 книгах.

Сучасну правотворчість в Україні багато в чому можна розглядати як пряму, так і непряму (опосередковану) рецепцію римського приватного права [2, с 23] як на рівні правових норм, так і на рівні правових знань. В основу сучасної кодифікації цивільного права України покладено принципи свободи договору і підприємницької діяльності, неприпустимість свавільного втручання у сферу особистого життя людини, неприпустимість незаконного позбавлення права власності, судовий

захист цивільного права і інтересу, а також справедливість, добросовісність і розумність (ст. 3 Цивільного кодексу України), що, на нашу думку, слід розглядати як бажання законодавця закріпити засади, характерні саме для римського права. У цьому контексті слід відзначити багатоканальність рецепції римського права на доктринальному рівні. Так, зокрема, проникнення ідей, принципів та засад римського права відбувається як через юридичну освіту (результати наукових пошуків вчених-правників – через курси римського права, цивільного права, історії держави і права, теорії держави і права, філософії права, порівняльне правознавство), так і через юридичну практику – перш за все як результат діяльності суддів.

Не можна також ігнорувати приклади використання законодавства інших держав як певних зразків у процесі правотворчості як каналу рецепції римського права. Окреме місце серед каналів проникнення римського права в українську правову доктрину займає практика Європейського суду з прав людини. Отже, рецепція римського права на ідеологічному рівні правової системи на території сучасної України здійснювалася декілька разів, як безпосередньо, так і через інші правові системи.

Література

1. Основи римського приватного права: Підручник / В. І. Борисова, Л. М. Баранова, М. В. Домашенко та ін.; За заг. ред. В. І. Борисової та Л. М. Баранової. – Х.: Право, 2008. – С. 16.
2. Підпригора О. А. Римське приватне право: Підручник для студентів юрид. спец. вищих навч. закладів. Вид. 3 -тє, перероб. та доп. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2001.
3. Підпригора О. А., Харитонов Є. О. Римське право: Підручник. – 2-ге вид. – К.: Юрінком Інтер, 2009. – 528 с.
4. Харитонов Є.О. Правова система України: між західною та східною традиціями права / Є. Харитонов, О. Харитонova // Порівняльно-правові дослідження. – 2007. – № 1-2. – С 161-168 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://comparativelaw.org.ua/dopovidi/2_4.doc.
5. Орач Є.М. Основи римського приватного права / Є.М. Орач, Б.Й. Тищик. – К.: Юрінком Інтер, 2000. – 272 с

UDC 659.12

THE IMPACT OF ADVERTISING ON THE CONSUMER'S MIND

Bondar Y. I. – student of the 2-nd course, Pidhaiets D.Y. student of the 2-nd course.

Scientific supervisor PhD in pedagogics, associate professor L.G. Movchan

The Vinnytsia training and research institute of economics, TNEU

The history of advertising and its role in economic processes has been a widely discussed issue in Western countries. But in Central and Eastern Europe, it is a relatively new topic of research since these countries are still in the transition period to the market driven economy. An important contribution to the definition and analysis of advertising effectiveness was made by the scientists: G.Kotler, F.Armstrong, who studied advertising space in the system of marketing communications, its types, and impacts on people's choices, preferences, and social welfare on the whole.

While in the western countries higher educational establishments offer a range of subjects relating to advertising issues, the postsocialist countries' research of the problem is only starting to develop. Scientists of the postsocialist countries Garkavenko S.S, Gerasimchuk V.G, Pocheptsov G.G, Romat E.V, Starostin A.A. and others analyze advertising as part of providing effective strategic management of the company.

Therefore, there is not enough historical statistical data, or at least ordered archival materials and publications of sources dedicated to the problems of advertising in these countries.

Summarizing the collected references, we can say that advertising is one of the dominant means of disseminating information and is an integral part of those groups of social institutions, which actively affect different spheres of public life.

The aim of our studying is the research of trends of modern development of advertising.

Advertising is one of many, but not always essential tools of activation sales, and increasing a turn-over. In addition to a commercial, advertising has also a social impact. Therefore, advertising should meet the following basic requirements:

1. Truthfulness. Ads should be business in nature, to meet reality, possess unity of form and content, to carry the true and correct information.

2. Specificity. It should be simple and easy for understanding and compel language of text-thought-out arguments and data, logically completed design solution.

3. Targeting. It lies in the fact that the advertisement refers to a specific age, social or professional population groups, united with different interests.

4. Planning. Advertising is an integral part of the plan of marketing activity of any company.

There are various tools advertising sends promotional messages to selected potential buyers:

The first of them is purchased time (or place) in the information tool to access the same group of people for which you will need to make contact.

The second tool is personal sales, which is considered the most effective of all. In this case the employee visits a client, demonstrates and thoroughly explains how his product can satisfy the needs.

The third tool is publicity and public relations. In its essence it is free advertising activities of the company, which represents the public interests [3].

The fourth tool is promotion of a product or sales promotion. It is used to specific products and reduction of stocks of material assets.

The fifth tool is an oral advertising. This refers to positive feedback from those who have bought the product and are satisfied with it.

With in-depth study of human psychology, it became known that the person usually transfers all information, including advertising, into her/his inner language – the language of images. At an early stage of development of the market, the consumer generally liked

the ad. But with the growing competition, and with the information "noise", people gradually ceased to perceive traditional forms of advertising. This prompted the move from the company's so-called "commodity" advertising "branding" that is spoken in the language of images. So what do we call "branding"? People, as a rule, make decisions, guided by their personal values in the form of mental patterns, opinions, images of their rather abstract requirements and make them manifest in the choice of particular goods or services – not just "I am hungry", but I want a steak, sushi or a burger, not just "I am thirsty", but I want a soda, beer or mineral water, not just "I would like to dress myself", but to make myself fashionable, elegant, sexy, extravagant, stylish. In other words, the person has proper notions and can really express his needs. At the level of personal values there are brands, the strongest of which rely on an explicit commitment to certain values or their combinations: Apple is individualism, the Nike is achievement, the Fairy is a synonym for "to be a good housewife", BMW – aggressive superiority, Rolls-Royce – the high status of the owner [1].

The conducted research enables to conclude that in the current environment, advertising is one of the largest sectors of the economy. Advertising is an essential condition for the development of competition, because it informs consumers about the variety of market goods and services, makes the enterprise-manufacturer to improve the product appeals to the senses of the consumer and stimulate needs. So, the development of economy depends on how effectively this system will work.

References

1. Турзаєва Ю. Вплив реклами на свідомість споживачів // Ю. Турзаєва, Г. Стецюра [E-resource]. – Available at : http://www.rusnauka.com/12_EN_2008/Economics/31151.doc.htm
2. U. Oliinyk. Social context of manipulative effects of advertising / U. Oliinyk. [E-resource]. – Available at : <http://hour.ua/history/48583/>.
3. How to grow sales [E-resource]. – Available at : http://www.vlasnasprava.info/ua/business_az/how_to_grow/sales.html?_m=publication index S&IT=holidays&ID=11196.

UDC 43.235'812

CHANGES IN CONSUMERS' PREFERENCES DURING THE ECONOMIC CRISIS

O. Zabolotniy – student of the 2-nd course

Scientific supervisor PhD in pedagogics, associate professor L.G. Movchan

The Vinnytsia training and research institute of economics, TNEU

The worldwide economical downturn has significantly changed the economic landscape on a global scale. The Economic crisis of 2007-2010 was triggered by a liquidity shortfall in the United States banking system. It has resulted in the collapse of large financial institutions, the bailout of banks by national governments, and downturns in stock markets around the world. In many areas, the housing market has also suffered, resulting in numerous evictions, foreclosures and prolonged vacancies. As result to this crisis, consumer faces daily challenges related to his financial and material safety, increase of unemployment rate, fluctuations in consumer prices, restrictions in loan accessing, fluctuations in currency exchange rate, etc, all these affect the consumer attitude in the consumption and purchasing process. The recent Global Economic Crisis(GEC) felt

throughout the world has had an impact on the spending patterns of consumers as well as businesses. The model of consumer behaviour includes stimuli or major forces and events within the buyer's environment that affect the consumer's decision. The GEC is a major economic force that influences both the emotional and mental behaviour of consumers. Businesses should identify and understand how consumers will react to the difficult economic conditions within different cultures and economies.

Consumer behaviour is the study of when, why, how, and where people do or do not buy a product. It blends elements from psychology, sociology, social anthropology and economics. It attempts to understand the buyer decision making process, both individually and in groups. It studies characteristics of individual consumers such as demographics and behavioural

variables in an attempt to understand people's wants. It also tries to assess influences on the consumer from groups such as family, friends, reference groups, and society in general.

In the different periods of socio-economic development and different economic levels, consumers showed different patterns of behaviour and showed different characteristics.

An economic crisis can be defined as a long-term economic state which is characterized by low levels of investment and trade, high unemployment and low prices. The negative results of such a crisis will create a liquidity constraint that make consumers to rethink their buying decisions. An economic crisis affects consumers behavior by lower incomes and reduced employment. The analysis done by Fiszbein, Giovagnoli and Thurston (2003) showed that households with large number of kids, single parent households and female-headed households are more likely to reduce consumption. People lose their confidence and trust in the economy relatively rapidly [1]. Consumers' abilities to buy goods decrease during economic contractions, they want to save on their expenditures by reducing the quantity bought or by postponing their purchases until prospects become better [4].

When consumers notice the beginning of a recession they gain a strong motivation to limit their spending and wait for better times [2]. So, when consumers are feeling uncertain and lose confidence as a result of an economic meltdown, they tend to lower their expenditure and in particular their household consumption.

Private label success has grown very rapidly in recent years. In a study done by Hoch in 1996 store brands already had a share of 15% of the supermarket sales, with a income exceeding 48\$ billion. One of the most obvious reasons that one could expect why consumers prefer private labels, is the price advantage over national brands. Quality seems to be one of the most important indicators of the private labels' growth and

popularity [3]. Some individual factors, such as (brand name, store name and country of origin) also predict private label preferences. The more a consumer depends on foreign signal the more possible he or she is to prefer national brands [4].

The most important indicators of the success of private labels are quality and price.

National brands are in general more expensive than the private labels. Consumers who prefer the national brand over the private labels are willing to pay a premium for that particular brand. Hoch suggested that developing a sustaining brand image and brand equity would be a more viable and profitable approach than just cutting prices to compete with private labels.

Conclusions

The following conclusions can be drawn from this literature review. An economic crisis will lead to lower levels of investment, higher unemployment rates and lower prices. These outcomes will lead to an income uncertainty for consumers and can lead to liquidity constraints. That uncertainty and constraints can change a consumer's behavior during economic downturn. Previous research has shown that consumers tend to change their purchasing behavior more strongly during economic recession than when the economy is grow up again. During an economic crisis, people become more price sensitive.

We have seen that brand equity is an important determinant of how companies can afford to charge that premium. Furthermore, we can conclude that not only quality is a decisive factor in a consumer's decision to purchase national brand or private labels but also non quality drivers have an impact on consumers' decision. We have seen that individuals that were going to consume their product publicly or in company with others, tend to change their brand preference towards national brands. We can conclude that economic downturn will lead to a higher consumer price sensitivity which logically will lead to a lower national brand preference.

References

1. Fiszbein, A., P. Giovagnoli, and N. Thurston. Household Behavior in the Presence of Economic Crisis: Evidence from Argentina. World Bank, Washington, 2003.
2. Gale G. Economic effects on fundamental tax reform / G. Gale. Washington D.C.: Brooking institution press, 1996.
3. Hoch, Stephen J; Banerji, Shumeet Sloan Management Review; Summer 1993; 34, 4; ABI/INFORM Global. – P. 57.
4. Kantona, G. Psychological economics, Elsevier: New York, 1975.
5. Richardson P. The influence of store aesthetics on evaluation of private label brands / P. Richardson, Arun K. Jain, Alan Dick // Journal of Product & Brand Management. – Vol. 5. – Issue: 1. – P.19-28
6. Boytsun, M.. Prychyny ukrayinskoyi kryzy [Reasons of the Ukrainian crisis]. Zhurnal sotsialnoyi krytyky «Spilne» – Magazine of social criticism «Common».commons.com.ua. Retrieved from <http://commons.com.ua/prichini-ukrayinskoyi-kryzi/#> [in Ukrainian].
7. Changes of consumers preferences in the time of crisis: implications for the future touris. [E-resource]. – Retrieved from: <http://cts.som.surrey.ac.uk/publication/view/changes-of-consumer-preferences-in-the-time-of-crisis-implications-for-future-tourism-development/>
8. Analyzing the Main Changes in New Consumer Buying Behaviorduring Economic Crisis [E-resource]. – Retrieved from: <http://www.ijept.org/index.php/ijept/article/viewFile/3/4>
9. J.A. Molendijk.- «Premaster International Business»National brand preference of consumers in a time of economic recession. Academic Year 2010.

THE KNOWLEDGE OF FOREIGN LANGUAGES FOR JOB SEARCH IN UKRAINE

Klitna K.O. – 1st year student, Gr. OPD-11

Scientific supervisor PhD in pedagogics, associate professor L.G. Movchan

The Vinnytsia training and research institute of economics, TNEU

It is common knowledge that successful employment today directly depends on the competencies of a future employer and the knowledge of foreign languages is regarded as a key competence. This trend is becoming increasingly important to potential employers through the expansion of economic relations of Ukraine with other countries of the world. In any area of professional activity: industry, commerce, diplomacy and culture, international tourism, science and computer technology, the Internet, knowledge of languages is required daily in every working situation [1]

However, the situation concerning learning and teaching foreign languages in Ukraine has been unfavourable for a long time. Therefore not everyone can boast of a good command of one or more foreign languages. Fortunately, things are improving thanks to the state educational reforms that encouraged learning two foreign languages at school. These reforms were the result of the overall national strategy towards European integration, bringing educational standards in conformity with the European ones. The European Union puts a lot of effort to enhancing the quality of education of its citizens, enabling their mobility, starting mutual educational projects, promoting information exchange and encouraging lifelong learning. Languages are an establishing factor in this activity, since plurilingual citizens have a lot of advantages in using opportunities created by the integrated Europe [3, P. 40]. Due to modern teaching programs for studying foreign languages, a lot of people have mastered one European language (usually English). As a comparison, the average citizen of the US and Russia speaks only his native language [2]. According to the results of on-line poll conducted in Ukraine by TSN in 2015, 89% of the respondents studied English at school but only 18% of them know it at a medium or a little higher level. This information is available in Facebook at “Общественная инициатива Украина Speaking”.

In comparison with the European countries Ukraine lags behind in its citizens' ability to speak a foreign language. According to Eurobarometer “Europeans and their languages” some 65% of the EU citizens know at least 2 foreign languages and 38% speak English fluently. According to EF English Proficiency Index, the highest level of command of English is in Sweden (70,94% of the population), the Netherlands (70,58%) and Denmark (70,05%) [5].

Recruiting companies also collect and analyze statistical data about the command of foreign languages among Ukrainians. One of these companies is Archers that deals with searching, choosing and training staff for companies. According to the data collected by Archers:

- Up to 30% of the total number of job seekers abroad speak at least one foreign language at an elementary conversational level;
- 70% of candidates among the top managers are fluent in foreign language;
- 100% applicants from among employees of companies working with foreign markets, know English.

Suffice it to mention, that every position requires a different level of knowledge of the language. In many cases it is sufficient to know a foreign language at the level of commands; for example, for a contract of a sailor with a shipping trading company. Otherwise, you need to know a specific foreign language, if you want to work in medicine or in metallurgical production [4]

Some employers include the knowledge of English among the mandatory requirements to the candidate, others don't even think about it taking the availability of this skill for granted. Why is the knowledge of English a significant advantage? How English affects the success of your career? There is a list of occupations for which knowledge of English is vital. We will not mention those professionals for whom English is the main tool of the work: translators and language teachers, and diplomats [2].

Top 5 occupations for which the knowledge of English is a must:

- The head of the company, the Manager of the project;
- Journalist;
- Copywriter;
- Sales Manager;
- A marketer.

The following three professions accept the knowledge of English as an advantage:

- Programmer;
- The doctor;
- Economist

English is the universal language and not only in terms of employment. Having studied English, you will always feel comfortable and confident on every continent, both on holiday and at work. Currently in Ukraine there are numerous companies and branches in the EU. For employment of Ukrainian citizens are invited to such countries as Poland, Germany, France. As for Ukraine, Eastern labour markets in China, Japan, Israel are open for its citizens. Personnel with the knowledge of the official languages of the above mentioned countries, especially at the level of foreign technical knowledge, necessary and adequately evaluated in terms of remuneration. Learning a foreign language, you invest in your future. In terms of high competition at the labour market, knowledge of a foreign language is a significant advantage. Candidates with knowledge of foreign language will be considered

as employees for the most interesting projects and vacancies.[4]

From the mentioned above it can be concluded that the knowledge of foreign languages is very important. In addition, it is especially important to speak the language for successful employment at the first job, because employers select personnel, which in

the future will be able to successfully work and make a profit in today's economic situation. Today, for those seeking to build a successful career, to expand communication, to open new life perspectives and, eventually, diversify your life, make it more interesting and high-quality, learning English is a necessity.

References

1. Derkach A. A Pedagogical heuristics: the art of learning a foreign language in current market conditions / A. Derkach, S. F.Shcherbak. – M.: Longman, 2011.
2. Для каких профессий критически важно знание английского языка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://enguide.ua/ua/magazine/dlya-kakih-professiy-kriticheski-vazhno-znanie-angliyskogo-yazyka>
3. Мовчан Л.Г. Розвиток змісту шкільної іншомовної освіти в Королівстві Швеція / Л.Г. Мовчан. – дисертація к.п.н. зі спеціальності 13.00.01 «Загальна педагогіка та історія педагогіки».- К.: «Відкритий університет розвитку людини «Україна», 2012. – 224 с.
4. Какое преимущество дает знание иностранного языка в трудоустройстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jdm-ukraine.com/news/kakoe-preimushhestvo-daet-znanie-inostrannogo-yazyka-v-trudoustrojstve>
5. Украинцы слабо владеют иностранными языками. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.osvita.ua/languages/49046/>

УДК 639.42

CHRISTMAS SALES ANALYSIS ABROAD

Klymchuk Y. – Student, Group EPP-21., Radvanetsky M. – Student, Group F-21
Scientific supervisor Movchan L.G. – PhD, associate professor;
The Vinnytsia training and scientific institute of economics, TNEU

Christmas Day the most lucrative ever for online shopping, then consumers hit the high street and boosted sales on Boxing Day and Sunday. The holiday season in western economies seems a treat for those concerned with such vagaries as GDP growth. After all, everyone is spending; in America, retailers make 25% of their yearly sales and 60% of their profits between Thanksgiving and Christmas. Even so, economists find something to worry about in the nature of the purchases being made.

Much of the holiday spending is on gifts for others. At the simplest level, giving gifts involves the giver thinking of something that the recipient would like – he tries to guess her preferences, as economists say – and then buying the gift and delivering it. Yet this guessing of preferences is no mean feat; indeed, it is often done badly. Every year, ties go unworn and books unread. And even if a gift is enjoyed, it may not be what the recipient would have bought had they spent the money themselves.

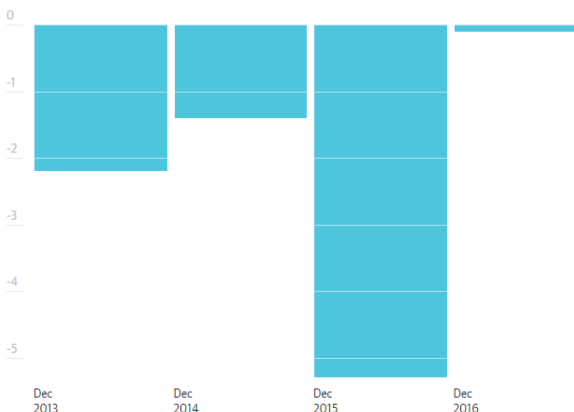
In 1993 Joel Waldfogel, then an economist at Yale University, sought to estimate the disparity in dollar terms. In a paper that has proved seminal in the literature on the issue, he asked students two questions at the end of a holiday season: first, estimate the total amount paid (by the givers) for all the holiday gifts you received; second, apart from the sentimental value of the items, if you did not have them, how much would you be willing to pay to get them? His results were gloomy: on average, a gift was valued by the recipient well below the price paid by the giver.

The most conservative estimate put the average receiver's valuation at 90% of the buying price. The missing 10% is what economists call a deadweight loss: a waste of resources that could be averted without making anyone worse off. In other words, if the giver gave the cash value of the purchase instead of the gift itself, the

recipient could then buy what she really wants, and be better off for no extra cost.

Perhaps not surprisingly, the most efficient gifts (those with the smallest deadweight loss) were those from **High street sees fourth poor December in a row**

Total like-for-like sales growth for December, percentage



close friends and relations, while non-cash gifts from extended family were the least efficient. As the age difference between giver and recipient grew, so did the inefficiency. All of which suggests what many grandparents know: when buying gifts for someone with largely unknown preferences, the best present is one that is totally flexible (cash) or very flexible (gift vouchers).

If the results are generalised, a waste of one dollar in ten represents a huge aggregate loss to society. It suggests that in America, where givers spend \$40 billion on Christmas gifts, \$4 billion is being lost annually in the process of gift-giving. Add in birthdays, weddings and non-Christian occasions, and the figure would balloon.

However there are a lot of disadvantages of Christmas gift giving. First, recipients may not know their

own preferences very well. Some of the best gifts, after all, are the unexpected items that you would never have thought of buying, but which turn out to be especially well picked. Second, the giver may have access to items – because of travel or an employee discount, for example – that the recipient does not know existed, cannot buy, or can only buy at a higher price. Finally, there are items that a recipient would like to receive but not purchase. If someone else buys them, however, they can be enjoyed guilt-free. This might explain the high volume of chocolate that changes hands over the holidays.

But there is a more powerful argument for gift-giving. Hence a wedding ring is more valuable to its owner than to a jeweller, and the imprint of a child's hand on dried clay is priceless to a loving grandparent. Moreover, not only can gift-giving add value for the recipient, but it can be fun for the giver too. It is good, in other words, to give as well as to receive.

British high streets endured a fourth Christmas of falling sales as shoppers switched to buying gifts online from the comfort of their sofa. Underlying sales dipped 0.1% in December, after a 5.3% fall in the same month in 2015, as clothing retailers had a particularly tough year, said the consultancy firm BDO.

Sales in clothing stores open for more than a year were down by just over 1%, as mild weather for most of the month put shoppers off stocking up on knitwear and new coats. The fall in that part of the market was partly offset by a 2.6% increase in sales of homewares, while surging sales of bicycles, wrapping paper and cards contributed to a 2.4% rise at “lifestyle” retailers.

The biggest winners were online retailers with sales of all goods up 19% in December. Week by week upswings in growth culminated in a massive 51% year-

on-year jump in online sales in the final week before Christmas.

BDO said online trade had been lifted by UK shoppers being more certain that last-minute purchases would be delivered on time, as well as international shoppers taking advantage of the weak pound to snap up bargains.

Tony Shiret, an analyst at Haitong Research, said sales in December and early January were also likely to have been affected by the “Black Friday” discount day in late November. “Black Friday is part of a structural change which is displacing profitable pre-Christmas sales with unprofitable sales in November,” Shiret said.

Springboard, a company that analyses retail performance and counts the number of people visiting shopping centres and high streets, also warned that footfall was down on both New Year’s Day and Boxing Day, traditionally big sales days. Analysts said worries over the economy combined with the growing ease of shopping online had kept people from stores.

The slowdown could mean store closures as retailers invest more in developing mobile apps and other online shopping tools, and try to reduce high-street space.

In contrast online retailers, including Amazon, Asos and Boohoo.com, have all enjoyed rapid growth. It means that people tend to avoid going shopping because of the lack of time, crowded stores and more possibility to buy unnecessary items. In general Christmas sales are influenced by enormous discounts, wishes to bring joy to the nearest and dearest ones, make investments into necessary things for the family members. On the other hand, Christmas is the most favourable period for stores to empty their shelves, obtain the biggest gains and increase turn-over.

References

1. The Guardian – «Christmas cheer fades for high street as buyers shop online from home», access mode: <https://www.theguardian.com/business/2017/jan/06/christmas-cheer-fades-for-high-street-as-buyers-shop-online-from-home>.
2. The Economist – «Is Santa a deadweight loss?», access mode: <http://www.economist.com/node/885748>

UDC 10.2.1111

OUTSOURCING: POSITIVE AND NEGATIVE ASPECTS

Sharko V., Shcherbych V. – Gr. PTBD-11

Scientific supervisor PhD, associate professor – L.G. Movchan

Vinnitsa training and research institute of economics, TNEU

Outsourcing is also known as Business Process Outsourcing (BPO). This is the process of hiring another individual or company, either domestically or internationally, to handle business activities for you. It has become a common business practice that allows small and medium-sized businesses to gain services and skills they would usually find hard to develop, because of either financial or manpower restrictions, or possibly a combination of both. Meaning, you can grow your business as and when you need to, without any major investment.

It also allows your business to focus on core competencies and, more importantly, cut costs and improve efficiency, all very much hassle-free. As time has gone by over the last decade or so, business owners now realize that there are many reasons that companies,

both big and small, outsource various jobs, but the most prominent advantage seems to be the fact that it saves money [1].

However prior to outsourcing any component of your business to a third-party vendor, it is essential to understand the advantages and disadvantages of outsourcing. Although outsourcing presents a variety of benefits to your organization, it could also pose difficulties if not outsourced to the right service provider.

The advantage of outsourcing:

Swiftness and Expertise: Most of the times tasks are outsourced to vendors who specialize in their field. The outsourced vendors also have specific equipment and technical expertise, most of the times better than the ones at the outsourcing organization.

Effectively the tasks can be completed faster and with better quality output.

Concentrating on core process rather than the supporting ones: Outsourcing the supporting processes gives the organization more time to strengthen their core business process.

Risk-sharing: one of the most crucial factors determining the outcome of a campaign is risk-analysis. Outsourcing certain components of your business process helps the organization to shift certain responsibilities to the outsourced vendor. Since the outsourced vendor is a specialist, they plan your risk-mitigating factors better.

The disadvantage of outsourcing:

Risk of exposing confidential data: When an organization outsources HR, Payroll and Recruitment services, it involves a risk if exposing confidential

company information to a third-party.

Hidden costs: Although outsourcing most of the times is cost-effective at times the hidden costs involved in signing a contract while signing a contract across international boundaries may pose a serious threat.

Lack of customer focus: An outsourced vendor may be catering to the expertise-needs of multiple organizations at a time. In such situations vendors may lack complete focus on your organization's tasks [2].

With all these pros and cons of outsourcing to be considered before actually approaching a service provider, it is always advisable to specifically determine the importance of the tasks which are to be outsourced. It is always beneficial for an organization to consider the advantages and disadvantages of offshoring before actually outsourcing it.

References

1. Chris Ducker – What is Outsourcing and How Does it Actually Work, Anyway..? / Chris Ducker. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chrisducker.com/how-outsourcing-works/>
2. Flatworld solutions – Advantages and disadvantage of outsourcing. [Электронный ресурс], – 2017. – режим доступа: <https://www.flatworldsolutions.com/articles/advantages-disadvantages-outsourcing.php>

UDC 10.1111

THE IMPACT OF COMMUTING ON SOCIAL WELLBEING

Yanchuk M., Polishchuk Y. – 1st year students

Scientific supervisor PhD, associate professor – L.G. Movchan

Vinnitsa training and research institute of economics, TNEU

Due to the globalization of the labour market and growth of cities more and more people have to look for jobs in other places from where they live or choose to live in the country far from crowded congested cities. Commuting is an important aspect of our lives that demands a lot of our valuable time. There are conflicting ideas on the subject. For most people, commuting is a mental and physical burden, giving cause for various complaints. From an economic perspective, commuting is just one of numerous decisions rational individuals make[2].

Commuting has a lot of reasons, to which refer social-economic and even political ones. Recently religion and nationality have started to play a decisive role in moving away and looking for a job elsewhere. During wars refugees or dislocated persons become commuters, for it is difficult to find a job in the place of residence.

According to the BBC the British have to struggle commuting to work on a daily basis. The average worker in Britain spends 54 minutes commuting each day. Of course, all this is costly and has some negative effects as well. According to the Office for National Statistics, feelings of happiness, life satisfaction and the sense that one's activities are worthwhile all decrease with every successive minute of travel to work. This is what constitutes personal wellbeing and, in general, the longer the commute the more it shrinks. Lengthy commutes, between an hour and an hour-and-a-half long, have the most negative effect on personal wellbeing, the ONS research found, while taking the bus to work on a journey lasting more than 30 minutes was the commuting option most likely to give us the grumps [1].

A study into commuting and personal wellbeing has found that each minute added to a commute affects anxiety, happiness and general wellbeing. What is the worst way to travel to work? The conducted analysis showed that people who commute to work by public transport are less satisfied with their life than those who use their own car. Even those who travel to work by bike or had a higher level of life satisfaction. The Office for National Statistics looking at commuting and personal wellbeing analyzed personal wellbeing using four measures: life-satisfaction, to what extent the respondent felt the things they did in life were worthwhile, whether the commuters were happy and whether they were anxious. It found that each additional minute of commuting time made you feel slightly worse up to a certain point. However, strangely, once a commute hit three hours then the negative effects dropped off. It is explained by the relief the commuters have when the travelling time is over.

The ONS broke travel time (one way) into two categories: 16 to 30 minutes and longer than 30 minutes and the key findings are:

- 1) Those travelling to work in a private vehicle had lower levels of happiness and higher anxiety levels on average for all journey times (that is, both 16-30 minutes and over 30 minutes);
- 2) People spending between 16 and 30 minutes cycling to work had lower happiness levels and higher anxiety on average;
- 3) Those making long bus journeys to work of more than 30 minutes had lower life satisfaction, a lower sense that daily activities are worthwhile, lower happiness levels and higher anxiety;

4) People commuting more than 30 minutes by train had higher anxiety levels on average;

5) Those walking between 16 and 30 minutes to work had lower life satisfaction, a lower sense that daily activities are worthwhile and lower happiness levels on average;

6) People walking more than 30 minutes to work had higher anxiety levels on average [1].

The results show that despite being paid better or having a job travelling to work makes people dissatisfied with their wellbeing and are more anxious during the day.

It is explained by the fact that travelling itself requires sticking to the schedule and some strict rules. Work having become more stressful than ever with growing demands, employees do not get a proper sleep, recreation and in fact have less quality time. So, on the whole, we may state that even higher salaries cannot compensate for negative affects of commuting [2]. Therefore more and more people tend to choose jobs, those less paid with regard of the opportunity to have more time for themselves, for their nearest and dearest.

References

1. Roxby P. How does commuting affect wellbeing? [E-resource]. – Retrieved from : <http://www.bbc.com/news/health-26190236>
2. Stutzer A. Stress that Doesn't Pay: The Commuting Paradox / A. Stutzer, B. Frey // Scand. J. of Economics, 2008. – 110(2). – P. 339–366.

УДК 336.74:004.738.5

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В ІНТЕРНЕТІ

Рогач О. – ст. 4 курсу, гр. ЕШПвн-41

Науковий керівник – к.т.н., доцент Паночішин Ю.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Глобальна мережа Інтернет набуває все більшого поширення в Україні та світі, відкриваючи при цьому все нові й нові можливості як для бізнесу, так і для споживачів. Для багатьох купівля та продаж товарів і послуг через Інтернет стало звичною практикою, а такі поняття як інтернет-магазин, онлайн-аукціон, електронна дошка оголошень, сайт порівняння цін більше не дивують. Інтернет-торгівля, у свою чергу, викликала появу і поширення позабанківських електронних платіжних систем, які функціонують виключно в мережі Інтернет.

Електронна платіжна система – це система розрахунків між фінансовими установами, бізнес-організаціями та споживачами при купівлі-продажу товарів і послуг через Інтернет [1]. Як платіжні засоби в електронних платіжних системах використовуються електронні гроші, які є аналогом готівки і які можуть бути переказані з одного електронного рахунку на інший.

Щоб стати учасником і почати користуватися послугами електронної платіжної системи, потрібно зареєструватися і відкрити в ній електронний рахунок – електронний гаманець, який зберігатиме інформацію про суму коштів користувача в даній платіжній системі.

Щоб мати можливість проводити розрахункові операції, у платіжну систему необхідно ввести гроші, або як кажуть, поповнити електронний гаманець. Це можна зробити за допомогою банку, поштового переказу, платіжного терміналу або іншим способом залежно від використовуваної платіжної системи. Окремі платіжні системи дають можливість виводити електронні гроші із системи та обмінювати їх на готівку.

За способом доступу до електронного гаманця всі електронні платіжні системи можна розділити на дві групи: системи, які мають веб-інтерфейс для керування електронним гаманцем;

системи, які вимагають встановлення додаткового програмного забезпечення для керування електронним гаманцем.

В українському сегменті мережі Інтернет наразі функціонує кілька електронних платіжних систем, як вітчизняних так і міжнародних [2]: Інтернет.Гроші, WebMoney, Яндекс.Деньги, E-Gold, PayPal, EasyPay та ін.

Які ж переваги і недоліки електронних платіжних систем?

Перша перевага електронних платіжних систем полягає в безпечності розрахунків в Інтернеті. Поповнивши електронний гаманець одним з доступних способів, можна розплачуватися за товари і послуги онлайн, і не боятися, що дані основної банківської картки стануть доступні шахраям. Друга перевага полягає в зручності оплати в Інтернеті. При оплаті банківською картою онлайн користувач має щоразу вводити кілька реквізитів, зокрема, номер картки, дату закінчення терміну дії, CVV-код. Власнику ж електронного гаманця достатньо пам'ятати логін і пароль. Третьою перевагою електронних платіжних систем є швидкість операцій. Під час оплати за допомогою електронного гаманця не потрібно чекати, поки гроші надійдуть на рахунок одержувача. Всі розрахунки відбуваються миттєво, гроші можуть перебувати або в електронному гаманці відправника, або в електронному гаманці одержувача, ніякі транзитні рахунки при цьому не використовуються. Четвертою перевагою електронних платіжних систем є їхня доступність. Операцію з електронним гаманцем можна здійснити будь-коли і в будь-якому місці, головне щоб у користувача була можливість підключитися до Інтернету.

Поряд з перевагами в електронних платіжних систем є й недоліки. Так, за операції з поповнення, переведення, виведення коштів потрібно сплачувати комісію, яка залежно від

використовуваної системи може сягати до 5% від суми. Другим недоліком є неможливість прямого переказу коштів між електронними гаранціями різних платіжних систем. Продавці товарів і постачальники послуг часто приймають оплату з електронних гаранцій різних систем, але якщо у користувача електронний гаранець зареєстрований лише в одній з систем, то цілком ймовірно цього може виявитися недостатньо. Тож для повноцінних розрахунків в Інтернеті доведеться реєструвати електронні гаранції в кількох платіжних системах і кожен з них поповнювати окремо. В теорії можна використовувати сайти-обмінники, але комісія за конвертацію може скласти до 15% від суми. Ще одним недоліком електронних платіжних систем є невідворотність переказу коштів, який є зворотною стороною швидкості виконання операцій. Як тільки відправник переказав кошти, вони тут же опиняються в електронному гаранці одержувача, і їх не можна забрати назад, навіть якщо було введено помилкові дані одержувача. В класичних платіжних системах операцію можна відкликати, якщо помилку

виявили до видачі грошей одержувачу або зарахування їх на його рахунок. Наступним недоліком електронних платіжних систем є їхня недостатня поширеність. Далеко не всі продавці товарів і постачальники послуг приймають оплату в електронній валюті. Накінець, якщо користувач забув пароль від свого електронного гаранця, то відновити доступ до нього в деяких електронних платіжних системах може виявитися складно. Для цього потрібно буде з'явитися в офіс компанії з паспортом або відправити його копію поштою, і це спрацює лише в тому випадку, якщо при реєстрації електронного гаранця користувач вказав свої справжні особисті дані.

Таким чином, як бачимо, електронні платіжні системи в повній мірі не вирішують задачу з розрахунків в Інтернеті, наразі їх можна розглядати лише як альтернативу традиційним платіжним системам. Перед реєстрацією в одній з електронних платіжних систем радимо оцінити всі переваги і недоліки такого кроку.

Література

1. Електронная платежная система [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная_платёжная_система.
2. Електронные платежные системы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.paysystems.org.ua>.

УДК 519.8-7:314.82

ЗАСТОСУВАННЯ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПІД ЧАС РОЗРАХУНКУ СКЛАДУ ТА РУХУ НАСЕЛЕННЯ

Балик Я., Мельник В. – ст. 1 курсу, гр. Фвн-11

Науковий керівник – к. пед. н., доцент Рум'янцева К.С.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Прогнозування динаміки чисельності та структури населення, різних демографічних процесів складає значну частину діяльності міжнародних, державних та неурядових організацій, наукових інститутів. Провідні демографи, економісти, статистики здійснили чимало глибоких та різноаспектних досліджень проблем моделювання відтворення населення. Процес моделювання зміни чисельності населення, використання математичних, демографічних, статистичних методів викладено у наукових працях вчених А.Я. Боярського, С.С. Герасименка, Н.В. Ковтун, Е.М. Лібанової, Л.В. Черничука, В.Г. Швеця, П.С. Шевчука.

В сучасній статистиці використовуються різні методи, які мають різну точність та беруть за основу різні моделі. Деякі з них дають характеристику зміни населення в цілому – це моделі, які засновані на використанні в прогнозуванні математичних функцій (лінійна, експоненціальна, логарифмічна). Зміни чисельності населення найчастіше не мають різких ривків та нагадують деякі математичні криві, тому виникає питання про згладжування фактичної динаміки населення за їх допомогою.

Демографічні моделі призначені для характеристики стану населення.

В статистиці демографічні моделі використовуються:

1) для отримання кількісних характеристик демографічних процесів та явищ;

2) для вивчення закономірностей та чинників демографічних процесів при виявленні зв'язку між складовими моделями, як засіб кількісної оцінки виявлених зв'язків та залежностей, як засіб перевірки гіпотез;

3) для демографічного прогнозу, де використовуються при визначенні майбутніх тенденцій окремих демографічних процесів та їх кількісних характеристик на перспективу, також при перспективних розрахунках чисельності та складу конкретного населення;

4) для поточних та ретроспективних демографічних розрахунків;

5) для визначення характеру збору та обробки інформації про населення.

Демографічна модель виникає як абстрактна математична модель, що може бути віднесена до всіх типів населення, відповідно до визначених обмежень. Методи, що використовуються дозволяють відрізнити прогнозування населення:

1) за типом математичних функцій, що використовуються;

2) за демографічними моделями відтворення населення;

3) за статистичними характеристиками динаміки;

4) за переходом віку.

Для характеристики минулого або майбутнього розвитку населення використовують показникову або експотенціальну криву, яка бере до уваги не тільки час прогнозного періоду, але й основний показник розвитку населення – коефіцієнт його природного приросту.

Якщо коефіцієнт природного приросту прийняти, як незмінний за деякий період часу, то виходячи з експотенціального закону росту населення, є можливість визначити його зміну:

$$S_t = S_0 \times e^{kt} \quad (1)$$

де S_t – чисельність населення через t років;

S_0 – вихідна чисельність населення;

e – основа натуральних логарифмів;

k – коефіцієнт природного приросту в долях одиниці [2; с. 293].

За наведеною формулою є можливість розрахувати чисельність населення через t років, якщо є показники за момент S_0 та коефіцієнт природного приросту k . Однак за цією моделлю не можливо

получити дані про вікову структуру населення, рівні народжуваності чи смертності, не має також можливості встановити пропорції між цими показниками.

Використовуючи експотенціальний закон, легко також встановити період часу, за який чисельність населення досягне встановленої величини. Для цього за формулою експотенціального закону знаходять величину t , перед чим догу рифмують ліву та праву частини рівняння [2; с. 51]:

$$t = \frac{\lg S_t - \lg S_0}{k \times \lg e} \quad (2)$$

Оскільки $\lg e = 0,4343$, тому знаменник дробі буде складати $0,4343 \times k$. Замість S_0 можливо підставити будь-яку чисельність населення та визначити період t , через який базова чисельність S_0 при постійному k досягне величини $S_T S_i$.

Таким чином, розглянули методи статистичного моделювання чисельності населення, визначені можливості цих методів для застосування в сучасній демографічній статистиці.

Література

1. Комплексний демографічний прогноз України на період до 2050 р. (колектив авторів)/ за ред. чл.-кор. НАНУ, д.е.н., проф. Е.М. Лібанової. – К.: Український центр соціальних реформ, 2006.– 138 с. – ISBN 966-8998-22-7.
2. Людський розвиток регіонів України: аналіз та прогноз (колективна монографія) / за ред. чл.-кор. НАНУ, д.е.н., проф. Е.М. Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2007.– 328 с. – ISBN 978-966-02-4481-8.
3. Статинформация: Демографическая информация. Річна статистична інформація. – Режим доступу:<http://sf.ukrstat.gov.ua/ukgdem.htm>

УДК 330.144

ЗАКОН ПАРЕТО ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ

Могульська Т., Іванова К. – ст. 1 курсу, ОПДвн-11

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Рум'янцева К.Є.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Розглянемо один з найбільш поширених способів оцінки ефективності будь-якої діяльності, так званий, Закон Парето (принцип Парето), або правило 80/20. Його суть полягає в тому, що 20% зусиль дають 80% результату, а інші 80% зусиль реалізують лише 20%. Таким чином, вибравши ті оптимальні ресурси, що дають найбільший ефект, можна досягти високих результатів малими витратами. У той же час всі наступні дії будуть непотрібними і неефективними. Принцип Парето надав вагомий вплив на формування багатьох успішних людей: бізнесменів, винахідників, інтернет-інвесторів та інших.

Процентне співвідношення 80/20 було відкрито в кінці 19 століття економістом Вільфредо Парето під час дослідження закономірностей розподілу багатства між різними верствами населення в Англії того часу. Вчений дійшов до приголомшуючого відкриття, коли

виявив наступний дисбаланс: 20% населення Англії належало 80% всього багатства країни. І факт того, що меншість володіє більшою частиною ресурсів, підтверджувалося в більш глибокому аналізі. Як виявилось, 10% населення належить 65% багатств, 5% – 50% матеріальних ресурсів. Що найцікавіше, отримані цифри не були випадковістю. Досліджуючи розподіл багатства між населенням Англії та інших країн в різні історичні періоди, Парето прийшов до аналогічних результатів. Так було закладено закон 80/20, який, на жаль, сам вчений не зміг коректно пояснити. Через це він був залишений без уваги аж до 1949 року, коли професор з Гарвардського Університету Джордж К. Зіпф звернув увагу на таку ж закономірність. Він прийшов до того, що близько 20-30% зусиль дають результативність в 70-80% від максимуму, який можна від них отримати. Таким чином, Зіпф заново відкрив принцип Парето, показавши засади

самоорганізації всіх ресурсів. Приблизно в той же час Йосип Юран, досліджуючи статистику розподілу браку на виробництві, ще раз підтвердив принцип 80/20, і видав книгу, в якій сформував закон «небагато чого, що має вирішальне значення». Вчений у своєму рукопису закликав до масового впровадження даного принципу в різні сфери виробництва, щоб викоринити брак і підвищити якість товарів, що випускаються. Юран стверджував, що принцип нерівномірного розподілу Парето може поширюватися не тільки на сферу виробництва, а й як статистичний підхід в дослідженні розподілу злочинів, аварій та інших процесів. На жаль, бізнесмени США відмовилися сприймати ідеї Юрана. Тоді вчений знайшов вдячних слухачів в Японії. В результаті в 1953 році, прочитавши ряд лекцій в Японії, Йосип Юран залишився там і почав співпрацювати з декількома великими японськими корпораціями. Лише в 1970-х роках він повернувся на батьківщину, коли промисловці «дозріли» для впровадження його ідей, оскільки для Штатів японське виробництво стало представляти серйозну конкурентну загрозу. В обох країнах Юран зробив справжній промисловий переворот, взявши за основу принцип Парето [1].

Парето сформулював теорему про розподіл доходів у капіталістичному суспільстві. Якщо через y позначити число осіб, що мають дохід не менше x ,

то $y = \frac{a}{x^m}$, де a, m – сталі величини. Закон Парето

достатньо точно описує розподіл дуже «високих» доходів, тоді як для низьких доходів він не супроводжується [2, с.88].

Правило 80/20 діє у всіх сферах життя суспільства, тому застосовувати його можна повсюдно. Тайм менеджмент: принцип Парето в управлінні часом досить простий. Ви аналізуєте всі справи за день і вибираєте з них ті, які привели до кінцевого результату. Марну активність просто

викреслюєте зі списку справ. Саморозвиток: якщо ви будете максимально успішні в тій сфері, яка вам дається найкраще. Дуже часто не варто витрачати свій час на освоєння навичок, які набуваються «зі скрипом». Акцентуйте увагу на ваших сильних сторонах. Фінанси: визначтеся, з яких джерел ви отримуєте 80% своїх доходів. Сконцентруйтеся саме на них, оскільки вони відіграють ключову роль у формуванні вашого бюджету. Решту варіантів ігноруйте, адже вони тільки забирають час і сили. Винятком можуть бути пасивні джерела заробітку (вклади, пасивні інвестиції), оскільки трудовитрати для їх здійснення прагнуть до нуля. Продуктивність: з огляду на те, що кожна людина налаштована на свій біологічний ритм, вам доведеться обчислити свій. Визначте, в який час ви працюєте максимально ефективно. Це і буде той проміжок, коли вам потрібно приділити максимум уваги роботі. В інший час всі ваші зусилля будуть малоефективними. Читання книг: принцип Парето 80/20 поширюється і на літературу, яку ви обираєте. Близько 80% книг, прочитаних вами, нічого вам не принесли, крім витраченого часу і зіпсованого зору. Підбирайте ті книги, які зможуть збагатити вас духовно. Якщо є твори, знайомство з якими зробило на вас серйозний вплив, то має сенс їх періодично перечитувати. Правило Парето означає, що не варто забивати вільний час нецікавою літературою. Взаємовідносини: зустрічаючи все нових людей, ми можемо не усвідомлювати, хто з них дійсно грає важливу роль в нашому житті. Проаналізуйте самі і переконайтеся, що лише 20% людей, з якими ви спілкуєтесь, емоційно наповнюють вас і привносять щось нове в вашу свідомість. Саме таким людям потрібно приділяти більше уваги. Нетривале спілкування з близькими друзями набагато важливіше часових листувань в соціальних мережах з віртуальними знайомими.

Література

1. Принцип Парето або правило 80/20. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://samoosvita.in.ua/pryntsyppareto-abo-pravylo-80-20/>
2. Дутка Г.Я. Практикум з математики для економістів / Г.Я. Дутка: – Львів, 1998. – 362с.

УДК 519.87:614.4

МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПОШИРЕННЯ ЕПІДЕМІЙ

Ткач С. – ст. 1 курсу; Євтушенко Т. – ст. 1 курсу

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Рум'янцева К. Є.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Протягом існування людства пандемії час від часу проходили територіями багатьох країн світу, що призводило до масового захворювання населення, великої кількості смертей та суспільного потрясіння за дуже короткий проміжок часу. Останнім часом у суспільстві існує стурбованість щодо виникнення та розповсюдження нових штамів вірусу грипу зі значним пандемічним потенціалом. Наслідки пандемії в Україні можуть бути дуже серйозними, оскільки більшість населення, нажаль,

не усвідомлює важливість вакцинації. За розрахунками експертів під час епідемії в Україні може бути вражена четверта частина усього населення, а більш ніж 50000 осіб можуть померти [1].

Світовий досвід вказує на початок застосування математичних методів при вивченні епідемій у середині XVII століття. Так, Данієлом Бернуллі уперше застосовано найпростіший математичний апарат для оцінки ефективності

профілактичних щеплень проти натуральної віспи. У подальшому математичні методи застосовано англійським ученим Уільямом Фара, який вивчав і моделював статистичні показники смертності населення Англії (Уельсу) від епідемії натуральної віспи в 1837-1839 рр. [2].

На початку ХХ сторіччя статистичний підхід У. Фарра у вивченні епідемій був переосмислений і потім розвинутий в роботах Джона Браунлі, в яких він аналізував статистичні закономірності «рухи» епідеміологічних показників. Проте наступним етапом у вивченні закономірностей розвитку епідемій став аналітичний підхід, який був запропонований в кінці ХІХ століття спочатку в Росії, а потім в Англії [2], завдяки чому, на початку ХХ століття були сформульовані основи сучасної теорії математичного моделювання епідемій, розроблені перші прогностичні моделі епідемій.

Проте найбільш значний прогрес у використанні методів моделювання пов'язують з появою в середині 50-х років ХХ століття перших електронно-обчислювальних машин (ЕОМ), та збільшення числа наукових робіт і публікацій по математичному і комп'ютерному моделюванню епідемій. У роботах того часу стали з'являтися все більш складні математичні моделі, в яких істотну роль відіграють випадкові чинники епідемічного процесу. Тому більшість моделей цього періоду мали стохастичний (імовірнісний) характер, а робочим апаратом була теорія імовірності і випадкових процесів. Цей етап в розвитку ЕОМ був пов'язаний з впливом на епідеміологію класичних математиків, яким вдалося створити безліч абстрактних моделей, але з вельми обмеженим епідеміологічним змістом [2].

Наступний етап в розвитку ЕОМ, який відноситься до другої половини ХХ сторіччя, був пов'язаний з швидким прогресом в області комп'ютерних технологій, розробкою потужних комп'ютерів з новітніми інструментами програмування і моделювання.

У 70-ті роки ХХ сторіччя спостерігався значний розрив між «чистою» теорією математичного моделювання епідемій і реальною практикою застосування цієї теорії в епідеміології.

Перші дослідження, які були спрямовані на зближення теорії та практики були зроблені в 60-ті

роки в СРСР академіком О. В. Барояном і професором Л.А. Рвачевим [1].

Була розроблена нова методологія математичного моделювання епідемій – епіддинаміка.

Дана методологія заснована на методі наукової аналогії у відображенні епідемічного процесу (процес «перенесення» збудника інфекції від хворих до здорових) з процесом «перенесення» матерії (енергії, імпульсу і ін.) у рівняннях математичної фізики [1].

Із застосуванням цієї методології в інституті експериментальної медицини ім. М. Ф. Гамалей АМН СРСР в 60-70-ті роки були розроблені унікальні моделі епідемій грипу для території СРСР, які складено на основі балансів «потоків» індивідуумів, що приходять основні стадії-стани інфекційного процесу типу SEIR, де: S – сприйнятливі, E – в інкубації, I – інфекційні хворі, R – що перехворіли.

Математична модель епідемії грипу «Барояна-Рвачева» є системою нелінійних інтегровано-диференціальних рівнянь в приватних похідних з відповідними граничними і початковими умовами [3]:

1. Епідемічний процес:

$$a) dX(t)/dt = - [\lambda/P(t)] \times [X(t) \times Y(\tau, t) d\tau];$$

$$b) \partial U(\tau, t) / \partial \tau + \partial U(\tau, t) / \partial t = - \gamma(\tau) \times U(\tau, t);$$

$$c) \partial Y(\tau, t) / \partial \tau + \partial Y(\tau, t) / \partial t = \gamma(\tau) \times U(\tau, t) - \delta(\tau) \times Y(\tau, t);$$

$$d) dZ(t)/dt = \int \delta(\tau) \times Y(\tau, t) d\tau;$$

2. Граничні умови:

$$a) U(0, t) = [\lambda/P(t)] \times [X(t) \times Y(\tau, t) d\tau];$$

$$b) Y(0, t) = 0; 5$$

3. Початкові умови:

$$a) X(t_0) = \alpha \times P(t_0); Z(t_0) = (1-\alpha) \times P(t_0);$$

$$b) U(\tau, 0) = U(\tau); \text{ при } 0 < \tau < \tau_u;$$

$$c) Y(\tau, 0) = Y(\tau); \text{ при } 0 < \tau < \tau_y,$$

де:

$t > 0$ – календарний час розвитку епідемії (дні);

$\tau > 0$ – «внутрішній» час розвитку інфекційного процесу;

λ – середня частота передачі збудника від інфекційних хворих $\lambda(t)$ до сприйнятливих $X(t)$;

$\gamma(\tau)$ – функція розвитку періоду інкубації;

$\delta(\tau)$ – функція розвитку інфекційного періоду;

P – населення території, ураженої грипом (тис. чел.);

$\alpha > 0$ – частка сприйнятливих серед населення.

Література

1. Бароян О. В. Моделирование и прогнозирование эпидемий гриппа для территории СССР / О. В. Бароян, Л. А. Рвачев, Ю. Г. Иванников. – М.: ИЭМ. им. Н.Ф. Гамалеи, 1977. – С. 546.
2. Бейли Н. Математика в биологии и медицине / Н. Бейли. – М.: «МИР», 1970. – С. 326.
3. Плавинский С. Л. Моделирование ВИЧ-инфекции и других заразных заболеваний человека и оценка численности групп риска. Введение в математическую эпидемиологию / С. Л. Плавинский. – М.: Акварель, 2010. – 100 с.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Голендухін В. – ст. 1 курсу, гр. ЕШПвн-11

Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Важливою запорукою успішного функціонування всіх сучасних організаційно-правових форм здійснюваної підприємницької діяльності є проведення досліджень, що спрямовані на удосконалення теорії та діючих методологічних принципів з обліку та аудиту формування і розміщення власного капіталу. Виконання умов забезпеченості повноти відображення всіх операцій, що пов'язані із розмірами участі власників підприємств як у процесі створення власного капіталу, так і при його змінах з різноманітних причин (зміна складу власників, процесів вилучення власних капіталів, проведення реорганізації підприємств) здійсненне тільки лише на основі використання науково-обґрунтованих методик обліку та аудиту. Науково-практичні дослідження даної сфери повинні бути цілеспрямовано направлені на забезпечення процесу стабілізації фінансового стану всіх суб'єктів господарювання, гарантування підвищення рівня зацікавленості власників підприємств у здійсненні справедливого розподілу отриманих доходів та прибутків, а також недопущення фактів приховування виведених із обороту підприємства ресурсів і капіталізованих активів. Але, сучасна господарська практика на Україні показує, що вітчизняними підприємствами приділяється недостатньо уваги процесу формування структури власного капіталу.

Основною якісною характеристикою, що склалася на сучасному етапі економічних реформ є нагальна необхідність застосування принципово новітніх підходів до процесів управління механізмами формування та розміщення майнових та грошових засобів, які акумулюються в рамках власного капіталу, а також до забезпечення процесів об'єктивного відображення абсолютно всього комплексу здійснюваних господарських операцій.

Постановка складної та багатофункціональної проблеми обліку та аудиту формування і використання власного капіталу, методика його відображення у відповідних показниках звітності постійно привертає увагу зарубіжних вчених (Ф. Беста, В. Гойдерга, М.Ф. Ван Бреда, У. Джола, Р.П. Коффі, Ж. Рішара, Р. Сімонді, Д. Чербоні, М. Дейба, Ж. Фур'є, В.Ф. Фостера, Д. Хайман, Є.С. Хендриксена). Також, і відомі російські та українські економісти, ще з першої половини ХХ ст. акцентували увагу на даному питанні (Н.С. Арінушкін, В.Г. Андронов, С.М. Барац, О.І. Бланк, В.Г. Байчук, Н.А. Блатов, Р.Я. Вейцман, Г.М. Гарін, А.М. Галаган, А.І. Гуляєв, Ф.Ю. Єзерський, Н.М. Кардан, Н.А. Кіпарісов, П.Ф. Степанов, В.О. Туров, М.Г. Чернишевський та ін.). Питання теоретико-методологічного та організаційно-методичного напрямку обліку та

аудиту операцій зі власним капіталом містяться у працях як вітчизняних так і зарубіжних вчених: П.І. Андросова, А.Д. Бутка, В.Г. Бутафіна, Ф.Ф. Бутинця, М.Я. Дем'яненко, С.О. Дежньова, С.М. Деньги, С.Л. Коротаєва, Л.М. Короленко, О.І. Пилипенка, О.Ю. Редька, А.П. Якубчук, І.Й. Яремка, Л.М. Янчевої.

Наведені провідні дослідження охоплюють досить широкий спектр питань, однак, до сих пір невирішеними залишаються такі проблемні питання, як взаємоузгодженість термінологічного апарату щодо складових визначення «власний капітал», одностайної класифікації власного капіталу для стратегічних завдань обліку і аудиту, удосконалення організаційно-методологічних засад обліку і внутрішнього аудиту складових власного капіталу. І тому, існування окресленого кола таких питань, обумовлює нагальну необхідність запровадження розробки науково-обґрунтованих теоретичних пропозицій із їх вирішення, разом з подальшим застосуванням в практичній діяльності українських підприємств, актуалізує тему дослідження, її мету, завдання, предмет та ключові напрямки.

За умов швидкоплинної глобалізації світового господарства, що спонукається стрімким розвитком міжнародних економічних відносин, постійним створенням акціонерних товариств, транснаціональних компаній, спільних підприємств, виникає потреба у визначенні об'єктивних критеріїв визнання місця і ролі власного капіталу в національній економіці України. Власний капітал є основною економічно-правовою базою існування будь-якого підприємства, першоджерелом його функціонування, становлячись у подальшому вирішальним правовим регулятором у спірних питаннях зі зобов'язань товариств перед його учасниками, а також кінцевим економічним гарантом платоспроможності в разі банкрутства.

Реалізація стратегічних завдань з управління процесом господарювання в сучасних умовах виходу з економічної кризи диктує свої вимоги до формування наукового підходу процесу початкового фінансування діяльності підприємства, та обґрунтовує необхідність модифікування положень економічної теорії його розвитку. Застосування у практику діяльності основних категорій економічної теорії разом з регулюванням мікро- та макроекономічних процесів спонукає до необхідності проведення аудиту власного капіталу, як основного першоджерела інформації для прийняття майбутніх інвестиційних рішень, вибору оптимальних обсягів діяльності, що забезпечуватиме здійснення максимальної окупності витрат та отримання прибутку.

Література

1. Гріщенко І.В. Забезпечення стійкого розвитку підприємств малого і середнього бізнесу в Україні // Науковий вісник ВКІ «Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2015. С. 113-116.
2. Гріщенко І.В. Види інвестиційно-інноваційної політики підприємств України // Науковий вісник ВКІ «Економіка: сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2014. С. 82-84.

УДК 658.147.016

ЕТАПИ РОЗВИТКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ

Бондаренко Ю. – ст. 4 курсу, гр. ЕППзвн -41

Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Як атрибут економічних взаємовідносин власний капітал у правовому аспекті передбачає, що його розмір визначає межі мінімальної матеріальної відповідальності, які підприємство має за своїми зобов'язаннями. Сформований підхід до розуміння сутності власного капіталу враховує зміну завдань і принципів господарської діяльності та економічну основу здійснення інвестування в діяльність

підприємств – відповідний технічний та соціально-економічний ефект. Перші згадування про власний капітал, як про головне підґрунтя діяльності підприємств, відбулось у XVII ст. У подальших етапах спостерігається модифікування його економічної сутності, яке продовжується і до сьогодення. Генезис основних етапів розвитку власного капіталу наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Генезис етапів розвитку власного капіталу

Період	Роки		Характеристика етапів
1	2		3
Дореволюційний	Кінець XVII – 1917 р.		Концепція власного капіталу була нерегульованою, ліберальною. Взірцем же для реформування акціонерного законодавства Росії тієї доби розглядалось законодавство Німеччини та Франції, які дотримувалися прокредиторської й регульованої концепції власного капіталу
Радянський	1917–1991 рр.	1922 – кінець 30-х рр. XX ст.	Чітко закріплена прокредиторська концепція власного капіталу
		Кінець 30-х рр. – друга половина 80-х рр. XX ст.	Акціонерна форма господарювання не використовується. У цей час статутному капіталу надається головним чином обліково-бухгалтерське значення
		3 червня 1990 р.	Була відновлена можливість створення акціонерних товариств і знову закріплюється прокредиторська концепція капіталу
Сучасний	з 1991 р. – до сьогодення		Про кредиторська (німецька) концепція статутного капіталу, яка все-таки й донині залишається незавершеною, надто ліберальною

Як видно з табл. 1, формування наукового напрямку акціонерного підприємства в Україні відбувалось під впливом теоретико-методологічних концепцій, які склалися та розвивалися на Заході у другій половині XIX ст., а також на основі глибокого осмислення національної господарської практики. Історичне трактування природи власного капіталу на основі врахування вітчизняних українських умов добре корелює з сучасним розумінням акціонерного

товариства інституціональною теорією і необхідністю нейтралізації зовнішніх негативних ефектів його функціонування. Отже, існування сучасної прокредиторської концепції власного капіталу в українському законодавстві зумовлено історичними причинами, але вона також досконально не відповідає економічним умовам і потребує подальшого вдосконалення.

Література

1. Гріщенко І.В. Забезпечення стійкого розвитку підприємств малого і середнього бізнесу в Україні // Науковий вісник ВКІ «Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2015. С. 113-116.
2. Гріщенко І.В. Види інвестиційно-інноваційної політики підприємств України // Науковий вісник ВКІ «Економіка: сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2014. С. 82-84.
3. Гріщенко І.В. Розвиток підприємств України на основі проектування інвестиційно-інноваційного потенціалу // Соціально-економічний розвиток України в умовах світової фінансової нестабільності: зб. наук. праць наук.-практ. конф. з міжнар. участю. 9 квітня 2014 р.- Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2014. С. 248 – 250.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ЯК ГОЛОВНА ПЕРЕДУМОВА
ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИОбертинський С. – ст. 4 курсу, гр. Фзвн -41
Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.*Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Сучасні тенденції розвитку світової економіки мають суперечливі й неоднозначні наслідки для національних економік, і перед Україною гостро постає проблема зміцнення державності та національної безпеки, що є запорукою виходу країни на траєкторію сталого економічного зростання. Одним з найважливіших сегментів національної системи ринкового господарства, який перетворює заощадження на інвестиції та перерозподіляє фінансові ресурси між секторами національної економіки, є фондовий ринок. Він дозволяє державі та суб'єктам господарювання розширювати коло джерел інвестування, не обмежуючись самофінансуванням та банківськими кредитами. З огляду на це, становлення надійного, ліквідного, ефективного та прозорого фондового ринку, який забезпечить цивілізований рівень інвестиційного процесу і практичні успіхи ринкових реформ, відповідає національним інтересам України та сприятиме зміцненню її економічного суверенітету.

Незважаючи на те, що впродовж останніх років в Україні досягнуто значного поступу в розвитку фондового ринку (сформовано правові, економічні та організаційні основи), ще не скоро його можна буде віднести до ринку, який реально і ефективно функціонує на загальноприйнятих в світі цивілізованих, зрозумілих для інвестора засадах. Він далекий від міжнародних стандартів, не відповідає запитам економіки країни і йому ще не притаманні прозорість, відкритість і доступність, упорядкованість та конкурентність. Ці проблеми обумовлюють необхідність теоретичного аналізу і узагальнення специфічного досвіду становлення і функціонування фондового ринку в Україні, визначення перспектив його подальшого розвитку та відповідності його стану національним інтересам держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження різних аспектів фондового ринку зробили західні вчені, зокрема, РАуербах, С.Бредлі, П.Гай, Г.Дефосе, Дж.Долан, Р.Едмістер, Т.Кемпбел, М.Міллер, Ф.Мишкін, П.Роуз, Р.Тьюлз, Е.Фама, К.Форбс, К.Хенінг.

Проблемам формування та розвитку фондового ринку приділяється певна увага і вітчизняними вченими – екокомістами. До сучасних робіт, присвячених цій тематиці, можна віднести наукові розробки М. Бурмаки, О. Василика, М. Гольцберга, А. Гриценка, В. Загорського, В. Колесника, В. Корнеєва, Д. Леонова, Ю. Лисенкова, С. Шендрула, С. Щозогова, В. Сокольського, О. Ромашка, А. Федоренка та інших.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням одержаних наукових результатів. Вирішальним чинником відродження економіки України є розвиток фондового ринку. Він має можливість через свої механізми мобілізувати інвестиційні ресурси для економічного зростання, розвитку науково-технічного прогресу, інноваційної діяльності, освоєння нових виробництв. Зростання економіки сприяє розвитку фондового ринку, але й розвиток фондового ринку також сприяє зростанню економіки. Дослідження свідчать, що за однакових умов країни з розвиненим банківським сектором та фондовим ринком розвиваються набагато швидше, ніж країни, в яких рівень розвитку цих інститутів є невисоким [1].

Фондовий ринок, що функціонує належним чином, може допомогти державі у вирішенні успадкованих проблем, оскільки спрощує процес нагромадження та розподілу капіталу між підприємствами, які є прибутковими та мають потенціал для розвитку. У цьому розумінні фондовий ринок виконує роль "мозку" економіки. Фондовий ринок, що ефективно функціонує, сприяє також проведенню реструктуризації підприємств, оскільки нові стратегічні інвестори будуть зацікавлені у модернізації виробничих процесів. Нарешті, фондовий ринок виконуватиме функцію підтримання фінансової стабільності громадян, надаючи їм можливість розмішувати свої заощадження. Це особливо важливо після того, як у результаті гіперінфляції на початку 90-х років громадяни втратили свої заощадження.

Перевагою фондового ринку є прямий зв'язок між інвестором та об'єктом інвестування, що забезпечується самоорганізацією фондового ринку. З одного боку, це мінімізує для інвестора операційні витрати, а з іншого – накладає на нього весь ризик інвестиційного рішення. Зниженню ризикованості на фондовому ринку сприяє діяльність інституціональних інвесторів, насамперед інвестиційних фондів та компаній, пенсійних фондів, страхових компаній, які шляхом акумуляції грошей вкладників, диверсифікують портфель належних їм цінних паперів, розв'язуючи таким чином питання оптимізації співвідношення доходності та ризикованості інвестицій. Це полегшується роботою Інфраструктури фондового ринку, яка включає рейтингові агентства, незалежних реєстраторів, депозитаріїв тощо, забезпечує підвищення надійності, прозорості та передбачуваності фондового ринку. Важливу роль відіграє законодавство, що захищає права інвесторів та перешкоджає шахрайству, зміцнюючи тим самим довіру до фондового ринку.

Література

1. Костіна Н.І., Марахов К.С. Проблеми формування фондового ринку в Україні //Фінанси України. – 2013. – №2. – С.30 – 36.
2. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави : національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 209 с.
3. Махмудов О. Загрози для фінансової безпеки // Вісник УАДУ при Президентіві України. – 2015. – № 4.
4. Гріщенко І.В. Забезпечення стійкого розвитку підприємств малого і середнього бізнесу в Україні // Науковий вісник ВКІ «Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2015. С. 113-116.

УДК 336.71

ПРОБЛЕМИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ТА ЗАХОДИ ВПЛИВУ НБУ ЗА ПОРУШЕННЯ БАНКІВСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА

Обертинський С. – ст. 4 курсу, гр. Фзвн -41

Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Сучасний розвиток фінансової системи характеризується наявністю механізмів та інструментів регулювання з боку держави. За умови їх вмілого використання, законодавчі та виконавчі структури державної влади успішно здійснюють економічні перетворення в напрямі прискорення економічної стабілізації, переведення економіки у фазу зростаючої циклічності. Кожна держава розробляє свою систему регулювання, яка відповідає стану фінансової системи та економіки загалом. Вона формується під впливом історичного розвитку, стану демократичних інститутів у суспільстві та національних традицій. В нашій державі регуляційні функції зосереджені у Національному банку України (НБУ). Діяльність НБУ має вирішальний вплив на стабільність грошової одиниці, надійність банківських установ, дієвість платіжно-розрахункового механізму, що загалом визначає ефективність функціонування всієї економіки держави. Результати системного аналізу свідчать, що наша держава недостатньо використовує регулюючі механізми та важелі, які мають місце у розвинутих країнах світу. Окрім цього, в Україні відсутня довгострокова програма розвитку банківської системи, що звужує перспективи її розвитку.

Актуальність та значення теми полягають у тому, що від організації банківського нагляду з боку Національного банку України залежить дотримання банками нормативів, а як наслідок і оцінка роботи комерційних банків. Від ефективної системи банківського нагляду в Україні залежить забезпечення стабільності банківської системи, яка потребує з боку держави регулювання і нагляду, оскільки саме банки, на відміну від інших економічних суб'єктів ринку, містять у собі підвищену загрозу дестабілізації власної діяльності і провокування загальноекономічної кризи.

Саме на законодавчому рівні Національний банк України в змозі шляхом обов'язкового резервування певної частини ресурсів банків проводити роботу по забезпеченню стабільності грошового обігу і національної валюти, шляхом встановлення граничних нормативів платоспроможності та ліквідності знижувати загрозу стабілізації діяльності банків і вилучення вкладниками коштів з банків.

Метою дослідження є вивчення проблем та перспектив розвитку банківського нагляду в Україні.

Проблему банківського нагляду та управління ризиками в банківській діяльності в сучасних умовах досліджували такі вчені – В. І. Грушко, В. В. Крилова, В. Мігценко, А. Незнамова, П. П. Пасічник та ін.

Разом з тим, незважаючи на значний науковий доробок, дослідженнями не охоплено повною мірою питання особливостей механізму функціонування банківського нагляду в Україні та його ролі у забезпеченні фінансової стійкості банківської системи, що власне і стало предметом цього дослідження.

Проблемним (нестабільним) є такий банк, у якого ліквідність або платоспроможність послаблені чи можуть погіршитися, якщо не відбудеться значного збільшення його фінансових ресурсів та поліпшення управління ризиками банківської діяльності.[1; с. 24].

У разі розгляду Національним банком питань щодо застосування до конкретного банку заходів впливу для надання пояснень може бути запрошено голову правління (ради директорів) або голову спостережної ради банку. Якщо розглядається питання про призначення тимчасового адміністратора або відкликання ліцензії банку, то ці особи для надання пояснень не запрошуються.

Заходи впливу, що застосовуються Національним банком, мають бути адекватними конкретним порушенням, які були допущені банками. Вибір адекватних заходів впливу, які застосовуються до банків, має здійснюватися з урахуванням: характеру допущених банком порушень; причин, які зумовили виникнення виявлених порушень; загального фінансового стану банку; розміру можливих негативних наслідків для кредиторів і вкладників.

Для введення щоденного контролю за діяльністю банків і виконанням ними вимог щодо усунення допущених порушень Національним банком може встановлюватися особливий режим контролю за їх діяльністю [2; с. 8].

Висновки та перспективи подальших наукових досліджень. Стабілізація банківської системи потребує постійного нагляду з боку НБУ,

який повинен забезпечуватись якісним, ефективним поєднанням інституційного та методичного механізмів банківського регулювання та нагляду. При визнанні першочергової ролі міжнародного нагляду повинні розвиватись та враховуватись національні особливості банківської системи, фінансових ринків, реальної економіки, а також відбиватись в цілях, функціях та підходах до організації наглядової роботи.

Банківський нагляд дає можливість

задовольнити потреби банківської системи, а саме якісним, ефективним поєднанням інституційного та методичного механізмів банківського регулювання та нагляду. При визнанні першочергової ролі міжнародного нагляду повинні розвиватись та враховуватись національні особливості банківської системи, фінансових ринків, реальної економіки, а також відбиватись в цілях, функціях та підходах до організації наглядової роботи.

Література

1. Грушко В.І. Банківський нагляд [Текст]: навч. посіб. для студ. Вищ. навч. Закл./ В.І.Грушко, С.М.Лаптев, О.С.Любунь, К.С.Раєвський. – К.: Центр навч.л – ри, 2014. – 264 с.
2. Закон України "Про банки і банківську діяльність" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1221-14>.
3. Закон України " Про національний банк України" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=679-14>.

УДК 658.147

ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Бондаренко Ю. – ст. 4 курсу, гр. ЕППзвн -41

Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Власний капітал – це сума грошових вкладів, що їх власник надає в повне господарське відання (володіння, користування, розпорядження) підприємству, яке він створює, або вартість відповідного майна.

Джерелом формування власного капіталу підприємства недержавної форми власності є грошові і матеріальні внески засновників. На державних підприємствах статутний фонд створюється в момент створення підприємства за рахунок державних коштів.

Як найбільш стабільна складова коштів підприємства статутний фонд розглядається як база при розрахунку багатьох економічних коефіцієнтів, котрі

характеризують фінансове становище підприємства, та в першу чергу автономність бізнесу.

Визначення термінів «формування власного капіталу» та «розміщення власного капіталу», що наведені у працях вітчизняних та зарубіжних економістів представлено у табл. 1.

В ході дослідження представленого в табл. 1 виявлено, що найпоширенішими визначеннями формування і розміщенні власного капіталу є трактування його як:

- майнових засобів;
- стартового (початкового) капіталу;
- джерела інвестування.

Таблиця 1

Визначення термінів «формування власного капіталу» та «розміщення власного капіталу»

Автор	Визначення терміну «формування власного капіталу»	Автор	Визначення терміну «розміщення власного капіталу»
1	2	3	4
Андріяш С.П.	Виділені на підприємство або залучені до нього фінансові ресурси у вигляді грошових коштів або вкладень у майно матеріальних цінностей та не матеріальних активів	Бакаев А.С.	Розподілення акцій між співвласниками у залежності від вкладеного внеску
Галяпина Л.В.	Частина фінансових ресурсів, які пущені в обіг, для отримання доходів, що вони приносять від цього обігу	Белоусов М.О.	Виконання до діяльності загальної вартості засобів в грошовому, матеріальному (нематеріальному) вираженні, які були інвестовані власниками
Пантелеев В.П.	Вільні засоби, вкладені в суб'єкт господарювання на початку діяльності або впродовж його господарської діяльності з метою отримання прибутку (доходу)	Квітко В.А.	Реалізація наявних фінансових ресурсів, для використовування у діяльності на початковому етапі господарського процесу
Чебанов А.В.	Наявні фінансові ресурси, які використовуються на розвиток початкового процесу діяльності підприємства	Пушкар М.С.	Процес пропорційного розподілення акцій між власниками у залежності від загального акціонерного пакету

Бутинець Ю.Ф.	Майнові ресурси та фінансові кошти підприємства, відображені в пасиві його бухгалтерського балансу	Гура Н.О.	Початкова матеріальна та грошова база, виділена для реалізації мети діяльності підприємства
Баверк Е.	Окрема частина фінансових ресурсів, задіяних підприємством в оборот, для отримання доходу, що вони приносять	Бругенберг В.А.	Спрямовання засобів (як майнових так і грошових) на виконання підприємством фінансово-господарської діяльності
Лазаришина И.Д.	Загальна вартість засобів виражена в грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, що були інвестовані у формування його активів	Ільницький Ю.	Введення до дії підприємством залучених до нього ресурсів у вигляді грошових коштів або майна, матеріальних цінностей та нематеріальних активів

Але, кожне з цих визначень неповністю відображає сутність процесу формування і розміщення власного капіталу, тому їх не можна використовувати в загальному розумінні. Вживання того чи іншого поняття на пряму залежить від форми діяльності підприємства, форми його власності, кількості засновників тощо.

І тому, ми пропонуємо провести уточнення поняття «формування і розміщення власного капіталу»

як об'єкта обліку та аудиту – це вид капіталу (майнового та грошового) за організаційно-правовою формою підприємства, розмір якого визначається установчими документами відповідно до діючого на день внесення чинного законодавства і є сукупністю пропорційних внесків засновників (або учасників) в майно під час створення підприємства для забезпечення у подальшому його статутної діяльності.

Література

1. Гріщенко І.В. Забезпечення стійкого розвитку підприємств малого і середнього бізнесу в Україні // Науковий вісник ВКІ «Реґіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2015. С. 113-116.
2. Гріщенко І.В. Види інвестиційно-інноваційної політики підприємств України // Науковий вісник ВКІ «Економіка: сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2014. С. 82-84.
3. Гріщенко І.В. Розвиток підприємств України на основі проектування інвестиційно-інноваційного потенціалу // Соціально-економічний розвиток України в умовах світової фінансової нестабільності: зб. наук. праць наук.-практ. конф. з міжнар. участю. 9 квітня 2014 р.- Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2014. С. 248 – 250.

УДК 658.147

ФОРМУВАННЯ ВНЕСКІВ ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Головащенко К. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – викладач Гріщенко І.В.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Необхідність розгляду економічної сутності процесу формування власного капіталу обґрунтовує виокремлення його наступних функцій:

- основоположної (все майно, що було внесене до власного капіталу, складає майнову основу для ведення господарської діяльності підприємства під час його створення);

- регулятивної (визначається окрема частка кожного учасника, що має остаточний вплив в процесі розподілу майна під час виходу з підприємства);

- довгострокового фінансування (вкладення учасників використовуються підприємством протягом досить тривалого часу);

- організаційної (визначається організаційна структура підприємства, і тому являється фактором, що має вагомий вплив на процес управління підприємством);

- гарантійної (у більшості випадків гарантує виконання зобов'язань підприємства, що виникають перед третіми особами (контрагентами) в процесі його діяльності).

В основі досліджень проблемних питань обліку та аудиту власного капіталу покладено вивчення двох його базових концепцій – статичної і динамічної, що суттєво

сприяє процесу багатостороннього пізнання специфічних особливостей даного об'єкта дослідження. Якщо подивитись з точки зору теорії та практики бухобліку, то надалі залишається невирішеним питання стосовно доцільності оцінок власного капіталу або за історичною або за ринковою вартістю. Інша теорія, а саме, різноманітності балансів передбачає існування даних оцінок власного капіталу у паралельному застосуванні. Використання цього подвійного підходу до оцінки величини власного капіталу зумовлює виникнення об'єктивної необхідності у праві вибору суб'єктом господарської діяльності одного із методів оцінки: або методу «брутто», або методу «нетто».

Сутність методу «брутто» полягає в тому, що наявна інформація про неоплачений власний капітал має у собі самостійне значення, тобто розглядається як дебіторська заборгованість з послідуочим відображенням в активі балансу.

А метод «нетто», навпаки, надає можливість відображення заборгованості за внесками до власного капіталу в пасиві балансу підприємства як регулятив. Але, необхідно звернути увагу, що можливість

застосування того чи іншого підходу залежить насамперед від цілей діяльності підприємства.

Як вже зазначалося вище, внесками до власного капіталу можуть бути грошові кошти, матеріальні

цінності, або будь-що інше що має грошову оцінку та не заборонено ЗУ «Про господарські товариства». Детальніший перелік наведено у рис. 1.



Рис. 1. Дозволені та заборонені види внесків до власного капіталу

Також, ЗУ «Про господарські товариства» власного капіталу (табл. 1) регламентуються граничні терміни формування

Таблиця 1

Граничні терміни формування власного капіталу

Вид організаційно-правової форми	Норматив розміру мінімального початкового внеску, що встановлений для кожного учасника	Регламентування терміну внесення початкового внеску	Регламентування максимального терміну формування власного капіталу
ВАТ	У розмірі 30 % номінальної вартості всіх акцій	До початку скликання зборів засновників	Протягом одного року із дня реєстрації товариства, але у випадку якщо більш ранній термін не затверджений зборами засновників
ЗАТ	У розмірі 50 % номінальної вартості всіх акцій		
ТОВ, ПАТ	Розмір самостійно визначається засновниками	До моменту реєстрації товариства	Протягом одного року із дня офіційної реєстрації товариства
Приватні підприємства			Самостійно встановлюється засновниками

Як видно з табл. 1, засновники вкладають грошові кошти та інші цінності до власного капіталу, а взамін отримують акції та облігації за розміром яких одержують у подальшому прибуток. І тому, розглянемо основну модель прийняття стратегічних рішень щодо здійснення вкладень до власного капіталу на підприємстві. Сам процес прийняття такого рішення охоплює дві основні стадії: момент

виникнення бажання здійснювати внески до власного капіталу; затвердження внесків зборами засновників.

Персональний внесок співвласника формується з трьох основних елементів: базового (основного) внеску; додаткових особистих вкладень; дивідендів, спрямованих на збільшення персональної частки учасника.

Література

1. Гріщенко І.В. Забезпечення стійкого розвитку підприємств малого і середнього бізнесу в Україні // Науковий вісник ВКІ «Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2015. С. 113-116.

2. Гріщенко І.В. Види інвестиційно-інноваційної політики підприємств України // Науковий вісник ВКІ «Економіка: сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах». Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2014. С. 82-84.

ЕТНОГРАФІЧНІ ЗАПИСИ КОРЕШКОВОЇ АНТОНІНИ ДМИТРІВНИ З СЕЛА ДУМЕНКИ
ХМІЛЬНИКСЬКОГО РАЙОНУ НА ВІННИЧЧИНІ

Ткач С. – ст.1 курсу, гр. Фвн-11

Науковий керівник – к.і.н., доцент Творун С.О.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Чим багатша етнічна культура в народі тим міцніша і згуртована нація, тим більше шансів зберегти свій етнос від асиміляції, а державність – від зовнішніх посягань. «Існують звичаї – існує мова, існує нація. Втрачені звичаї, втрачається і мова, нація не існує» – писав наш земляк, емігрант професор С.І. Килимник [1, с.12]. Тому збереження багатосторонньої і унікальної української автентичної культури є надзвичайно важливим завданням і в наш час.

Вінниччина славиться своїми збирачами перлин народної творчості. Серед відомих імен Степан Килимник (с. Якушенці Вінницького р-ну), Явдоха Зуїха, Гнат Танцора та Микола Дмитренко (всі троє народилися у селі Зятківці Гайсинського р-ну), Валентина Борисенко (с. Хижинці Вінницького р-ну), Лідія Дунаєвська (С.Воробіївка Немирівського р-ну), Ганна Коваль (с. Велика Стадниця Вінницького р-ну), Микола Леонтович (Монастирок Немирівського р-ну), Петро Ніщинський (с.Неменка Іллінецького р-ну), Настя Присяжнюк (м. Погребище), Марія Руденко (с. Слобода Яришівська Могилів-Подільського району), Анатолій Свидницький (с. Маньківці Тульчинського р-ну) та багато інших[2].

Метою даного дослідження є ознайомлення з фольклорними надбаннями та біографією нашої сучасниці і моєї землячки Корешкової Антоніни Дмитрівни з села Думенки Хмельницького району що на Вінниччині, яка багато років записує, досліджує, зберігає і відтворює автентичну культуру у своєму селі та на теренах Вінниччини і Хмельниччини. В основу написання статті покладені матеріали зібрані Корешковою Антоніною Дмитрівною.

Корешкова А.Д. народилась 5 січня 1970 року в селі Суслівці Лeticівського району на Хмельниччині. У 1992 році переїхала жити в село Думенки Хмельницького району що на Вінниччині, це рідне село її чоловіка. За словами Антоніни Дмитрівни інтерес до місцевих старожитностей, історії та фольклору почався з того, що вона переїхала в с. Думенки, але люди які там проживали, та і за його межами, називали село Сонячним. Така назва за селом збереглася з давніх часів тому, що тут здавна проживали сонцепоклонники – язичники і збереглося багато дохристиянських артефактів і звичаїв пов'язаних з вшануванням сонця, які в наш час тісно переплелися з християнськими віруваннями. «Мене зацікавила ця назва і я почала запитувати про село і його історичні пам'ятки, а потім почала записувати цікаві свідчення місцевих жителів і автентичний фольклор [3].

У 2003 році Корешкова стала завідуючою клубом в с. Думенки. Всі віднайдені експонати народної культури села вона віднесла до клубу, де з власної колекції в одній із кімнат створила сільський музей культури і побуту села Думенки. При музеї створила і гурток «Слідами минулого», метою якого стало поглиблення знань підростаючого покоління про історію і культуру свого краю. Нині музей нараховує біля 800 експонатів, здебільшого ужиткові речі та предмети народної старовини.

Та не меншу цінність становлять фольклорні записи Антоніни Дмитрівни – це народні звичаї, бувальщини, прикмети, знахарські обряди. Серед добірок записів мені дуже сподобалися описи давніх ритуалів, як, наприклад, вигнати з хати злидні при допомозі хлібчика, як позбавитися нічних крикливиць у дітей, уклавши угоду з півнем і курми або з дубом, як віддячувати землі за зривання лікарських рослин.

Я особисто познайомилася з пані Корешковою, збираючи інформацію про обрядові хліби Вінниччини, що проводять студенти гуртка з українознавства ВННІЕ ТНЕУ під керівництвом доцента кафедри ГФД Світлани Олександрівни Творун. Враження були неймовірні. У записях Антоніни Дмитрівни я знайшла інформацію про хліб для дуба, хліб для верби, хліб для криниченьки-дівоньки, хліб для землі, та ще багато описів обрядової випічки, прислів'їв і приказок про хліб, а також давні рецепти.

Детально зупинюся лише на одному з них, це хліб «зілляник», що випікається на свято Семена Зілата.«Цей хліб називали, як нашу річку за городом – «Сварожник», або «Зілляник». Він був з житньої муки та лляного сім'я. Сім'я домішували, щоб земля була родючою, плідною та лагідною, не втратила жіночої сили, зверху робили стаканом кружечок, витискали і в середину кола вилижували Небесні врата, такий хрестик із загнутими кінчиками» [3]. Для виготовлення «зілляника» потрібно:3.5 склянки житнього борошна, 1.4 склянки пшеничного борошна;1 склянку сім'я льону; дріжджі або закваска, 1 чайна ложка цукру;500 грам води (півлітрова банка). Шматочком зілляника віддячували землі за те, що дозволила зілля збирати [3].

За свою подвижницьку працю Корешкова А.Д. має 35 грамот і подяк, а ще багато зворушливих записів у книзі відгуків відвідувачів музею, зроблених почесними гостями і вдячними земляками. Збережена культура рідного краю – то її найбільший спадок, який з роками не втрачає своєї цінності.

Література

1. Килимник С.І. Український рік у народних звичаях в історичному освітленні. – К. Обереги, 1994. – Кн. 1. (т.1 Зимовий цикл, т.2.Весняний цикл). – 400 с. ; – Кн. 2. (т.3. Весняний цикл, т. 4. Літній цикл). – 528 с.
2. Вінниччина фольклорна: Довідник /Упорядники А.М. Подолінний, Т.О. Цвігун. – Вінниця: Книга-Вега, 2003. – 140 с.
3. Записано від Корешкової Антоніни Дмитрівни 1970 р.н. с. СуслівціЛeticівського району Хмельницької області (проживає в с. ДуменкиХмельницького р-ну Вінницької обл..)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ

Іванова К., Щербина В. – ст. 2 курсу, гр.ФКвн-21

Науковий керівник – викладач Циганчук В.А.

Вінницький коледж економіки та підприємництва ТНЕУ

В умовах фінансово-економічної кризи, інфляції, значних валютних коливань, а також прямих загроз національній (і, в тому числі, фінансовій) безпеці країни, надзвичайно важливим є забезпечення надійності та стабільності виконання основного фінансового плану – Державного бюджету України. Даний процес є складним та багатограним, а визначальну роль у ньому відіграє Державна казначейська служба України (ДКСУ). Управління бюджетними потоками в процесі виконання бюджетів є однією із найбільш складних та водночас актуальних проблем, що торкаються усіх верств населення. Більше того, беззаперечним є факт, що системне управління процесом виконання бюджетів є невід’ємною запорукою розвитку економіки в цілому.

Бюджетний аналіз як складова фінансової науки на сьогоднішній день залишається актуальним і перспективним як в науковому, так і в практичному аспектах.

На сьогоднішній день на збільшення дохідної частини Державного бюджету України негативно впливає чимало факторів, зокрема існування тіньових схем ведення бізнесу, надання податкових пільг, неузгодженість потреб у податкових надходженнях з можливостями їх отримання, недосконалість правових норм щодо забезпечення державного контролю в процесі управління ресурсами. Все це сприяє прийняттю неефективних та суб’єктивних бюджетних рішень як на стадіях складання, розгляду та затвердження бюджету, так і на стадії його виконання [1, с.64].

У сучасних умовах господарювання нагальні проблеми у формуванні дохідної частини бюджету продовжують залишатися непоміченими, живлячи тіньову економіку з її негативними наслідками та створюючи підґрунтя для корупції.

Першочерговим завданням є створення системи виконання державного бюджету, яка давала б змогу забезпечувати контроль за відповідністю державних доходів прийнятому закону про бюджет на поточний бюджетний рік, а також рівномірний розподіл надходжень і витрат у часі, підтримання їх пропорційності упродовж бюджетного року.

З метою забезпечення своєчасності і повноти фінансування, здійснення контролю за використанням бюджетних коштів фінансові органи і відділення Державного казначейської служби України на місцях повинні тісно співпрацювати між собою [2, с.104].

Значною проблемою у функціонуванні підрозділів ДКСУ є невиразне розмежування функцій, що забезпечують бюджетне фінансування. Ще однією суттєвою проблемою казначейського обслуговування державного бюджету є об’ємність та складність форм звітності про використання фінансових ресурсів державного бюджету, виконання бюджету та кошторисів, даний процес передбачає додаткових затрат

праці від органів ДКСУ. Також існує проблема кадрової плинності, що викликана сукупністю наступних чинників: занадто завищені кваліфікаційні вимоги, значне навантаження, низький рівень оплати праці, який веде до зниження мотивації до трудової діяльності тощо.

З огляду на це, необхідно здійснити ряд заходів для вирішення виявлених проблем. А саме [3, с. 58 – 60]:

1.Ефективно використовувати тимчасово вільні залишки коштів на ЄКР.

2.Активізувати діяльність органів ДКСУ, пов’язаної з випуском державних цінних паперів.

3.Чітко розподіляти функції і повноваження, що стосується використання бюджетних коштів між органами ДКСУ та Міністерством фінансів України.

4.Розширити повноваження органів казначейства в плані посилення контролю за витрачанням бюджетних коштів.

5. Виділяти кошти з державного бюджету розпорядникам коштів на основі їх реальних потреб.

6.Вдосконалити існуючу нормативно-законодавчу базу, що регулює процес казначейського обслуговування державного бюджету.

7. Спрощення форм звітності та механізму її подання до органів ДКСУ.

8. Вирішити існуючі кадрові проблеми шляхом покращення умов праці, грошового забезпечення, а також підвищення кваліфікаційного рівня.

На даний момент в системі Державної казначейської служби України для обслуговування бюджетів діє програмний продукт – автоматизована система «Казна», що дає можливість спостерігати за рухом коштів бюджетних установ.

Проведені наукові дослідження демонструють, що питання механізму казначейського обслуговування бюджетів є недостатньо вивченими.

Сьогодні утвердилася тенденція до збільшення залишків бюджетних коштів в установах банків, які не використовуються бюджетними установами та організаціями, що фінансуються з бюджету. Такий стан справ пояснюють тим, що з вини головних розпорядників коштів державного бюджету значні суми безпідставно затримуються на рахунках Державної казначейської служби України через несвоєчасний їх розподіл, відсутність належно оформленої кошторисної документації, угод на поставку матеріальних цінностей, обладнання тощо та недосконалість системи видатків державного бюджету [4, с.45].

Можна виокремити такі основні напрями удосконалення казначейського обслуговування державного бюджету за доходами:

- 1) оптимізація казначейської інфраструктури;
- 2) впровадження міжнародних стандартів у роботі ДКСУ;

3) вдосконалення підходів до фінансової звітності про виконання державного бюджету за доходами;

4) модернізація програмного забезпечення у роботі казначейства [5, с. 86-87].

Отже, подальший розвиток системи Державного казначейства України пропонується

пов'язувати із удосконаленням існуючих та створенням нових механізмів у напрямі зосередження та централізації фінансових ресурсів в єдиній структурі органів Державної казначейської служби України та посиленні контрольних функцій з боку держави за своєчасним і повним надходженням до бюджету фінансових ресурсів та їх ефективним використанням.

Література

1. Боровик П. М. Казначейське виконання місцевих бюджетів: проблеми та шляхи їх вирішення / П. М. Боровик, І.М. Козлова, М.Ю. Кодола // Теоретичні та практичні аспекти стійкого розвитку фінансової системи України : кол. моногр. / під ред. О.О.Непочатенко. – Умань : Видавн.-поліграф. центр «Візаві», 2015. – Ч 1. – С. 63–67
2. Боярко І. М. Методологічний інструментарій оцінки фінансової стійкості місцевого бюджету / І. М. Боярко, Л.Л. Гриценко // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 2. – С. 100–109.
3. Гріщенко І.В. Організаційно-методичні засади фінансового контролю формування і використання коштів загального і спеціального фондів кошторису бюджетної установи / І.В. Гріщенко // Обліково-аналітичне та фінансове забезпечення управління підприємства: міжнародний досвід та вітчизняна практика: збірник наукових праць всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції. Вінниця: Центр підготовки навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2011. – С. 58–60
4. Голинський Ю.О. Перспективи впровадження системи ключових показників ефективності виконання бюджетів органами казначейської служби / Ю. О. Голинський // Перспективи розвитку фінансових систем європейських країн в сучасних умовах : зб. тез нак. доп. за матеріалами XIII Міжнар. студ.-аспірант. конф., м. Львів, 23 листопада 2012 р. : Ч. 1. – Львів : ЛДФА, 2012. – С. 44–47.
5. Циганчук В.А. Оцінка інноваційних кластерних проєктів / В.А. Циганчук, І.В. Гріщенко, Л.М. Клівіденко, Білецька Н.В. // Науковий вісник Львівської комерційної академії. Серія «Торгівля, комерція, підприємництво». – Львів, 2015.– Випуск 19. – С. 86-89.

УДК 351.72.07 : [336.145 : 352]

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Луцишина Т. – ст. 2 курсу

Науковий керівник – викладач Циганчук В.А.

Вінницький коледж економіки та підприємництва ТНЕУ

В умовах структурних змін, які відбуваються в економіці України, одним із пріоритетних постає питання раціонального функціонування такої системи виконання місцевих бюджетів, яка забезпечила б обґрунтоване та доцільне використання фінансових ресурсів країни. З місцевих бюджетів здійснюються видатки на утримання органів місцевого самоврядування, загальноосвітніх, медичних та культурних закладів, що перебувають у віданні відповідних рад. Складна структура місцевих бюджетів, необхідність раціонального і ощадливого витрачання бюджетних коштів, а також потреба встановлення раціонального взаємозв'язку між Державним та місцевими бюджетами і зумовила необхідність запровадження казначейського обслуговування місцевих бюджетів. Ефективна робота органів Державної казначейської служби України (ДКСУ) в напрямку обслуговування місцевих бюджетів за доходами і видатками має забезпечити прозорість у розподілі бюджетних ресурсів, а також удосконалити систему контролю за бюджетними процесами, належним виконанням нормативно-правових актів у всіх сферах бюджетної системи через систему функціонування Єдиного казначейського рахунку.

Значний внесок у дослідження казначейського обслуговування місцевих бюджетів внесли: К. Огданський, П. Петрашко, В. Стоян, Н. Сушко, О. Чечуліна, С. Юрій, С. Булгакова, Л. Єрмоленко, Є. Галушка, Й. Хижник, О. Даневич, О. Охримовський, Д. Ротар, К. Павлюк, М. Мельник, А. Стівчатий, Л. Гуцаленко, Р. Макуцький, О. Кіреєв, М. Мац та ін.

Проте недостатньо висвітленими залишаються питання казначейського обслуговування місцевих бюджетів як за доходами, так і за видатками у взаємодії з іншими суб'єктами фінансової діяльності та шляхи підвищення його ефективності в умовах розвитку ринкової економіки.

Одним із напрямів підвищення ефективності управління бюджетним процесом на місцевому рівні є удосконалення діючої системи казначейського виконання бюджетів. Зокрема, удосконалення процесу бухгалтерського обліку, фінансової звітності та звітності з виконання бюджетів, управління фінансовими ресурсами.

Державна казначейська служба України, діяльність якої спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністерство фінансів України, забезпечує казначейське обслуговування бюджетних коштів і передбачає:

1) розрахунково-касове обслуговування розпорядників і одержувачів бюджетних коштів, а також інших клієнтів відповідно до законодавства;

2) контроль за здійсненням бюджетних повноважень при зарахуванні надходжень бюджету, взятті бюджетних зобов'язань розпорядниками бюджетних коштів та здійсненні платежів за цими зобов'язаннями;

3) ведення бухгалтерського обліку і складання звітності про виконання бюджетів з дотриманням національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку;

4) здійснення інших операцій з бюджетними

коштами [2, с. 12-13].

Запроваджене казначейське обслуговування має як позитивні, так і негативні сторони. Воно зменшує кількість фінансових порушень, але водночас гальмує виконання бюджетів, що, у свою чергу, позбавляє можливості оперативного розв'язувати проблеми міст, сіл, селищ [1, с. 5-6].

Тобто, виникають наступні проблеми як:

- відсутність прозорості та стабільності в сфері казначейського обслуговування місцевих бюджетів;

- неприпустимість продовження такої практики з проведення видатків органами ДКСУ, яка призводить до зростання боргів місцевих бюджетів перед постачальниками товарів, робіт та послуг;

- пряме втручання органів державної влади у діяльність органів місцевого самоврядування. Якщо заходи не будуть вжиті, то міські ради не зможуть забезпечити виконання делегованих їм повноважень;

- цільового використання коштів бюджетними установами (закладами) соціально-культурної сфери, а саме порядок відкриття рахунків відокремленим структурним підрозділам та порядок оформлення особових справ нововідкритим розпорядниками;

- ситуація, коли місцеві бюджети не можуть скористатися власними коштами з вини державного органу, на який покладено обов'язки з розрахунково-касового обслуговування таких бюджетів, є неприпустимою та порушує права органів місцевого самоврядування на незалежність від органів державної влади в ході виконання власних бюджетів у межах, що не порушують чинного законодавства.

Проблема полягає не стільки у розмірі бюджетів, а у відсутності можливості перерозподілу коштів між бюджетами, насамперед, між місцевими, адже при необхідності збільшити фінансування певної програми чи подолання якоїсь ситуації, ніхто не поділиться грошима зі свого бюджету, хоча гроші, передбачені на конкретні потреби, виділялися всім [4, с. 86-87].

Якщо, навіть, сільські ради областей, де високо розвинене сільське господарство, не можуть бути самодостатніми, а агропідприємства – рентабельними,

то це свідчить про те, що економічна політика є неправильною і її треба змінювати.

Проведення в Україні процесу децентралізації фінансових відносин та надання більшої фінансової самостійності органам місцевого самоврядування вимагає дослідження та глибокого аналізу виконання місцевих бюджетів, які є важливою категорією системи місцевих фінансів. Зважаючи на той факт, що інститут місцевого самоврядування в Україні є досить новим у порівнянні з практикою суверенітету територіальних громад в інших країнах світу, необхідним є подальше слідування обраним курсом реформування бюджетних відносин із врахуванням зарубіжного досвіду [3, с. 128-129].

Отже, слід зазначити, що в Україні постійно порушується принцип самостійності бюджетної системи, як у частині відсутності адекватного фінансового забезпечення місцевих бюджетів, результатом чого є залежність їх від трансфертів з державного бюджету, так і шляхом використання коштів місцевих бюджетів для фінансування дефіциту державного бюджету.

Принцип самостійності бюджетів визначає, що органи місцевої влади коштами відповідних бюджетів не несуть відповідальність за бюджетні зобов'язання держави і навпаки. Перехід на казначейський механізм обслуговування місцевих бюджетів за видатками і доходами надав можливість зосередити всі рахунки місцевих бюджетів і розпорядників коштів цих бюджетів на Єдиному казначейському рахунку і не дав розпорощувати бюджетні кошти на рахунках банківських установ, також дозволив позбавитися ризиків при зберіганні бюджетних коштів. Проте потрібно зазначити, що запровадження системи управління бюджетними ресурсами через Єдиний казначейський рахунок з одного боку дає змогу зменшити вплив касових розривів на рівень поточного виконання видаткової частини бюджету, з іншого – дає можливість уряду користуватися та маніпулювати коштами місцевих бюджетів.

Література

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Про Державну казначейську службу України [Електронний ресурс]: Указ Президента України від 13.04.2011 №460/2011. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Гріщенко І.В. Методика внутрішнього фінансового аудиту власних надходжень бюджетних установ / І.В. Гріщенко // Вісник Національного технічного університету: Сборник научних трудов. – Харьков: НТУ "ХПИ", 2005, № 58, т. 2, С. 128-130
4. Циганчук В.А. Оцінка інноваційних кластерних проектів / Н.В. Білецька, Л.М. Клівіденко, І.В. Гріщенко // Торгівля, комерція, підприємництво. – Львів, 2015. – № 19. – С. 86-89

УДК 373:54(07)

ВИКОРИСТАННЯ ЕЙДЕТИКИ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ШКІЛЬНОГО КУРСУ ХІМІЇ

Бондар К. – ст. 1 курсу магістратури

Науковий керівник – д.пед.н., доцент Анненкова І.П.

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Одним із важливих завдань системи вітчизняної середньої освіти є розвиток кожної дитини як неповторної індивідуальності. На сучасному етапі розвитку педагогічної науки і практики розроблено значну кількість інноваційних технологій, які б

сприяли розвитку особистості учня і робили б процес навчання цікавим і ефективним. Однією із таких інноваційних технологій є ейдетика.

Метою роботи є виявлення можливостей використання основних технік ейдетики в процесі

вивчення шкільного курсу хімії.

У перекладі з давньогрецької «ейдос» – яскравий образ, зовнішній вигляд. Ейдети́зм – особливий різновид образної пам'яті, здатність найбільш яскраво й точно відтворювати в усіх деталях наочні образи предметів, які в даний момент безпосередньо людиною не сприймаються. Фізіологічно основою ейдетичних образів є залишкове збудження зорового аналізатора. Ейдетика в психологічному значенні – це здатність відтворювати наочний образ будь-якого предмета або явища через певний відрізок часу [1].

Ейдетичні образи відрізняються від звичайних тим, що людина ніби продовжує сприймати предмет за його відсутності. Основна формула, що відображає сутність методів ейдетики: уява + позитивні емоції = засвоєна інформація.

Термін «ейдетика» був уведений у психологію у 30-ті роки ХХ століття німецьким ученим Еріком Йеншем та його однодумцями (О. Кро, А. Рікелем, Г. Фішером та ін.). Серед вітчизняних психологів ці питання досліджували П. Блонський, Л. Виготський і О. Лурія. Саме О. Лурія вперше запропонував розділити прийоми зміцнення пам'яті на мнемотехніку та ейдотехніку. Однак пізніше через ряд ідеологічних обставин дослідження з питань ейдетики у СРСР були повністю зупинені [1; 2].

У середині 80-х років минулого століття учений і педагог Ігор Матюгін розробив ігрову систему – «Школа ейдетики», спрямовану на покращення сприймання й відтворення інформації, яка базується на властивому кожній людині вмінні уявляти й фантазувати. З 1990-го року впровадження методів

ейдетики в Україні почав здійснювати учень І. Матюгіна, почесний доктор педагогічних наук – засновник «Української школи ейдетики «Мнемозіна» Євген Антошук.

Головним інструментом ейдетики є робота з асоціаціями і акровербальна техніка. Робота з асоціаціями представлена двома напрямками: ланцюговою метод (асоціативні логічні зв'язки) і метод зорових асоціацій [2].

Ланцюговий метод заснований на тому, що будь-яке явище може спричинити за собою інше. Інформація, при навчанні в цьому методі, відкривається поступово (від загального до конкретного).

Метод зорових асоціацій, навпаки, позбавлений логічного компонента. Але тут особливо важлива зв'язок того чи іншого об'єкта з певним місцем [2]. Наприклад, розчинення речовин можна порівняти з перетягуванням меблів. Вчитель може сказати: «Уявіть, що на час ремонту шкільні столи (або парти) склали в спортзалі в строгому порядку акуратним штабелем. Цей упорядкований штабель є моделлю кристалічної речовини, а кожен стіл – як би "молекулою" такого речовини. Після закінчення ремонту учнів попросили допомогти перетягнути столи. У спортзал вбігла ватага учнів (ця ватага не що інше, як розчинник, а кожен учень – молекула розчинника), хтось заліз нагору, хтось тягне столи знизу – коротше, робота закипіла. Дуже скоро столи, кожен з яких несуть де двос, а де четверо хлопців, виявляються в різних кінцях школи, а від штабеля в спортзалі не залишається і сліду» (Див. рис. 1).

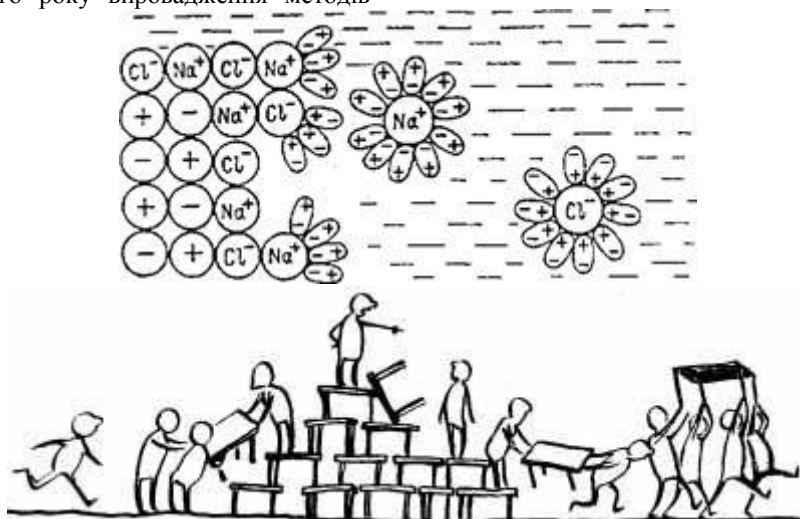


Рис.1. Гідратація іонів Na^+Cl^- при розчиненні NaCl (зверху), образне уявлення цього процесу (знизу)

Акровербальний метод («акро» – край, «вербо» – слово) базується на креативному перетворенні «сухої» інформації в «живі» тексти. Це може бути, наприклад, «шифрування» навчального матеріалу в вірші, пісні та висловлювання [2].

Наприклад, учневі потрібно запам'ятати, в чому полягає принцип комплементарності у побудові дволанцюгової молекули ДНК. Тобто: напроти аденілового нуклеотиду розташовується тимідиновий, а напроти гуанінового – цитозиний. Пропоную

учням фразу: «АТи ГуЦуЛочка». Ще приклад: Милій Елегантний Парубок Бажає Познайомитися з Гарною Грайливою Оксаною Надіславши Дарунок (гомологічний ряд алканів – метан, етан, пропан, ...).

Отже, використання технік ейдетики мінімізує психологічну напругу, а запам'ятовування і засвоєння інформації стає невимушеним, захоплюючим і необтяжливим. Це сприяє підвищенню працездатності та зацікавленості предметом.

Література

1. Кривоніс М. Л. Ейдетика як засіб підготовки дитини до школи / М. Л. Кривоніс, О. Л. Дроботій. – Х.: Вид-во «Ранок», 2012. – 160 с.
2. Ткачик Л.В. Головні інструменти ейдетики [Електронний ресурс] – Режим доступу: tkachik.pp.ua/eidetic/. Дата звернення: 02.04.2017

УДК 519.22-7:330

МЕТОДИ МАТЕМАТИЧНОЇ СТАТИСТИКИ В ЕКОНОМІЦІ

Ваколюк Г. – ст. 4 курсу

Науковий керівник – к.пед.н Туржанська О.С.

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

Сучасна економічна наука не може існувати без математичних і статистичних методів, оскільки на основі статистичних даних будуються економічні прогнози, вивчається інвестиційна активність підприємств, динаміка росту цін, вплив реклами на попит, коригування й прогнозування змін фінансового стану та оцінки фінансових можливостей підприємства на майбутнє.

Метою статті є узагальнення основних етапів обрахунку результатів економічних досліджень.

Аналіз і побудова взаємозв'язку економічних змінних – основний елемент економічного дослідження. Але перед цим потрібно виконати: збір даних, аналіз, оцінювання параметрів вибірки, висунення та перевірка гіпотез, інтервальне оцінювання тощо.

Оскільки не завжди можна виявити всі основні фактори, які впливають на змінну, а деякі взаємодії чи фактори впливу на змінні ще й бувають випадковими, окрім того, економісти часто мають ще й обмежений набір статистичних даних, тому є нагальна потреба у більш глибокому дослідженні, у комплексі математичних і статистичних методів. Статистичні дані є основою для виявлення і обґрунтування економічних закономірностей.

Якщо нам відомі всі економічні показники (вся генеральна сукупність), то тоді можна теоретично визначити значення параметрів досліджуваної моделі, і, відповідно, розраховувати всі необхідні економічні показники. Однак на практиці нам не завжди відома множина всіх можливих результатів. Іноді ми досліджуємо тільки випадково вибрані значення тих показників, які нас цікавлять у задачі. Тому, маючи лише вибіркові значення, можна оцінити значення параметрів, які нас цікавлять, але точно їх визначити нам не вдасться.

Отже, нам важливо з'ясувати, наскільки середні оцінки, що визначені на основі вибірових даних, є надійними, а також з'ясувати випадкове розсіювання даних, бо процес формування вибірки є випадковим. Зокрема, важливо знати взаємозв'язок між економічними показниками та їх вплив один на одного. Для цього висуваємо гіпотезу (припущення) про значення генеральної сукупності чи про порівняння дисперсій двох нормально розподілених сукупностей тощо.

Тобто реально спостережувана сукупність об'єктів, статистично представлена рядом досліджень x_1, x_2, \dots, x_n випадкової величини X є вибіркою, а

гіпотетично існуюча – генеральною сукупністю, яка може бути скінченною $N = const$, або нескінченною $N = \infty$, де N – число спостережень. Вибірка із генеральної сукупності – завжди є результатом обмеженого ряду спостережень.

Часто буває необхідним знати закон розподілу досліджуваної ознаки генеральної сукупності. Якщо закон розподілу A (рівномірний, показниковий, нормальний розподіл тощо) невідомий, але є міркування для припущення його певного вигляду, тоді висувають певну гіпотезу H . Гіпотеза H : ознака генеральної сукупності розподілена за законом A . У цій гіпотезі мова йде про вигляд невідомого розподілу. Іноді закон розподілу ознаки генеральної сукупності відомий, але його параметри (числові характеристики) невідомі. Якщо є припущення, що невідомий параметр θ дорівнює певному значенню θ_0 , то висувають гіпотезу $H: \theta = \theta_0$. Дана гіпотеза вказує на припущену величину параметра відомого розподілу.

Можливі також інші гіпотези: про рівність параметрів ознак двох різних розподілів, про незалежність вибірок тощо.

Статистичні гіпотези поділяють на параметричні та непараметричні. Параметричні статистичні гіпотези містять твердження про значення параметрів генеральної сукупності. Всі інші статистичні гіпотези називаються непараметричними. Розв'язання кожної задачі перевірки статистичних гіпотез завжди починається з визначення основної та альтернативної гіпотез. Основну гіпотезу називають нульовою та позначають H_0 . Одночасно з основною гіпотезою H_0 завжди розглядають альтернативну їй гіпотезу H_1 , що конкурує з нульовою гіпотезою.

Перевірка нульової гіпотези H_0 проводиться статистичними методами, тому її називають статистичною перевіркою гіпотези. Основна нульова гіпотеза, яка на початковому етапі перевірки завжди вважається вірною, в дійсності може бути як вірною, так і помилковою. Тому, за результатами статистичної перевірки нульової гіпотези може бути прийняте як вірне, так і помилкове рішення.

Перевірку статистичної гіпотези можна здійснити лише з використанням даних вибірки. Для цього слід обрати деяку випадкову статистичну характеристику (вибіркову функцію), точний або наближений розподіл якої відомий, і за допомогою цієї характеристики здійснити перевірку основної нульової гіпотези H_0 .

Весь сенс перевірки гіпотези полягає в тому, щоб зрозуміти, наскільки великим є ризик отримання висновку про відхилення нульової гіпотези тимчасом, коли вона дійсно є вірною. Оскільки для висновку за результатами перевірки гіпотези використовується вибірка, ми повинні прийняти до уваги, що присутня помилка вибірки.

Отже, математичні і статистичні методи активно використовуються в економіці. Застосування їх дає змогу будувати економіко-математичні моделі, оцінювати їхні параметри та перевіряти гіпотези про властивості економічних характеристик та форм їхнього взаємозв'язку.

Література

1. Кремер Н. Ш. Теория вероятностей и математическая статистика / Н. Ш. Кремер – М.: Юнити – Дана, 2000. – 370 с.
2. Пономаренко О. І. Сучасний економічний аналіз: У 2-х ч. Ч. І. Мікроекономіка: навч. посіб. / О.І. Пономаренко, М. О. , Перестюк, В. М. Бурим. – К.: Вища шк., 2004. – 262 с.

УДК 336.13.017

АУТСОРСИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Грідіна Г. – ст. 5 курсу

Науковий керівник – к.е.н. Загорська Д.М

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Аутсорсинг почав застосовуватися в першій половині ХХ столітті, хоча зародився набагато раніше. Широко використовуватися аутсорсинг почав, коли деякі компанії на «Заході», почали передавати ведення бухгалтерського обліку бухгалтерам, які мали практику, із зовнішнім спеціалізованим компаніям. Серйозне ставлення до аутсорсингу, як до досить нової стратегії управління, з'явилося тільки в 1960-х рр. Наукові основи аутсорсингу беруть свій початок лише в 1990-х рр., при появі перших наукових досліджень, основною метою яких було знаходження оптимальної стратегії впровадження аутсорсингу, а також докладне вивчення аспектів його застосування. У сучасний період, коли прагнення успішно вести підприємницьку діяльність і підвищувати рівень конкурентоспроможності змушують керівництво компаній шукати та застосовувати нові форми управління бізнесом, й однією з таких форм є аутсорсинг. Цим і зумовлена актуальність обраної теми.

Метою роботи є виявлення загроз аутсорсингу бізнес-процесів юридичної особи. Для досягнення мети були поставлені такі завдання: розкрити сутність аутсорсингу; виявити загрози його розвитку в Україні; запропонувати шляхи нейтралізації даних загроз. Питанням теорії та практики аутсорсингу присвячені праці таких вчених: М. Рілінг, А. Гаврилюк, Г. Кассіді, Д. Козлова, І. Орлової, Дж. Хейвуд і ін.

«Аутсорсинг» (англ. Out «зовнішній» і source «джерело») – процес передачі компанією повністю або частково бізнес-процесів іншій компанії, яка є профільною з конкретної необхідної сфери [4].

За кордоном аутсорсинг є актуальним, й у «Західних» компаніях повністю використовують всі переваги послуг аутсорсингових компаній. В Україні досить невелика кількість підприємств, які використовують послуги аутсорсингових компаній, але існують особливості за популярністю окремих його видів (рис. 1).

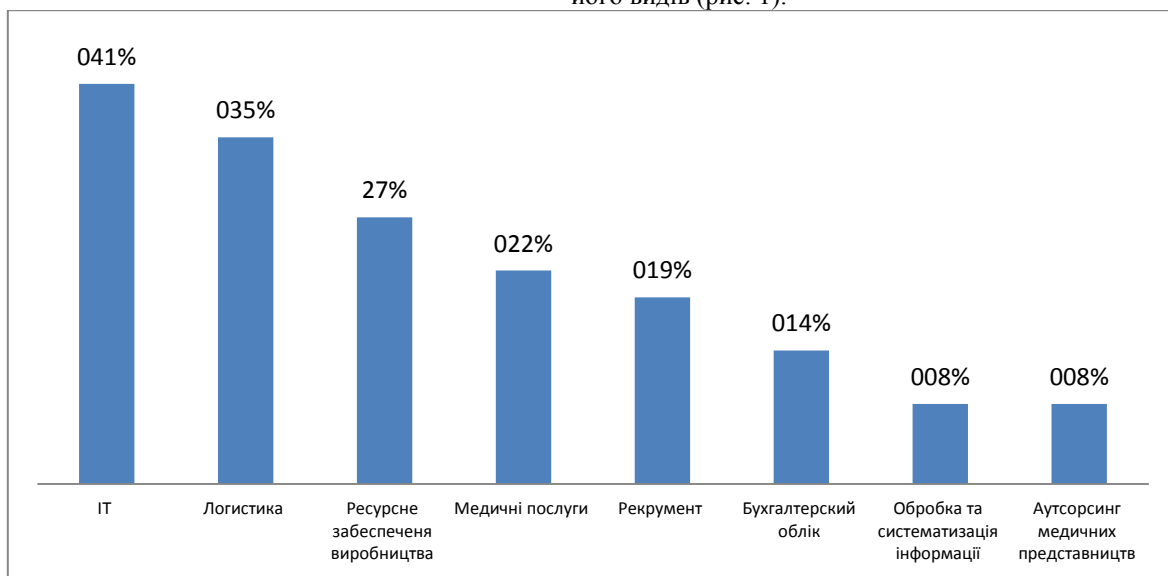


Рис. 1. Галузі, які використовують послуги аутсорсингу за 2016 рік [4].

Найбільшу потребу, як можна побачити з рис.1, має ринок ІТ-послуг. Україна вже давно стала відома на карті світу завдяки потенціалу в області інформаційних технологій. Активність й винахідливість українських представників ІТ-сфери робить Україну перспективним партнером по

аутсорсингу в цій сфері. Згідно з дослідженням HighTechUkraine в Україні працюють 106 великих ІТ-компаній (80 і більше фахівців), а загальна кількість компаній, що надають ІТ-послуги, досягло більше 1 тис. В ІТ-галузі в 2015 році працювали більше 90 тис. Чоловік, що на 20 % вище від показника 2014-го, при цьому близько 60% працювали в аутсорсингу. Топ-5 найбільших аутсорсингових ІТ-компаній України залишається незмінним, а саме: ЕРАМ (4,4 тис. співробітників), SoftServe (понад 3,8 тис.), Luxoft (3,7 тис.), GlobalLogic (2,6 тис.) й Ciklum (2,3 тис.). Сумарно в них працюють майже 17 тис. фахівців, що становить понад 18% ринку. В цілому, за даними української спільноти програмістів DOU.ua, в 25 найбільших компаніях галузі працевлаштована чверть українських ІТ-фахівців [2].

Причинами загроз розвитку аутсорсингових компаній в Україні є: 1) дорожнеча послуг, що надаються; 2) небажання надавати конфіденційну інформацію; 3) відсутність досвіду співпраці з іншими аутсорсинговими компаніями.

Провівши аналіз аутсорсингу в Україні, можна зробити висновок, що аутсорсинг є сучасною і

ефективною формою співпраці між різними суб'єктами ринку й даний синтез дозволяє отримати взаємовигідні результати. Дана кооперація має всі шанси й можливості застосування в Україні, але лише при скороченні всіх негативних моментів і переконання населення в позитивному ефекті від використання послуг аутсорсингових компаній.

Для скорочення всіх негативних моментів можна запропонувати наступні шляхи нейтралізації загроз: знизити вартість послуг, що надаються, де для використання таких послуг); зобов'язати до збереження й захисту комерційної таємниці аутсорсинговою компанією; ввести обов'язковість прозорості діяльності аутсорсингової компанії; акцентувати увагу на ефективності та результативності діяльності аутсорсингових компаній; вести активну співпрацю сторін у аутсорсинговій діяльності. Дотримання запропонованих шляхів нейтралізації загроз дозволить отримати максимальну користь від використання аутсорсингу для обох партнерів такої угоди.

Література

1. Бравар Ж. ефективний аутсорсинг: розуміння, планування та використання успішних аутсорсингових відносин / Ж. Бравар, Р. Морган.-Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. – 288 с.
2. Журнал High Tech Ukraine [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://hi-tech.org.ua/>
3. Сухоняк С. О .. Розвиток аутсорсингу та його форм: українські та зарубіжні аспекти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33811/1/29-208-215.pdf>
4. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: В пошуках конкурентних переваг / Дж. Хейвуд. – М.: Вільямс, 2002. – 230с.

УДК 371.038

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ КАЗКОТЕРАПІЇ У ВИХОВНІЙ ПРАЦІ З ДІТЬМИ СЕРЕДНЬОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

Підвисоцька Г. – ст. 3 курсу

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Вейланде Л.В.-В.

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Незважаючи на розповсюджену та сталу думку щодо доцільності використання казкотерапії лише при роботі з дітьми дошкільного та молодшого шкільного віку, можливо розширити межі її застосування у педагогіці. Психологічна практика вже має багатий досвід застосування казкотерапії у роботі не тільки з підлітками, а й з дітьми старшого шкільного віку.

Проблемі використання казкотерапії у роботі з дітьми та підлітками присвячені наукові дослідження таких сучасних учених, як Л. Банкул, О. Бреусенко-Кузнецов, І. Вачков, О. Гавриченко, А. Гнезділов, Т. Грабенко, О. Деркач, Т. Зінкевич-Євстигнеєва, Л. Короткова, Н. Сакович, О. Федій, Д. Фролов, О. Хомякова, О. Хухлаєва, Т. Яценко та інші.

Казка здавна вважається найдавнішим психолого-педагогічним методом навчання і виховання дітей через потужний вплив на їх емоційно-чуттєву та морально-духовну сферу. За своєю формою казкотерапія є психологічним тренінгом та водночас арт-терапією. Названі ж методи вже зайняли своє місце у класичній шкільній

педагогіці. Переваги казкотерапії полягають у тому, що вона спроможна поєднувати в собі інші види арт-терапії: кольорову, музичну, танцювальну, пісочну анімацію та будь-який різновид і форму театрального мистецтва. В залежності від поставлених цілей, казкотерапія може бути спрямована на розв'язання широкого спектру психологічних питань, які стосуються учнів середнього шкільного віку.

Дослідники казкотерапевтичного методу як технології виховання зазначають, що ефективність казкотерапевтичного методу в роботі з учнями виправдовується такими положеннями: 1) казка – один із засобів, що дозволяє об'єднати дорослого та дитину, дає можливість зрозуміти один одного; 2) казка дає слухачеві необхідну гаму переживань, які викликають добрі, серйозні почуття; 3) казка – це засіб соціалізації дитини, що допомагає увійти в суспільне життя, адаптуватися в ньому та самовиразитися у соціумі; 4) казка – це вид мистецтва, що має своєрідну терапевтичну функцію, яку Арістотель означив терміном «катарсис» – очищення душі, зняття стресу, заспокоєння; 5) казка

має профілактичну функцію (виховання здорового способу життя).

Казкотерапія може бути як індивідуальною, так і груповою. У разі індивідуальної форми вона може виступати як різновид бесіди. Бесіда є універсальним діалогічним методом не тільки в навчанні, а й у виховній роботі, який застосовується для різних вікових груп. Найбільш ефективною у такому випадку буде проведення евристичної бесіди, яка за своїм змістом буде втілювати розповідь учнем власної казки з мінімальним втручанням педагога у вигляді надання мотиву та напрямку роздумів. Така бесіда у вигляді вигадання казки допоможе більше розкрити внутрішній світ дитини, виявити її приховані переконання і відчуття, а також спроможна послугувати розв'язанню внутрішніх особистісних конфліктів та непорозумінь з батьками або однокласниками, – ситуація, з якою нерідко доводиться стикатися у пубертатний період. Психологічно комфортна атмосфера під час проведення індивідуальної казкотерапії сприяє також зменшенню чи взагалі порушенню психологічних бар'єрів між учнем та педагогом, надає можливості побудувати більш партнерські взаємовідносини, засновані на взаємній повазі та довірі.

У разі проведення казкотерапевтичного тренінгу для групи учнів можливості набагато ширше. Такий захід є спрямованим на підвищення рівня взаємної довіри, що, у свою чергу, сприяє згуртованості учнівського колективу. Групова казкотерапія є можливістю для учнів проявити себе, розкрити свій внутрішній світ, а також краще пізнати товаришів. Як будь-яка групова форма роботи, вона є засобом навчити учнів «не перетягувати ковдру», прищеплює взаємну повагу один до одного та відчуття рівності всіх членів

колективу у правах. Завдяки тому, що казкотерапія є творчим видом командної роботи у неформальній обстановці, вона сприяє поліпшенню психологічного клімату у колективі, зміцнює емоційний зв'язок між учнями й педагогом та дозволяє розв'язувати конфлікти всередині колективу у «ігровій» формі. Вигадання казки надає учням можливості самим пройти у ігровій, надреальній формі проблемні ситуації, моральні уроки, власноруч досягнути певних висновків, дійти до певних етичних переконань.

Така форма виховної роботи дозволяє зробити вплив вчителя менш агресивним, авторитарним. Поряд з тим це є можливістю незримо, ненав'язливо корегувати хід міркувань учнів через надання загальної теми чи мотиву казки, відігравання ролі одного з розповідачів у колі, періодичні вставки «від автора» у ході вигадання спільної історії, тощо.

Також казкотерапія дозволяє не лише скорегувати ті проблеми індивідуального та колективного характеру, що вже проявили себе, а й виявити приховані особистісні та міжособистісні конфлікти, які тільки зароджуються. А це означає, що застосування казкотерапії у виховній педагогічній діяльності дозволяє працювати на випередження та попереджати загострення проблем. Таким чином, казкотерапія може слугувати дієвим профілактичним заходом.

Казкотерапія може застосовуватися як шкільним психологом, так і класним керівником під час позаурочної виховної діяльності. Вона є зручним та доцільним методом виховної праці з дітьми середнього шкільного віку, який відповідає новій концепції освіти в Україні.

Література

1. Вачков И. В. Сказкотерапия: Развитие самосознания через психологическую сказку. [Текст] 3-е изд., перераб. и доп. / Игорь Викторович Вачков. – М.; Ось-89, 2007. – 144 с.
2. Бретт Д. “Жила-была девочка, похожая на тебя...” [Текст] / Дорис Бретт; Пер. с англ. Г. А. Павлова. – М.: Независимая фирма «Класс» – «Библиотека психологии и психотерапии»; Вып. 14)
3. Мэллон Н. Живые сказки. Искусство воображения / Нэнси Мэллон; Пер. с англ. М. Шаскольская. – Наири, 2014. – 272 с.

УДК: 65014 (045)

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ «ЧОРНОЇ СКРИНЬКИ»

Стецюк В. – ст. 3 курсу

Науковий керівник – к. пед. н., ст. викладач Добровольська Н.В.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Кожна система нескінченно складна, саме тому будь-який її опис носить наближений, модельний характер. Вид моделі зазвичай залежить від цілей, для яких вона створюється, а так як система це ще й цілісний і виділений з навколишнього середовища об'єкт, вона має безперервно взаємодіяти з ним.

У системології використовується уявлення про входи і виходи системи. Вхід системи – це вплив на систему з боку зовнішнього середовища, а вихід – це вплив, який чиниться системою на навколишнє середовище [2, с.56]. Ці вагомні для розуміння системи

поняття, притаманні моделі "чорної скриньки", що використовується в тих випадках, коли внутрішній устрій системи не надто цікавить, натомість її зовнішні взаємодії – описати важливо.

Зважаючи на структурну неоднозначність, проаналізуємо докладніше основне завдання, етапи побудови та практичне застосування моделі «чорної скриньки».

Модель «чорна скринька» відображає дві важливі властивості системи: цілісність і відокремленість від середовища [1, ст.34]. Не зважаючи

на те, що «чорна скринька» відокремлена від середовища, її не вважають повністю ізольованою.

Отже, система пов'язана з середовищем і за допомогою цих зв'язків впливає на нього. Ці зв'язки називають виходами системи. У цій моделі виходи системи відповідають поняттю «мета» (ціль) системи. Окрім того, система виступає як засіб реалізації «мети», тому необхідно зважати й на зовнішні впливи на систему, які називаються входами системи.



Рис. 1. Графічна модель «чорна скринька»

Основним завданням, яке вирішується за допомоги цієї моделі, є визначення існуючої функціональної залежності: $Y=f(X)$:

- $y_1 = f_1(x) = f_1(x_1, x_2, \dots, x_n)$,
- $y_2 = f_2(x) = f_2(x_1, x_2, \dots, x_n), \dots$,
- $y_m = f_m(x) = f_m(x_1, x_2, \dots, x_n)$

Модель будується у два етапи. На першому з них визначається загальна функціональна залежність Y від X і невідомих параметрів $A = \{a_1, a_2, \dots, a_p\}$: $Y = F(X, A)$. Ця залежність визначається, як правило, на основі знань дослідника про модельований об'єкт-оригінал, на його інтуїції. На другому етапі, як етапі адаптації моделі, визначаються значення невідомих параметрів, на основі статистичних даних про можливі значення вхідних змінних та їм відповідних значень вихідних змінних, в результаті чого одержується функціональна модель системи, яка відображає функціональну залежність Y від X [3, ст 56].

Ознайомившись з основними моментами побудови та структури моделі «чорної скриньки», необхідно розглянути її практичну цінність, адже така модель є не тільки вельми цікавою з теоретичної точки зору, але і єдино доступною для використання при дослідженні.

Наприклад, при аналізі психічних процесів в організмі людини або впливу медикаментів на пацієнта фахівці можуть втручатися у внутрішні процеси тільки через входи. Відповідно, висновки робляться на підставі дослідження виході [4].

Ще одним об'єктом дослідження може бути електрон. Зокрема, невідомо, як він влаштований. Але встановлено, як він взаємодіє з магнітним, гравітаційним, електричним полями. Застосування такого «непрозорого» об'єкта обумовлюється тим, що дослідник не має інформації про внутрішню його будову. Така характеристика і є описом електрона за принципом моделі «чорної скриньки».

Якщо максимально формалізувати модель «чорна скринька», ми приходимо до задання двох множин $X = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$ і $Y = \{y_1, y_2, \dots, y_t\}$ – вхідних і вихідних змінних, між якими ніяких відношень не відомо. Як правило, вихідні змінні є залежними змінними, а вхідні – незалежними змінними, тобто y_1, y_2, \dots, y_t є функціями, а x_1, x_2, \dots, x_n – аргументами цих функцій.

Модель «чорної скриньки» незамінна під час вивчення великих систем, зокрема й економічних. Тому доцільно буде розглянути поведінку підприємства в середовищі цієї моделі.

Модель «чорної скриньки» розглядає організацію як систему зв'язків підприємства з навколишнім середовищем. Найчастіше до аналізу необхідної кількості наборів входів і виходів залучаються досвідчені експерти. Що стосується відносин компанії та навколишнього середовища, тут слід дати кілька пояснень.

В першу чергу для ведення виробничої діяльності необхідний капітал. Він може бути представлений у формі позикових коштів або власних акцій фірми. За рахунок ліквідних активів підприємство отримує можливість задіяти в процесі виробничі фактори. Ними, як відомо, є матеріали, обладнання та інші ресурси, які перетворюються в готову продукцію. Ще один зв'язок з навколишнім середовищем виражений в процесі збуту виробів. Реалізація продукції дає підприємству кошти, які, в свою чергу, спрямовуються на погашення заборгованостей, оплату праці і так далі. На позикові кошти нараховуються відсотки. Вони сплачуються кредитній організації. Крім цього, компанія відраховує обов'язкові платежі в бюджет. Разом з цим, держава надає фірмі дотації [4].

Отже, модель непрозорої (чорної) скриньки вважається найпростішою в системології. Тим часом, при її створенні часто виникають різноманітні складності. Вони обумовлюються головним чином різноманіттям можливих варіантів встановлення зв'язків між об'єктом і середовищем, в якій він розташований. При використанні моделі необхідно враховувати різноманітні фактори, чітко визначити кінцеві і додаткові цілі. Виконання останніх найчастіше вкрай важливо для отримання запланованих результатів спостереження.

Література

1. Катренко А. В. Системний аналіз : підруч. / А. В. Катренко. – Львів: Новий Світ-2000, 2013. – 396 с.
2. Литвин В. В. Бази знань інтелектуальних систем підтримки прийняття рішень: моногр. / В. В. Литвин. – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2015. – 240 с
3. Ратушняк Ю. В. Синтез моделі критеріїв вибору / Ю. В. Ратушняк // Поліграфія і видавнича справа: наук.-техн. зб. – Львів: Укр. акад. друкарства, 2014. – № 3 (59). – С. 42-52.
4. Сайт «Теорія систем і системний аналіз» [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://tsisa.ru/>.

ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Талалай В. – ст. 4 курсу

Науковий керівник – к.пед.н., ст. викладач Добровольська Н.В.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Нині на туристичному ринку України склалася ситуація, коли пропозиція товарів та послуг є досить масштабною та різносторонньою, а попит на них тією мірою, якою необхідно, не задовольняється. За даними окремих аналітиків це пов'язано насамперед тим, що ринок перенасичений великою кількістю підприємств туристичної індустрії, які надають послуги розміщення, харчування, відпочинку, замовлення туру, екскурсійні та рекреаційні послуги тощо, оскільки лише 40% населення організовують свої подорожі через туристичні фірми, інші 60% відпочиваючих самостійно організовують свій відпочинок.

У таких умовах перед підприємствами туристичної індустрії дедалі більш актуальною стає проблема не лише охоплення нових цільових аудиторій, встановлення контактів з потенційними споживачами, але й збереження зв'язків із вже існуючими клієнтами та максимальне задоволення їхніх потреб. В цьому аспекті досить важливим є вміння оперативного та точно передбачити бажання споживача та вчасно зуміти виявити основні пріоритети, якими він керуватиметься при виборі способу задоволення своєї потреби. В сучасних умовах одним з найдієвіших маркетингових інструментів, що може забезпечити встановлення такого контакту, є CRM-система, метою якої є управління взаємовідносинами з клієнтами.

CRM-система – це достатньо новий підхід встановлення зв'язку із клієнтами в маркетинговій діяльності, тому потребує більш детального вивчення. У більшості наукових праць таких вітчизняних та зарубіжних авторів, як М.Перкин, Дж.Ханди, А.Нусгадтер, М.Беніофф, П.Харріс, Д.Меленхофф, М.Баханова, Р.Дудник, О.Євстратова, А.Лещенко, Д.Красова, Д.Ядранський розглядаються лише теоретичні рекомендації щодо застосування даної концепції на конкретному ринку. Водночас, недостатня увага приділяється окремим практичним аспектам застосування CRM-систем у діяльності підприємств різних сфер господарювання.

Маркетингові дослідження показали, що на даному етапі розвитку та функціонування туристичного ринку важливою складовою успіху діяльності туристичних підприємств є не лише забезпечення стабільної пропозиції якісних товарів та послуг, а й досконалість встановлення взаємодії як і з вже існуючими, так і з потенційними клієнтами. Саме на це спрямована CRM-система (Customer Relationship Management) – CRM-система – це можливість інтеграції і максимального використання всіх джерел даних про наявних і потенційних клієнтів. Ця система заснована на використанні передових управлінських і інформаційних технологій, за допомогою яких туристична фірма вивчає інформацію про своїх

клієнтів на всіх стадіях його життєвого циклу (залучення, утримання, лояльність).

У центрі уваги будь-якої CRM -системи знаходиться клієнт. Дані, що знаходяться в системі дозволяють інтегрувати клієнта в сферу організації - підприємство постійно отримує максимально важливу інформацію про своїх клієнтів і їхні потреби [1]. На основі отриманих та проаналізованих даних підприємство може створювати таку організаційну стратегію, що буде стосуватися всіх аспектів його діяльності.

Стратегія CRM передбачає створення в компанії таких механізмів взаємодії з клієнтами, при яких їх потреби володіють найвищим пріоритетом для підприємства. Подібна орієнтованість на клієнта торкається не тільки загальної стратегії бізнесу, але і корпоративної культури, структури підприємства, бізнес-процесів. Використання автоматизованої системи дозволяє мінімізувати людський фактор при роботі з клієнтами, підвищити прозорість діяльності в сферах продажу, маркетингу і клієнтського обслуговування, чітко координувати взаємодію різних служб підприємства [4].

Головною метою застосування CRM -стратегії є визначення найбільш «прибуткових» клієнтів та збереження ефективної співпраці з ними, запобігання їх переходу до конкурента, що зумовлює збільшення доходу [5]. Поряд із цим, існує і безліч інших проблем, для вирішення яких підприємствам доцільно використовувати в своїй діяльності такі системи, а саме:

- жорстка конкуренція – на даний момент доцільнішим є спрямування зусиль на утримання існуючих клієнтів;

- багатогранність відносин – оскільки контакт між клієнтом і підприємством може здійснюватися за допомогою різних засобів зв'язку, перший очікує, що вся отримана по цих каналах інформація при наступних взаємовідносинах буде розглядатися підприємством у сукупності;

- орієнтація підприємств на маркетингові концепції.

Використання CRM-системи у туристичній галузі є досить важливим та ефективним. Адже завдяки чіткій орієнтації на потреби конкретного клієнта туристичне підприємство зможе максимально задовольнити їх, а споживач відчути високу якість наданих йому послуг. Основними цілями використання CRM-систем на туристичних підприємствах є: 1) оперативна (швидкий та своєчасний доступ до інформації в процесі взаємодії з клієнтом); 2) аналітична (аналіз усіх даних, що є на підприємстві та зіставлення їх із побажаннями клієнта та власними можливостями); 3) колабораційна (клієнт безпосередньо бере участь в діяльності підприємства і таким чином може

впливати на розробку сервісної та продуктової стратегії).

На практиці доведено, що впровадження CRM- системи на підприємствах дозволяє: 1) збільшити обсяги продажів на 10%; 2) збільшити кількість укладених угод на 5%; 3) підвищити задоволеність клієнтів на 3%; 4) знизити адміністративні витрати на реалізацію та маркетинг на 10% [2].

Основним недоліком використання такого продукту є його дороговизна, оскільки його впровадження пов'язане з високими витратами ресурсів. Такі програми розраховані для роботи через оператора або торгового представника, що потребує значних затрат часу та фінансових ресурсів.

Проте, зважаючи на те, яких успішних результатів зможе досягти туристичне підприємство, використовуючи CRM-системи, не варто акцентувати увагу тільки на проблемах їх використання. По суті, втілення в життя будь-якої новизни потребує значних затрат коштів та часу. Тому, для підприємств туристичної індустрії доцільним є якнайшвидше впровадження таких систем побудови взаємовигідних відносин з клієнтами, спрямованих на підвищення ефективності і прибутковості їх діяльності за рахунок залучення й утримання прибуткових клієнтів. Чим раніше CRM-система почне збирати інформацію про своїх клієнтів, тим раніше можна буде планувати діяльність щодо розробки та реалізації певного продукту, який буде користуватися попитом.

Література

1. Баханова М. Сутність та особливості використання системи управління взаємовідносинами банку з клієнтами CRM (CustomerRelationshipManagement). / [Електронний ресурс]. / М. Баханова. – Режим доступу: <http://www.secuTties.org.ua/securitiesJournal/review.php?num=34&pub=326>
2. Дудник Р. І. Використання CRM – систем для організації бізнесу. / [Електронний ресурс]. / Р. І. Дудник. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/infysystchnu/lekcia-6>
3. Лещенко А. Р. Terrasoft. CRM- технології. / [Електронний ресурс]. / А. Р. Лещенко. – Режим доступу: <http://www.terrasoft.ua/>
4. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С.В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – №2(6). – 2010. – С.129–138.

УДК 339.137.2

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Холявко К. – ст. 5 курсу

Науковий керівник – к.е.н., доцент Чернова О.В.

Університет державної фіскальної служби України

У сучасному глобалізованому світі процеси, до яких залучаються суб'єкти господарювання різних країн, тісно пов'язані з конкуренцією, що являє собою зіткнення інтересів через наявність обмеження чи рідкості благ. Одним із різновидів конкуренції є економічна конкуренція, що безпосередньо стосується суб'єктів економічних відносин різних рівнів.

Дослідженням проблем забезпечення конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції у світі присвячено ряд праць вітчизняних вчених, серед яких: Юдіцький О.Л., Фіщук Б.П., Донських А.С., Сальман І.Ю. тощо.

Згідно із Законом України «Про захист економічної конкуренції», поняття «економічна конкуренція» трактується як змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами

господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [1]. Існують й інші дефініції цього поняття: це поведінкове тлумачення конкуренції, відповідно до якого конкуренція – це суперництво, боротьба за гроші покупців та майнові блага, шляхом задоволення потреб споживачів; це зміщення уваги з боротьби фірм на аналіз структури ринку, його стану, тих умов, що панують на ньому [2, с. 2-3].

Конкурентоспроможність української сільськогосподарської (далі – с/г) продукції варто прослідкувати за групами УКТЗЕД за 5-річний період.

Так, експорт груп с/г продукції за УКТЗЕД показано на рис. 1 [3].

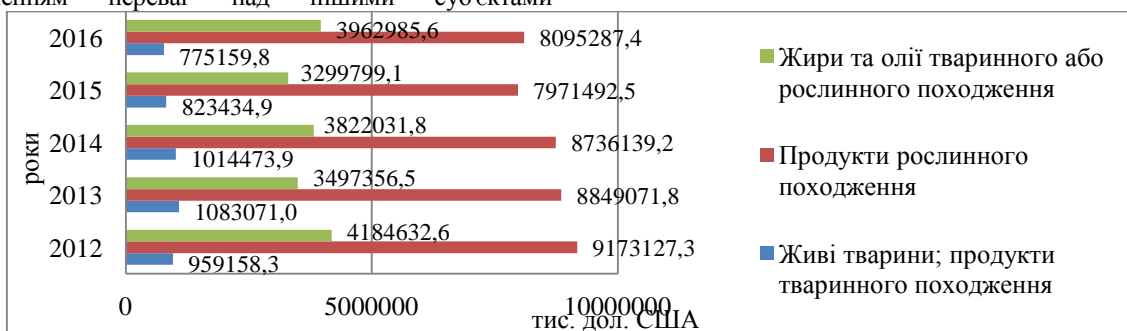


Рис. 1. Експорт груп с/г продукції за період 2012-2016, у тис. дол. США

Відповідно до рис. 1 критичним роком експорту був 2015, адже значне зниження експорту відбулося по всіх позиціях. У 2016 р. наявне стрімке

зростання по позиціях жири та олії тваринного або рослинного походження. Імпорт груп с/г товарів за УКТЗЕД за період показано на рис. 2 [3].

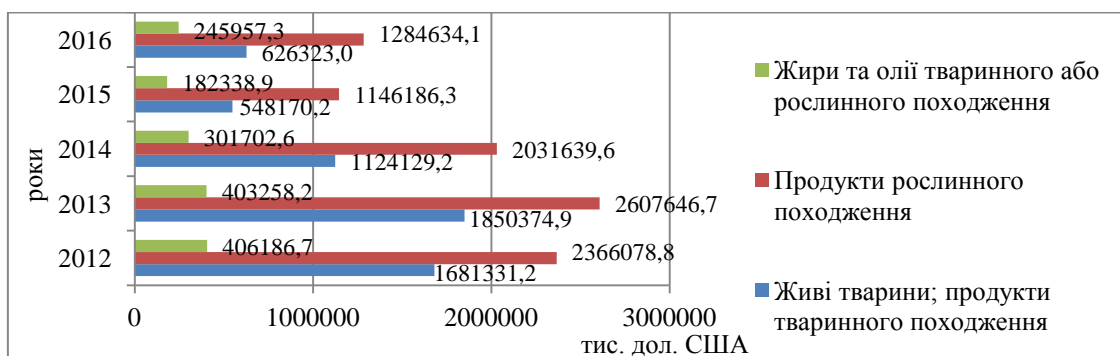


Рис. 2. Імпорт груп с/г продукції за період 2012-2016, у тис. дол. США

Згідно з даними на рис. 2 порівняно з 2012 р. імпорт до 2015 р. суттєво знизився по всіх позиціях. У 2016 р. найшвидше зростання імпорту відбулося по «продуктам рослинного походження» – на 138447,8 дол. США від 2015 р.

Відповідно до даних Державної служби статистики України, наразі позитивну динаміку в експорті показують групи «живі тварини», «м'ясо та субпродукти», «інші продукти тваринного походження», «живі дерева й інші рослини», «овочі»,

«кава, чай», «продукція борошномельно-круп'яної промисловості», «рослинні матеріали». Зростання імпорту відбулося лише за групою «інші продукти тваринного походження» [3].

Торгівля с/г продукцією – це перспективний напрям в українській економіці, адже вона становить вагомий частку в зовнішній торгівлі України.

Частка експорту та імпорту с/г продукції від загального експорту та імпорту України відображено на рис. 3 [3].

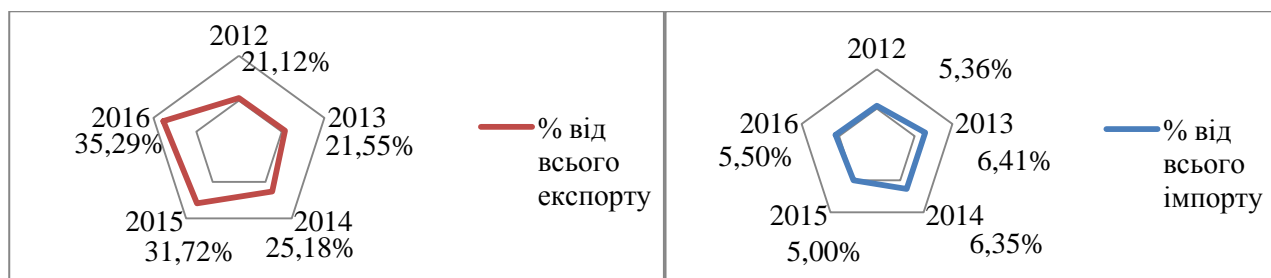


Рис. 3. Частка експорту та імпорту с/г продукції від загального експорту та імпорту, у %

Так, згідно з рис. 3 за 5-річний період найбільшу частку від загального експорту с/г продукція займала в 2016 р., а саме 35,29%, а щодо імпорту – у 2013 р. – 6,41%, тоді як у 2016 році цей відсоток склав – 5,5%.

Останнім часом спостерігається нестабільна динаміка у розвитку підприємств агросектору, що відображається на виробництві с/г продукції.

Тому для підвищення конкурентних можливостей с/г продукції необхідним є: забезпечення с/г виробників сучасною екотехнікою;

створення новітніх технологій вирощування та підвищення урожайності с/г культур, приросту поголів'я худоби; фінансування с/г виробництва та виробників; підготовка висококваліфікованих кадрів; удосконалення цінової політики, якості продукції та маркетингових заходів [4, с. 164].

Таким чином, надаючи всебічну підтримку с/г виробництву, держава підвищує його ефективність, що, у свою чергу, надає нові можливості для розвитку с/г продукції та забезпечує їй конкурентні переваги у світі.

Література

1. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>
2. Юдіцький О.Л. Правові засади економічної конкуренції як об'єкта державного регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10yolodr.pdf>
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> – Загол. з екрану
4. Фішук Б. П. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції / Б.П. Фішук, О.П. Лукашенко // Зб. наук. праць ВНАУ. – 2012. – № 4 (70) . – С. 160–164 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/807.pdf>

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО РУХУ У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Царітелі О. – ст. 3 курсу

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Павлова В.В.

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Ретроспективний огляд історії формування молодіжного руху показує, що зародження та розвиток різних організацій та об'єднань юнацтва на ранніх його етапах практично невідомі сьогодні ні фахівцям, ані широкій громадськості. На території пострадянського простору, наприклад, склалася ситуація, коли тільки комсомол вивчався досить докладно. Проте в даний час тема міжнародного юнацького руху представлена низкою досліджень вітчизняних та зарубіжних дослідників. Серед них можна назвати І. Іллінського, В. Мошняги, Р. Корнелла та ін.

Говорячи про історію появи та розвитку юнацького руху, слід зазначити, що молодіжний громадський рух вперше зародилося в Європі в середині XIX ст. У 1844 р. в Лондоні з ініціативи Джорджа Уільямса була організована Асоціація молодих християн – *Young Men's Christian Association* (YMCA). Наприкінці XIX ст. паралельно з YMCA оформилися *Всесвітній християнський студентський союз* (ВХСС) та *Християнський союз молодих жінок* (ХСМЖ). Однак колесою пролетарських молодіжних організацій слід вважати Бельгію. У 80х рр. XIX ст. була створена юнацька організація «*Союз молоді гвардії*», яка розпочала роботу по залученню до своїх лав молодих людей 15-21річного віку. Союз почав видавати журнал «*Молода гвардія*». На його сторінках висвітлювалися теми, актуальні для молоді: питання класової боротьби, матеріали загальноосвітнього характеру з природознавства, математики та ін [1, С. 88-93].

На початку 50-х рр. XIX ст. в Німеччині були зроблені спроби створення молодіжних та дитячих організацій. У 1845 р. був створений *Союз євангельської молоді* під керівництвом доктора Франка – першого організатора пролетарського юнацького руху організацій католицької молоді в Німеччині. Об'єднання Німеччини в 1871 р. створило передумови для зародження нового способу життя молодого покоління, в тому числі його жіночої частини, в формі молодіжного громадського руху. Перші жіночі організації в Європі боролися проти чоловічого домінування в сім'ї, за надання жінкам права голосу на виборах, за право разом з чоловіками навчатися в університетах. Соціальні та економічні зміни в кінці XIX – початку XX ст. спричинили кризу сімейного виховання і зміни в шкільній системі освіти. На рубежі XIX–XX ст. в Німеччині з'явився молодіжний рух «*Вандерфюгель*» (Wandervogel) – «*Перелітні птахи*». Після приходу нацистів до влади Wandervogel влився в ряди Гітлерюгенда).

До початку XX в. у США не було особливо помітних організацій молоді. Деяку активність проявляли так звані студентські братства, які в основному виступали проти дій адміністрації навчальних закладів. У першій половині XIX ст. діяльність братств носила таємний характер. У другій половині XIX ст. велику роль в роботі з молоддю стала

грати Асоціація молодих християн, створена в 1844 р в Великобританії. У 1951 р. в США з'явилися її перші організації. Крім релігійного виховання, поширювалося протестантське віровчення, де переслідувалися цілі фізичного, інтелектуального та морального вдосконалення молодого покоління [3, С.90-96].

У Китаї на початку XX ст. активізувався революційно-демократичний молодіжний рух, який поставив за мету повалити тодішню монархію та створити республіку. На чолі молодіжних революційних організацій, стояв Сунь Ятсен – молодий лікар, який здобув освіту західного зразка в англійській колонії Гонконг. Поступово молодіжні організації стали з'являтися в Латинській Америці, Австралії, Японії, Індії та інших країнах світу. Серед них були об'єднання молоді, які носили суто релігійний характер. У Росії першими молодіжними об'єднаннями по праву можна назвати народовольців, анархістів, учасників різних студентських гуртків та інших об'єднань революційної молоді, які з'явилися у другій половині XIXст.. Що стосується більшості молодіжних клубів, гуртків та об'єднань Російської імперії, то необхідно відзначити, що вони в своїй основній масі були організаціями не політичними. Після революційних подій лютого 1917 р. ситуація в молодіжному русі різко змінилася. Більшість організацій стали орієнтуватися на досягнення не стільки культурно-просвітницьких, скільки політичних цілей. У березні 1917 р. в Петрограді з'явилася перша соціалістична організація молоді «*Праця та світло*», за тим – «*Соціалістичний союз робітничої молоді*». Лідери організації «Праця та світло» закликали молодь до просвіти, проте нічого нового їй не змогли запропонувати, та в травні 1917 р. їх організація розпалася [2, С. 67].

Виходячи з вище викладеного, можна констатувати, що в сучасній системі суспільних та політичних відносин молодь все більше набуває значення як суб'єкт, рушійна сила та стратегічний ресурс соціально-економічних та соціально-політичних перетворень. Подальший розвиток усіх країн світу та суспільства безпосередньо залежить від нинішнього покоління молодих людей. Тому необхідність дослідження історії молодіжного руху стає соціально актуальною та затребуваною часом. Основними передумовами появи молодіжного руху в світі стали: урбанізація, індустріалізація, демографічні зміни (збільшення частки молодих людей в структурі населення), поява феномену «молодь» як проміжної ланки між дитинством та дорослістю, кризою шкільної освіти та сімейного виховання. В даний час молодіжну політику в світі здійснюють: Всесвітня федерація демократичної молоді, Міжнародний союз студентів, Європейський молодіжний форум, Всесвітня асамблея молоді та інші локальні молодіжні громадські організації.

Література

1. Ковалева А.И., Луков В.А. Социология молодежи: теоретические вопросы. М.: Изд-во Социум, 1999. 351 с.
2. Привалов В. М. Коммунистический интернационал молодежи. Страницы истории. М. Молодая гвардия, 1973, 283 с.
3. Тихонов А.В. Международное молодежное движение на постсоветском пространстве : структурно-функциональный анализ : дис. ... канд. полит. наук. Н. Новгород, 2010, 203 с.

УДК 378

ПРО ВИКОРИСТАННЯ ІКТ СТУДЕНТАМИ ПІД ЧАС ПЕДАГОГІЧНОЇ ПРАКТИКИ

Шалухіна А. – ст. 4 курсу

Науковий керівник – к.пед.н., доцент Павлова В.В.

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

На сучасному етапі розвитку суспільства навчання все більше набуває форм неперервного, індивідуально-орієнтованого, гнучкого та динамічного процесу. Такі перетворення викликані багатьма різними причинами, серед яких помітне місце займає факт розповсюдження цифрових технологій у різноманітних галузях людської професійної діяльності та, як наслідок, формування та розвитку інформаційного суспільства. Основною характерною рисою будь-якого інформаційного суспільства є широкомасштабне використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у всіх царинах життя.

Сучасні можливості ІКТ стимулюють розвиток нових педагогічних досліджень (В.Ю. Биков, Б.С. Гершунський, Ю.О. Дорошенко, В.І. Клочко, В.М. Монахов, Н.В. Морзе, О.С.Полат, С.А. Раков, О.А. Ракітіна, О.В. Співаковський, В.А. Хуторський та ін.). Сьогодні ІКТ визначають як:

– сукупність методів, виробничих процесів, програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, відображення та використання інформації в інтересах її користувачів [1];

– технологічний ланцюжок методів та засобів, що забезпечують виконання інформаційних процесів і застосовуються з метою підвищення надійності процесів, оперативності та зниження трудомісткості в ході використання інформаційних ресурсів [2] та ін.

Як бачимо, інтерес для педагогічної науки становить той факт, що ІКТ можуть слугувати потужним інструментом для освіти (за умови, що вони грамотно вбудовані в навчальний процес і супроводжуються новими моделями навчання).

Ми зосередили увагу на процесах обміну інформацією між педагогом і учнями, що здійснюються за допомогою комп'ютера і всього різноманіття програмних продуктів, застосування яких сприяє досягненню поставлених педагогом цілей. Зважаючи на це, має сенс говорити далі про ІКТ в уточненому значенні – як про ІКТ навчання (або ІКТ, що застосовуються в навчанні) і розуміти під цим всю сукупність педагогічних технологій і методів навчання, що базуються на використанні комп'ютерних продуктів і технологій, пошукових і обчислювальних можливостей мережі Інтернет з метою підвищення результативності навчання за умови використання розроблених за допомогою зазначених засобів продуктів педагогічного призначення в навчально-виховному процесі.

Аналіз отриманого вище визначення призводить до виокремлення ключової умови використання ІКТ майбутніми педагогами, а саме, до необхідності володіння ними достатнім рівнем інформаційної культури.

Ефективне використання сучасних ІКТ є однією з провідних проблем шкільних навчальних закладів. Особлива увага та найскоріше вирішення цієї проблеми необхідні насамперед у роботі учителів природничих навчальних предметів. Застосування влучно підібраних засобів ІКТ може «компенсувати» недостатнє оснащення шкільних кабінетів фізики, хімії, біології, доповнюючи або частково заміщуючи, наприклад, проведення традиційних практичних та лабораторних занять; викладання досить складних точних предметів – похідних від абстрактних наук – зокрема, математики, з використанням ІКТ (наприклад, для комп'ютерної візуалізації просторових моделей тощо) тільки покращить ефективність сприйняття та осмислення учнями запропонованого матеріалу. Тому формування інформаційної культури при підготовці майбутніх фахівців-педагогів (насамперед учителів шкіл) та готовності до використання ІКТ, яка характеризується сформованою у студентів мотивацією до впровадження ІКТ як необхідного засобу вирішення багатьох навчальних проблем, рівнем комп'ютерної грамотності та здатністю до подальшого саморозвитку в галузі новітніх технологій, є важливим завданням вищих навчальних закладів.

Практична готовність студентів до використання різноманітних технологій навчання, в тому числі, ІКТ, та базові уміння, пов'язані із цією діяльністю, формуються під час проходження педагогічної практики у школі. Вона є «лакмусовим папірцем», що визначає якість набутих студентом знань; в процесі практики студент має показати той рівень освіти та володіння навчальними технологіями, який відповідає вимогам сучасності. Тому педагогічна практика має мислитися студентом-практикантом як той робочий простір, у якому стає можливим перетворення теоретичних уявлень про використання ІКТ, переваги і труднощі, пов'язані із цим процесом, на власний досвід та ознайомлення з передовими педагогічними ідеями з цього питання та реальним рівнем впровадження ІКТ у школах.

Як справедливо зазначають Е.М. Кравченя та Є.Е. Сотникова, більшість студентів лише під час практики починають усвідомлювати, що використання на практиці сучасних засобів навчання

не є для учнів для новиною: уже велика кількість навчальних закладів та учителів застосовують засоби ІКТ: мультимедійні проектори, інтерактивні дошки та тренажери [3].

Тому з метою проведення більш об'єктивного дослідження ситуації з готовністю до впровадження ІКТ у шкільній навчальній процес ми провели анкетування серед студентів 4, 5 та 6 курсів природничих факультетів Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, звернувшись до них із питаннями, які дозволили б певною мірою з'ясувати основні тенденції роботи з ІКТ в школах, а також почути оцінки та прогнози подальшої комп'ютеризації та інформатизації освіти майбутніх фахівців освітньої галузі. Більшість з яких вважають, що корисно заохочувати учнів до створення комп'ютерних презентацій уроків, адже у процесі створення такого продукту учневі доведеться опрацювати велику кількість різноманітних джерел інформації, неминуче натрапити на різні цікаві факти, що тільки підвищить його інтерес до вивчення предмету. Крім того, разом із формуванням умінь роботи з різними інформаційними джерелами паралельно здійснюється розвиток критичного мислення в учнів та, загалом, відпрацьовується навичка самостійного набуття знань.

Таким чином, окрім вже сформульованих думок щодо використання ІКТ у шкільному

навчальному процесі, підсумовуючи, можна запропонувати такі рекомендації студентам-практикантам та майбутнім учителям до втілення у їхній педагогічній діяльності:

- ІКТ можна використовувати як складову частину навчального методу проектів (особливо для старших класів), залучати учнів до основ науково-дослідницької діяльності через висунення гіпотез, їх перевірку та формулювання різноманітних висновків та узагальнень. Обов'язковим етапом діяльності над проектом має бути створення власних електронних продуктів (зокрема, презентацій) з метою подальшого використання їх у процесі доповіді про результати виконаної роботи;

- необхідно перш за все наповнення розроблюваних ІКТ-продуктів змістовною навчальною інформацією.

- використання електронного конспекту, який може бути розміщений, наприклад, на особистому сайті вчителя;

- корисно зробити матеріали уроку (презентації тощо) доступними на сайті класу чи сайті учителя. Перегляд презентацій учнями, повторне споглядання візуальних образів сприяє швидкому відновленню в пам'яті сказаного на уроці;

- використання можливостей Інтернету сприяє формуванню пошукових навичок з різноманітними джерелами інформації.

Література

1. Крупський Я. В. Тлумачний словник з інформаційно-педагогічних технологій: словник / Я. В. Крупський, В. М. Михалевич. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 72с.
2. Єщенко Г.А., Нимирська Л.В. Інформаційно-комп'ютерні технології в освітньому просторі дошкільного навчального закладу м. Артемівськ, 2014 – 108с.
3. Кравченя, Э. М. Использование информационных компьютерных технологий в педагогической практике студентов / Э. М. Кравченя, Е. Э. Сотникова // Кіраванне у адукації. – 2011. – N 3. – С. 9-14.

УДК 37.031.2

РОЗВИТОК МУЗЕЙНОЇ ПЕДАГОГІКИ В УКРАЇНІ

Штогрін В. – ст. 3-го курсу історичного факультету
Науковий керівник – к.пед.н., доцент Вейланде Л.В.-В
Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова

Роль музеїв важко переоцінити. Це заклади, які зберігають предмети історії, культури, мистецтва, а також надають можливість для навчання та виховання.

Одним із найважливіших спрямувань діяльності музеїв є музейна педагогіка. Це відносно новий, але вже досить популярний напрям навчально-виховної діяльності. Він виникає, як закономірний результат інтеграційних процесів, що охоплювали сфери освіти, науки і культури, а також розвиток освітньої діяльності музеїв у різних частинах світу. За визначенням О.Медведева, М.Юхневича «Музейна педагогіка – це наукова дисципліна на перетині педагогіки, психології, музеєзнавства, мистецтва і краєзнавства. Предметом музейної педагогіки є проблеми, пов'язані зі змістом, методами і формами педагогічного впливу музею, з особливостями цього впливу на різні категорії населення, а також з визначенням музею в системі закладів освіти».

Музейна педагогіка, як якісно нова сфера навчання може розглядатися як інноваційна

педагогічна технологія в практиці духовно-морального, цивільно-патріотичного, історико-краєзнавчого виховання особистості дошкільного віку, молодшого школяра, підлітка чи юнака в єдиному освітньому процесі.

В Україні співпраця музеїв і школи стало активно розвиватися в останні десятиліття. Деякі аспекти розвитку музейної педагогіки розробляли Т. Белофастова, П. Бурдейний, Л. Гайда, Н. Ганусенко, О. Караманов, М.Костриця, І. Ласкій, П. Луньов, О. Ляпін, Л. Масол, Т. Мацейко, І.Медведева, В. Обозний, Ю. Омельченко, Ю.Павленко, І.Ткаченко, І. Пантелейчук, Є.Пасічник, І.Прус, О.Рокицька, І.Самсакова, В.Снагощенко, М. Струнка, О.Топилко, Я. Треф'як, М.Трошина.

Актуальність теми діяльності музейно-педагогічних центрів нашої країни обумовлена недостатньою кількістю установ, які займаються розробкою і реалізацією як теоретичних питань, так і спеціальних освітніх програм для дітей. На жаль, не

створено жодного спеціального науково-методичного центру з проблем сучасної музейної педагогіки. Дослідження науковців у вказаній галузі є фрагментарними, а педагогічній спільноті України вкрай потрібна кафедра (науково-дослідна лабораторія) музейної педагогіки.

У Міністерстві культури і туризму України поки що не створено окремих державних комітетів з музейної справи. Спеціалізовані науково-дослідні установи в галузі українського музеєзнавства відсутні, розробкою національних музеологічних програм займаються відповідні кафедри вищих навчальних закладів, наприклад, кафедра археології та музеєзнавства КНУ імені Тараса Шевченка. У Одеському національному університеті ім. І.І. Мечникова вивчаються курси «Пам'яткознавство та музеєзнавство».

Значну роль у розвитку музейної педагогіки відіграють державні музеї, яких в Україні більше 500 (державних і комунальних), а також близько 6 тисяч громадських (відомчих). Особливої уваги заслуговують музеї при навчальних закладах, які знаходяться у сфері управління Міністерства освіти і науки України, на грудень 2007 року їх налічується 3887.

Таким чином, відсутність спеціалізованих установ в Україні негативно позначається на створенні та реалізації музейно-педагогічних програм. Основні інноваційні форми музейної педагогіки діють лише на регіональному рівні. Вони представлені, з одної сторони, працівниками музею, які намагаються привернути до себе основну частину відвідувачів – дітей та студентів, з іншої сторони – педагоги, які використовують технології із залученням музейних колекцій (рис. 1).

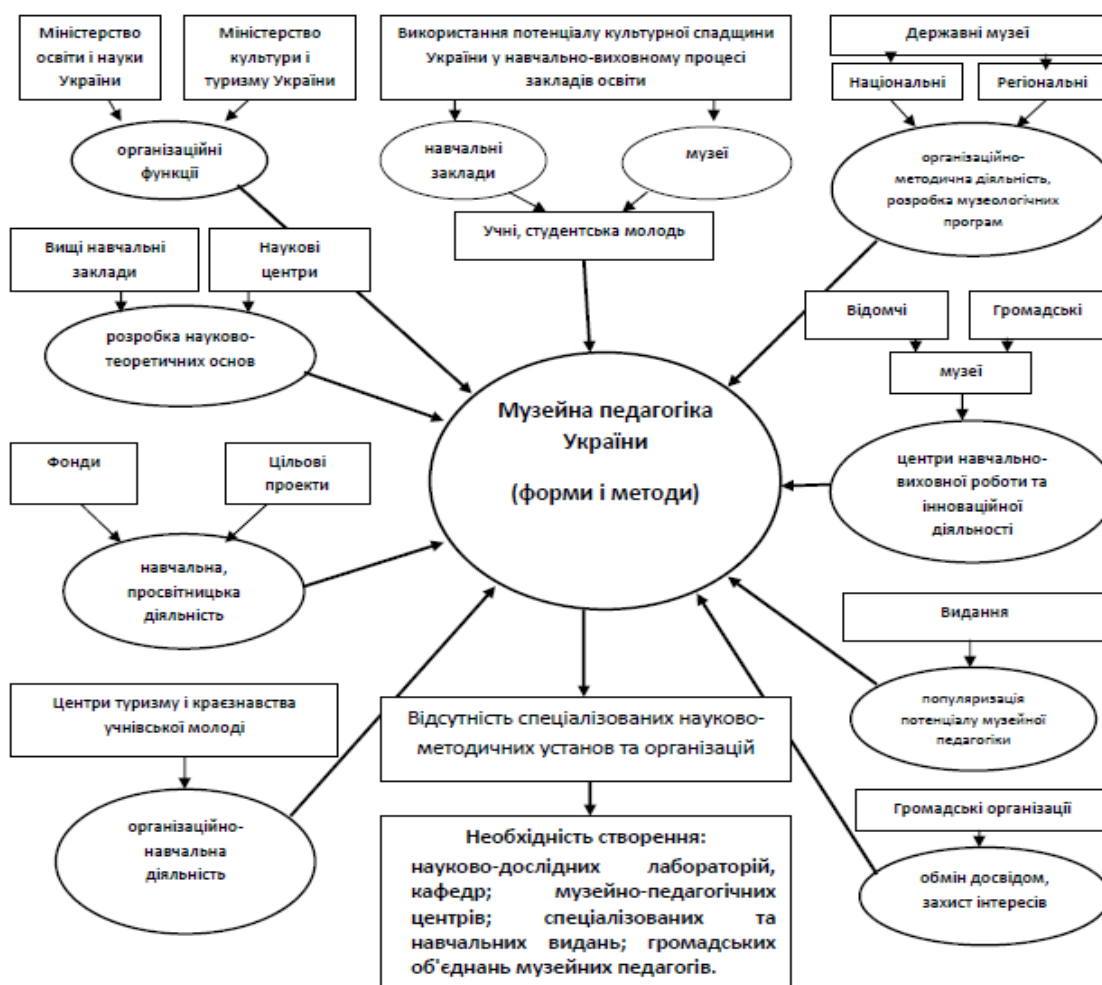


Рис. 1. Модель розвитку музейної педагогіки в Україні

Дана схема наочно показує усі складові музейної педагогіки України процесу використання сучасних форм і методів

Література

1. Гайда Л. А. Музей у навчальному закладі / Л. А. Гайда. – К.:Шк. світ, 2009. – 128 с. – (Бібліотека "Шкільного світу").
2. Трунова, М. Секрети музейної педагогіки: з досвіду роботи // Дошкільне виховання. – 2006. – № 4. – С. 38-42.
3. Музейний простір України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: – <http://prostir.museum/>
4. Наказ Міністерства освіти і науки України від 05.05.2008 № 368 "Про підсумки проведення огляду музеїв при навчальних закладах, які перебувають у сфері управління Міністерства освіти і науки України".
5. Столярів Б.А. Музейная педагогика: история, теория, практика. – М.: Издательство Высшая школа, 2004

МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНІМИ ЗАПАСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Климчук Я. – ст. 2 курсу, гр. ЕППвн-21

Науковий керівник – к.е.н., доцент Вільчинська О.М.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

Стабільність та повноцінний розвиток будь-якого підприємства базується на основних критеріях ведення господарської діяльності, а саме структурного розвитку підприємства, що включає в себе самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів. Також особливе місце у функціонуванні підприємств займають товарно-виробничі запаси, які є складовою матеріальних ресурсів, що в свою чергу формують виробничі ресурси.

На сьогоднішній день важливим аспектом є контроль за рівнем товарних запасів на підприємстві та їх цільового призначення. Для цього використовують методи та моделі управління запасами. Саме завдяки цим моделям можна точно визначити потрібні обсяги товарних запасів, витрати на їх закупівлю, тривалість їх зберігання та визначити основні критерії їх оптимізації.

Проблеми управління запасами виникають при забезпеченні сировиною та матеріалами зовнішніми постачальниками і при створенні запасів готової продукції, що поставляється замовникам. Моделі вирішення проблем управління запасами направлені на мінімізацію загальних витрат, пов'язаних із запасами [1].

Однією із моделей управління запасами є модель економічного розміру партії. Якщо в компанії виробляється продукція партіями, це викликає необхідність вирішення питання про розмір партії продукції, яка виробляється протягом одного виробничого циклу, а також питання частоти виробництва партії певної продукції. На цьому етапі розглядається обсяг виробництва певної продукції, тобто вартості замовлення, що відповідає вартості організації процесу виробництва партії продукції. Загальна щорічна вартість дорівнює щорічній вартості організації технологічного процесу плюс або мінус річна сума витрат на зберігання. [1]

Якщо через C_s визначити вартість організації кожного виробничого циклу, а через D_s – обсяг виробництва, то

$$TC = C_s(D_s/q) + C_h \times (q/2).$$

У цій формулі q – визначає розмір партії продукції TC та одержує мінімальне значення, якщо

$$q_0 = \sqrt{\frac{2C_s D_s}{C_h}}.$$

Одержана за цією формулою оптимальна кількість продукції в партії називається економічним розміром партії (EOQ)

Для визначення фіксованого інтервалу повторного замовлення, без урахування будь-яких

змін, значень попиту або часу доставки, знаходять інтервал повторного замовлення, в якому досягається мінімальне значення загальної змінної вартості подачі замовлень і зберігання запасів: Загальна змінна вартість за рік дорівнює річній вартості подачі замовлень плюс або мінус річні витрати на зберігання [2].

Якщо інтервал повторного замовлення дорівнює T років, число замовлень, які поставляються, складає $1/T$. Розмір кожного замовлення дорівнює q , де $D = qT$, отже $q = DT$. Якщо не враховувати резервного запасу, середній рівень запасу складе $q/2 = DT/2$. Таким чином, загальна змінна вартість за рік визначається за формулою :

$$TC = C_0(1/T) + C_h \times (DT/2).$$

Мінімум TC досягається, якщо $DtC/Dt = 0$,

$$-C_0/T^2 + C_h D/2 = 0, \text{ то } T = \sqrt{\frac{2C_0}{C_h D}}.$$

Модель управління запасами простішого типу характеризується миттєвим поповненням запасу, постійним у часі попитом та відсутністю дефіциту. Такою моделлю є модель оптимізації поточних запасів. [2]

Якщо позначити через C_3 затрати, пов'язані із зберіганням одиниці ресурсу за одиницю часу, а через C_g – витрати на здійснення однієї доставки і ці затрати є постійними в заданому плановому періоді, то сумарні затрати F зберігання та доставки ресурсу протягом періоду T набудуть вигляду:

$$F = \frac{yT}{2} C_3 + C_g n = \frac{yT}{2} C_3 + \frac{Q}{y} C_g \rightarrow \min$$

Щоб знайти оптимальний розмір замовлення, для цього використаємо умову досягнення $\min F$: $\frac{\partial F}{\partial y} = 0$.

$$\text{Отже, } \frac{\partial F}{\partial y} = \frac{TC_3}{2} - \frac{QC_g}{y^2} = 0. \text{ Звідси, } \frac{TC_3}{2} = \frac{QC_g}{y^2},$$

$y^2 = \frac{2QC_g}{TC_3}$. Таким чином оптимальний розмір

$$\text{замовлення } y_{\text{оп}} = \sqrt{\frac{2QC_g}{TC_3}}. [2]$$

Отже, використання моделей управління запасами на підприємстві є досить важливим, адже ці задачі допомагають мінімізувати затрати на ресурсах, їх зберіганні, переробці та доставці. Управління запасами на підприємстві є важливою складовою успішного ведення бізнесу, раціонального розподілу запасів, та їх успішного використання. Тому моделі управління запасами є суттєвим елементом у розрахунках пов'язаних із підприємницькою діяльністю.

Література

1. Лисюк О.М. Методичні вказівки для самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни „Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті”. – Вінниця: ВІЕ THEU, 2011 – 68 с.
2. Вільчинська О.М. Методичні вказівки для виконання практичних завдань з дисципліни „Оптимізаційні методи та моделі”. – Вінниця: ВІНІЕ THEU, 2016 – 87 с.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Збірник матеріалів Всеукраїнської
науково-практичної конференції

РОЗВИТОК ОСВІТИ, НАУКИ, ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

м. Вінниця, 20 квітня 2017 р.

ТОМ II
ЧАСТИНА 2

Підписано до друку _____
Папір офсетний. Формат 60x84.1/16
Гарнітура Times New Roman
Обл. друк. арк. _____
Ум. друк. арк. _____
Наклад 300 прим.

Видавництво «Крок». Свідоцтво № 3538 від 30.07.2009 р.
46006, м. Тернопіль, вул. Гайова, 56
тел. (0352) 248436