

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ  
УКРАЇНИ**

**Тернопільський національний технічний  
університет імені Івана Пулюя  
Факультет економіки і менеджменту  
Кафедра економіки та фінансів**

**Опольський технологічний університет  
(Польща)**

**Економічний університет в м. Катовіце  
(Польща)**

**Департамент регіонального розвитку при  
Міністерстві внутрішніх справ (Литва)**

**Тернопільська міська рада**

**MINISTRY OF EDUCATION AND  
SCIENCE OF UKRAINE**

**Ternopil Ivan Puluj National Technical  
University  
Faculty of Economics and Management  
Department of Economics and Finance**

**Opole University of Technology  
(Poland)**

**University of Economics in Katowice  
(Poland)**

**Department of Regional Development at the  
Ministry Internal Affairs (Lithuania)**

**Ternopil City Council**

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції  
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ*

**КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ  
ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У ГЛОБАЛЬНОМУ,  
РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»**

*Proceedings of the International Scientific-Practical Conference*

**“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC  
SYSTEMS COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN  
GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”**

**ТЕРНОПІЛЬ – 2016 – TERNOPIL**

**УДК 330:336:338**  
**ББК 65**

Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» (Тернопіль, 22-24 вересня 2016р.) / Міністерство освіти і науки України, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль: Крок, 2016 – 219 с.

## **ПРОГРАМНИЙ І ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТИ**

### *Співголови програмного комітету:*

**Рогатинський Р.М.** – д.т.н., професор, проректор з наукової роботи, ТНТУ ім. І. Пулюя; **Генріх Бранденбург** – професор Економічного університету в Катовіце, Польща; **Панухник О.В.** – д.е.н., професор, зав. кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя; **Бицюра Л.О.** – заступник міського голови м. Тернополя

### *Програмний комітет*

**Казимир Зараз** – професор Університету Квебек, Канада; **Кшиштоф Малік** – професор Опольського технологічного університету, Польща; **Бічкус Відас** – зав. департаментом регіонального розвитку при Міністерстві внутрішніх справ, Литва; **Дейнека Ю.П.** – начальник управління стратегічного розвитку Тернопільської міської ради; **Кашицький В.В.** – начальник відділу міжнародного співробітництва і туризму Тернопільської міської ради; **Рудакевич М. І.** – д.н.держ.упр., професор кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя

### *Організаційний комітет*

**Ціх Г. В.** – к.е.н., доцент, декан ФЕМ ТНТУ ім. І. Пулюя; **Винник Т. М.** – к.е.н., доцент, заст. декана ФЕМ ТНТУ ім. І. Пулюя; **Артеменко Л. Б.** – к.е.н., доцент; **Бажанова Н. В.** – к.е.н.; **Дячун О. Д.** – к.е.н., доцент; **Крамар І. Ю.** – к.е.н., доцент; **Кудлак В. Я.** – к.е.н., доцент; **Мариненко Н. Ю.** – к.е.н., доцент; **Маркович І. Б.** – к.е.н., доцент; **Нагорняк І. С.** – ст. викл.; **Подвірна Т. В.** – к.е.н.; **Радинський С. В.** – к.е.н., доцент; **Тимошик Н. С.** – к.е.н., доцент; **Фроленко Р. В.** – к.е.н., доцент; **Химич І. Г.** – к.е.н., доцент; **Хрупович С. Є.** – к.е.н., доцент; **Малинич Г. М.** – к.е.н., пров. інженер; **Фещин І. М.** – інженер I категорії.

### *Науковий секретар конференції:*

**Константюк Н. І.** – к.е.н., доцент, ТНТУ ім. І. Пулюя

*Рекомендовано до друку Вченою радою факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, протокол № 1 від 21.09.2016р.*

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори.

ISBN 978-617-692-371-8

© Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2016

## ЗМІСТ

### **СЕКЦІЯ 1: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ УСКЛАДНЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ**

<b>Борисова Ірина. ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ</b>	9
<b>Ганін Віктор, Дубровіна Віра. РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В СУЧАСНОМУ КОНТЕКСТІ</b>	12
<b>Коломієць Світлана. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВІВ</b>	14
<b>Винник Тетяна, Кордяк Оксана. ГРИВНЯ: МОЛОДА, АЛЕ ДОСВІДЧЕНА</b>	16
<b>Константюк Наталія. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ</b>	19
<b>Крамар Ірина, Олексій Марія. ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА СКЛАДОВА ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ</b>	22
<b>Кудлак Віталій. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ СТАНОВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ В УКРАЇНІ</b>	24
<b>Макаревич Ольга. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА</b>	26
<b>Маркович Ірина. ПАРТНЕРСТВО ДЕРЖАВИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ</b>	29
<b>Мямлин Сергей, Мямлин Владислав. ЭКОНОМИКА СИНЕРГИИ КАК ЕДИНСТВЕННАЯ АЛЬТЕРНАТИВА ЭКОНОМИКИ ЭГОИЗМА</b>	30
<b>Стус Володимир. СПОСОБИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ</b>	33
<b>Шинкарук Лідія. СТРУКТУРНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВНА УМОВА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ</b>	36
<b>СЕКЦІЯ 2. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК МЕХАНІЗМ ПОДОЛАННЯ НЕДОСКОНАЛОСТЕЙ РИНКУ</b>	
<b>Думкіян Мікаел. ЕТАПИ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ</b>	40
<b>Тимошик Наталія, Антонюк Павло. КОРПОРАТИВНА СТРАТЕГІЯ БАНКУ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ</b>	43
<b>СЕКЦІЯ 3. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ НАКОПИЧЕННЯ ПОТЕНЦІАЛІВ</b>	

<b>РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ТА МОЖЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОЗНАК ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ</b>	
<b>Андрушків Богдан, Мельник Лілія. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ</b>	46
<b>Кошкалда Ірина, Трегуб Олена. ОЦІНКА ГАРМОНІЙНОСТІ СТРУКТУРИ ЗЕМЕЛЬНОГО ФОНДУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНІВ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ</b>	48
<b>Kramar Iryna. EASTERN EUROPE: PECULIARITIES OF REGION DEVELOPMENT</b>	52
<b>Микуланинець Світлана. ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ</b>	53
<b>Панухник Олена. ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ У РОЗВИТКУ НИЗОВИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ</b>	56
<b>Федотова Яна. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «МУНІЦИПАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА»</b>	60
<b>СЕКЦІЯ 4. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ТА ВИРОБНИЧИХ СТРУКТУР ЕКОНОМІКИ</b>	
<b>Болотянська Галина, Панухник Олена. ОЦІНКА ДИНАМІКИ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА</b>	65
<b>Гераймович Людмила. РОЛЬ ІНФРАСТРУКТУРИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ МІСТА</b>	67
<b>Добошук Павло, Панухник Олена. СУТНІСТЬ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА</b>	70
<b>Дудар Дмитро, Маркович Ірина. ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ ЯК СИСТЕМА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	71
<b>Жукровський Ігор. УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА</b>	73
<b>Івасів Ірина. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ</b>	75
<b>Колосівська Валентина, Ціх Галина. ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ В ЗАГАЛЬНІЙ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА</b>	77
<b>Колосівська Олеся, Радинський Сергій. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПОКАЗНИКІВ МАЙНОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА</b>	80
<b>Константюк Наталія, Дзодз Ірина. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ</b>	83

РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ	
<b>Константюк Наталія, Когут Ірина.</b> ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	85
<b>Костюк Аліна.</b> ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНОГО МЕТОДУ	87
<b>Кухній Леся.</b> МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ У ФОРМУВАННІ СИНЕРГЕТИЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОЇ СВІЛОТЕХНІЧНОЇ ГАЛУЗІ	90
<b>Ломова Аліна, Панухник Олена.</b> ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ: РЕАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	93
<b>Мариненко Наталія.</b> ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕОРІЇ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	94
<b>Панухник Олена, Гайдук Марія.</b> ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	97
<b>Панухник Олена, Городецька Ірина.</b> НЕОБХІДНІСТЬ ОЦІНКИ ЗАБОРГОВАНOSTІ ПІДПРИЄМСТВА	99
<b>Панухник Олена, Івахів Олександр.</b> ОЦІНКА ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	102
<b>Панухник Олена, Кадило Ольга.</b> ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	104
<b>Панухник Олена, Нечай Любомир.</b> ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА: МОЖЛИВОСТІ ВИЯВЛЕННЯ ЗАГРОЗ ТА ПОЗИТИВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ	106
<b>Панухник Олена, Осадчук Денис.</b> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	108
<b>Панухник Олена, Чайковський Віталій.</b> ОЦІНКА МАЙНОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	111
<b>Пелехата Христина, Хрупович Світлана.</b> СИСТЕМА ФІНАНСОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	113
<b>Поправська Вікторія, Тимошик Наталія.</b> ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	115
<b>Снігур Алліна.</b> ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ ТА ЧИННИКИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	118

<b>Тхорик Андрій, Рудакевич Марія. ОЦІНКА ПРОГНОЗУ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА</b>	121
<b>Черниш Ольга, Юрик Наталія. ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ В АСПЕКТІ ГЕНЕЗИ ЛОКАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ</b>	124
<b>СЕКЦІЯ 5. ОБЛІКОВО-СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ЛОКАЛЬНОГО РІВНЯ</b>	
<b>Бочан Віталій. РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО НАГЛЯДУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ</b>	126
<b>Єрмолаєва Марина, Скакун Владислава. СУТНІСТЬ ВИТРАТ ЗГІДНО МІЖНАРОДНИХ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ</b>	129
<b>Королюк Тетяна. ДОСЛІДЖЕННЯ НАУКОВИХ ПРАЦЬ З ПИТАНЬ ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ КЛАСИФІКАЦІЇ РИЗИКІВ</b>	132
<b>Крюкова Ірина. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ БІЗНЕС-СУБСК'ТІВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ</b>	135
<b>Хрупович Світлана. ОСНОВНІ АНАЛІТИЧНІ ПРИЙОМИ ЧИТАННЯ БАЛАНСУ</b>	138
<b>СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ АДАПТАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ДО УМОВ ІННОВАЦІЙНО-КОНКУРЕНТНОГО ПРОСТОРУ ФУНКЦІОНУВАННЯ</b>	
<b>Дячун Ольга. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ТОВАРНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ</b>	141
<b>Вербицька Галина, Пшик-Ковальська Орія. ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b>	144
<b>Стус Володимир, Стойко Ігор. ЗАСТОСУВАННЯ МЕРЕЖЕВОВОГО МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ДОСВІДІ КОМПАНІЇ AMWAY)</b>	147
<b>Хрупович Світлана, Бідось Наталія. ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА</b>	150
<b>СЕКЦІЯ 7. ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЙ СТРАТЕГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ УСІХ РІВНІВ</b>	
<b>Артеменко Людмила. РОЛЬ БЕНЧМАРКІНГУ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	153
<b>Барановська Ірина. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНІ</b>	155

<b>Борейко Володимир. ШЛЯХИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ЕКСПОРТЕРІВ</b>	158
<b>Ор'єва Катерина, Крамаренко Аліса. ВДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ВИРОБНИЧО-ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА</b>	162
<b>Подвірна Тетяна. СВІТОВИЙ КОНКУРЕНТНИЙ ПРОСТІР В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ</b>	165
<b>Щербина Юлія. ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	167
<b>СЕКЦІЯ 8. ПАРАДИГМИ ПОСИЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ТА МІЖДЕРЖАВНІЙ ПЛОЩИНАХ</b>	
<b>Андрушків Богдан, Приставський Тарас. КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ МЕБЛЕВОГО ПІДПРИЄМСТВА</b>	170
<b>Мазур Олександр, Пустовойт Сергій. ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО ЧИННИКА В ПІДВИЩЕНІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ</b>	172
<b>Максимчук Соломія, Панухник Олена. ОЦІНКА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»</b>	175
<b>Мельник Людмила. ВИДИ, ФОРМИ ТА ДЖЕРЕЛА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОВАЙДИНГУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ</b>	177
<b>Радинський Сергій. СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА</b>	180
<b>Рудакевич Марія, Безпалько Іванна. НАУКОВИЙ ПАРК ЯК ЕЛЕМЕНТ УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ МОДЕЛІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ</b>	182
<b>Рудакевич Марія, Возьна Ірина. НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ ІННОВАЦІЇ – ГОЛОВНИЙ ФАКТОР СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ</b>	183
<b>Фроленко Роман. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ</b>	185
<b>Химич Ірина, Лісова Оксана. ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ</b>	187
<b>Черній Ігор. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЧИННИКИ, ЩО ЇЇ ВИЗНАЧАЮТЬ</b>	189
<b>СЕКЦІЯ 9. МОЖЛИВОСТІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КОНТЕКСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ СУЧАСНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ УСІХ РІВНІВ</b>	

<b>Гарматій Наталія. ЗАСТОСУВАННЯМ НЕЙРОМЕРЕЖНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ</b>	193
<b>Удачина Катерина, Бандоріна Лілія. ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СТАДІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>	196
<b>СЕКЦІЯ 10. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМНОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ</b>	
<b>Бажанова Наталія. ПРОБЛЕМИ ЗМІЦНЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ</b>	199
<b>Бурковська Алла, Лункіна Тетяна. ПРО НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b>	200
<b>Винник Тетяна. «ЗЕЛЕНЕ» БУДІВНИЦТВО: ТРЕНД ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ?</b>	202
<b>Кошкалда Ірина, Коробова Дар'я. УДОСКОНАЛЕННЯ СТАЛОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ</b>	205
<b>Кошкалда Ірина, Суркова Вікторія. ВИРОБНИЦТВО ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ – ШЛЯХ ДО ПОКРАЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ</b>	207
<b>Нагорняк Ірина. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА РІВЕНЬ БЕЗПЕКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ</b>	209
<b>Плекан Уляна. НОСІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПИТАННІ ВИХОДУ З КРИЗИ В УКРАЇНІ</b>	212
<b>Шандар Анна. ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА АКТИВІЗАЦІЇ СПРИЯННЯ РАЦІОНАЛЬНІЙ ЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ</b>	215



# СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ УСКЛАДНЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

УДК 36.02

**Борисова Ірина, к.е.н., доцент**  
*Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна*

## **ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ**

**Borysova Iryna, PhD (Economics), Associate Professor**

### **FINANCIAL POLICY AS IMPORTANT COMPONENT OF STATE POLICY**

У кожній державі реалізується певна економічна політика, яка впливає на всі стадії суспільного відтворення. Важливою складовою економічної політики держави є фінансова політика – сукупність розподільних і перерозподільних заходів, які держава здійснює через фінансову систему, щодо організації та використання фінансових відносин з метою забезпечення зростання валового внутрішнього продукту країни і підвищення добробуту всіх членів суспільства.

Фінансова політика має самостійне значення і водночас є важливим засобом реалізації політики держави в будь-якій сфері суспільної діяльності – в економіці, соціальній сфері, військовій реформі, в міжнародних відносинах тощо. Фінансова політика повинна враховувати потреби суспільного розвитку, реальні економічні та фінансові можливості держави, тому вона залежить від конкретних історичних умов і завдань, які стоять перед суспільством. Вивчаючи вимоги, які теорія і практика господарювання ставлять до фінансової політики, слід усвідомити дуже важливий висновок – фінансова політика має бути адекватною законам суспільного розвитку. Порушення цієї важливої вимоги призводить до значних втрат у народному господарстві.

Основні теоретичні положення, що стосуються фінансів та фінансової політики держави в ХХ ст. сформулювали класики буржуазної політекономії Адам Сміт (1723-1790) і Давид Рікардо (1772-1823), а також англійський економіст Джон Мейнард Кейс (1883-1946) та їх послідовники.

Сутність концепції основоположників класичної політекономії Адама Сміта і Давида Рікардо зводилось до невтручання держави в економіку, збереження вільної конкуренції. У ній головна роль у регулюванні економічного життя суспільства відводилася ринковому механізму. Виходячи з цих принципів, фінансова політика до кінця 20-х років ХХ століття

була спрямована на обмеження державних витрат і податків, на забезпечення збалансованого бюджету держави. Доходи бюджету формувались здебільшого за рахунок непрямих податків, а переважна частина бюджетних коштів спрямовувалася на фінансування військових, управлінських витрат і витрат на обслуговування державного боргу.

Наприкінці 20-х років в 30-40-ві роки завданням фінансової політики зводилися до послаблення впливу кризи надвиробництва на економіку, підтримання високої ділової активності та розширення платіжного попиту. Основні засади такої політики базувалися на кейнсіанській теоретичній концепції, яка обґрунтовувала необхідність посилення ролі держави в розвитку економіки через втручання в регулювання циклічного розвитку відтворювального процесу [4].

Результатом практичної реалізації такої теоретичної концепції стало зростання державних витрат на створення нових робочих місць, підвищення зайнятості населення, скорочення безробіття, активізацію підприємницької діяльності і формування додаткового попиту, що дало змогу збільшити національний дохід, а звідси з'явилися можливості для збільшення видатків на фінансування соціальних потреб.

В сучасних умовах більшість розвинутих країн у своїй фінансовій політиці використовують різні елементи як кейнсіанської, так і не кейнсіанської системи державного регулювання.

У країнах соціалістичної орієнтації фінансова політика формувалась під впливом марксистсько-ленінської теорії сутності і функцій соціалістичної держави і спиралась на принцип фінансової централізації. Фінансова централізація передбачала не тільки концентрацію переважної частини фінансових ресурсів у розпорядженні держави, а й монополію держави в організації фінансових відносин.

Фінансова політика на нинішньому етапі повинна характеризуватися новими підходами до суб'єктів господарювання з урахуванням переходу на ринкових відносинах, реформи цін, оплати праці, податкової і кредитної систем, спрямованих на формування нового фінансового механізму [2].

Фінансова політика – це система державних заходів, спрямованих на мобілізацію фінансових ресурсів, їх розподіл і використання для виконання державою своїх функцій.

Головним завданням фінансової політики є забезпечення відповідними фінансовими ресурсами реалізації тієї чи іншої державної програми економічного і соціального розвитку, зовнішньополітичної діяльності.

Фінансова політика визначається як:

- 1) політика держави та інших суб'єктів господарювання у сфері фінансів;
- 2) складова частина економічної політики держави (суб'єктів економіки);

3) сукупність фінансових заходів (розподільчих і перерозподільчих), які здійснюються відповідними суб'єктами через фінансову систему.

Зміст фінансової політики держави виражається в єдності її ланок. Ланки фінансової політики:

1. Розробка науково-обґрунтованих концепцій розвитку фінансів.

2. Визначення основних напрямів використання фінансів, виходячи із необхідності вирішення економічних і соціальних завдань, що стоять на цей момент перед державою

3. Здійснення практичних дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей [2].

Завдання фінансової політики реалізуються через фінансовий механізм.

Фінансовий механізм – це комплекс спеціально розроблених і законодавчо закріплених в державі форм і методів створення й використання фінансових ресурсів для забезпечення економічного розвитку та соціальних потреб громадян. Фінансовий механізм це, по суті, методичні, організаційні й правові положення та заходи, які визначають функціонування фінансів в економіці держави. Призначення фінансового механізму зводиться до двох основних функцій – фінансового забезпечення й фінансового регулювання економічних і соціальних процесів у державі.

Таким чином, фінансова політика – це завжди пошук балансу, оптимального на цей час співвідношення кількох напрямів розвитку національної економіки та вибір найбільш ефективних методів і механізмів їх досягнення. Саме цим обумовлена необхідність комплексного, системного підходу до побудови і реалізації фінансової політики. Вона не може бути незмінною на різних етапах і циклах соціально-економічного розвитку країни. Це припускає періодичне введення в фінансову політику нових елементів, корекцію або скасування попередніх. Комплексність фінансової політики передбачає, що внесення поправок у показники і механізми реалізації фінансової політики потребує сценарної оцінки варіантів з урахуванням прямих і непрямих наслідків їх впливу на економіку країни. Отже, впровадження ефективних заходів державної фінансової політики сприятиме стабілізації та економічному розвитку національної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Адаменко І.П. Фінансова політика як інструмент соціально-економічного розвитку країни / І.П. Адаменко // Бізнесінформ. – 2014. – № 3. – С. 341-345.

2. Лютий І.О. Концептуальні засади та суперечності реалізації фінансової політики держави / І.О. Лютий // Вісник Київського університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2005. – Вип. 79. – С. 4-6.

3. Проблеми управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: Монографія. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2008. – 403 с.

4. Фінанси: [навч. посіб.] / [Юрій С.І., Алексеєнко Л.М., Федосова В.М.]; за ред. С.І. Юрія, В.М.Федосова. – К.:Знання, 2008. – 611с.

**УДК 339.9 (075.8)**

**Ганін Віктор, к.е.н., професор  
Дубровіна Віра, ст. викл.**

*Харківський торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету,  
м. Харків, Україна*

**РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН  
В СУЧАСНОМУ КОНТЕКСТІ**

**Ganin Viktor, Ph.D (Economics), Professor  
Dubrovina Vira, Senior lecturer**

**DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS IN THE  
MODERN CONTEXT**

Розвиток міжнародних економічних відносин і світової торгівлі характеризується ускладненням всієї системи міжнародного торговельно-економічного обміну. Незважаючи на зростаючу нерівновагу розвитку світового ринку, кількість торгово-економічних суперечок, згідно з даними ВТО, поступово знижується. Країни-члени СОТ все менш звертаються до механізму врегулювання торгово-економічних конфліктів. У зв'язку з чим спостерігається розширення чисельності двосторонніх і регіональних торговельних угод (з прописаними в них механізмах вирішення спорів між учасниками угод), які підсилюють неоднорідність правил торгівлі, штучно змінюють конкурентоспроможність товарів на зовнішніх ринках і в результаті призводять до спотворень умов здійснення зовнішньоекономічної діяльності. У структурі міжнародних економічних відносин міжнародна торгівля істотно перевищує інші види зовнішньоекономічної діяльності. Найбільш динамічним сектором світового господарства виступає торгівля послугами. Вважаємо, така тенденція збережеться і в середньо- і довгостроковій перспективі. Під впливом процесу глобалізації і його основних суб'єктів – транснаціональних корпорацій – відбуваються зміни в географії потоків товарів і послуг. Очікується подальше підвищення частки країн, що розвиваються за рахунок нових індустріальних країн і питомої ваги країн Азії, перш за все, за рахунок Китаю та країн Південно-Східної Азії. Вихід Китаю на перше місце в світовому експорті, практично рівні експортні частки країн, що розвиваються і Євросоюзу говорить про настання нового періоду в світогосподарських зв'язках. Якщо додати до цього наслідки глобальної кризи, включаючи зростання протекціонізму, торговельні та валютні війни і проблеми СОТ зі збереженням курсу на лібералізацію, то стає

очевидною й інша тенденція – потреба в «новому світопорядку», тобто реорганізації зазначених зв'язків відповідно до нової розстановки сил у світовому господарстві.

Зростаючий вплив на розвиток світової торгівлі обумовлений діяльністю регіональних інтеграційних об'єднань, що з'єднують потоки товарів, послуг, капіталів, робочої сили в єдиний економічний простір. Змістом міжнародної торгівлі все більше стає обслуговування потреб «глобального виробництва» в рамках ТНК, і цей процес триватиме. ТНК концентрують основні активи світу, мають величезну економічну потужність і науково-технічний потенціал, значні фінансові, інвестиційні, торгові потоки та контролюють розміщення промисловості. При цьому спостерігаються тісні коопераційні зв'язки в межах самих ТНК.

Певні сегменти світових ринків фактично стають закритими для інших учасників і конкуренції, оскільки умови виробничо-збутових угод і ціни (трансфертні) внутрішньокорпоративної торгівлі встановлюються самими ТНК. Ці великі сегменти світових ринків складно врегульовані, в тому числі заходами СОТ, і представляють для цієї організації зростаючу проблему. Ось чому подальше вдосконалення багатостороннього регулювання світової торгівлі в рамках СОТ з урахуванням інтересів країн, що розвиваються, не згодних з політикою «рівних можливостей», стає одним із завдань розвитку міжнародної торгової системи.

Міжнародна торгівля товарами та послугами все більш перетинається з міжнародним рухом капіталів. Зростає мобільність факторів виробництва, лібералізація торгівлі і руху товарів і послуг з експортом капіталу. Країни-експортери використовують прямі іноземні інвестиції для просування на іноземні ринки товарів і послуг, створення виробничих, збутових мереж або комерційної присутності сервісних компаній. Така практика застосовується для проникнення на внутрішні ринки країн-партнерів і з метою уникнути митний або інший захист цих ринків.

Під впливом сукупності перерахованих факторів на світових ринках загострюється конкуренція, наслідком чого є посилення вимог до якісних параметрів продукції, що експортується та її маркетингу. Цінова конкуренція виробників все більш поступається місцем неціновій, тобто орієнтації на задоволення майбутніх потреб і очікувань споживача. Змінюється саме поняття «якість»: воно охоплює тепер не тільки споживчі властивості товарів та вимоги до їх безпеки і екологічності, а й методи організації всієї системи виробництва і збуту.

Доцільно розробити власну політику залучення іноземних інвестицій, враховуючи мотивацію ТНК-інвесторів і базові положення теорій прямих іноземних інвестицій. Політика залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) повинна проводитися не імпульсивно, а

усвідомлено сприяти їх залученню в цільові галузі і сектори економіки. При формуванні стратегії залучення ПІІ слід мати на увазі, що в швидко мінливій економічній ситуації така стратегія може бути застосована до динамічної моделі розвитку світової економіки. Вона повинна виявити позитивні ефекти від ПІІ в умовах змін в економіках, що експортують капітал, змін позицій конкурентів України, а також нових економічних реалій [1].

Узагальнюючи вищесказане, вважаємо за доцільне актуалізувати в стратегії національної безпеки та інших стратегічних документах ті питання, які не враховано в світлі постійних структурних змін в міжнародній торгівлі і в цілому в світовій економіці. Необхідним є також безперервне коригування стратегії національної безпеки і стратегії соціально-економічного розвитку до 2020 року при реалізації поставлених довгострокових стратегічних цілей. Необхідно звернути серйозну увагу на освіту, як на один з чинників конкурентоспроможності України. Потрібні нові підходи, нова якість підготовки фахівців в сфері економічної безпеки, зовнішньоекономічної діяльності, митної справи з актуалізацією в стандарті і навчальних планах постійно мінливих геополітичних і гео економічних реалій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кулицький С.П. Про перспективи розвитку української економіки у 2016 р.: [Електронний ресурс] / С.П. Кулицький // Резонанс. – 2016. – № 3. – С. 3-17. – Режим доступу: <http://nbuviap.gov.ua/images/rezonans/2015/rez3.pdf>.

**УДК 334.732:631.115.8**

**Коломієць Світлана, здобувач**

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

### **ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВІВ**

**Kolomiets Svitlana, Researcher**

### **PECULIARITIES OF AGRICULTURAL SERVICE COOPERATIVES**

Сьогодні обслуговуючі кооперативи найбільше відповідають інтересам селян, оскільки є справді селянськими підприємствами. Однією з унікальних властивостей обслуговуючих підприємств виступає їх орієнтація на якомога повніше задоволення економічних потреб своїх членів, які одночасно є і його клієнтами і власниками, а не на отримання якнайбільшого прибутку [1, с. 109]. По своїй суті обслуговуючі кооперативи є високоорганізованою формою взаємодопомоги. Їх навіть можна розглядати як допоміжні або обслуговуючі структури по відношенню до тих головних економічних завдань, які ставлять

перед собою їх учасники [2, с. 68]. Як справедливо стверджує В. Вершинін, кооператив, в першу чергу, працює для своїх пайовиків, виконуючи для них основний обсяг робіт та послуг [3, с. 15]. Отримання вигоди тими, хто користується послугами обслуговуючого кооперативу, тобто клієнтами-власниками, є характерною рисою діяльності. Такими вигодами є розподіл додатково отриманого прибутку або заощаджень пропорційно участі у господарській діяльності обслуговуючого кооперативу. Має свої особливості і порядок розподілу прибутку пропорційно до обсягу бізнесу, здійсненого учасниками через кооператив, а не у відповідності із обсягом вкладеного капіталу. Як зазначає академік П. Саблук, однією з характерних особливостей сільськогосподарських кооперативів є поєднання у одній особі і власника підприємства, і його клієнта, а для обслуговуючих кооперативів – його працівника. Це має важливе стимулююче значення, сприяє орієнтації інтересів учасників кооперативного підприємства, перш за все, на пошук економічної вигоди у групових діях [4, с. 88]. Подвійна роль членів як співвласників і як клієнтів їхнього власного підприємства наявна тільки в кооперативних підприємствах. Якщо цієї особливості більше не існує, кооперативний характер зникає, наприклад, це відбувається там, де угоди з не членами кооперативу переважають, або кооперативне підприємство знаходиться у власності чи управляється не його членами (акціонерами або урядовим агентством) [5, с. 13].

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що сільськогосподарський обслуговуючий кооператив – це специфічна форма господарювання, яка має як економічне, так і соціальне коріння. Із соціальної точки зору, кооператив повинен забезпечувати економічну взаємодопомогу, самозахист людей. Отже, сільськогосподарську обслуговуючу кооперацію слід розглядати як систему ведення господарства, що передбачає взаємодопомогу сільськогосподарських товаровиробників для задоволення їх економічних потреб.

#### **Список використаних джерел:**

1. Полтавський Ю.А. Роль обслуговуючої кооперації у підвищенні прибутковості аграрних підприємств / Ю.Я. Полтавський, О.М. Супрун, В.Г. Калита // Вісн. ПДАА. – 2004. – № 4. – С. 108-109.
2. Ковбаса О.О. Кооперування – важлива умова забезпечення конкурентноздатності селянських (фермерських) господарств / О.О. Ковбаса, В.Ф. Іванюта, О.Б. Перевай // Вісн. ПДАА. – 2001. – № 5-6. – С. 67-68.
3. Вершинин В. Проблемы становления сельскохозяйственных кооперативов / В. Вершинин // АПК: экономика, управление. – 1995. – № 12. – С. 15-20.
4. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції (практичний посібник) / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 555 с.

5. Hans-H. Münkner Co-operative Principles and Co-operative Law. – Marburg, 1974. – 148 p.

**УДК 336**

**Винник Тетяна, к.е.н., доцент**  
**Кордяк Оксана, магістр**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

### **ГРИВНЯ: МОЛОДА, АЛЕ ДОСВІДЧЕНА**

**Vynnyk Tetiana, PhD (Economics), Associate Professor**  
**Kordiak Oksana, Master**

### **GRYVNIA: YOUNG BUT EXPERIENCED**

З політичних та, насамперед, економічних міркувань з 2 по 16 вересня 1996 року українські «купоно-карбованці», знецінені внаслідок гіперінфляції, замінили на гривні за курсом 100 000 карбованців за 1 гривню. Впродовж п'ятнадцяти днів у готівковому обігу одночасно вільно використовувалися як гривні, так і купоно-карбованці з поступовим вилученням останніх. Їх за цей період було вилучено з обігу майже 320 трлн. Протягом перших двох років курс гривні до інших національних валют різко не змінювався, однак у наступні двадцять років гривня тричі різко девальвувала:

- у 1998 (285 %). Причина: дефолт в Росії;
- 2008 (155 %). Причина: фінансова криза в США та країнах ЄС;
- 2014 роках (на 200 %) Причина: військова агресія Росії, анексія Криму.

Як бачимо, в основному, падіння обмінного курсу гривні, зумовлене не стільки економічними, скільки політичними факторами. Проте гривня, загалом, недооцінена – згідно досліджень експертів, вона на 70 % занижена (слід зауважити, що економічно розвинуті країни, зазвичай, переоцінюють національну валюту, іноді більш ніж удвічі). Відповідно до Індексу Біг-Мака (індекс Біг-Мака, що розраховується журналом The Economist на основі ціни сендвіча з McDonald's в різних країнах) долар в Україні має коштувати 7,74 гривень.

За 20 років існування валюти її дизайн тричі змінювався. Останнє оновлення дизайну української гривні сталося торік. Тоді змінили зовнішній вигляд банкноти у 100 гривень. Двічі до обігу вводили банкноти нового зразка. 22 серпня 2001 року, напередодні 10-ої річниці незалежності вперше вийшла банкнота номіналом 200 гривень з портретом Лесі Українки, а в 2006 році Нацбанк випустив банкноти номіналом 500 гривень із зображенням філософа Григорія Сковороди.



Погоджуємось із тими експертами, які вважають, що під час здійснення грошової реформи практично відбулася лише деномінація або обмін купоно-карбованців на гривню і не було грамотно поєднано грошову та фінансову складові. За 20 років купівельна спроможність гривні знизилась майже в 14 разів, але це порівняно з долларом – доллар за аналізований період теж знецінився (втратив щонайменше половину своєї купівельної спроможності. Так, у 1990 х-роках у США можна було купити турецькі джинси за 7 долларів, сьогодні ж такі джинси коштують понад 15 долларів). У 1996 році, коли НБУ ввів в обіг національну грошову одиницю, курс долара становив 1,76 гривні (нині майже 26 гривень за доллар). Середня зарплата становила 126 гривень (нині ж, за даними Державної служби статистики України, понад 5 тисяч).

Для будь-якої ринкової економіки характерна інфляція. Незначна інфляція (так звана, повзуча) краща, аніж девальвація, яка призводить до гальмування економіки. Допустимий (безпечний) рівень інфляції (фінансової безпеки) складає 5 % на рік. Такій темп зростання грошової маси в економіці, навпаки, стимулює національних товаровиробників, слугує стимулом для збільшення товарної маси.

Слід зазначити, що девальвація є однією з причин інфляції, про свідчить досвід нашої держави. Сьогодні реальне знецінення гривні (реальне зростання цін у цей час значно перевищує офіційний рівень інфляції), значно перевищує динаміку обмінного курсу, створюючи підстави для подальшої нестабільності національної грошової одиниці.

Процес знецінення гривні можна описати наступним чином:

- поступове знецінення національної грошової одиниці через зростання цін;
- подальше падіння обмінного курсу гривні внаслідок зниження її купівельної спроможності;
- різке зростання цін і, відповідно, черговий етап знецінення гривні внаслідок зміни обмінного курсу;
- подальше повторення зазначеного «циклу».

Впродовж представленого «циклу» зниження купівельної спроможності гривні відбувається фактично двічі – спочатку внаслідок зростання цін при незмінності обмінного курсу, і потім, коли обмінний курс нібито «наздоганяє» реальне зниження купівельної спроможності національної грошової одиниці, – ціни зростають ще раз, вже внаслідок зміни обмінного курсу. Тобто спочатку інфляційний процес спричиняє девальвацію національної валюти, а потім вже девальвація детермінує інфляцію.

Падіння курсу національної валюти повинне призводити до збільшення споживання товарів внутрішнього виробництва через зростання цін на імпорт, і, відповідно, за рахунок

активізації внутрішньої економічної діяльності – тобто розвитку реального сектору національної економіки та «повернення» вітчизняних товарів на внутрішній ринок.

Сьогодні, аби придбати товари, на які колись достатньо було витратити 10 гривень, потрібно 200-300 гривень. Так, у 1996-1998 рр. за 10 грн. можна було купити 17 літрів бензину. Нині ж така кількість палива коштує 390 гривень. Відповідно через кожні 4-6 років на одну гривню можна купувати все менше і менше товарів.

Зниження купівельної спроможності гривні прямо впливає на рівень купівельної спроможності (рівень життя) населення (табл. 1).

*Таблиця 1*

Рейтинг купівельної спроможності населення європейських країн  
(рейтинг Purchasing Power Europe, 2013-2014 роки, усього – 42 країни)

Країна	Місце у рейтингу	Купівельна спроможність жителя, евро на рік
1	2	3
Ліхтенштейн	1	58 844
Швейцарія	2	36 351
Норвегія	3	31 707
Німеччина	8	20 621
Франція	9	19 565
Угорщина	31	5 009
Болгарія	35	2 919
Україна	41	2 206
Молдова	42	1 848

Сьогодення українців характеризується парадоксальність та безглуздістю: доходи населення підвищилися на 13 %, а витрати зросли на 500 %. Споживча корзина українця не переглядалася вже 15 років (з 2000 року), а мінімальна зарплата занижена щонайменше на тисячу гривень, тобто вартість споживчої корзини покривається наполовину.

Щодо підстав до реального знецінення гривні (втрати нею купівельної спроможності), то в основі зростання споживчих цін лежить цілий комплекс причин внутрішнього та зовнішнього характеру, але основними, на нашу думку, є некомпетентність та фінансова безграмотної влади.

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИЩИХ  
НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

**Konstantiuk Nataliia, PhD (Economics), Associate Professor**

**THEORETICAL ASPECTS OF FINANCIAL DIVERSIFICATION OF HIGHER  
EDUCATIONAL INSTITUTIONS**

Питання фінансової диверсифікації вищих навчальних закладів набуває все більшої актуальності та є наслідком щорічного скорочення бюджетних видатків на вищу освіту. Таке явище стає закономірним у відповідь на низ падаючу тенденцію держави у фінансуванні освіти, а також на адаптацію діяльності вищів до умов ринкової економіки.

Термін «диверсифікація» походить від двох латинських слів *diversus*, що означає різний, віддалений, і *fadere* – робити. В економічному аспекті термін диверсифікація пов'язується з експансією нових видів діяльності для суб'єкта господарювання. Диверсифікація являє собою один з найбільш ефективних шляхів нейтралізації фінансових ризиків. Як різновид диверсифікації виділяють фінансову диверсифікацію. Коли ж говоримо про фінансову диверсифікацію вищих навчальних закладів, то під нею слід розуміти процес урізноманітнення структури джерел фінансових ресурсів, пошук альтернативних можливостей одержання доходів вузами та напрямків використання цих доходів з метою забезпечення фінансової стабільності та сталого розвитку установи.

Фінансову диверсифікацію вузів у її більш широкому сенсі необхідно розглядати як розширення переліку освітніх послуг та інших допоміжних видів діяльності на платній основі. Враховуючи поступове скорочення університетських доходів через обмежені можливості бюджету, фінансова диверсифікація дозволить університетам знизити залежність своїх доходів від уряду та гармонійно функціонувати. Однак розширення видів діяльності вузу з метою одержання додаткових доходів не повинно перешкоджати наданню освітніх послуг чи знижувати їхню якість, а навпаки, тільки сприяти одержанню конкурентоспроможної освітньої послуги.

Термін «диверсифікація» може мати різні значення, але у контексті фінансування він найчастіше відноситься до розподілу різних джерел фінансування у загальній структурі доходів університету.

У цьому контексті зазвичай визначають три категорії: державне фінансування (фінансування за рахунок платників податків), приватне фінансування за рахунок грошових внесків студентів (або плата за навчання, господарські витрати) й інші джерела фінансування

(або інші форми приватного фінансування, альтернативні або додаткові джерела надходжень, фінансування третьою стороною). Така класифікація також відображає розподіл фінансування – перші два джерела, як правило, забезпечують найбільшу частку у структурі фінансування закладу.

У межах проекту EUDIS диверсифікація надходжень розуміється як створення додаткових джерел надходжень (за допомогою нових або існуючих джерел фінансування), що сприятиме збалансованості структури надходжень установи. Це – інструмент для досягнення фінансової стійкості, якщо умови, в яких працюють університети, дозволяють і потребують його. У свою чергу, фінансова стійкість спрямована на забезпечення академічних цілей університету, які досягаються за умови достатньої кількості надходжень для інвестування у майбутню академічну діяльність [5].

Однак питання фінансової диверсифікації не можливо розглядати відокремлено від автономії вузу, тому що тільки належна автономія вищого навчального закладу дозволяє налагодити диверсифіковану структуру власних грошових надходжень. Для забезпечення фінансової диверсифікації вузу необхідна в першу чергу фінансова автономія.

З прийняттям 1 липня 2014 року Закону України «Про вищу освіту» формально всі ВНЗ України стали автономними. Згідно цього Закону під автономією вищого навчального закладу слід розуміти самостійність, незалежність і відповідальність вищого навчального закладу у прийнятті рішень стосовно розвитку академічних свобод, організації освітнього процесу, наукових досліджень, внутрішнього управління, економічної та іншої діяльності, самостійного добору і розстановки кадрів у межах, встановлених цим Законом [2].

Особливої уваги заслуговують норми про фінансову незалежність вишів від центральних органів влади. Згідно з п. 2 ст. 32 Закону України «Про вищу освіту», ВНЗ також має право встановлювати власні форми матеріального заохочення, розпоряджатися власними надходженнями, зокрема від надання платних послуг; відкривати поточні та депозитні рахунки в банках [2]. Тобто, приймати рішення щодо розподілу коштів та генерування доходів буде вищий навчальний заклад, а не державні органи.

Однак на практиці все по-іншому. Ми маємо прогресивний Закон, який дозволяє автономію університетів, зокрема фінансову, проте сьогодні всі зароблені ВНЗ кошти надходять на рахунки Держказначейства, яке і визначає напрямки витрачання таких коштів. Це означає повну відсутність фінансової автономії державних ВНЗ в частині вільного розпорядження коштами, заробленими ними.

В Україні діє ціла низка законодавчих актів, які суперечать Закону «Про вищу освіту» і які обмежують фінансову автономію ВНЗ. Це, в першу чергу, Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р., який вказує на те, що власні надходження бюджетних установ (до яких

належать вищі навчальні заклади) отримуються додатково до коштів загального фонду бюджету і включаються до спеціального фонду бюджету, а їх використання повинно бути чітко прописане в кошторисі ВНЗ. Крім того, Бюджетний кодекс забороняє створення позабюджетних фондів, що є прямою перешкодою фінансовій диверсифікації вузу на практиці. Тому здатність університетів створювати додаткові джерела надходжень певною мірою залежить від ступеня автономії, наданого вищестоящим Міністерством.

Важливу роль у фінансовій диверсифікації вищих навчальних закладів відіграють податкові стимули, які сприяють кращому ефекту від залучення фінансових засобів та підвищенню рівня університетського потенціалу.

Успіх стратегії фінансової диверсифікації надходжень в значній мірі залежить від здатності керівництва установи ефективно спілкуватися з університетською спільнотою, а також із зовнішніми зацікавленими сторонами. Університетам потрібно покращити рівень інформованості щодо сфер діяльності, якими вони займаються, і практичної користі, яку вони приносять суспільству, допомагаючи потенційним партнерам оцінювати варіанти фінансування. Зовнішні зв'язки також повинні сприяти зміцненню іміджу і певної репутації установи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р. № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?user=a&find=1&typ=21>.
2. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Константюк Н. І. Проблеми реформування фінансового забезпечення вищої освіти в Україні / Н. І. Константюк // Світ фінансів. – 2016 – № 1. – С. 172–183.
4. Designing strategies for efficient funding of higher education in Europe by Thomas Estermann, Enora Bennetot Pruvot and Anna-Lena Claeys-Kulik: EUA. – 2013. – 20p.
5. Financially Sustainable Universities II. European universities diversifying income streams by Thomas Estermann & Enora Bennetot Pruvot: European University Association. – 2011. – 96p.

## **ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА СКЛАДОВА ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ**

**Kramar Iryna, PhD (Economics), Associate Professor  
Oleksiy Maria, Master**

### **ECONOMIC SYSTEM AS A DEFINING COMPONENT OF THE STATE POLICY**

Економічна система є сукупність взаємопов'язаних і певним чином упорядкованих елементів економіки. Під економічною системою розуміється реальна, національна економіка, тобто економіка окремої країни з її внутрішньогалузевої структурою, фірмами, підприємствами, домашніми господарствами. Всі виробничо-господарські осередки, всі галузі народного господарства міцно, стійко пов'язані між собою процесами поділу праці та обміну.

В останні століття у світі діяли різні типи економічних систем: дві ринкові системи, в яких домінує ринкове господарство, – ринкова економіка вільної конкуренції (чистий капіталізм) і сучасна ринкова економіка (сучасний капіталізм) і дві неринкові системи – традиційна і адміністративно-командна.

У рамках тієї чи іншої економічної системи існують різноманітні моделі економічного розвитку окремих країн і регіонів.

Існує три основних види економічних систем:

Адміністративно-командна економічна система – це спосіб організації економічного життя, при якому капітал і земля перебувають у власності держави, а розподіл обмежених ресурсів здійснюється за вказівками центральних органів управління та відповідно до планів.

Ринкова система – це спосіб організації економічного життя, при якому капітал і земля перебувають у приватній власності, а розподіл ресурсів, виробництво, обмін і споживання товарів і послуг здійснюються на основі попиту і пропозиції. Ринкова економіка спирається на принципи свободи підприємництва і вибору.

Змішана економічна система – політико-економічна концепція соціально-ринкового господарства спрямована на синтез гарантованої правовою державою свободи, економічної свободи (яка через неподільність свободи розглядається як необхідна складова вільного порядку взагалі) і ідеалами соціальної держави, пов'язаними з соціальною захищеністю і соціальною справедливістю. Це поєднання цілей – свободи і справедливості – відображається в понятті «соціально ринкове господарство» [1].

Кожна із систем має свої плюси та мінуси, важливою категорією в даний час для типу економіки є вміння пристосовуватися, модифікуватися, швидко реагувати на зміни, такими якостями володіє ринкова економіка.

Крім існуючих великих систем, в кожній з них існують свої національні моделі організації господарства, так як країни відрізняються історією, рівнем економічного розвитку, соціальними та національними умовами. Так, в адміністративно-командній системі існували радянська модель, китайська та ін У сучасній капіталістичній системі також існують різні моделі.

Американська модель побудована на системі всебічного заохочення підприємницької активності, збагачення найбільш активної частини населення. Малозабезпеченим групам створюється прийнятний рівень життя за рахунок часткових пільг і допомог. Завдання соціальної рівності тут взагалі не ставиться. Ця модель заснована на високому рівні продуктивності праці та масової орієнтації на досягнення особистого успіху. Оскільки Україна взяла курс на децентралізацію всіх сфер життя це в першу чергу стосуватиметься економіки, американська модель підходить якнайкраще через те що малий і середній бізнес в Україні потрібно розвивати з особливим наголосом, адже це безпосереднє поповнення бюджету на прикладі цієї моделі яскраво відображаються позитивні тенденції.

Японська модель характеризується певним відставанням рівня життя населення (в тому числі рівня заробітної плати) від зростання продуктивності праці. За рахунок цього досягається зниження собівартості продукції і різке підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Шведська модель відрізняється сильною соціальною політикою, спрямованої на скорочення майнової нерівності за рахунок перерозподілу національного доходу на користь найменш забезпечених верств населення. Така модель отримала назву «функціональна соціалізація», при якій функція виробництва лягає на приватні підприємства, які діють на конкурентній ринковій основі, а функція забезпечення високого рівня життя (включаючи зайнятість, освіта, соціальне страхування) і багатьох елементів інфраструктури (транспорт, НДДКР) – на державу. Для України буде цікавою в перспективі, коли запрацюють умови децентралізації стабільні надходження до бюджету забезпечать сильну соціальну політику [2].

Отже, для України важливим етапом для розвитку економіки запроваджувати нові технології та збільшувати продуктивність, а з іншого боку – поглиблювати переробку. Це необхідно для підтримки лідируючих позицій у світі. Від сировинного типу Україна має переходити на виробництво українського національного продукту, який є екологічним, Україні важливо підтримувати експортний потенціал у агросекторі, розширювати ринки.

### **Список використаних джерел:**

1. Базилевич В.Д., Базилевич К.С. Ринкова економіка: основні поняття та категорії: Навч. посібник / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. – К.: Знання, 2006.
2. Гутник В. Моделі соціально-економічного розвитку Західної Європи / В. Гутник // Суспільство і економіка. – 2000. – № 2.

**УДК 33.01**

**Кудлак Віталій, к.е.н., доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ СТАНОВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ В УКРАЇНІ**

**Kudlak Vitaliy, PhD (Economics), Associate Professor**

## **PECULIARITIES OF FORMATION PROFESSIONAL ECONOMIC SCIENCE IN UKRAINE**

Центром формування і розвитку професійної економічної науки в Україні були університети. У першій половині XIX ст. в тій частині України, що перебувала у складі Російської імперії, існували два університети - Харківський (засн. 1805 р.) та Київський (засн. 1834 р.).

Фундатор Харківського університету В.Н. Каразін – помітна постать в національній економічній думці. Його праці на економічну тематику стосувались, перш за все, вирішення практичних соціально-економічних проблем, як і в більшості суспільних діячів цього часу. Він акцентував увагу на свободі вітчизняного підприємництва та дотримувався думки про необхідність ліквідації общин; в селянському питанні. Погляди В.Н. Каразіна відповідали основним тенденціям ліберально-економічної думки у країні на той час. Одним з основних досягнень В.Н. Каразіна стало заснування в 1805 році Харківського університету.

Політична економія викладалась від початку існування Харківського університету, спершу на кафедрі цивільного права, юридичного факультету, а у 1835 р. була відкрита кафедра політичної економії. У зв'язку з відсутністю вітчизняних фахівців спочатку для викладання були запрошенні німецькі фахівці Йозеф Ланг та Людвіг Гайнріх фон Якоб, які дотримувалися ідей видатного вченого-економіста А. Сміта та одними з перших сприяли поширенню його вчення в Україні. Їхнє запрошення для викладання у Харківському університеті вкотре підтверджує той факт, що українські вищі навчальні заклади знаходились в загальному руслі розвитку економічної науки. Крім того, таким чином майбутні випускники мали можливість безпосереднього наукового контакту з



представниками західноєвропейської економічної науки. Після німецьких науковців були запрошені Б. Райт та К. Павлович, які не зробили особливих успіхів ні у викладацькій, а ні у науковій сферах, швидше навпаки, рівень викладання економічної теорії в університеті значно знизився.

Якісно новим етапом у розвитку економічної науки в Харківському університеті став прихід у стіни цього навчального закладу Т.Ф. Степанова. Його науково-економічні погляди формувалися під впливом ідей А. Сміта, Д. Рікадо та інших представників класичної школи. Він «виступав проти механічного, некритичного перенесення теорії західних економістів на вітчизняний ґрунт», тому спробував модифікувати вчення А. Сміта [1, с. 63]. Проте найбільшою заслугою Т. Степанова як вченого було те, «що він одним із перших розробив курс політичної економії російською мовою» [2, с. 146]. Праця Т. Степанова замінила підручник Г. Шторха, який був виданий німецькою та французькою мовами, при викладанні політекономії. Однак слід зауважити, що «Степанов був добрим викладачем, але доволі пересічним ученим» [3, с. 25]. Така характеристика була притаманна майже всім вітчизняним вченим-економістам першої половини ХІХ ст. та багатьом їхнім наступникам, вони в основному лише переносили на вітчизняний ґрунт ідеї західних учених, доповнюючи їх своїми коментарями, створюючи тим самим основу для розвитку національної економічної науки.

Імператорський університет св. Володимира був заснований в Києві у 1834 р. Політекономію почали тут викладати з 1842 р. професори О.І. Ставровський та В.Ф. Домбровський, саме тоді була заснована кафедра політичної економії та статистики, проте вони не були спеціалістами з цього питання, тому викладання припинилося у 1845 р. Лише через рік викладання політичної економії було відновлено фахівцем у цьому питанні І.В. Вернадським, з його приходом в університет кафедра політичної економії та статистики «стає одним із провідних центрів розвитку економічної науки в Російській імперії та Україні зокрема» [4, с. 747]. Він був прихильником класичної школи політичної економії, підтримував принцип ринкового лібералізму, відіграв значну роль у розвитку вітчизняної статистики, виступав активним критиком соціалізму. У 1850 р. І.В. Вернадського на цій посаді замінив випускник університету М.Х. Бунге.

Підсумовуючи процес утвердження та розвитку економічної науки у першій половині ХІХ ст. на теренах України, слід зазначити, що в цей час відбулося зародження вітчизняної економічної теорії як науки. Її становлення відбувалось на соціально-економічному тлі посилення протиріч навколо проблем подальшого соціально-економічного розвитку країни. В українській економічній теорії в цей час проходило становлення першої класичної ситуації. Цей процес відбувався шляхом «подолання меркантилізму, ... і досягнення

консенсусу серед вчених щодо нової ринкової парадигми» [5, с. 45]. В цілому, це період накопичення економічних знань, в якому особливо помітним був розрив між знаннями і викладанням положень класичної економічної теорії, а також були відсутні належні умови для практичного втілення їх в життя [5, с. 46].

**Список використаних джерел:**

1. Васильєва Р.Х. Історія економічної думки України / Р.Х. Васильєва, Л.П. Горкіна, Н.А. Петровська. – К.: Либідь, 1993. – 272 с.
2. Корнійчук Л.Я. Історія економічної думки України / Л.Я. Корнійчук. – К.: КНЕУ, 2004. – 432 с.
3. Коропецький І.-С. Українські економісти ХІХ ст. та західна наука / І.-С. Коропецький. – К., 1993. – 192 с.
4. Історія економічних учень / За ред. В. Базиловича. – К.: Знання, 2004. – 1300 с.
5. Леоненко П.М. Методологічні аспекти історії української економічної думки (ХІХ-ХХ ст.) / П.М. Леоненко. – К.: ІАЕ УААН, 2004. – 434 с.

**УДК 330.142.2**

**Макаревич Ольга, асистент**  
*Національний університет харчових технологій,  
м. Київ, Україна*

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Makarevych Olga, Assistant**

**THEORETICAL BASIS OF MECHANISM  
INTELLECTUAL CAPITAL FORMATION OF ENTERPRISE**

Нові тенденції суспільних відносин в руслі розвинутої інфраструктури зв'язків потребують швидкого реагування суб'єктів господарювання для збереження власної конкурентоспроможності. Володіння і вдале використання інформації, знань, навичок, досвіду, креативно-творчого мислення і підходів всіх учасників процесу діяльності підприємства забезпечують наявність важливого інструменту розвитку сьогодення – інтелектуального капіталу.

Сучасні дослідники, так чи інакше, погоджують явище «інтелектуального» з новітніми знаннями, а інтелектуальний капітал ідентифікується відповідними знаннями. «Інтелектуальний капітал – це сума знань усіх працівників підприємства, що забезпечує їй конкурентоспроможність. На відміну від інших, добре знайомих підприємцям і бухгалтерам джерел – землі, заводів, устаткування, грошей, – до інтелектуального капіталу не торкнешся

руками. Якщо спробувати «... виразити суть однією фразою, вона буде звучати так: «Інтелектуальний капітал – це індивідуальні здібності, що включають в себе знання, досвід, інформацію й інтелектуальну власність і бере участь у створенні цінностей». Це – колективна розумова енергія» [1, с. 114].

Розуміючи під інтелектуальним капіталом нагромаджену у процесі інтелектуальної діяльності і розвитку підприємства сукупність знань, інформації, досвіду, навичок, творчості, здібностей, взаємовідносин, що мають економічну цінність і використовуються у процесі виробництва та обміну з метою отримання прибутку, можна стверджувати, що інтелектуальний капітал є основою майбутнього розвитку підприємства.

Механізм формування будь-якого економічного інструменту має свій алгоритм та структуру для наочного підтвердження ефективності і необхідності його створення суб'єктом господарювання. Це клопіткий процес з різносторонніми аспектами розгляду і оптимальними варіантами для кожного підприємства окремо. Унікальність складу та розвитку інтелектуального капіталу зумовлюється специфічністю діяльності та устрою підприємства. Проте, ключові загальні положення лишаються – зовнішня і внутрішня складові, які прямо та опосередковано взаємопов'язані й взаємозалежні. Формування інтелектуального капіталу підприємства залежить від рівня, на якому його розглядають відповідно до структури. Доцільно виділити:

- Суб'єкти – особистісний, організаційний, груповий.
- Об'єкти – працівника, підприємство, державу, інфраструктуру, гудвіл, патенти тощо.
- Важелі впливу – політичні, економічні, соціальні, культурні, технологічні, організаційні.
- Методи регулювання – правові, державне регулювання, внутрішнє (підприємницьке) управління.
- Зовнішні чинники формування інтелектуального капіталу – постачальники, конкуренти, споживачі, законодавчі реформації стосовно підприємницької та інтелектуальної діяльності.
- Джерела фінансування інтелектуального капіталу – зовнішні (позичені та залучені кошти) і внутрішні (чистий прибуток, надходження від інвестиційної діяльності, результатів впровадження раціоналізаторських рішень тощо).

Перелічені вище загальні складові механізму формування інтелектуального капіталу лише підтверджують широкомасштабність впливу на розвиток підприємства у конкурентних умовах. Звичайно, що у формуванні інтелектуального капіталу бере участь весь потенціал підприємства. Особливо актуалізується увага і вивчення синергії використання трудового (як

сукупність характеристик людини, які формуються в результаті матеріальних і духовних вкладень – здоров'я, інтелект тощо) економічного потенціалу (як сукупність наявних та придатних до мобілізації основних джерел, засобів, елементів потенціалу цілісної економічної системи, що використовуються і можуть бути використані для економічного зростання й соціально-економічного прогресу), фінансових ресурсів (як власний, позичений та залучений грошовий капітал, який підприємство використовує для формування власних активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності з метою отримання доходу, прибутку) і фінансового потенціалу (як можливості підприємства одержувати й використовувати фінансові ресурси), інноваційного потенціалу (як сукупність природних і трудових ресурсів, організаційних та інформаційних компонентів, матеріальних умов, що функціонують як єдине ціле в умовах впливу факторів зовнішнього середовища з метою вирішення завдань інноваційної діяльності).

Вдале формування інтелектуального капіталу підприємства забезпечить: підвищення конкурентоспроможності, прибутку, створення сприятливого середовища для інвестиційно-інноваційного розвитку, співпрацю та зацікавленість діяльністю нових партнерів, споживачів тощо. Саме тому, щодня набуває актуальності «нова» інтелектуальна економіка і дослідження процесу формування інтелектуального капіталу стає важливим.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кузнецов С. Технологии управления, основанного на знаниях / С. Кузнецов // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 6. – С. 85-89.
2. Голяш І. Аналіз інтелектуального капіталу підприємства / І. Голяш, Л. Будник // Економічний аналіз. – 2010. – № 7. – С. 12-18.
3. Волощук Л.О. Інтелектуальна складова інноваційного розвитку промислових підприємств: сутність та проблеми управління / Л.О. Волощук // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Економіка: реалії часу і перспективи» (Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса, 20-21 лютого 2014 р.). – Том 1. – Одеса, ОНПУ, 2014. – С. 59-61.
4. Бояринова, К.О. Інтелектуальний капітал як інструмент інноваційного розвитку підприємства: [Електронний ресурс] / К.О. Бояринова, Т.М. Бацалай // Проблеми системного підходу в економіці. – 2009. – № 4. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009\\_4/Bacalay\\_409.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_4/Bacalay_409.htm).

**ПАРТНЕРСТВО ДЕРЖАВИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ  
ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ**

**Markovych Iryna, PhD (Economics), Associate Professor**

**PARTNERSHIP OF STATE AND ENTREPRENEURSHIP AS AN ELEMENT OF  
PUBLIC ADMINISTRATION**

Функціонування держави як інституційного утворення спрямована на забезпечення умов існування та розвитку не тільки суспільства загалом, а й підприємницьких структур, причому такий вплив повинен бути не прямим, що здатен порушити ринкові механізми регуляції, а опосередкований – через механізми та інструменти координації, а не директивного управління. Таким чином можна говорити про партнерство держави та підприємництва як про елемент саме публічного адміністрування, а не державного управління.

Відмінності у поняттях «державне управління» та «публічне адміністрування» на перший погляд, несуттєві, проте вони чітко демонструють різницю у підходах до взаємодії держави з іншими суб'єктами економічної активності.

Згідно з енциклопедією державного управління категорія державне управління – це діяльність держави (органів державної влади), спрямована на створення умов для якнайповнішої реалізації функцій держави, основних прав і свобод громадян, узгодження різноманітних груп інтересів у суспільстві та між державою і суспільством, забезпечення суспільного розвитку відповідними ресурсами [1, с. 157].

Публічне адміністрування має два тісно пов'язаних значення:

1) цілісний державний апарат (політика, правила, процедури, системи, організаційні структури, персонал тощо), який фінансується з державного бюджету і відповідає за управління та координацію роботи виконавчої гілки влади, і його взаємодію з іншими зацікавленими сторонами в державі, суспільстві та зовнішньому середовищі;

2) управління і реалізація всього комплексу державних заходів, що пов'язані з виконанням законів, постанов і рішень уряду та управління, пов'язаних з наданням публічних послуг [2].

З огляду на це, часто під публічним адмініструванням розуміють діяльність виконавчої гілки влади, спрямовану на реалізацію законів та нормативно-правових актів та надання послуг у суспільному секторі. Хоча воно відображає й інші послуги, які можуть надаватися суспільству.

Цілком зрозуміло, що публічне адміністрування не може не підпадати під вплив політичного аспекту існування держави, адже загальнонаціональна політика визначає ті орієнтири, які формують підходи до реалізації функцій держави.

Контрадикторність окремих державних цілей та суб'єктів підприємництва можуть перешкоджати прогресивному розвитку суспільства. Що стосується можливостей налагодження партнерських відносин між підприємницьким сектором та державними інститутами, такий варіант взаємодії можливий лише за умов подолання бюрократично орієнтованих механізмів регуляції та активізації ринкових сил.

#### **Список використаних джерел:**

1. Енциклопедія державного управління у 8 т. – Т. 1. Теорія державного управління / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; наук.-редкол.: Ю.В. Ковбасюк (голова) [та ін.]. – К.: НАДУ, 2011. – 747 с.

2. Босак О.З. Публічне управління як нова модель управління у державному секторі / О.З. Босак // Державне управління: теорія та практика: Збірник наукових праць. – Х.: Вид-во «Магістр», 2010. – № 2.

**УДК 330.161:330.131.5**

**Мямлин Сергей, д.т.н., професор,  
Мямлин Владислав, д.т.н., доцент**

*Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта  
имени академика В. Лазаряна, г. Днепр, Украина*

### **ЭКОНОМИКА СИНЕРГИИ КАК ЕДИНСТВЕННАЯ АЛЬТЕРНАТИВА ЭКОНОМИКИ ЭГОИЗМА**

**Myamlin Sergey, Dr. Techn. Sc., Professor  
Myamlin Vladislav, Dr. Techn. Sc., Associate Professor**

### **SYNERGY ECONOMY AS A SINGLE ALTERNATIVE OF EGOISM ECONOMY**

Мир сейчас подошел к такой черте, за которой может начаться всеобщий хаос. И этот хаос будет вызван целым комплексом антагонистических противоречий, порожденных человеческой цивилизацией, основанной на негативных человеческих качествах. Потребительское отношение к Природе, эгоистические отношения между людьми, переходящие во вражду, религиозный фанатизм, жизнь сегодняшним днем, без забот о грядущих поколениях, все это только способствует движению цивилизации к своему вырождению. Чтобы размотать весь этот запутанный клубок противоречий и создать нормальные условия жизни на Земле, нужно срочно принимать экстренные меры к изменению самого человека и взаимоотношений между людьми. На моральных

взаимоотношениях между людьми построены и экономические отношения, которые в той или иной форме тождественно их повторяют. «Золотое» правило нравственности гласит: «поступай по отношению к другому человеку так, как бы ты хотел, чтобы он поступил по отношению к тебе». Это правило применимо и к экономическим отношениям. Кто-нибудь пытался ответить на вопрос: почему все время в стране не хватает денег? Причем даже не важно, чему равна величина денежной массы в государстве: миллиард, триллион, квадриллион или даже квинтиллион условных единиц.

На самом же деле истина состоит в том, что даже если и отбросить криминальную составляющую, и предположить, что никто денег из бюджета не ворует, их все равно все время будет не хватать – такая везде внедрена экономическая модель. Модель – при которой все время не хватает денег. Модель, при которой зарплата составляет только малую часть цены товара изначально является кризисообразующей. А нехватка денег рождает спрос на деньги, в результате чего владельцы «печатной машинки» оказываются в колоссальном выигрыше. Их «продукция» при такой «финансово-экономической» модели всегда будет востребована. Они же при этом баснословно обогащаются. Естественно, что это не справедливо и должно быть исправлено. Большинство же людей в мире даже и не понимают, каким образом они содействуют такому обогащению.

Современная «финансово-экономическая» система создана в интересах небольшой группы финансовых олигархов. А большинство существующих экономических теорий так или иначе стараются оправдать нынешнее положение дел в экономике, «объяснить» кризисные и инфляционные явления, подвести под их существование «научную» базу. Задача же настоящего ученого состоит в том, чтобы находить новые знания и использовать их для того, чтобы сделать жизнь людей как можно лучше.

Современная «финансово-экономическая» система находится сейчас в таком состоянии, что «обычные» экономические реформы уже не в силах ничего изменить. Нужна совершенно новая экономическая Модель, при которой всегда будет хватать денег, исчезнет инфляция, исчезнет дефицит бюджета, цены будут только падать, а зарплаты – расти.

Как известно, слово «экономика» в переводе с древнегреческого языка означает «правила ведения домашнего хозяйства». Поэтому очень важно знать, какими же должны быть эти правила, чтобы «хозяйство» не загнивало, а – процветало?

В Днепропетровском национальном университете железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна группой ученых-системотехников при учете междисциплинарного подхода с привлечением естественных и инженерных наук разработана беспрецедентная в мировой практике Модель высокоэффективной национальной экономики, которая напроць лишена всех негативных качеств, присущих

современной экономике. Отдельные основные принципы, на которых основана данная Модель, достаточно подробно уже освещены в публикациях разработчиков [1-7]. На основании найденных принципов можно сделать общий вывод, что экономика начнет развиваться быстрыми темпами только тогда, когда в ней проявится принцип синергии, т. е. возникнет системный эффект. Пока этого не произойдет, все негативные явления будут иметь место.

В мире эгоизма – одни отношения, в мире синергии – другие отношения. Ярким примером экономики эгоизма являются действия героев басни И.А. Крылова «Лебедь, рак и щука», каждый из которых тянет воз в свою сторону – в результате такой «экономической модели» – «а воз и ныне там». Наглядным примером экономики синергии является сказка «Репка», в которой коллектив, объединенный единой целью, добивается конечного позитивного результата. Только экономика соучастия способна изменить мир к лучшему. Либеральная экономика, а по сути «экономика эгоизма» – это вчерашний день. И все «реформы», проводимые в рамках этой модели, абсолютно бесперспективны.

Надо понимать, что «прибыль» одного – это «убыток» другого. В системе, где доля зарплаты равна только малой части цены товара, всегда будет не хватать денег на покупку товаров и постоянно будет отсутствовать платежеспособный спрос. Ведь часть не равна целому. При правильно организованной и сбалансированной «товарно-денежной» системе такого быть просто не может. Ведь деньги являются предметом многоразового использования и их не может не хватать. Так же, как не может не хватать воды в замкнутой системе отопления. Это легко достигается за счет увеличения скорости оборачиваемости денежной массы. Если данная экономическая Модель будет внедрена в Украине или другой стране, то рост благосостояния людей не заставит себя долго ждать. При этом не нужны никакие дополнительные финансовые средства и тем более кабальные иностранные инвестиции.

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

1. Мямлин В.В. Существующая прибыльно-финансовая модель хозяйствования – основная причина кризиса мировой экономической системы и краха финансовой системы / В.В. Мямлин // Вісник Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2008. – Вип. 25. – Днепропетровск: Вид-во ДНУЗТ, 2008. – С. 241-247.

2. Мямлин В.В. Теория бесприбыльной альтернативной экономики как основа нового экономического мировоззрения / В.В. Мямлин // Вісник Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2009. – Вип. 26. – Днепропетровск: Вид-во ДНУЗТ, 2009. – С. 222-230.

3. Мямлин В.В. К вопросу о категории прибыли / В.В. Мямлин // Вісник Дніпропетр.



нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2010. – Вип. 29. – Днепропетровск: Вид-во ДНУЗТ, 2010. – С. 268-279.

4. Пшинько А.Н. Переход на модель высокоэффективной национальной экономики – реальный путь решения экономических проблем в государстве / А.Н. Пшинько, В.В. Мямлин, С.В. Мямлин // Вісник Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2012. – Вип. 41. – Днепропетровск: Вид-во ДНУЗТ, 2012. – С. 282-291.

5. Пшинько А.Н. Влияние скорости обращения денежной массы на эффективность национальной экономики / А.Н. Пшинько, В.В. Мямлин, С.В. Мямлин // Вісник Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2012. – Вип. 42. – Днепропетровск: Вид-во ДНУЗТ, 2012. – С. 300-311.

6. Пшинько А.Н. К вопросу о научной обоснованности процентов по депозитам и кредитам / А.Н. Пшинько, В.В. Мямлин, С.В. Мямлин // Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2013. – Вип. 1 (43). – Днепропетровск: Вид-во ДНУЗТ, 2013. – С. 82-102.

7. Модель высокоэффективной национальной экономики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ndch.diit.edu.ua/innovative/model-vysokoeffektivnoy-natsionalnoy-ekonomiki.html>.

**УДК 330**

**Стус Володимир**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

## **СПОСОБИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ**

**Stus Volodymyr**

### **WAYS OF DOING BUSINESS IN MODERN MARKET CONDITIONS**

Бізнес-модель – спрощене уявлення про бізнес, призначене для цілісного представлення та аналізу діяльності всієї системи взаємопов'язаних бізнес-процесів бізнесу. Створення бізнес-моделі може використовуватися як один із кроків стратегічного планування.

Бізнес-модель висловлює суть бізнес-системи, тому її може розробити тільки управлінська команда цієї організації. Бізнес-модель повинна відповідати на ключові питання про описання бізнес-системи, такі як: «Що?», «Як?», «Для кого?», «З ким?», і т.д.

Бізнес-модель логічно описує яким чином організація створює, поставляє клієнтам і набуває вартість – економічну, соціальну та інші форми вартості. Процес розробки бізнес-моделі є частиною стратегії бізнесу.

У теорії та практиці термін «бізнес-модель» вживається в широкому спектрі формальних і неформальних визначень, для передачі основних аспектів бізнесу, включаючи мета бізнесу, продуктовий ряд, стратегію, інфраструктуру, організаційну структуру, способи продажів, операційні процеси і політики.

Бізнес-модель розробляється і впроваджується, але не залишається незмінною, тому що змінюється під впливом різних факторів зовнішнього середовища з плином життєвого циклу компанії.

Найбільш відомою і простій є бізнес-модель магазину. Модель включає в себе розміщення магазину в місці знаходження потенційних покупців і демонстрацію їм пропонуваного до продажу товарів або послуг.

З часом, бізнес-моделі ставали все більш складними. Бізнес-модель, яка називається «наживка-гачок» (також відома як «бритва-лезо» або «пов'язані товари»), почала використовуватися на початку ХХ століття. Ця бізнес-модель полягає в продажу основного продукту за дуже низькою ціною, іноді нижче собівартості («наживка»), а потім основний прибуток заробляється на продажі запасних частин, витратних матеріалів або інших пов'язаних з використанням «наживки» товарів або послуг («гачок»). Наприклад, бритвені верстати і леза, мобільні телефони і послуги зв'язку, принтери та картриджі, фотоапарати і фотопапір.

У 1950-х нові бізнес-моделі розробили ресторанна мережа McDonald's і виробник автомобілів Toyota.

У 1960-х інноваторами були Wal-Mart і гіпермаркети. 1970-ті принесли нові бізнес-моделі від FedEx і Toys R Us; 1980-ті: Blockbuster, Home Depot, Intel і Dell.

У 90-х роках минулого століття нові бізнес-моделі створили Southwest Airlines, Netflix, eBay, Amazon.com і Starbucks. Недосконаліми, якщо розібратися були проблемні бізнес-моделі багатьох доткомів.

Сьогодні тип бізнес-моделі може залежати від способу використання технології. Наприклад, підприємці в мережі Інтернет створюють абсолютно нові моделі на основі вже існуючих або тільки створюються технологій. Використовуючи такі технології, компанія може з мінімальними витратами залучити велику кількість клієнтів.

Метою створення бізнес-моделі є створення зрозумілого, наочного, достовірного і застосовного уявлення про діяльність бізнес-системи. Бізнес-модель може бути представлена у вигляді малюнка, схеми, об'ємної моделі.

Бізнес-модель і процес її створення дозволяє сприйняти бізнес-систему в цілому, побачити основні елементи, взаємозалежності між ними, протиріччя, а також розглянути альтернативні методи діяльності та проаналізувати наслідки їх застосування. Вважається, що в процесі створення бізнес-моделі можна прояснити те, що зазвичай непомітно через звичності. Передбачається, що в процесі опису бізнес-моделі можна знайти шляхи підвищення ефективності функціонування бізнес-системи.

У найзагальнішому вигляді бізнес-модель описує три фактори: фактор користі чи вигоди для клієнтів, фактор вартості діяльності бізнес-системи і фактор прибутку, тобто способу заробляння грошей.

Прикладами бізнес-моделей є:

- Франчайзинг.
- Прямі продажі.
- B2B, B2C, P2P, B2G, G2B.

Франчайзинг – вид відносин між ринковими суб'єктами, коли одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) за плату право на певний вид бізнесу, використовуючи розроблену бізнес-модель його ведення. Це розвинута форма ліцензування, при якій одна сторона (франчайзер) надає іншій стороні (франчайзі) оплатне право діяти від свого імені, використовуючи товарні знаки або бренди франчайзера.

У загальному значенні, франчайзинг – це «оренда» товарного знака або комерційного позначення. Використання франшизи регламентується договором між франчайзером (той, хто надає франшизу) і франчайзі (той, хто її отримує). Зміст договору може бути по-різному, від простого до дуже складного, що містить найдрібніші подробиці використання товарного знака. Як правило, в договорі регламентується сума відрахувань за використання франшизи (вона може бути фіксована, одноразова за певний період, складова відсоток від продажів).

Прямі продажі, особисті продажі – продаж споживчих продуктів або послуг, здійснюваний від людини до людини поза стаціонарними точок роздрібною торгівлі. Продукти і послуги поставляються замовникам незалежними продавцями, залежно від компанії ці продавці можуть називатися дистриб'юторами, представниками, консультантами чи інакше.

Характерними рисами прямого продажу є безпосередній контакт зі споживачем у зручному для нього місці, демонстрація продукції та вичерпна консультація продавця щодо неї та можливостей бізнесу прямого продажу. При цьому основну роль у посередництві між компанією-виробником та кінцевим споживачем виконують незалежні продавці або дистриб'ютори, консультанти, представники, тощо. Прямий продаж може здійснюватись незалежним продавцем один-на-один або шляхом організації групової презентації.

За даними Всесвітньої федерації асоціацій прямих продажів (ВФАПП), в 2015 році товарообігу роздрібних продажів склав більше \$ 200 млрд. завдяки діяльності більш ніж 90 мільйонів незалежних продавців.

Згідно ВФАПП, споживачі вважають за краще прямі продажі через зручності наданих їм послуг, включаючи індивідуальний підхід при демонстрації продукції, доставку на будинок і щедрі гарантії задоволення. На думку ВФАПП, на відміну від франчайзингу, початкові індивідуальні витрати на бізнес прямих продажів, як правило, незначні і не вимагають придбання інвентарю та взяття кредитів.

**УДК 338.22.01: 330.34**

**Шинкарук Лідія, д.е.н., професор**

*Національний університет біоресурсів і природокористування України,  
м. Київ, Україна*

## **СТРУКТУРНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВНА УМОВА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

**Shynkaruk Lidiia, Dr. Econ. Sc., Professor**

### **STRUCTURAL POLICY AS A BASIC CONDITION OF ECONOMIC GROWTH**

Тема структурних трансформацій стає дедалі актуальнішою, що обумовлено як необхідністю подолання наслідків фінансово-економічної кризи, так і якісного оновлення економічних систем на основі реалізації ефективної економічної політики, й, перш за все – структурної, яка повинна забезпечити економічне зростання та сприяти економічному розвитку країн у довгостроковій перспективі. Реалізація структурної політики передбачає раціональне поєднання важелів державного регулювання і ринкових механізмів, але соціально-економічне життя України сьогодні регулюється еkleктичною сумішшю ринкових механізмів та архаїчних соціальних інституцій, які лише частково були адаптовані до нових економічних умов. Питання структурних трансформацій у економіці України залишаються нерозв'язаними та дискусійними, серед них – формування та інструменти реалізації структурної політики, роль держави у регулюванні структурних трансформацій, поєднання стабілізаційних заходів та структурних реформ для підвищення потенціалу економічного зростання й подальшого розвитку України. Все це визначає необхідність формування цілісного макроекономічного бачення перебігу змін і обумовлює актуальність дослідження основних структурних трансформацій, їх динаміки, суперечностей та впливу на економічний розвиток в контексті формування ефективної структурної політики.

Як показує вітчизняний і зарубіжний досвід, структурна політика – це двосічна зброя, якою слід користуватися обережно, щоб не зашкодити. Дотримання правил безпеки означає

насамперед наявність ретельно прорахованої стратегії, що враховує основні прями й непрямі, негативні й позитивні ефекти. Поки що Україна не повністю володіє об'єктивною інформацією про реальні та потенційні конкурентні переваги вітчизняних галузей і секторів.

Питанням структурного аналізу та економічного розвитку приділялася увага багатьох наукових шкіл, зокрема, структуралістський підхід базувався на методології структурного аналізу, одним із завдань якого було встановлення причин розвитку економічних структур (Р. Буайє, А. Липец, М. Агльєтта, Ж. Бенассі). Неокласичні моделі відштовхувалися від наявності рівноваги в економіці та необхідності її досягнення і покладалися на принцип «методологічного індивідуалізму» (П. Самуельсон, К.-Дж. Ерроу, Ж. Дебре, М. Аллі, Р. Солоу, Р. Лукас, П. Ромер, Р. Нельсон, С. Уінтер). Багато інституціоналістів (Т. Веблен, К. Ейрс, Дж. Коммонс, Дж. К. Гелбрейт, Дж. М. Кларк, Й. Шумпетер) вважали інновацію, технологію основним джерелом соціально-економічного розвитку. Зважаючи на високий рівень теоретичних узагальнень, ця концепція стала першою самостійною теорією економічних (структурних) змін, яка пізніше перетворилася на еволюційний неошумпетеріанський напрям досліджень. На сьогодні структурні зміни дедалі більше стають предметом досліджень в економічній науці у зв'язку з виникненням інформаційної економіки, появою транзакційного сектора, різних деформацій у структурі споживання, мотивацій, уподобань, але залишаються не до кінця дослідженими питання взаємовпливу структурних трансформацій та економічного зростання і розвитку.

Важливе значення мають інструменти структурної політики. За кордоном зазначений інструментарій традиційно включав і включає різноманітний набір механізмів впливу на структурні процеси в національній економіці, до яких належать як власне механізми впливу на економіку, так і макроекономічні інструменти, що непрямо зачіпають її сектори.

Основними видами структурних зрушень в економіці є: технологічні – що визначають появу принципово нових класів технічних засобів, які стають основою нового господарського укладу; інституційні – об'єктами яких є локальні системи економічних інституцій та інститутів, галузева та адміністративна структури; відтворювальні – пов'язані зі зміною пропорцій секторів, сфер і сегментів національної економіки: державного і приватного секторів, сфер промислового та сільськогосподарського виробництва, виробництва і обігу; просторові – які детермінують визначення та зміщення меж територіально-виробничих комплексів (кластерів), регіонів та економічних зон.

Структурні зміни в економіці можуть як мати стихійний характер, так і бути регульованими державою. Вони показують, що різні складові вітчизняної економіки та реальна економічна динаміка в Україні розвиваються з різною інтенсивністю. Так, яку б структуру національної економіки не взяти – галузеву, територіальну, за формами

власності тощо, всюди можна помітити значну різницю у темпах та якості зростання, а місцями й спаду. При цьому як позитивні, так і негативні коливання динаміки випуску та його складової – ВВП є закономірним наслідком курсу, якого послідовно дотримувалися всі найбільш потужні й впливові бізнес-кола України [1].

Результатом структурних трансформацій економіки України є сформовані макроекономічні диспропорції: надмірна частка споживання і низький обсяг нагромадження, що в умовах національного ринку призвело до необхідності компенсувати надлишок внутрішнього попиту випереджаючим зростанням імпорту; відносно вузька спеціалізація зовнішньої торгівлі та висока частка низькотехнологічного експорту, що в умовах відкритості економіки країни сформувало високу залежність економічної динаміки та фінансового становища від кон'юнктури зовнішніх ринків; нарощування обсягів споживчого кредитування в умовах низького рівня інвестицій у модернізацію основних засобів призвело до використання кредитних ресурсів для стимулювання імпорту та іпотечного сегменту ринку; несприятливі умови для довгострокового інвестування обумовили переважаючу інвестиційну привабливість секторів із високою ліквідністю і швидким обігом та випереджаючі темпи розвитку секторів, які здійснюють експортну діяльність.

В силу того, що процес структурних трансформацій носить системний характер і має визначальний вплив на формування подальших тенденцій розвитку, доцільно одночасно здійснювати структурні реформи за такими напрямками, як: макроекономічний, що передбачає створення ефективного конкурентного середовища через поєднання ринкових та інструментів державної політики; інвестиційно-інноваційний напрям, що передбачає обґрунтування пріоритетних ініціатив інвестування для структурно-технологічної модернізації економіки та перехід до інвестування найважливіших проектів, підтримку інноваційної діяльності у галузевій науці та впровадження її досягнень у виробництво; інституційний напрям – найважливішими завданнями якого є інституційно-правове забезпечення структурних трансформацій [2, с. 232].

Структурна політика має забезпечити такі умови для розвитку національної економіки: створення механізму розширеної взаємодії виробництва товарів, генерації доходів та формування/стимулювання кінцевого попиту; досягнення консенсусу українських бізнес-еліт щодо цілей економічного розвитку національної економіки і способів їхнього досягнення з обґрунтованим переваженням перспектив і позитивних результатів (перехід країни до моделі економічного зростання) над втратами, що супроводжують процес структурних трансформацій; формування провідного виробничо-господарського укладу (сукупність взаємопов'язаних виробництв та інститутів, що утворюють системну цілісність), який володіє не лише потужним потенціалом зростання, а й досить критичною масою для

якісного перетворення економіки; гармонійне поєднання інтересів України щодо економічного розвитку, модель якого має бути моделлю визначення домінанти економічної орієнтації та реалізації конкурентних переваг, з форматом стратегічного розвитку світового господарства; мобілізацію технологічних і соціальних джерел підвищення ефективності діяльності підприємств через пошук принципово нових інституційних, економічних та організаційних форм інтеграції індустріального і постіндустріального укладів і формування національної інноваційної системи та її включення у контури розширеного відтворення.

**Список використаних джерел:**

1. Структурні зміни та економічний розвиток України / за ред. Л. В. Шинкарук ; Ін-тут екон. та прогнозування. – К. : ВПЦ «Експрес», 2011. – 696 с.
2. Структурні трансформації в економіці України: динаміка, суперечності та вплив на економічний розвиток : наукова доповідь / [Шинкарук Л.В., Бевз І.А., Барановська І.В. та ін.] ; за ред. Л.В. Шинкарук ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2015. – 304 с.

## **СЕКЦІЯ 2. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК МЕХАНІЗМ ПОДОЛАННЯ НЕДОСКОНАЛОСТЕЙ РИНКУ**

**УДК: 339**

**Думкіян Мікаел**  
*Київський національний торговельно-економічний університет,  
м. Київ, Україна*

### **ЕТАПИ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ**

**Dumkiian Mikael**

### **STAGES OF TRANSNATIONALIZATION WORLD MARKET TELECOMMUNICATION SERVICES**

На світовому ринку телекомунікаційних послуг починаючи з 90-х років минулого століття і на початку нинішнього століття можна виділити наступні домінуючі тенденції.

Швидке повсюдне збільшення загального обсягу телекомунікаційних послуг, поява все більш ефективних і технічно досконалих видів комунікацій, таких як Інтернет і стільниковий зв'язок.

Зростання масштабів і повсюдна диверсифікація діяльності телекомунікаційних компаній, що супроводжується переходом телекомунікаційних операторів до надання все більш широкому колу користувачів більш різноманітного спектра послуг (доступ в Інтернет через мобільні телефони, поєднання функцій фотоапарата в мобільному телефоні, взаємодія побутової домашньої техніки, комп'ютерів, автомобілів і телефонів тощо).

Подальша лібералізація щодо надання телекомунікаційних послуг на національних ринках, підвищення їх відкритості, активне створення спільних підприємств за участю іноземних компаній-операторів все в більшій кількості країн світу, що поєднується з процесами демонополізації на національних телекомунікаційних ринках країн з перехідною економікою та країн, що розвиваються.

Наростання конкуренції між телекомунікаційними компаніями-операторами на світовому ринку, що супроводжується розширенням географічних меж їх діяльності, підвищенням концентрації капіталу в руках найбільших транснаціональних телекомунікаційних компаній-операторів в результаті міжнародних злиттів і поглинань; повсюдний перехід провідних світових компаній-операторів на використання обмеженого кола найбільш сучасних стандартів.

В динаміці розвитку світового ринку телекомунікаційних послуг в кінці ХХ і на початку ХХІ ст. можна виділити два основних етапи. Перший етап - зародження світового



ринку телекомунікаційних послуг, який тривав до 1993 року включно та характеризується дуже помірним зростанням, що пов'язано з тоді ще незначним попитом на телекомунікаційні послуги, з явним переважанням вузького кола монополій на національних ринках.

На другому етапі формування і зростання світового ринку телекомунікаційних послуг, який триває і в даний час, відбувається значне прискорення темпів зростання в першу чергу за рахунок збільшення попиту на послуги стільникового зв'язку і швидкого розвитку Інтернету.

Відбувається всеохоплююча лібералізація національних ринків телекомунікаційних послуг, що супроводжується подальшою активізацією процесів злиття компаній. У той же час відбувається і зворотний процес – активізація демонополізації найбільших фірм і компаній перш за все в країнах із середнім рівнем розвитку телекомунікаційного ринку (Чехія, Угорщина, Китай, Бразилія), що тільки вступили на шлях більш повної інтеграції в світовий ринок телекомунікаційних послуг.

Наочним прикладом швидкого зростання нових видів телекомунікаційних послуг можуть бути наступні показники. Якщо в 1910 р. у всьому світі функціонувало близько 7 млн. телефонів, то в 1950 р їх стало близько 51 млн., тобто зросла більш ніж в 7 разів. У 2004 р. число стаціонарних телефонів в світі перевищило 1,2 млрд., тобто їх число за останні 50 років зросло більш ніж у 20 разів. Цікаво те, що приросту числа користувачів, наприклад, радіоприймачів з моменту їх винаходу до 50 млн. абонентів в минулому столітті знадобилося близько 40 років, для телебачення цей період склав уже 13 років, для Інтернету - лише близько 4 років. Так, якщо в 1991 р число користувачів Інтернету в світі становило близько 5 млн., то в 2005 р. їх число збільшується до 1,02 млрд., тобто за 14 років відбулося збільшення більш ніж в 200 разів.

Причинами такого швидкого збільшення темпів зростання нових видів телекомунікаційних послуг є не стільки загальне збільшення населення в світі і зростання його доходів, але в першу чергу все зростаюче значення нових факторів формування ринку, характерних для останньої чверті ХХ ст.: бурхливий розвиток науково-технічного прогресу, серйозні соціально-економічні зрушення в суспільстві, процеси подальшої лібералізації діяльності в цій сфері як на національному, так і на міжнародному рівні, в рамках процесів інтернаціоналізації і глобалізації, що активно розвиваються.

Процеси лібералізації, тобто процеси зміни форм державного регулювання, коли на зміну прямим методам регулювання (державна власність, державні інвестиції та субсидії) приходять непрямі (грошово-кредитна і податкова політика), які вже активно йдуть в провідних країнах на світовому телекомунікаційному ринку послуг і поступово переміщуються в країни з менш розвиненими ринками. Країни Центральної та Східної

Європи поки що в меншій мірі зазнали цих тенденцій. Однією з найважливіших подій в Європі стала поетапна відміна Комісією Європейського союзу прямого державного регулювання європейських ринків телекомунікаційних послуг, результатом якої стало істотне підвищення рівня конкуренції, зниження ступеня монополізації на ринках Франції, Німеччини, Великобританії і в ряді інших країн.

Експерти світового телекомунікаційного ринку фіксують ряд серйозних зрушень, що відбуваються в даний час. Одним з найпомітніших трендів є поширення інфраструктури LTE. Це універсальна тенденція, яка не залежить від регіону світу, вона характерна як для розвинених, так і для країн, що розвиваються. За оптимістичними прогнозами, до 2017 року рівень поширення LTE в світі досягне 50% і охопить 785 млн. передплатників в порівнянні з 93 млн. в 2015 р. Лідируючі позиції сьогодні займають США - 48 млн. користувачів і розвинені країни Південно-Східної Азії (наприклад, Південна Корея - 26 млн.). При цьому в США до 20% підключень до кінця поточного року буде переведено на LTE (за оцінками Всесвітньої асоціації GSM - ГСМА). Набагато менше поширення технологія отримала в Європі, що викликає певне занепокоєння гравців ринку і експертів.

За даними GSA за рік, з січня 2014-го р. по січень 2015 р. асортимент LTE-пристроїв виріс на 148%. Компанія Strategy Аналітика опублікувала дані, згідно з якими в минулому році було продано 100 млн. LTE-смартфонів і, за прогнозами компанії, число продажів цих пристроїв в 2016 р досягне 275 млн.

У процесі конкуренції між компаніями як на національних, так і на міжнародних ринках телекомунікаційних послуг можна виділити два етапи.

Перший етап характеризується посиленням конкуренції в областях міжнародного та міжміського телефонного зв'язку через те, що дані сегменти традиційно є більш прибутковими.

На другому етапі відбувається загострення конкуренції на інших сегментах ринку телекомунікаційних послуг, зокрема, в сегменті місцевого зв'язку, в сфері передачі даних, надання доступу в Інтернет, супутникового зв'язку тощо, так як дані сегменти є монополізованими і в силу цього новим незалежним компаніям працювати тут складніше.

#### **Список використаних джерел:**

1. IDATE DigiWorld. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.idate.org/>
2. Information Economy Report, 2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://unctad.org/en/docs/sdteedc20051\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/sdteedc20051_en.pdf)

**КОРПОРАТИВНА СТРАТЕГІЯ БАНКУ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ  
ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ**

**Tymoshyk Nataliia, PhD (Economics), Associate Professor  
Antoniuk Pavlo**

**CORPORATE STRATEGY OF THE BANK AT THE DIFFERENT  
LIFECYCLE STAGES**

Оскільки формування технологій управління фінансами банку повинно здійснюватися в межах обраних стратегій та узгоджуватися з ними, вважається доцільним обґрунтувати стратегічний вибір банку на кожній із стадій його життєвого циклу.

Зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі кредитно-фінансових установ в контексті євроінтеграційних процесів спонукають їх до переходу від традиційних моделей управління до більш дієвих. Банківські установи вимушені переорієнтувати свою управлінську діяльність на стратегічний напрям. Використання стратегічних прийомів в поєднанні із стратегічною гнучкістю виступає запорукою ефективних управлінських рішень.

Визначення змісту майбутньої стратегії кредитно-фінансових установ, зокрема пріоритетних завдань і напрямів дій, а також шляхів їх реалізації є вкрай необхідним не лише для конкретних суб'єктів господарювання фінансової сфери, але й для економіки країни в цілому. Конкуренція на ринку банківських послуг залишається на високому рівні незважаючи на різке скорочення кількості комерційних банків в останній період та кризові економічні явища в Україні, що також змушує ретельно зважувати стратегічні напрями розвитку.

Ситуація ускладнюється ще й тим, що вітчизняні банки перебувають у стані постійної адаптації до змін державного регулювання банківського сектору з боку держави в той час коли необхідно враховувати стадію життєвого циклу власного розвитку та реформування корпоративної стратегії відповідно до цих змін.

Аналізуючи статистичну інформацію щодо діяльності банків виявлено, що впродовж 2014-2016 років 82 банки були виведені з ринку, зокрема 17 банків були виведені з ринку в 2016 році, 2 з яких банки обрали шлях самоліквідації. Загалом на сьогодні у категорії неплатоспроможних перебуває 4 банки, у стадії ліквідації – 78 банків.

Дослідження стратегічної активності вітчизняних банків показав, що у 9 банків стратегія взагалі не визначена, а у значної кількості банків вона сформульована недостатньо

чітко, наприклад, як «сприяння економічному розвитку держави», «надання кредитно-фінансової підтримки розвитку економічних відносин», що не дає можливості визначити тип стратегії, якої дотримується банк та які саме напрями розвитку є для нього пріоритетними.

Банківські установи, як фінансово-кредитні посередники мають ряд принципово відмінних ознак діяльності від інших суб'єктів підприємницької діяльності, обумовлені їх специфікою здійснюваних операцій. Як наслідок стадії життєвого циклу та процес вибору стратегії має також принципово відрізнятися і бути адаптовані до банківської діяльності.

Здійснювані до цього часу дослідження різними авторами концентрують увагу лише на конкурентних стратегіях. Зокрема відзначається, що на стадіях дитинства та зростання застосовується стратегія зростання, на стадії зрілості – стратегія стабілізації, на стадії спаду – стратегія скорочення. Такий підхід стверджує, що обрана стратегія є критерієм віднесення фінансово-кредитної установи до певної стадії життєвого циклу її розвитку. Враховуючи специфіку діяльності фінансових посередників і характер їхніх продуктів це призводить до невідповідності в ідентифікації етапу розвитку та обраним стратегічним напрямом.

Доцільно визначити і застосувати ті корпоративні стратегії, які відповідають стадіям життєвого циклу властивих фінансово-кредитним установам. Стадії створення відповідає стратегія концентрованого зростання, в свою чергу екстенсивному зростанню відповідає стратегія експансивного зростання, відповідно стадії інтенсивного зростання доцільно застосування диверсифікованого зростання, на стадії зрілості диверсифікованого зростання та стабілізації і на завершальній стадії спаду запроваджується поєднання стратегій переорієнтації, «Відсікання зайвого», «Збору врожаю» та ліквідації.

Конкурентні стратегії також необхідно адаптувати до банківської діяльності. Вибір конкретної конкурентної стратегії (лідерства за низькими витратами, диференціації або фокусування) поєднується із пріоритетністю певної конкурентної переваги або їх комбінацій, завдяки яким керівництво банку матиме змогу ефективно позиціонувати його на ринку. Концентрація уваги на лідерстві продукту, операційному вдосконаленні або ефективній взаємодії із споживачем обумовлює необхідність удосконалення відповідних внутрішніх бізнес-процесів банку. Для запровадження певної стратегії необхідно розробити та деталізувати відповідні заходи та програми робіт у наперед визначених напрямках. На управлінському рівні банку (рівень корпоративної стратегії) контроль за реалізацією обраної конкурентної стратегії реалізується на основі показників частки операційних витрат в загальних витратах банку (лаговий показник для оцінювання стратегії абсолютного лідерства у витратах), частки нових продуктів в продуктовому ряді банку (лаговий показник для оцінювання стратегії диференціації або лідерства продукту) та частки операційних витрат в загальних витратах банку / частки нових продуктів в продуктовому ряді банку в залежності

від обраного напрямку фокусування в орієнтації на конкретний сегмент ринку або групу споживачів (фокусування за рахунок низьких витрат або за рахунок диференціації).

Таким чином, за результатами узагальнення та аналізу наявних підходів до вибору стратегій відповідно до етапів життєвого циклу організацій та їх адаптації до специфіки банківської діяльності сформовано перелік стратегій, які відповідають стадіям життєвого циклу банківської установи: стадії створення – стратегія концентрованого зростання; стадії екстенсивного зростання – стратегія експансивного зростання; стадії інтенсивного зростання – стратегія диверсифікованого зростання; стадії зрілості – стратегія диверсифікованого зростання (якщо є наміри повернутися на стадію зростання) або стабілізації (якщо пріоритетним є збереження та закріплення існуючих позицій); стадії спаду – стратегії переорієнтації або «відсікання зайвого» у разі прагнення відновити життєдіяльність та стратегії збору врожаю або ліквідації у разі закриття бізнесу. Запровадження такого поєднання стратегічних напрямів розвитку банків дозволить уникнути дисбалансу у їхній концепції діяльності.

**СЕКЦІЯ 3. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ НАКОПИЧЕННЯ ПОТЕНЦІАЛІВ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ТА МОЖЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОЗНАК  
ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ**

**УДК 332.142.4**

**Андрушків Богдан, д.е.н., професор**  
**Мельник Лілія, к.е.н.**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

**РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ  
У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

**Andrushkiv Bogdan, Dr. Econ. Sc., Professor**  
**Melnyk Liliia, PhD (Economics)**

**REGIONAL FEATURES OF TOURISM DEVELOPMENT IN TERNOPIL REGION**

Світовий досвід підтверджує величезну економічну значимість туризму, який є однією з найбільших, високоприбуткових і найбільш динамічних галузей економіки та сфери послуг. Так, згідно даних Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) у 2015 році міжнародні туристські подорожі виросли на 4,6% до 1,184 млн. Експерти даної організації вважають, що в даний час обсяг бізнесу у сфері туризму дорівнює або навіть перевершує експорт нафти, продуктів харчування або автомобілів. Туризм став одним з головних гравців у міжнародній торгівлі, і виступає в той же час одним з основних джерел доходу для багатьох країн, що розвиваються [1].

Поряд з зростанням економічної вагомості туризму, все більше зростає функція даної галузі по відтворенню життєвих сил людини, підвищення її якості життя. Як сфера духовної культури туризм виконує гуманітарні, світоглядні, пізнавальні, пропагандистські, виховні, й інші соціальні функції в суспільстві.

На фоні поступового зростання ролі туризму в світі і багатьох країнах, сучасний розвиток туризму в Україні, і Тернопільській області зокрема, характеризується наявністю глибоких протиріч. З одного боку, країна володіє надзвичайно багатими природно-географічними та історико-культурними туристичними ресурсами, сформована і функціонує розгалужена туристично-рекреаційна галузь, зростає кількість туристських організацій, розвиваються соціально-орієнтовані види туризму і т.д. З іншого боку, туристські ресурси нерівномірно розподілені і використовуються у незначній кількості, раніше досягнуті обсяги в'їзних туристичних потоків з 2013-2015 роки поступово падають. Дані Державної служби статистики України засвідчують, що кількість громадян України, які виїжджали за кордон у 2013 році становила 23761287 осіб, у 2014 році – 22437671 осіб, а у 2015 році –

23141646 осіб. У той же час зафіксовано значне падіння обсягів в'їзного туризму: кількість іноземних громадян, які відвідали Україну у 2013 році сягнуло 24671227 осіб, у 2014 році – 12711507 осіб і у 2015 році 12428286 осіб. Серед усієї кількості вказаних туристських потоків у 2013 році 3454316 туристів були обслужені суб'єктами туристичної діяльності України, у 2014 році їх становило 2425089 осіб, а у 2015 році ще менше – 2019576 [3]. У Тернопільській області ситуація також не втішна: у 2013 році кількість туристів, що були обслуженими суб'єктами туристичної діяльності України дорівнювала 13490 осіб, у 2014 році – 9066 осіб, а у 2015 році – 6668 осіб, що становить майже половину обсягу 2013 року [4]. Це говорить про те, що внаслідок продовження конфліктної ситуації на Сході України зменшується прямий внесок у внутрішній валовий продукт країни й області.

Проведений аналіз стану внутрішнього і виїзного туризму в Україні та Тернопільській області зокрема показав, що, незважаючи на свій високий туристський потенціал, наша країна займає незначне місце на світовому туристичному ринку. Вважаємо, що однією з важливих причин, що гальмують розвиток туризму в Тернопільській області, як в Україні загалом, є недооцінка потенціалу регіонального туризму. Необхідність його «розкручування» для переходу національного туризму на якісно новий рівень вже усвідомили в країнах, де він є високоприбутковою галуззю економіки, наприклад у США, Англії, Туреччині, Іспанії, Франції, Чехії та ін. Подібний підхід сприяє диверсифікації національного туристичного продукту, призводить до збільшення різноманітності туристичних послуг, до вилучення максимальної вигоди з туристських ресурсів територій і т.д. Саме в регіонах проблема розвитку туризму наповнюється реальним змістом і прив'язана до умов тієї чи іншої території з урахуванням наявних ресурсів, реально існуючих можливостей, конкретних запитів населення і приїжджих туристів.

Туристичний потенціал Тернопільщини є значним. Тут діють два Державних історико-архітектурних заповідники з десяти, що є в Україні, один Національний історико-архітектурний заповідник з чотирьох. Подібного нема в жодному регіоні нашої держави. В області збереглися більше третини всіх українських замків, зосереджена п'ята частина всіх природних пам'яток України. В області, яка територіально є однією з найменших в Україні, сьогодні налічується більше сотні печер. На території області кожна гілка християнства представлена великими духовними центрами.

Туристичний бізнес Тернопільщини розвивається з переважною орієнтацією на виїзд. Опираючись на проведені дослідження, переконані, що одним із головних завдань на порядку денному повинно постати питання розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, що здебільшого залежить від розвинутої туристичної інфраструктури регіону. Під останньою прийнято розуміти комплекс підприємств туристичної індустрії і взаємопов'язаних з нею підприємств

і установ, що забезпечують матеріальні і соціально-культурні умови відтворення туристичного продукту.

Розвиток і удосконалення інфраструктури туризму Тернопільської області вимагає скоординованої діяльності державних, регіональних і приватних структур щодо:

- реалізації практичних заходів, спрямованих на збільшення виробничої потужності та пропускну здатності об'єктів інфраструктури;
- безперервного, збалансованого і узгодженого вдосконалення і розвиток елементів інфраструктури туризму області;
- створення привабливого інвестиційного клімату;
- підвищення якості послуг і конкурентоспроможності підприємств;
- подолання територіальних і відомчих бар'єрів;
- ефективного використання туристичних ресурсів регіону;
- вдосконалення управління туристським комплексом.

**Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО):  
<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>.
2. Офіційний сайт Регіонального інформаційного порталу «Тернопільщина»:  
<http://irp.te.ua>
3. Офіційний сайт Державної служби статистики: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Офіційний сайт Головного управління статистики у Тернопільській області:  
<http://www.te.ukrstat.gov.ua>.

**УДК 631.15:338.33**

**Кошкалда Ірина, д.е.н., професор**  
**Трегуб Олена, здобувач**  
*Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва,*  
*м. Харків, Україна*

**ОЦІНКА ГАРМОНІЙНОСТІ СТРУКТУРИ ЗЕМЕЛЬНОГО ФОНДУ  
НАЦІОНАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНІВ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ  
РЕСУРСАМИ**

**Koshkalda Iryna, Dr. Econ. Sc., Professor**  
**Tregub Olena, Researcher**

**EVALUATION OF HARMONY LAND FUND STRUCTURE OF NATIONAL AND  
REGIONAL LAND MANAGEMENT**

Ефективне використання головного засобу виробництва – землі, є основою для збільшення кількості та покращання якості продукції рослинництва й тваринництва, що є



головним завданням сільського господарства. Проте для створення засад сталого та еволюційного розвитку сільськогосподарських підприємств, товаровиробникам необхідно знайти баланс між отриманням економічної вигоди від результатів діяльності, забезпеченням населення якісним продовольством та раціональним, ефективним та екологічно стабільним використанням земельних ресурсів. Для ефективного функціонування економічної системи регіонального та національного рівнів, взаємовідносини між цими векторами розвитку сільськогосподарських підприємств мають бути узгодженими, збалансованими та гармонізованими.

Гармонія – це ані крайність, ані консенсус, ані перемога чи поразка тих чи інших сил. Гармонія це в першу чергу співпраця, синтез, сумісна еволюція. Це не консонанс, не дисонанс, а їх збалансоване співвідношення у певний період часу. До оцінки гармонійності структури земельного фонду локального, регіонального та національного рівнів слід підходити комплексно, використовуючи основні, другорядні та допоміжні показники. Проте нині методичні та практичні підходи, які б відповідали цим критеріям, відсутні, що потребує пошуку нових, альтернативних підходів до оцінки гармонійності структур у сільськогосподарських підприємствах, наприклад, на основі структурної ентропії.

З погляду інформатики, ентропія – це ступінь неповноти, невизначеності знань, міра неупорядкованості (невизначеності) складної соціально-економічної системи [1]. Ентропія вимірюється від 0 до 1. Цей інтервал можна розділити на дві частини. Перша частина з інтервалом від 0 до 0,382 характеризує рівень невизначеності системи, а друга, від 0,382 до 1 – структуру системи. Поділ інтервалу у співвідношенні 0,382:0,618 називається Золотим перетином та є характеристикою гармонійного стану системи [2].

Дослідження показали, що на національному та регіональному (Харківська область) рівні управління земельними ресурсами площа ріллі не є сталою: до 2013 р. спостерігалася тенденція до зменшення загальної площі ріллі та до збільшення зібраної площі. У 2014 р. частка зібраної площі у співвідношенні до загальної площі ріллі на національному рівні зменшилася з 94,8% у 2013 р. до 87,68% у 2014 р., на регіональному ж рівні цей показник зменшився відповідно з 99,6 до 93,86%, що є найменшим показником по Харківській області за досліджувані роки. У 2014 р., в порівнянні з іншими роками періоду дослідження, збільшилася частка зібраних площ під ріпаком, тому ентропійний показник структури зібраних площ ( $E(t)_{зп}$ ) на національному рівні знизився до показника 2010-2011 рр. ( $E(t)_{зп}=0,15$ ), а по Харківській області досяг найнижчого значення за досліджуваний період ( $E(t)_{зп}=0,13$ ). Водночас частка зібраних площ під овочами, баштанними та кормовими культурами все ще залишається незначною та має тенденцію до зменшення.

Аналіз структури земельного фонду Харківської області [3] показав, що 78,8% території області займають сільськогосподарські угіддя, лісами та лісовкритими площами зайнято на 4,3% меншу площу ніж по Україні, а саме 13,3% від загальної площі області. Забудовані землі займають 3,9% від загальної площі області, болота – 1%, піски та інші відкриті землі без рослинного покриву – 1,1%, а під водою знаходиться 1,9% території області. Таким чином, сільськогосподарська освоєність у Харківській області, так само, як і по Україні, перевищує екологічно допустимі норми. Окрім того, співвідношення ландшафтів по Харківській області не є оптимальним та не відповідає нормативам створення екологічної мережі України.

Сучасний стан використання земельних угідь Харківської області не відповідає вимогам раціонального природокористування, оскільки порушено екологічно допустиме співвідношення площ природних кормових угідь та ріллі, що негативно впливає на показник стійкості агроландшафту. Значення ентропії за структурою земельного фонду України має незначну тенденцію до зниження, зумовлену зменшенням площ сільськогосподарських угідь та збільшенням лісовкритих площ. По Харківській області, незважаючи на незначне зменшення площ сільськогосподарських угідь, ентропія протягом періоду дослідження знаходиться у гармонійному діапазоні від 0,382 до 0,618 та коливається в межах від 0,565 до 0,569.

Проте у внутрішній структурі земельного фонду національного та регіонального рівнів існують протиріччя, які в першу чергу проявляються у перевищенні екологічно допустимого рівня сільськогосподарської освоєності земель, яка протягом проведення земельної реформи залишається майже незмінною. На підтвердження цьому слугують дані аналізу відповідності структури земельного фонду України та Харківської області вимогам загальнодержавної [4] та регіональної [5] Програм формування національної екологічної мережі. Так, під землями, які є складовими частинами національної екологічної мережі, нині знаходиться 38,2% земельного фонду України та 30,8% території Харківської області.

У результаті втілення заходів загальнодержавної та регіональної Програм створення екологічної мережі, частка цих площ має збільшитись до 41,69 та 33,99% відповідно. Збільшення площ земель, які є складовою національної екологічної мережі має відбуватися за рахунок вилучення деградованих та малопродуктивних орних земель із сільськогосподарського виробництва, а також ділянок, які втратили природний стан і становлять підвищену небезпеку для збереження навколишнього середовища – із промислового виробництва, також планується збільшити площі під сіножатями і пасовищами: на 2,8 в.п. по Україні та на 0,54 в.п. по Харківській області.

У 2014 р. на національному рівні співвідношення природних ландшафтів та земель, які зазнали антропогенного впливу, становило 0,382:0,618, тобто з точки зору пропорцій «Золотого перетину» були структурно бездоганними, що є основою для стабільного розвитку середовища. Проте для формування Всеєвропейської екологічної мережі співвідношення природних ландшафтів, та ландшафтів, які зазнали антропогенного впливу, має становити 0,417:0,583, тобто пропорції мають бути змінені у бік їх урівноваження, що зменшить ентропійний показник до 0,383 та максимально наблизить його до показника структурної бездоганності.

Отже, для забезпечення ефективного управління земельними ресурсами необхідно прагнути до гармонізації внутрішніх пропорцій у структурі земельних угідь та агроландшафтів на національному та регіональному рівнях управління. Дослідження впливу пропорцій «Золотого перетину» у структурі земельного фонду для забезпечення сталого та еволюційного розвитку сільськогосподарських підприємств є основою для подальших досліджень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Волькенштейн М.В. Энтропия и информация [Текст] / М. В. Волькенштейн. – М.: Наука, 1986. – 192 с.
2. Колков А. И. Гармонизация структуры как фактор экономического регулирования [Электронный ресурс] / А. И. Колков. – Режим доступа: [http://kolkovsite.narod.ru/old/Notes/garm\\_struct.htm/](http://kolkovsite.narod.ru/old/Notes/garm_struct.htm/) – Название с домашней страницы Интернета.
3. Земельний фонд та земельні відносини Харківської області: довідник [Електронний ресурс] / Відділ Держгеокадастру у Харківській області. – Режим доступу: [http://www.kharkovzem.gov.ua/assets/files/PI/Dovidnuk\\_2013.pdf](http://www.kharkovzem.gov.ua/assets/files/PI/Dovidnuk_2013.pdf). – назва з екрана.
4. Про загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000-2015 рр.: Закон України [Текст] // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2000. – № 47, ст. 405.
5. Програма формування національної екологічної мережі в Харківській області на 2002-2015 рр. [Електронний ресурс] / Рішення Харківської обласної ради від 21 травня 2002 р. – Режим доступу: <http://ecodepart.kh.gov.ua/rehionalni-ekoprohramy/prohrama-formuvannia-natsionalnoi-ekolohichnoi-merezhi>. - назва з екрана.

## **EASTERN EUROPE: PECULIARITIES OF REGION DEVELOPMENT**

**Крамар Ірина к.е.н, доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,*  
*м.Тернопіль, Україна*

## **СХІДНА ЄВРОПА: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**

The United Nations Statistics Division includes in the list of Eastern countries such countries as Bulgaria, Czech Republic, Hungary, Poland, Romania, Russian Federation, Slovakia and the Slavic republics of Belarus, Moldova and Ukraine [1]. Although there are other thoughts defining this region. For example, the term “Eastern Europe” is often used to all European countries which earlier on were ruled by communist regimes, according to the concept of the “Iron Curtain” which separated West and East during the period of the Cold War. This historic fact determined pre-conditions of region development.

The region has excellent commercial forests and agricultural areas. The Danube valley countries produce corn and wheat. Ukraine, known for years as the “Breadbasket of the Soviet Union”, is now one of the most important wheat exporters in Europe. Eastern Europe's major mineral resources are coal, iron ore, petroleum, natural gas, and bauxite. One of the features of Eastern European countries is high unemployment rates which leads to the situation when people go abroad to find work.

Dominated by the Soviet Union in XX century, politics in Eastern Europe has changed significantly since its collapse in 1991. Many of the newly independent states aligned themselves with the market-oriented democracies of Western Europe. This transformation is based on the idea that freedom and prosperity can best be achieved by using the methods and practices that have proven successful in Western Europe since World War II.

The countries of Eastern Europe have three basic elements in common on their way to economic transformation: stabilization, liberalization, and privatization [2]. In a short period the opportunity to trade with the West has given instant competition, diminishing the domestic monopoly of state enterprises. In the long period, international trade has the key to the eventual integration of the economies of Eastern Europe with the economies of the West.

Most countries in the region are working on export increase, which has positive impact on the increase of economic integration with the West in general. Liberalization of economic activity has also caused the growth of private sector activity. At the same time, the state ownership sector is declining in all countries of the region.

Some of those countries referred as “Eastern European countries” has successfully achieved the goal to build market-oriented economy, become capitalist system and even are members of European Union. Other countries are still struggling on their way to become a strong member of European community.

So as we can see, despite of some common pre-conditions of region development, a lot depends on individual policy which took place in the countries after Soviet Union collapsed.

#### References

1. “United Nations Statistics Division- Standard Country and Area Codes Classifications” available at: <http://unstats.un.org/unsd/methods/m49/m49regin.htm#europe>.
2. Lipton, David, and Jeffrey Sachs. "Creating a Market Economy in Eastern Europe: The Case of Poland." Brookings Papers on Economic Activity 1 (1990).

**УДК 332**

**Микуланинець Світлана, аспірант**  
*Мукачівський державний університет*  
*м. Мукачево, Закарпатська обл., Україна*

### **ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ**

**Mykulanets Svitlana, Postgraduate student**

### **APPLICATION OF LOGISTICS TOOLS TO INCREASE COMPETITIVENESS OF REGION TOURISM INDUSTRY**

Теорією та практикою регіонального управління визнано, що туризм у сучасній регіональній економіці став одним із важливих її секторів, забезпечуючи значну частину податкових надходжень у місцевий бюджет, розвиток регіону та інфраструктури туристично-рекреаційної сфери. На сьогоднішній день спостерігається недостатній розвиток туристичної галузі, неповне використання її потенціалу, невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам. Щодо матеріально-технічної бази туристичних об'єктів та їх конкурентоспроможності, на жаль, на цей час інфраструктура готельного ринку України не задовольняє попиту на готельні послуги ні за кількістю, ні за якістю. Все це зумовлює необхідність оптимізації управління туристичною сферою в регіоні. Для цього необхідно покращити окремі логістичні процеси, здійснювати управління розвитком туристичної галузі на державному та регіональному рівнях, вдосконалення фінансово-економічних механізмів та інформаційного забезпечення управління, функціонування туристичної сфери на основі вдосконалення законодавчої та податкової бази, сталого розвитку України. Туристична

сфера в Україні, як і в багатьох країнах світу, може стати важливим джерелом прибутків. Перспективи розвитку логістики у туризмі сприяють покращанню якості туристичного продукту, здешевленню туристичних послуг та наближенню їх до міжнародних стандартів.

Національний туристичний ринок характеризується наступними ознаками: - потенціал розвитку туристичної галузі полягає, зокрема, у стимулюванні виїзних туристів до споживання вітчизняного туристичного продукту; - практика виробництва вітчизняного туристичного продукту базується, здебільшого на його матеріальній складовій та недостатньо враховує маркетинговий потенціал інформаційного супроводу; - хаотичність, недостатня керованість процесів просування туристичного продукту та розподілу туристичних потоків, а також тінізація окремих сфер діяльності обумовлюють невідповідність «офіційних» попиту та пропозиції на туристичному ринку України [2].

Вирішення виділених проблемних питань розвитку галузі вимагає розроблення та використання сучасних інтегрованих механізмів управління туристичними послугами та потоками туристів, що дозволяють забезпечити високу якість послуг відповідно до запитів споживачів із мінімальним рівнем витрат, а також оптимальне використання потужностей туристичних об'єктів. Посилення інтеграції окремих структурних елементів у ланцюгу «проекування – постачання – виробництво – розподіл – збут – післяпродажне обслуговування» цілком лежить у площині формування та використання логістичних принципів та інструментів управління в галузі туризму [4].

Метою застосування логістичних підходів у сфері послуг, зокрема туристичних, є пошук нових шляхів кардинального підвищення ефективності використання ресурсного та виробничого капіталу, забезпечення більш високої конкурентоспроможності всіх учасників інтегрованих логістичних ланцюгів [4]. При цьому оптимальність як базова логістична категорія в логістиці туризму набуває подвійного характеру та передбачає: з одного боку, оптимізацію використання туристичних ресурсів, а з іншого – оптимізацію туристичних потоків з метою забезпечення збалансованого соціального, екологічного та економічного розвитку регіону. Така подвійність зумовлює особливості побудови логістичного ланцюга, в якому формуються двосторонні відносини між підприємством (фірмою), що надає послуги, та клієнтом.

Інтегратором таких логістичних утворень повинні стати окремі туристичні оператори, які згідно з національним законодавством є ключовою ланкою в системі формування та розподілу туристичного продукту. Діяльність туристичних операторів передбачає й управління попитом, зокрема його формування на основі оцінки туристичного потенціалу регіону та розроблення і використання відповідних маркетингових заходів, а також збільшення інформаційної наповненості туристичного продукту. Збільшення інформаційної

наповненості туристичного продукту передбачає, зокрема, творче, інноваційне опрацювання та вироблення екскурсійних програм щодо різноманітних туристичних ресурсів регіону, серед яких також можна розглядати: - наявність торговельної й розважальної інфраструктури; - спортивні об'єкти та споруди, а також об'єкти військово-промислового комплексу; - наявність великих виробничих підприємств; - фінансову інфраструктуру; - наявність наукових та освітніх закладів, їх унікальні особливості; - пам'ятки історії та архітектури, унікальні об'єкти етнічної культури; - об'єкти сучасного мистецтва; - медичні заклади й об'єкти; - культові релігійні споруди; - природно-рекреаційні ресурси та ін. На цій основі можна формувати пріоритетні цілі й напрямки розвитку окремих територій регіону – центрів спортивного розвитку, наукових та освітніх центрів, етнічного розвитку, центрів здоров'я та краси, центрів культурного розвитку та ін. Такі туристичні центри повинні сприяти збільшенню потоків внутрішніх туристів в Україні.

Головною метою функціонування логістичної системи є збалансування попиту та пропозиції на ринку туристичних продуктів і послуг. Управлінський аспект зводиться не тільки до планування, контролю, оперативного управління формуванням, просуванням і реалізацією продуктового та інформаційного потоків у межах логістичної системи, що охоплює операційні цикли постачальників і посередників туристичного продукту [3], а також формування та розподілу туристичних потоків. Взаємодія суб'єктів туристичного ринку в рамках логістичної системи передбачає вирішення таких завдань: розміщення туристичних об'єктів з урахуванням традицій розвитку регіону (зокрема культурно-історичних, соціально-економічних); розвиток транспортної мережі; розвиток сучасних форм медичного та соціального обслуговування, забезпечення належної якості надання адміністративних послуг; розроблення належних схем санітарного очищення територій; надання інформаційно-консультаційних послуг споживачам та координації діяльності суб'єктів туристичного ринку і т. ін.

Ефективна взаємодія суб'єктів туристичного ринку в рамках логістичної системи потребує інформаційної підтримки функціонування туристичного ринку, а саме: створення та ведення єдиної інформаційної бази туристичних ресурсів та об'єктів; використання систем контролю за рухом туристичних потоків та використанням матеріально-технічної бази туристичних об'єктів; інформаційна підтримка різноманітних заходів у туристичних кластерах; забезпечення розвитку сучасних фінансово-економічних інструментів під час оплати туристичних послуг. Окремі елементи інформаційної системи повинні передбачати оцінювання відповідності принципам сталого розвитку як виробників туристичних продуктів, так і посередників та третіх сторін. Комплексне застосування логістичних

інструментів дозволить досягти цілей політики розвитку туристичної сфери, враховуючи територіальні та галузеві особливості відповідних регіонів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Воробйова О. А. Маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності рекреаційно-туристичних регіонів/ О. А. Воробйова // Вісник ОНУ ім. І.І.Мечникова, 2012. Т.17. Вип.2. – С.27.
2. Мішенін Є. В. Логістичні орієнтири розвитку туристичного ринку України / Є. В. Мішенін, І. І. Коблянська // Механізм регулювання економіки, 2014. – № 4 – С. 65-79.
3. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н. за спец. 08.06.02./ Г. І. Михайліченко – [Електронний ресурс]. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2001.
4. Одинцова, Т. Н. Методологические основы управления логистической системой туристского обслуживания : автореферат дис. на соиск. уч.степ. д.э.н. по спец. 08.00.05. [Текст] / Т. Н. Одинцова – СПб. : ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно- экономический университет», 2011. – 42 с.

**УДК 352.075**

**Панухник Олена, д.е.н., професор**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

#### **ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ У РОЗВИТКУ НИЗОВИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor**

#### **INCREASING ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN THE DEVELOPMENT OF GRASSROOTS TERRITORIAL ECONOMIC SYSTEM**

Низові територіальні одиниці, не маючи достатньо великого власного потенціалу до розвитку, тяжіють до більш потужного центру, формуючи мікрорегіон – відносно цілісну відтворювальну соціально-еколого-економічну систему, яка виділяється своїм економіко-географічним положенням, комплексом природних, матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, а також є первинним економічним регіоном, за подальшого подрібнення якого ці ознаки втрачаються. Мікрорегіон як функціональне об'єднання дає більші можливості кожному з його учасників через досягнення кумулятивного або й синергічного ефекту від спільної акумуляції усіх видів ресурсів.

Зовнішній комунікаційний процес (зв'язки з громадськістю) органів місцевої державної влади як суб'єктів регулювання розвитку цього мікрорегіону повинен



передбачати: формування інформаційно-комунікаційного забезпечення, здійснення інформаційно-рекламної та інструктивної діяльності, реалізацію консультативної діяльності, проведення роз'яснювальної роботи та ін. Інформацію, яка є основою цього комунікаційного процесу, можна розглядати в таких аспектах, як: здобуток громадськості, послугу, політичний інструмент органів влади, управлінську технологію.

Зв'язки з громадськістю мають відігравати важливу роль у реалізації органами державної влади місцевої політики, оскільки за умови інформування відповідних аудиторій про сутність політичних інструментів, використовуваних цими органами, забезпечують більшу дієвість їх роботи [1]. Наприклад, комунікація як соціальна технологія впливу на громадськість, може бути зорієнтована на примус відповідних цільових груп нести відповідальність за порушення, що мають місце у реалізації місцевої соціально-еколого-економічної політики.

Удосконалення зовнішнього комунікативного процесу місцевих органів державної влади з громадськістю дозволить забезпечити взаємний обмін інформацією між мікрорегіоном і громадськістю, активізувати громадську активність у вирішенні питань місцевого розвитку і, відповідно, здійснювати контроль за діяльністю місцевих органів державної влади як суб'єктів регулювання розвитку мікрорегіонів.

Перевагою використання зв'язків з громадськістю як для органів державної влади, так і для місцевого населення є те, що вони забезпечують відхід від неактуальної в сучасних умовах одновекторної моделі комунікацій (вона пов'язана з пропагандою, пасивною аудиторією) до дво- і багатовекторних варіантів.

Серед інструментів комунікації з громадськістю, які можуть бути використані суб'єктами регулювання розвитку на етапі формування та здійснення місцевої політики, є:

1) проведення публічних зустрічей з представниками засобів масової інформації і преси, обговорення з ними проблемних питань здійснення місцевої політики, роботи органів державної влади як суб'єктів регулювання місцевого розвитку;

2) активне публічне обговорення проектів законодавчих актів, які врегульовують здійснення місцевої політики (через публікації в газеті чи офіційному виданні органу місцевої державної влади, оприлюднення на веб-сайті);

3) співпраця з науково-дослідними установами, експертами;

4) створення Інтернет-ресурсу органу місцевої державної влади (офіційного сайту);

5) надання консультацій фізичним та юридичним особам, які є учасниками формування і реалізації політики місцевого розвитку, і які долучаються до вирішення питань такого розвитку;

б) фіксування (закріплення) у локальних нормативно-правових актах (статуті територіальної громади, регламенті органу місцевої державної влади) принципу «адаптації інформації для різних категорій населення» (це виключить такі негативні характеристики інформації як необ'єктивність і неповнота, забезпечить її наближеність до окремого громадянина).

Щодо інструментів комунікації з громадськістю на етапі реалізації рішень та моніторингу і контролю за їх виконанням, доцільно виокремити ті, які включені в процес прийняття рішення: спільне обговорення, виявлення спільності в процесі мислення при обговоренні, що і є етапом збирання інформації. Цей етап ґрунтується на статистичних матеріалах, анкетуванні, результатах інтерв'ю, на допомозі соціальних проектних груп, на результатах нарад, спостереження [2].

Фіксування (закріплення) у локальних нормативно-правових актах (статуті територіальної громади, регламенті органу місцевої державної влади) принципу «адаптації інформації для різних категорій населення» також створить передумови для більшої захищеності громадян-членів територіальної громади. Це, на сьогодні, є вкрай важливим, оскільки чинна місцева політика, а також практика взаємодії з громадськістю сприяє загостренню проблеми захищеності населення, яка пов'язана з потенційною загрозою з боку органів місцевої державної влади у плані нестабільності та непослідовності проведення соціальної, економічної, екологічної політик, неоднозначності і «невиписаності» окремих процедур в них. Також серйозною проблемою є наявність великої кількості нормативно-правових актів, які врегульовують питання проведення цих політик, і які часто містять неузгодженості, дублюють функції місцевих органів державної влади, не чітко визначають їх відповідальність.

Отже, серед інструментів комунікації з громадськістю, які можуть бути використані суб'єктами регулювання розвитку на етапі реалізації рішень та моніторингу і громадського контролю за їх виконанням, є:

- спільне обговорення місцевою владою і населенням територіальної громади спірних питань розвитку мікрорегіону;
- оцінка якісного стану наповнення офіційного сайту селищної ради інформацією, яка характеризує проведену органом місцевого самоврядування роботу;
- оцінка рівня задоволеності жителів територіальної громади прийнятими місцевою владою рішеннями та наданими послугами;
- проведення громадської експертизи залучення громадськості до процесу управління мікрорегіоном;
- оцінка стану дотримання прав людини.

Дієва робота щодо залучення органами місцевої державної влади як суб'єктами регулювання розвитку громадськості до власної діяльності потребує подолання наступних перешкод:

- пересічні громадяни не завжди поінформовані про різні форми та механізми участі громадськості у вирішенні проблем місцевого рівня;
- недостатня або викривлена інформація може негативно вплинути на вибір громадськості щодо шляхів розв'язання відповідних проблем.

Усунення цих перешкод повинно здійснюватись шляхом запровадження інформаційно-комунікативних технологій як передумови успішної реалізації місцевої політики на відповідній території.

У сучасних умовах зростає роль новітніх інформаційних і комунікаційних технологій, розвиток яких спрямований на:

- появу потужних персональних комп'ютерів і можливість їх об'єднання в мережі (локальні і глобальні);
- створення спільних мереж органів державної влади;
- використання інформаційних технологій як засобу забезпечення комунікацій (відео конференції, електронна пошта та ін.);
- створення інтегрованих баз даних, що використовуються на різних рівнях управління органами державної влади;
- технологічну підтримку процесів надання послуг (наприклад, системи автоматизації процесів виробництва послуг) [3].

У контексті цього, доцільно використовувати наступні підходи до застосування місцевим органом державної влади інформаційних технологій для розв'язання цієї проблеми і покращення адміністрування його роботи, в цілому:

1. Значимість використання комунікативного потенціалу як ресурсу для здійснення функцій, покладених на місцевий орган влади державою. Наприклад, основним завданням інформаційної служби цього органу державної влади має стати використання комунікативного потенціалу як ресурсу для проведення місцевої політики та підготовки і прийняття управлінських рішень.

У ході проведення консультацій з громадськістю та залучення громадськості до процесу розроблення місцевої політики можуть бути використані такі форми сучасних комунікацій: громадські слухання, круглі столи, відеоконференції, соціологічні опитування.

Застосування інформаційних технологій у проведенні місцевим органом державної влади публічних обговорень має передбачати підтримку діалогу з громадськістю за

допомогою комп'ютерної мережі Інтернет, застосування мультимедійних програм, використання спеціальних інструктивно-методичних матеріалів.

2. Необхідність організації контролю за внутрішньою роботою місцевого органу державної влади, моніторингу процесів в ньому.

3. Потреба здійснення службового та громадського контролю за діяльністю місцевого органу державної влади.

Таким чином, виходячи з вищезазначеного, збільшення обсягу інформації, якою оперує місцевий орган державної влади, важливість її адекватної оцінки та використання в інтересах мікрорегіону і його територіальної громади вимагають активізації застосування прогресивних форм зв'язків з громадськістю як передумови формування цим мікрорегіоном ефективної місцевої політики.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про місцеве самоврядування в Україні. – Закон України за № 280/97-ВР від 21 травня 1997 р. [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80/page>.

2. Василенко И.А. Административно-государственное управление в странах Запада: США, Великобритания, Франция, Германия / И.А. Василенко. – М.: Издат. Корпорация «Логос», 2000. – 200 с., С. 103-105

3. Мінаєва Г. М. Управління проектною діяльністю органів місцевого самоврядування для зміцнення інфраструктури території / Г. М. Мінаєва // Теорія та практика державного управління : Наук. фах. видання. – Вип. 3 (34). – 2011. – С. 1-7.

**УДК 352.07**

**Федотова Яна, к.е.н.**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «МУНІЦИПАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА»**

**Fedotova Yana, PhD (Economics)**

### **PECULIARITIES OF MODERN INTERPRETATION OF DEFINITIONS «MUNICIPAL ECONOMIC SYSTEM»**

Події політичного та економічного життя України 2013-2015 років довели необхідність змін у системі управління та розвитку держави. Сьогодні на порядку денному стоять питання децентралізації та адміністративно-територіальної реформи. Розрізняють декілька видів децентралізації, які відрізняються між собою з позиції поділу функцій між

рівнями управління та можуть впроваджуватися як самостійно, так і комплексно. Так, виділяють:

- політичну децентралізацію, яка характеризується делегуванням політичної влади на місця – субнаціональним органам управління, які політично підзвітні місцевим виборцям;
- адміністративну – передбачає передачу певних управлінських функцій місцевим органам влади;
- ринкову – в її основу покладено питання оптимізації виробничих процесів на засадах використання ринкових механізмів;
- фінансову децентралізацію – полягає в розподілі функцій, фінансових ресурсів та відповідальності за їх використання між центром та органами місцевого самоврядування [1].

Наведене вище не тільки уможлиблює в якості економічної системи розглядати муніципальне утворення, а й обумовлює необхідність такого розгляду.

У науковій літературі поняття «муніципальна економічна система» не позиціоноване і зміст його не розкритий. У територіальній структурі кожної країни можна виділити три рівні: національний, регіональний і первинний. Первинний рівень називають муніципальним. На муніципальному рівні формуються найменші адміністративно-територіальні одиниці країни, які у світовій практиці отримали назву муніципальних утворень.

Основою муніципальної економічної системи є муніципальне господарство. На практиці муніципальне господарство є складовою національної економіки, де використовується майже 25 % основних фондів держави, зайнято до 6 % працездатного населення країни, надається більше 40 видів послуг вартістю не менше 8 млрд. грн. [2].

Муніципальне господарство є відносно замкненим. Відповідно, його доцільно розглядати як автономну систему, відносну замкненість якої визначають чинники, подані на рис. 1.

Суть муніципальної економічної системи розкривається через її цілісну орієнтованість, яка спрямована на задоволення економічних інтересів окремої території (муніципальних економічних інтересів) та її територіальної громади.

Ознаками муніципальних економічних інтересів є такі:

- чітке розмежування тактичного й стратегічного інтересу і, разом з тим, можливість їх перетину як умови виживання системи. При цьому слід визнати взаємообумовленість (взаємопроникнення) тактичного і стратегічного інтересу. У протилежному випадку не тільки система інтересів, але й уся економічна система стане суперечливою;
- соціальна значимість і обумовленість таких інтересів;

- соціальна справедливість у їх задоволенні (полягає у задоволенні інтересів і потреб у благах, відсутність яких може зумовити неможливість життєдіяльності соціального індивіда (людини));
- різновекторність форм забезпечення збереження, функціонування і розвитку муніципальної економічної системи.

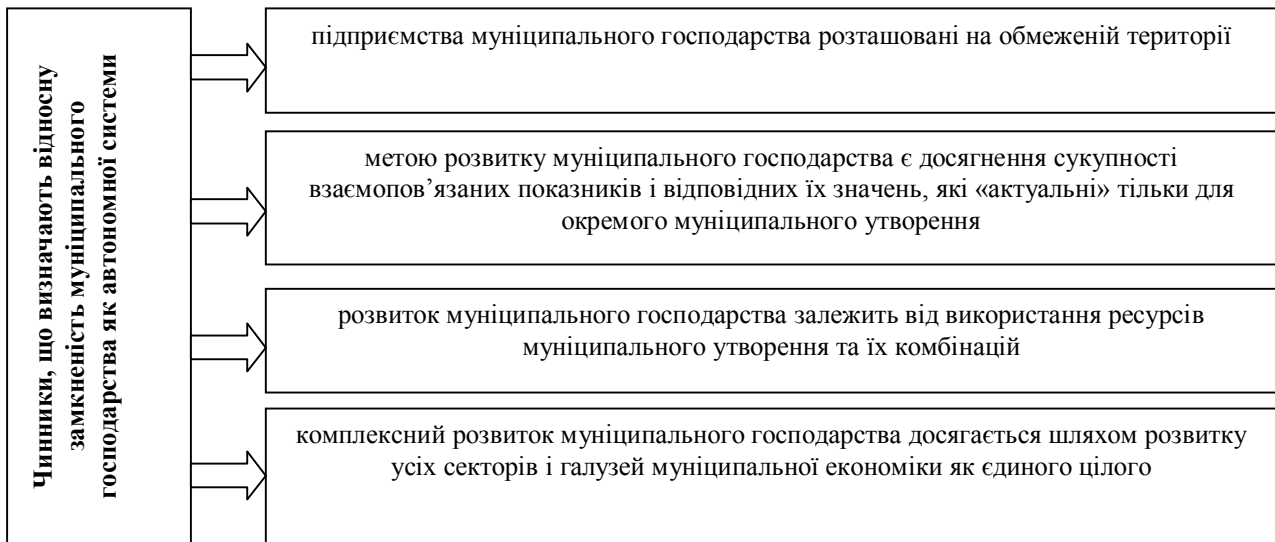


Рис. 1.1. Чинники, що визначають відносну замкненість муніципального господарства як автономної системи

*Примітка:* авторська розробка

Носієм економічних інтересів завжди є індивід. Це обумовлено тим, що економічні потреби виникають в межах соціально-економічних відносин, активною стороною яких є індивід або їх група. Виразники колективних, суспільних інтересів – це органи управління, а індивідуальних – як органи управління, так і сам індивід. Суттєва відмінність спостерігається у визначенні виконавців інтересів. Якщо державні економічні інтереси реалізуються, в основному, шляхом використання державної власності і діяльності системи органів державної влади, то муніципальні економічні інтереси можуть задовольнятися як шляхом використання муніципальної власності, так і шляхом залучення усіх секторів господарювання.

Муніципальний економічний інтерес як система виконує наступні функції:

- активізація суспільно значущих форм вираження потреб територіальної громади адміністративно-територіального утворення з метою їх задоволення;
- збереження цілісності системи відтворення територіальних економічних комплексів;

- прискорення розвитку виробничих відносин адміністративно-територіального утворення;
- збереження сталого розвитку адміністративно-територіального утворення шляхом взаємодії суперечливих економічних інтересів господарюючих суб'єктів;
- удосконалення господарського механізму адміністративно-територіального утворення, в тому числі відносин власності [3].

Економічна система адміністративно-територіального утворення є підсистемою по відношенню до економічної системи регіону, й інтереси, відповідно, також. Повинні бути визначені спільні стратегічні економічні інтереси для формування єдиного простору, єдиної концепції реалізації муніципальних економічних інтересів.

Сьогодні спостерігається тенденція функціонування сучасних українських підприємств як своєрідних анклавів, що не враховують специфіки муніципального економічного середовища. З огляду на це, управління підприємством потребує модернізації для забезпечення його розвитку як об'єкта муніципальної економічної системи.

З урахуванням усього вказаного вище, під муніципальною економічною системою будемо розуміти сукупність взаємопов'язаних і, відповідним чином, упорядкованих елементів муніципальної економіки (галузей, окремих підприємств, індивідуальних господарств, людей, виробничих відносин, навколишнього природного середовища), які утворюють певну цілісність та забезпечують на рівні муніципального утворення здійснення відтворювальних процесів (відтворення: трудових ресурсів; населення; довкілля; організації муніципального господарства) шляхом реалізації суб'єктами муніципального управління управлінських впливів.

Таке трактування дефініції «муніципальна економічна система» дозволить розвинути теоретико-концептуальні засади модернізації технологій управління підприємством у цій системі та враховувати той факт, що функціонування і розвиток муніципальної економічної системи визначають економічне життя територіальної громади і залежать від результативності управлінських впливів з боку суб'єктів муніципального управління. Крім того, воно сприяє чіткому баченню взаємозв'язку і взаємозалежності стратегічного управління підприємством і зовнішнього середовища (через муніципальну економічну систему як об'єкт і суб'єкт впливу), передбачає врахування у меті функціонування підприємства – задоволення муніципальних інтересів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Bykadorova N.O. The financial decentralization of local government / N.O. Bykadorova // *Ekonomichnyj visnyk Donbasu.* – Vol. 2. – No. 20. – Pp. 145-151.

2. Єлісеєва Л.В. Муніципальна власність: економічний зміст та перспективи її трансформації в Україні в контексті світового досвіду [Електронний ресурс] / Л.В. Єлісеєва // Ефективна економіка. – 2012. – № 8. –Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>

3. Бовсунівська В.І. Муніципальний інтерес в системі економічних інтересів [Електронний ресурс] / І. В. Бовсунівська // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Економіка. – 2012. – Вип. 12. – С. 45-55. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvamu\\_ekon\\_2012\\_12\\_8.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvamu_ekon_2012_12_8.pdf).



## СЕКЦІЯ 4. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ТА ВИРОБНИЧИХ СТРУКТУР ЕКОНОМІКИ

УДК 336

Болотянська Галина, магістр  
Панухник Олена, д.е.н., професор  
Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна

### ОЦІНКА ДИНАМІКИ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Bolotianska Galyna, Master  
Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor

### ASSESSMENT OF FINANCIAL INDICATORS DYNAMICS AS AN ELEMENT OF FORMING EFFECTIVE ENTERPRISE FINANCIAL STRATEGIES

Дослідивши зміни майнового стану досліджуваного підприємства «Галіт» протягом 2012-2014 років, виявлено наступні фінансово-економічні аспекти. За 2014 сума необоротних активів на даному підприємстві дорівнювала 3448 тис. грн., що є на 74 тис. грн. або на 2,19 % більше за суму минулого періоду. Сума оборотних активів за 2012 рік на досліджуваному підприємстві дорівнювала 14515 тис. грн. Протягом 2013 року спостерігається істотне скорочення даної статті (13371 тис. грн.), в співставленні із сумою минулого року, на -1144 тис. грн. (-7,88 %). У 2014 році сума оборотних активів склала 14979 тис. грн., тобто на 1608 тис. грн. (12,03 %) більше, ніж у 2013 році.

Отримані зміни результатів необоротних та оборотних активів на досліджуваному підприємстві представлено на рис. 1.

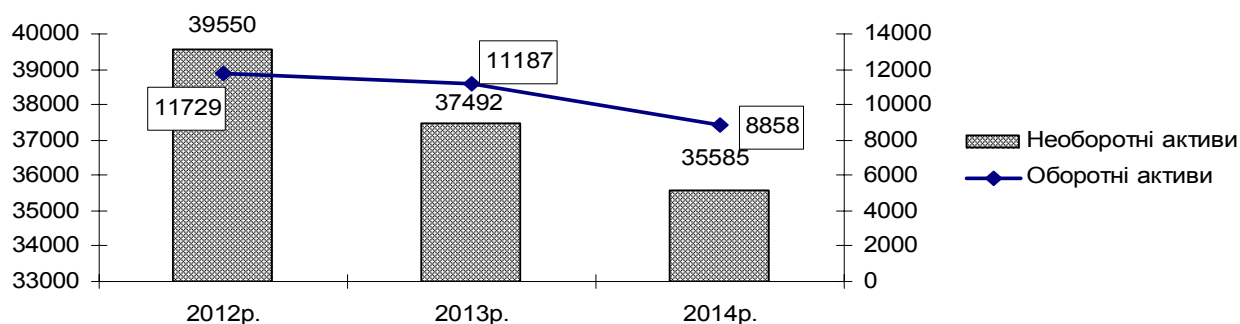


Рисунок 1. Динаміка результатів необоротних та оборотних активів

ПП «Галіт» протягом 2012-2014 років, тис. грн. [1]

Отже, протягом 2014 року спостерігаються позитивні зміни результатів як необоротних, так і результатів оборотних активів ПП «Галіт».

Збільшення суми необоротних активів пояснюється придбанням нового обладнання на суму 609 тис. грн. для фінансово-виробничої діяльності підприємства. Зростанню ж суми оборотних активів посприяло збільшення суми запасів (на 2685 тис. грн.), в якій найбільшу частку займає готова продукція (5,75 %) і товари (58,75 %) для клієнтів даного підприємства; значне зростання коштів підприємства (на 309 тис. грн.); збільшення суми інших оборотних активів (на 71 тис. грн.).

Дослідивши зміни джерел фінансування майна досліджуваного підприємства протягом 2012-2014 років, виявлено наступні фінансово-економічні аспекти. Сума власного капіталу на досліджуваному підприємстві за 2012 рік становила 5103 тис. грн. За 2013 рік результат даного показника зріс до 5205 тис. грн., тобто на 102 тис. грн. (2,00 %), у порівнянні з минулим роком. Протягом 2014 року сума власного капіталу дорівнювала 6018 тис. грн., що є на 813 тис. грн. або на 15,62 % більше за суму 2013 року. Сума зобов'язань підприємства за 2012 рік дорівнювала 12115 тис. грн. Протягом 2013 року зобов'язання підприємства скоротилися до 11540 тис. грн., тобто на -575 тис. грн. (-4,75 %) порівняно із сумою минулого року. За 2014 рік спостерігається зростання суми зобов'язань (12409 тис. грн.) на 869 тис. грн. (7,53 %) у співставленні з сумою 2013 року.

Зміни результатів джерел фінансування майна на досліджуваному підприємстві представлено на рис. 2.

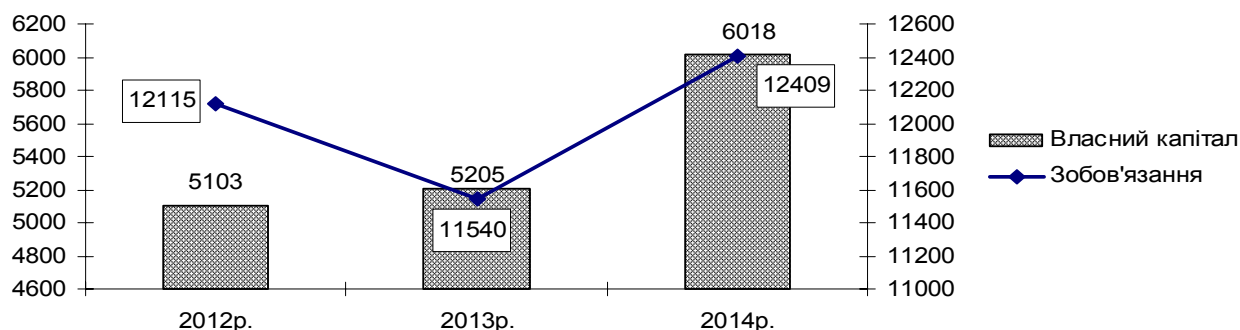


Рисунок 2. Динаміка результатів джерел фінансування майна ПП «Галіт» протягом 2012-2014 років, тис. грн. [1]

Протягом всього аналізованого періоду сума власного капіталу на даному підприємстві має тенденцію до зростання, що пояснюється збільшенням суми резервного капіталу. Сума зобов'язань даного підприємства має різну динаміку. Так, за 2013 рік спостерігається спад, який характеризується зменшенням суми кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги (на -754 тис. грн.), а також істотним зменшенням суми інших поточних зобов'язань (на -452 тис. грн.). Протягом 2014 року сума зобов'язань на підприємстві зростає, цій зміні посприяло збільшення суми короткострокових кредитів банків

(на 50 тис. грн.), збільшення суми поточної кредиторської заборгованості за одержаними авансами (на 1020 тис. грн.).

**Список використаних джерел:**

1. Фінансова звітність діяльності ПП «Галіт» за 2012, 2013, 2014 роки.

**УДК 338.49**

**Гераймович Людмила, аспірант**  
*ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»,  
м. Київ, Україна*

**РОЛЬ ІНФРАСТРУКТУРИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЗБАЛАНСОВАНОГО  
РОЗВИТКУ МІСТА**

**Geraymovych Lyudmyla, Postgraduate student**

**ROLE INFRASTRUCTURE FOR BALANCED CITY DEVELOPMENT**

Загострення екологічних проблем, нераціональне використання природних ресурсів та посилення соціальної нерівності (розривів у доходах між багатими та бідними) змусило світову спільноту переглянути свою економічну стратегію із врахуванням екологічної та соціальної складових. Нове бачення глобальних потреб людства втілилось у концепції сталого розвитку, що означає задоволення потреб нинішнього покоління без шкоди для можливості задоволення своїх потреб майбутніми поколіннями [2]. Вперше на міжнародному рівні необхідність розробки та реалізації стратегії сталого розвитку було ухвалено на Конференції ООН з питань навколишнього середовища (Стокгольм, Швеція, 1972). Слід зазначити що, з кожним роком все більше уваги приділяється питанням сталого розвитку та боротьбі зі зміною клімату (Конференція ООН із навколишнього середовища та розвитку, 1992; Саміт тисячоліття ООН, 2000; Конференція ООН зі сталого розвитку, RIO+20, 2012). З метою забезпечення втілення стратегії сталого розвитку у вересні 2015 року відбувся Саміт ООН для прийняття Порядку денного в галузі розвитку на період після 2015 року, де були сформульовані 17 Цілей Сталого Розвитку до 2030 року [1], зокрема:

- Ціль 7. Забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх;
- Ціль 9. Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій індустріалізації та інноваціям;
- Ціль 11. Забезпечення відкритості, безпеки та життєстійкості й екологічній стійкості міст та населених пунктів;
- Ціль 13. Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та його наслідками.

На сьогоднішній день більше половини світового населення проживає у містах, де створюється близько 80% глобального ВВП [3]. В містах споживається 75% всіх природніх ресурсів планети, близько 80% енергії та утворюється приблизно 75% викидів двоокису вуглецю (CO<sub>2</sub>) [4]. Саме тому міста відіграють вирішальну роль у втіленні стратегії сталого розвитку, що відображено у Лейпцизькій хартії «Міста Європи на шляху до сталого розвитку» (м. Лейпциг, 2007) [5]. В ній окреслені ключові фактори, що сприяють підвищенню конкурентоздатності міст в контексті інтегрованого розвитку: створення та утримання якісних публічних зон, модернізація мереж інфраструктури і підвищення енергоефективності, активна політика інновацій та освіти.

Збалансований (сталий) міський розвиток передбачає поєднання економічного, соціального та екологічного аспектів (див. рис. 1), що відображається у досягненні таких цілей як: інклюзивне економічне зростання; конкурентоздатна міська економіка; соціальна справедливість і рівність; екологічна безпека; безпечне, зручне та надійне середовище проживання.

<b>Сталий (збалансований) розвиток міста</b>		
<b><i>Соціальний розвиток</i></b>	<b><i>Економічний розвиток</i></b>	<b><i>Екологічний менеджмент</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- освіта та медицина</li> <li>- їжа та харчування</li> <li>- «екологічне» житло та будівлі</li> <li>- водопостачання та водовідведення</li> <li>- екологічний громадський транспорт</li> <li>- доступ до екологічно чистих джерел енергії</li> <li>- рекреаційні зони</li> <li>- підтримка громад</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- екологічно безпечне економічне зростання</li> <li>- забезпечення гідних умов праці</li> <li>- виробництво та постачання енергії з відновлюваних джерел</li> <li>- технології та інновації</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- раціональне управління земельними та лісовими ресурсами</li> <li>- система управління відходами</li> <li>- енергоефективність</li> <li>- адаптація та боротьба зі зміною клімату</li> <li>- чисте повітря</li> <li>- доступ до питної води</li> </ul>

Рис. 1. Засади сталого (збалансованого) розвитку міста [6, с.5]

Важливою складовою втілення стратегії сталого розвитку є «зелена» інфраструктура, тобто така, що зменшує або нівелює антропогенний вплив, сприяючи раціональному та ефективному використанню ресурсів нашої планети. «Зелена» (стала) інфраструктура (Green Infrastructure/Sustainable Infrastructure) - це складна інтегрована система взаємопов'язаних споруд та об'єктів, що створюють середовище для проживання людей та функціонування економіки та функціонує на принципах енергозбереження, енергоефективності, сприяє раціональному використанню ресурсів, не здійснюючи або мінімізуючи при цьому негативний вплив на навколишнє середовище.

Серед основних складових збалансованої інфраструктури можна виділити:

- відновлювані джерела енергії;

- «розумні» будівлі;
- екологічний громадський транспорт;
- «розумні» системи водопостачання та водовідведення;
- раціональні системи управління відходами і т.д.

Для нашої країни, що має намір стати в майбутньому повноправною частиною ЄС, політика у сфері реалізації стратегії сталого розвитку є надзвичайно важливою. При чому особливу увагу слід зосередити на модернізації інфраструктури на засадах енергозбереження та енергоефективності, без чого неможливий подальший розвиток української економіки та зростання добробуту населення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Цілі Сталого Розвитку 2016-2030 - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>.
2. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (1987) - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
3. McKinsey Global Institute, “Urban World: Mapping the Economic Power of Cities.”(2011) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mckinsey.com/global-themes/urbanization/urban-world-mapping-the-economic-power-of-cities>
4. UNEP, Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication (2011) - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://web.unep.org/greeneconomy/resources/green-economy-report>
5. Leipzig Charter on Sustainable European Cities (2007) - [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/archive/themes/urban/leipzig\\_charter.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/themes/urban/leipzig_charter.pdf)
6. International Development Finance Club, Investing in Sustainable Cities: Challenges and Opportunities (2014)- [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.idfc.org/Downloads/Publications/02\\_other\\_idfcexpert\\_documents/IDFC\\_Investing\\_in\\_Sustainable\\_Cities\\_Paper\\_01-12-14.pdf](https://www.idfc.org/Downloads/Publications/02_other_idfcexpert_documents/IDFC_Investing_in_Sustainable_Cities_Paper_01-12-14.pdf)

Добощук Павло, магістр  
Панухник Олена, д.е.н., професор  
*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

## СУТНІСТЬ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Doboschuk Pavlo, Master  
Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor

### ESSENCE OF ENTERPRISE FINANCIAL MANAGEMENT EFFICIENCY

Ефективність управління фінансами на підприємстві відображається в правильному управлінні потоками вхідних та вихідних його грошових коштів для формування, розподілу та використання необхідних фінансових ресурсів, максимізації прибутку, підвищення ліквідності та платоспроможності, забезпеченні фінансової стабільності, а також забезпеченні позитивного рівня рентабельності [1]. Основні функції, що відображають сутність управління фінансами на підприємстві показано на рисунку 1.

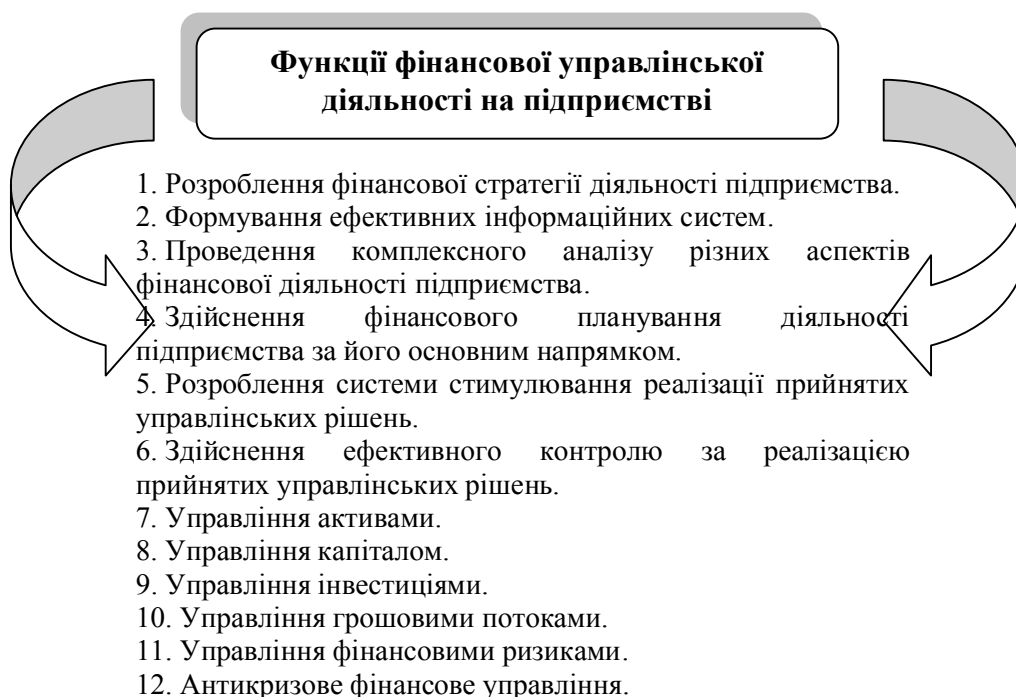


Рисунок 1. Функції фінансової управлінської діяльності на підприємстві

Примітка: сформовано на основі даних джерела [1]

Отже, ефективність управління фінансами на підприємстві полягає в здійсненні оцінки фінансово-економічного стану підприємства та представленні управлінських рішень щодо покращення отриманої ситуації.

### **Список використаних джерел:**

1. Лондар С. Л. Фінанси: Навч. посібник / С.Л. Лондар, О.В. Тимошенко: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/19570411/finansii/upravlinnya\\_finansami\\_pidpriyemstv\\_organizatsiya\\_finansovoyi\\_roboti\\_pidpriyemstvi](http://pidruchniki.com/19570411/finansii/upravlinnya_finansami_pidpriyemstv_organizatsiya_finansovoyi_roboti_pidpriyemstvi).

**УДК 336**

**Дудар Дмитро, магістр**  
**Маркович Ірина, к.е.н, доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м.Тернопіль, Україна*

### **ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ ЯК СИСТЕМА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

**Dudar Dmytro, Master**  
**Markovych Iryna, PhD (Economics), Associate Professor**

#### **FINANCIAL CONTROLLING AS A SYSTEM OF EFFICIENT BUSINESS MANAGEMENT**

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки на конкурентоспроможність підприємств великою мірою залежить від побудови ефективної системи управління діяльністю підприємств. Однією з сучасних комплексних систем внутрішнього контролю, яка здатна забезпечити ефективне управління діяльністю підприємства та його розвиток є фінансовий контролінг.

Фінансовий контролінг – це саморегулююча система методів і інструментів, спрямована на функціональну підтримку фінансового менеджменту шляхом концентрації контролюючих дій за основними напрямками фінансової діяльності підприємства, своєчасне виявлення відхилень фактичних її результатів від нормативних (планових) і вжиття оперативних заходів для нормалізації процесу управління фінансами; це система, орієнтована на майбутній розвиток підприємства.

Основними завданнями фінансового контролінгу є:

- забезпечення належного рівня фінансової ліквідності та платоспроможності;
- формування системи фінансових показників діяльності підприємства та прогнозних балансів;
- контроль найважливіших фінансових показників та грошових потоків;
- формування та реалізації системи заходів управління на основі відхилень фінансових показників.

Загальна схема здійснення процесу контролінгу проходить в три етапи [2, 19] :

Перший етап - визначення об'єкта фінансового контролінгу.

Другий етап – визначення видів і сфер контролю. Він поділяється на такі види: стратегічний контролінг, поточний контролінг і оперативний контролінг.

Третій етап – формування системи показників, які будуть контролюються.

Отже, основною задачею фінансового контролінгу є побудова на підприємстві ефективної системи прийняття, реалізації, контролю та аналізу виконання управлінських рішень.

Запровадження системи фінансового контролінгу на вітчизняних підприємствах супроводжується численними проблемами. Чинники, які перешкоджають успішному запровадженню і здійсненню контролінгу на підприємстві можна поділити на чотири групи:

1. Історичні: зумовлені сформованих роками поглядами на ведення бізнесу, непрозорістю, не завжди достатніми економічними знаннями менеджерів;

2. Психологічні: пов'язані зі скептичними поглядами керівництва на запровадження фінансового контролінгу, результати якого помітні не одразу, а запровадження досить дороге і тривале;

3. Організаційні: зумовлені відсутністю досвіду формулювання бажаних результатів від впровадження фінансового контролінгу, складністю залучення кваліфікованих працівників до цього процесу;

4. Методичні: які виникають внаслідок ігнорування потрібної реструктуризації бізнесу, невдалого виділення на підприємстві центрів відповідальності, вибору неадекватних принципів трансфертного ціноутворення, насадження деструктивних мотиваційних моделей, ігнорування потреби створення пакету корпоративних стандартів контролінгу [1, 29].

Сьогодні перед підприємства постала гостра проблема створення ефективних систем у сфері управління фінансовою діяльністю. Таким чином, фінансовий контролінг є інформаційною підтримкою прийняття управлінських рішень на підприємстві щодо формування, використання та розвитку фінансових ресурсів

#### **Список використаних джерел:**

1. Сафаров О. І. Практика контролінгу: що перешкоджає успіху його здійснення? / О.І. Сафаров // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4. – С. 27-31.

2. Собкова Н. Д. Концептуальні ознаки контролінгу у фінансовій системі України / Н. Д. Собкова// Формування ринкових відносин. – 2009. – № 2. – С. 17-22.



**УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Zhukrovskyy Igor, Master**

**MANAGEMENT OF ENTERPRISE CURRENT ASSETS**

Господарсько-підприємницька діяльність неможлива без оборотних коштів. Ця потреба є одним з об'єктів фінансового планування і відображення в обліку та звітності. Оборотні активи складають значну частину ресурсів комерційних організацій, тому важлива роль приділяється покращенню їх використання. Оборотні засоби є об'єктом управління, забезпечують безперервність процесу виробництва та значною мірою визначають його ефективність. Постійний рух оборотних коштів є основою безперервного процесу обігу грошей. Ефективність використання оборотних активів на підприємстві має важливе значення, оскільки справляє значний вплив на загальну ефективність всієї сукупності засобів, залучених підприємством. Якість управління оборотними активами впливає на безперервність процесу виробництва та реалізації продукції, ліквідність підприємства і його платоспроможність.

Оборотні кошти являють собою сукупність коштів, авансованих для створення оборотних виробничих фондів і фондів обігу, що забезпечують їхній безперервний кругообіг та забезпечують безперервність виробництва і реалізації продукції підприємства [2, с. 117]. Оборотні виробничі фонди вступають у виробництво у своїй натуральній формі й у процесі виготовлення продукції цілком споживаються, переносячи свою вартість на створюваний продукт. Фонди обігу зв'язані із обслуговуванням процесу обігу товарів. Вони не беруть участь в утворенні вартості а тільки є її носіями [2, с. 113]. Кругообіг фондів підприємств може здійснюватися тільки за наявності певної авансованої вартості в грошовій формі. Момент авансування є однією з важливих рис оборотних коштів, він відіграє важливу роль у встановленні їхніх економічних меж. Тимчасовим критерієм для авансування оборотних коштів має бути не квартальний чи річний обсяг фондів, а один кругообіг, після якого вони відшкодовуються і вступають в наступний. Після закінчення виробничого циклу, виготовлення готової продукції і її реалізації вартість оборотних коштів відшкодовується в складі виторгу від реалізації продукції (робіт, послуг). Це створює можливість систематичного поновлення процесу виробництва, що здійснюється шляхом безперервного кругообігу засобів підприємства. Оборот основних засобів вимірюється роками, водночас як оборотні фонди так і фонди обігу протягом року здійснюють декілька оборотів. Отже,

оборотні активи, що обслуговують оборот оборотних фондів і фондів обігу, багато в чому визначають загальні темпи і ефективність виробництва.

Політика управління оборотними активами важлива насамперед з позиції забезпечення безперервності й ефективності поточної діяльності підприємства. У процесі такої діяльності відбувається зміна величини оборотних активів, що супроводжується зміною короткострокових пасивів. Ці два суб'єкти обліку розглядаються спільно в рамках політики управління ЧОК (чистий оборотний капітал). Кон'юнктура ринку постійно змінюється, тому потреби підприємства в оборотних коштах нестабільні, і формувати їх тільки за рахунок власних джерел сьогодні економічно нераціонально, так як це знижує можливості стосовно фінансування власних витрат та збільшує ризик виникнення фінансової нестабільності підприємства. Тому основним завданням управління процесом формування оборотних активів є забезпечення ефективності залучення позикових коштів.

Виробничі запаси є однією з основних складових оборотного капіталу, вони включають в себе: незавершене виробництво, сировину і матеріали, готову продукцію, інші запаси. Підприємство вкладає свої кошти у створення запасів, збільшуючи загальні витрати. Ці витрати пов'язані із зберіганням запасів на складі та ризиком псування і старіння товарів. При визначенні потреби в оборотних коштах на підприємстві потрібно використовувати інструменти планування та нормування.

Аналіз стану оборотних активів та їхніх окремих елементів, а також показників їх оборотності дозволяє:

- підвищити ефективність використання коштів у поточній діяльності підприємства;
- визначити ліквідність балансу (можливість своєчасного погашення короткострокових зобов'язань);
- з'ясувати напрямки вкладення чистого оборотного капіталу протягом фінансового циклу для оцінки надлишку або нестачі окремих елементів оборотних коштів.

У процесі виробничої діяльності відбувається постійна трансформація окремих елементів оборотних коштів. Підприємство купує сировину і матеріали, виробляє продукцію, потім продає її в кредит. У результаті чого і утворюється дебіторська заборгованість, що через певний час перетворюється в кошти. Подамо формулу руху оборотних коштів (формула 1)

$$K \rightarrow MBZ \rightarrow H3B \rightarrow GP \rightarrow K \quad (1)$$

де  $K$  – кошти, авансовані в оборотні активи;

$MBZ$  – матеріально-виробничі запаси;

$H3B$  – незавершене виробництво;

ГП – готова продукція на складі та у відвантаженні;

К – кошти у формі виручки від реалізації товару.

Циркуляційна природа оборотних активів має ключове значення в управлінні чистим оборотним капіталом. Мінімальне значення даного показника рекомендується встановлювати не нижче десяти відсотків загального обсягу оборотних активів (чим вище даний показник, тим стійкіший фінансовий стан підприємства, тим більше в нього можливостей для проведення незалежної фінансової політики) [1, с. 133].

Ефективність використання оборотних коштів на підприємстві залежить перш за все від уміння управляти ними, покращувати організацію торгівлі та підвищувати рівень комерційної і фінансової роботи. Ефективне використання оборотних коштів є важливим завданням підприємства і повинно забезпечуватися прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Фінансовий менеджмент / Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. 2-ге вид.: Підручник. - Київ: Центр учбової літератури, 2009. - 133 с.
2. Римарчук А.М. Фактори управління оборотними активами [Текст] / А.М. Римарчук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – №7-8. – С. 11-18.

**УДК 339.138**

**Івасів Ірина, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м.Тернопіль, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**Ivasiv Iryna, Master**

#### **PECULIARITIES OF LOCAL ECONOMIC SYSTEM DEVELOPMENT**

Локальні економічні системи є соціально-економічними системами, що мають свій виробничо-господарський комплекс, особливу систему управління, задоволення потреб населення і узгодження інтересів господарюючих суб'єктів, що проживають та діють на певній території. Тому локальні економічні системи виступають як економічні системи особливого роду, що мають визначені особливості розвитку і функціонування. Невід'ємною частиною сучасної національної економіки є організація господарського життя на місцевому рівні, здійснювана на основі управління локальними економічними системами. Така децентралізація господарського життя обумовлена як певним рівнем розвитку громадського

виробництва, так і становленням інститутів громадянського суспільства в XX столітті у більшості країн [1].

Локальна економічна система характеризується не лише системними, але соціально-економічними властивостями, які дозволяють відособити цей тип економічних систем і описати найбільш важливі видові ознаки, властиві саме цим системам [2,4].

До основних характеристик локальних економічних систем можна віднести наступні:

– просторова обмеженість. Таким системам притаманна локальність основних характеристик ринку, серед яких: просторові межі, транзакції, обсяги пропозиції і споживання, кількість агентів ринку, у загальному вигляді та обсягах економічних ресурсів (фінанси, інформація, логістика). Слід відзначити, що в умовах відкритості національної економіки та поширення інновацій багато з таких характеристик втрачає локальний характер. Наприклад, загальний вигляд і обсяги ресурсів: фінанси, логістична система, інформаційний простір; спільні стратегічні цілі агентів ринку; економічні межі ринку; система соціально-економічних стосунків. Основна роль локального ринку проявляється в якості єдиного системного рівня між державою, підприємствами, домашніми господарствами;

– ринковий функціонал. Локальні економічні системи мають не лише розширені взаємозв'язки з відтворювальною підсистемою регіону, але і посилюють значення локальних ринків, для самозбереження регіональної економічної системи в умовах глобалізації [3, 4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Гершанок Г. А. Методологічні аспекти оцінки сталого розвитку локальних територій / Г. А. Гершанок, Ю. Г. Лаврикова // Проблеми регіональної економіки. – 2006. – № 1/2. – С. 100–124.

2. Урманов Д. В. Локальні території в просторовому розвитку системи “центр – периферія” регіону / Д. В. Урманов // Вісник – 2010. – № 339 (жовтень). – С. 127–130.

3. Янів В. Формування локального регіонального ринку послуг : методологічні підходи / В. Янів // Проблеми теорії і практики управління. – 2009. – № 6. – С. 49–58.

4. Баженова Ю. Стійкий розвиток економічних систем як основа макроекономічної стабільності / Ю. Баженова // Формування ринкових відносин в Україні. - 2009. - №1. - . 77-

82

**Колосівська Валентина, магістр**  
**Ціх Галина, к.е.н., доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,*  
*м. Тернопіль, Україна*

**ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ В  
ЗАГАЛЬНІЙ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Kolosivska Valentyna, Master**  
**Tsikh Halyna, PhD (Economics), Associate Professor**

**FORMATION OF FINANCIAL MANAGEMENT POLICY IN GENERAL  
STRATEGY DEVELOPMENT OF CONFECTIONERY ENTERPRISE**

Сучасний ринок постійно змінюється, це відбувається за рахунок економічної та політичної нестабільності у світі, глобалізації бізнесу, збільшення підприємницьких ризиків та жорсткістю конкуренції. Швидкість змін така велика, що саме пристосування до них стає істотною перевагою підприємств у конкурентній боротьбі. У цих умовах підприємства, які прагнуть зміцнити свої конкурентні позиції, повинні орієнтуватися на нові підходи, принципи і методи організації і ведення бізнес процесів, заснованих на удосконаленні саме внутрішнього механізму управління сталим функціонуванням підприємств. Саме тому першочерговою проблемою на сьогоднішньому етапі розвитку всіх українських кондитерських підприємств, є пошук альтернативних шляхів покращення управління їх фінансовими ресурсами.

Фінансові ресурси підприємства - це частина грошових коштів у формі прибутків і зовнішніх надходжень, призначених для виконання фінансових зобов'язань і здійснення витрат по забезпеченню розширеного відтворення.

В українських невеликих кондитерських підприємствах найбільш дефіцитними є фінансові ресурси. Вони також і є найбільш мобільними, що в умовах високого динамізму зовнішнього середовища та мінливої ринкової кон'юнктури виступає ключовим фактором ефективності. Рівень фінансового потенціалу й умови фінансових ринків розширюють або обмежують можливості формування підприємствами достатнього обсягу фінансових ресурсів. Все це зумовлює необхідність розробки ефективної політики управління фінансовими ресурсами як одного з найважливіших елементів в загальній стратегії діяльності та розвитку підприємств.

Управління кондитерським підприємством передбачає створення єдиної, раціональної, чіткої та безперервно функціонуючої системи з певними цільовими установками та взаємопов'язаними елементами.

Управління фінансовими ресурсами підприємства є складним процесом, який треба розглядати як процес прийняття і здійснення управлінських рішень, спрямованих на оптимальне формування, раціональне та ефективне використання, відтворення та нарощення фінансового потенціалу підприємства з метою досягнення поставлених стратегічних, тактичних і оперативних цілей, забезпечення стійкого функціонування і подальшого розвитку підприємства [2].

При створенні фінансових ресурсів найчастіше використовують такі типи стратегій:

1. Використання власних коштів для розширення своєї ринкової бази.
2. Об'єднання фінансових ресурсів фірм для реалізації певних проектів на ринках.
3. Залучення всіх можливих джерел фінансування для формування та реалізації інноваційних програм підприємств.
4. Залучення донорських коштів великих фірм.
5. Перехресне фінансування [1].

Успішну діяльність підприємства часто пов'язують з ефективним управлінням фінансовими ресурсами. Дане управління може бути спрямоване на досягнення таких цілей:

- 1) створення конкурентноспроможної бази підприємства;
- 2) лідерство серед конкурентних фірм;
- 3) уникнення банкрутства;
- 4) зростання обсягів виробництва та реалізації;
- 5) збільшення прибутку;
- 6) збільшення ринкової вартості фірми [2] .

Вибір підприємством тієї чи іншої цілі залежить від галузі в якій працює, від становища на ринку

Управління фінансовими ресурсами є циклічним процесом і тому потребує постійного вдосконалення для покращення результатів. Особливо це є актуальним для кондитерських підприємств, оскільки ринок кондитерських виробів є одним з найбільш швидко зростаючих секторів у світовій економіці та потребує постійного оновлення та управління.

Процес управління фінансовими ресурсами підприємства має виглядати наступним чином.

На першому етапі системи управління фінансовими ресурсами менеджерами підприємства визначаються проблеми та нереалізовані можливості, які здійснюються на основі оцінки попередніх рішень.

На другому етапі менеджери аналізують виникнення подібних проблем та використовують здобутий досвід в теперішніх можливостях.

На третьому етапі головним є дослідження та розгляд різних можливих варіантів, вибір одного який забезпечить максимальний ефект. Четвертий та п'ятий етапи щільно між собою взаємодіють.

На четвертому етапі менеджер повинен проаналізувати можливі наслідки альтернативних рішень, варіантів та обрати такий, який найбільше відповідає цілям підприємства.

На п'ятому етапі здійснюється реалізація прийнятих рішень. Найкращим механізмом якого є ретельне планування дій, навчання персоналу.

На шостому етапі здійснюється оцінка результатів реалізації рішення. Цей процес передбачає опитування працівників, процес перевірок, контроль за виконанням поставлених завдань, оцінка задоволення співробітників, покупців, постачальників. Оцінка результатів реалізації рішення є безперервним процесом.

При управлінні фінансовими ресурсами підприємства необхідним є застосування системного підходу, що підпорядкований загальній меті розвитку підприємства та визначає доцільність управлінського рішення залежно від ситуації, яка виникає під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Висока конкуренція на ринку виробництва кондитерських виробів ставить перед їх суб'єктами головне завдання: з метою підвищення конкурентоспроможності, необхідно провести послідовні зміни у фінансовій системі підприємства на основі сучасних методів управління.

В результаті, розробка та вибір оптимального варіанту стратегії управління фінансовими ресурсами є основою для забезпечення життєздатності підприємства у довгостроковій перспективі, а також прийняття рішення про доцільну для підприємства структуру фінансових ресурсів і капіталу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Безбородова Т.В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства // Держава та регіони. – 2012.
2. Близнюк О. П. Класифікація джерел формування фінансових ресурсів підприємства /
3. Близнюк О. П., Горпинченко А. П. // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. – 2012. – № 2. – С. 1-7.

**Колосівська Олеся, магістр**  
**Радинський Сергій, к.е.н, доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м.Тернопіль, Україна*

## **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПОКАЗНИКІВ МАЙНОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Kolosivska Olesya, Master**  
**Radynskyy Sergiy, PhD (Economics), Associate Professor**

## **METHODOLOGICAL APPROACHES TO EVALUATION INDICATORS OF ENTERPRISE PROPERTY**

З розвитком в Україні ринкових відносин все більше значення набуває аналіз фінансового стану підприємства. Оскільки на сьогоднішній час функціонування підприємств відбувається у важких умовах економічної кризи, відповідно це призводить до падіння виробництва й інфляції. Такі зміни негативно впливають на організацію фінансових відносин підприємств різноманітних галузей, знижують можливості збільшення фінансових ресурсів, і як наслідок, зменшують фінансування для вирішення економічних і соціальних питань. В таких умовах дуже важливим для підприємств виступає проведення оцінки фінансового стану підприємств з метою виявлення резервів збільшення фінансових ресурсів. Одним із найважливіших етапів аналізу фінансового стану підприємства є аналіз майнового стану підприємства, що дає змогу визначити абсолютні і відносні зміни статей балансу за визначений період, відслідкувати тенденції їхньої зміни та визначити структуру фінансових ресурсів підприємства [1, с.122].

Аналіз майнового стану підприємства – це широка сфера наукових досліджень як з боку вітчизняних вчених і економістів, так і закордонних. Серед них можна виділити: Л.О. Омелянович, О. В. Чайковська, Г. Є. Долматова, О. В. Іванова, А. Ф. Кононенко, О. В. Мізіна, К. В. Панібратченко, О.С. Ключник, О.В. Кондратюк та ін. Однак, в існуючих наукових працях в більшій мірі представлені загальнонаукові методики аналізу без конкретизації по підприємствах різних галузей і масштабів діяльності. Це ще раз підтверджує необхідність уточнення методики аналізу майнового стану підприємства в залежності від його галузевої придатності, видів діяльності.

Майнове становище підприємства характеризується сумою господарських засобів, що знаходяться в його розпорядженні. Сума господарських коштів являє собою узагальнену вартісну оцінку активів, що відображені в балансі підприємства. Зростання даного показника свідчить про нарощування майнового потенціалу [3, с.225]. Інформаційними джерелами для аналізу майна підприємства є звіт про фінансовий стан підприємства (ф.1), примітки до



фінансової звітності (ф.5), а також звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос) (ф.11-ОФ). Аналіз майна підприємства здійснюється на основі агрегованого балансу підприємства та структури і динаміки оборотних активів.

Аналіз майнового стану починається із дослідження капіталу котрим володіє підприємство та визначення змін які відбулися за аналізований період. Тенденції зміни майна підприємства слід пов'язувати з основними джерелами його формування. Для цього розглядаються показники пасиву балансу: підсумок, власний і позиковий капітал. Також слід перевірити правильність вкладення коштів в активи підприємства. За інших рівних умов, ознаками позитивного майнового стану досліджуваного підприємства є: збільшення підсумку балансу в кінці звітного періоду в порівнянні з початковим; перевищення темпів приросту оборотних активів над необоротними; перевищення величини і темпів росту власного капіталу над позиковим; зразкова рівність темпів приросту кредиторської та дебіторської заборгованості [2, с.68].

Основними підходами до аналізу майна підприємства є вертикальний і горизонтальний аналіз фінансової звітності; факторний аналіз, ступені взаємного впливу на діяльність підприємства причинно-наслідкових зв'язків, технічні прийоми аналізу майна.

Вертикальний аналіз показує структуру майна підприємства та його джерел. Як правило, показники структури розраховуються у відсотках до валюти балансу. Відносні показники згладжують негативний вплив інфляційних процесів, які істотно утруднюють зіставлення абсолютних показників у динаміці. Горизонтальний аналіз звітності полягає в побудові однієї чи кількох аналітичних таблиць, в яких абсолютні показники доповнюються відносними темпами зростання (зниження). Слід зауважити, що в умовах інфляції цінність результатів горизонтального аналізу знижується.

Структура вартості майна не визначає фінансового стану підприємства. Аналіз структури майна підприємства, її динаміки не дає відповіді на питання скільки вигідно для інвестора вкладення коштів у дане підприємство, лише оцінює стан активів і наявність коштів для погашення зобов'язань. Кожне підприємство, враховуючи характер основних господарських операцій та особливості діяльності, вирішує питання про доцільність поділу активів на оборотні та необоротні. Однак, згідно з НП(С)БО 1 «Звіт про фінансовий стан» до структури майна (активів) підприємства належать три обов'язкові складові: необоротні активи; оборотні активи; витрати майбутніх періодів [1, с.125].

Основними показниками, за допомогою яких здійснюють оцінку майнового стану підприємства є: коефіцієнт реальної вартості основних засобів; коефіцієнт зносу основних засобів; коефіцієнт придатності основних засобів; частка оборотних виробничих фондів в обігових коштах; частка основних засобів в активах; коефіцієнт мобільності активів;

фондомісткість; фондовіддача. На основі аналізу цих показників, ми можемо визначити поточний майновий стан діяльності підприємства.

Апробуючи методики оцінювання майнового стану підприємства нами здійснено дослідження наявного майна на підприємстві ПАТ «ТерА». Аналізуючи баланс досліджуваного підприємства слід відмітити, що він не є абсолютно ліквідним, оскільки підприємству не вистачає коштів для погашення найбільш термінових зобов'язань. Також було встановлено, що співвідношення необоротних й оборотних активів протягом останніх п'яти років практично не змінилося: переважають оборотні активи, а найбільшу питому вагу в їхній структурі займають запаси. У складі оборотних активів спостерігається зменшення суми й питомої ваги товарно-матеріальних запасів і зменшення обсягу дебіторської заборгованості, а також скорочення грошових активів. Дана ситуація на підприємстві викликана рядом причин, зокрема, погіршенням кон'юнктури ринку, недостатнім рівнем конкурентоздатності продукції, неефективною маркетинговою політикою, недосконалими управлінськими рішеннями, що й обумовило відмічуване зниження обсягу продажів.

Таким чином, дослідивши методичні підходи до оцінки майна підприємства, слід відмітити, що майно підприємства є одним із найважливіших об'єктів економічного аналізу. Оцінка майнового стану підприємства за концептуальним підґрунтям та інструментальним наповненням є складовою системи фінансового аналізу. Ринкова відокремленість підприємств спрямовує управління ними на збереження їх майна, а управління майном є визначальним і стратегічно важливим чинником підтримання фінансового стану підприємства на належному рівні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ключник О.С. Вдосконалення комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О.С. Ключник, О.В. Кондратюк // Науковий вісник Рівненського інституту ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна». – 2010. – № 1. – С. 120-127.
2. Мізіна О. В. Удосконалення підходів до оцінки ефективності використання майна підприємства / О. В. Мізіна, К. В. Панібратченко // Економіка і організація управління. – 2010. – № 2 (8). – С. 66–72.
3. Омелянович Л.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: підручник / Л.О. Омелянович, О. В. Чайковська, Г. Є. Долматова, О. В. Іванова, А. Ф. Кононенко. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Знання, 2011. – 231 с.

**Константюк Наталія, к.е.н, доцент**  
**Дзодз Ірина, магістр**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м.Тернопіль, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ**

**Konstantiuk Nataliia, PhD (Economics), Associate Professor**  
**Dzodz Iryna Master**

### **FINANCIAL RESULTS MANAGEMENT FOR OPTIMIZATION OF ENTERPRISE CAPITAL STRUCTURE**

Ключовим завданням управління фінансами підприємства є досягнення та подальше забезпечення належного рівня конкурентоспроможності підприємства у короткостроковому та довгостроковому періодах. При цьому вважається, що фінансово-господарська діяльність підприємства має забезпечувати приріст добробуту його власників. Досягти цього неможливо без адекватного вирішення у повсякденній роботі сукупності питань управління фінансовими результатами діяльності підприємства. Так, забезпечення ефективності фінансового менеджменту на конкретному підприємстві передбачає обґрунтування, формування та реалізацію адекватної моделі управління фінансовими результатами як цілісної системи прогнозування, планування і контролю за процесами формування та розподілу фінансових результатів підприємства в процесі здійснення його фінансово-господарської діяльності.

Особливості фінансових результатів суб'єкта господарювання визначають об'єктивну необхідність виділення у фінансовому менеджменті функціонально-організаційного блоку, спрямованого на управління фінансовими результатами підприємства з метою формування, підтримання та зростання конкурентоспроможності як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді та забезпечення доходу власників корпоративних прав такого підприємства.

Управління фінансовими результатами являє собою систему принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу та використання на підприємстві.

Прибуток, як позитивний фінансовий результат діяльності підприємства являє собою результативний фінансовий показник, що унеможливорює його безпосереднє використання як прямого об'єкта управління та вимагає формування важелів впливу на величину прибутку через управління факторами його формування та використання. Це дає змогу виділити ряд структурних елементів, які в результаті і формують цілісну систему управління прибутком

підприємства:

1. Управління прибутком на етапі його формування:

- управління доходами суб'єкта господарювання;
- управління затратами суб'єкта господарювання;

2. Управління прибутком на етапі його використання [1].

За таких умов постає питання щодо забезпечення узгодженості прийняття, підтримки та виконання управлінських фінансових рішень за окремими напрямками реалізації управління прибутком підприємства. Організаційне вирішення цієї проблеми здійснюється в рамках обґрунтування мети та завдань управління прибутком суб'єкта господарювання, визначення доцільності використання тих чи інших методів управління прибутком з метою вирішення поставлених завдань.

Системоутворюючими елементами моделі управління прибутком підприємства є мета та завдання такого управління, від чіткості формулювання яких залежить ефективність як моделі управління прибутком, так і фінансового менеджменту взагалі.

Управління фінансовими результатами діяльності підприємства безпосередньо відображається на структурі капіталу суб'єкта господарювання. Зростання прибутку дозволяє збільшити величину власного капіталу підприємства, і також підвищити його фінансову стійкість, що позитивно відображається на структурі всього капіталу підприємства та робить його інвестиційно привабливим.

До головних ознак, за якими здійснюється управління фінансовими результатами належать: 1) рівень якості фінансового результату (високий, оптимальний, середній, низький);

2) абсолютна величина показника фінансового результату господарської діяльності підприємства (чистого прибутку (збитку), яка диференціюється залежно від високого чи низького значення цього показника.

Слід відзначити, що ідентифікація величини фінансового результату відповідно до критеріїв високого та низького абсолютного значення даного показника, відбувається шляхом порівняльного аналізу суми фінансового результату господарської діяльності певного промислового підприємства з аналогічною базою порівняння, наприклад, підприємств-конкурентів, середнього показника суб'єктів господарювання відповідної галузі тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз: Підручник / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.

2. Скалюк Р. В. Економічний механізм управління фінансовими результатами промислових підприємств: теоретичні основи забезпечення функціонування / Р.В. Скалюк // Економічний вісник Донбасу. — 2011. — № 2. — С. 86-93.

**УДК 336**

**Константюк Наталія, к.е.н, доцент**  
**Когут Ірина, магістр**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

## **ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Konstantiuk Nataliia, PhD (Economics), Associate Professor**  
**Kogut Iryna, Master**

### **KEY ASPECTS OF ENTERPRISE ASSET MANAGEMENT**

Для здійснення господарської діяльності кожне підприємство повинно мати у своєму розпорядженні визначене майно, що належить йому на правах власності або володіння. Все майно, яким володіє підприємство і яке відображене в його балансі, називається активами підприємства.

Активи підприємства — це майно в його матеріальній і нематеріальній формах, придбане підприємством за рахунок власних або залучених ресурсів, що перебувають у його розпорядженні та призначені для використання у фінансово-господарській діяльності з метою отримання прибутку. Залежно від строку та специфіки використання у виробничій діяльності підприємства активи поділяють на необоротні та оборотні.

Правильність формування та використання активів є важливою для забезпечення ефективності функціонування підприємства в цілому, оскільки визначає основні характеристики його фінансового стану, а зміни в управлінні цими процесами супроводжуються відповідними змінами фінансових характеристик.

При формуванні активів закладаються підвалини ефективності їх використання, оскільки саме наявність достатнього обсягу необоротних та оборотних активів є основою всього господарського процесу на підприємстві. Основною метою управління активами підприємства є виявлення та задоволення потреби в окремих їх видах для забезпечення операційного процесу, а також оптимізація їх складу для створення умов ефективної господарської діяльності. З урахуванням цієї мети, І. О. Бланк запропонував наступні принципи, на яких повинен будуватися процес управління активами підприємства:

1) врахування найближчих перспектив розвитку операційної діяльності та форм її диверсифікації;

2) забезпечення відповідності обсягу і структури сформованих активів обсягу і структурі виробництва і збуту продукції;

3) забезпечення оптимальності складу активів з позицій ефективності господарської діяльності;

4) забезпечення можливостей високої оборотності активів в процесі їх використання;

5) забезпечення прогресивності окремих видів активів з позицій технологічного прогресу [1, с. 160].

Дотримання зазначених принципів забезпечує конкурентоздатність діяльності підприємства, високий рівень його фінансової стійкості і рентабельності, проте вимагає складної аналітичної роботи через неточний характер фінансового планування та прогнозування на підприємстві, отже на практиці є важко досяжним.

В умовах ринкової економіки стратегічною метою управління підприємством є підвищення рівня його вартості, яка визначається вартістю активів підприємства. Отже дослідження фінансування як основи формування активів підприємства, оцінка розміщення та ефективності формування його фінансових ресурсів є важливими завданнями управління підприємством, вирішення яких в значній мірі залежить від оптимальної структури активів підприємства.

Процес управління активами споріднений з аналізом та оцінкою фінансово-господарської діяльності, проте аналіз, в основному, фіксує результати кінцевої діяльності, тоді як процес управління активами або оптимізація їх структури націлює на досягнення певних стратегічних цілей підприємства. Крім того, управління активами неможливо здійснювати без управління пасивами, оскільки активи підприємства формуються за рахунок фінансових ресурсів або пасивів.

Стабільність фінансового стану підприємства залежить від правильності та доцільності вкладення фінансових ресурсів у активи, тому для його оцінки необхідно вивчити передусім склад, структуру майна, а також причини їх зміни.

Від того, яким майном володіє підприємство, значною мірою залежить фінансове становище підприємства і його стійкість, у які активи вкладено капітал і який дохід вони йому дають. Відомості про розміщення капіталу, наявні в розпорядженні підприємства, містяться в активі балансу. За цими даними можна встановити, які зміни виникли в активах підприємства, яку частину становить нерухомість підприємства, а яку – оборотні кошти, в тому числі у сфері виробництва та сфері обігу.

В найбільш широкому розумінні управління активами являє собою процес оптимізації їх структури, при якому досягається забезпечення визначених стратегій та цілей фінансового менеджменту. Прикладом такої стратегії може бути оптимальна структура активів, що

забезпечує максимальний рівень доходності. В разі вирішення такої задачі в процесі фінансового менеджменту має бути сформована така структура активів підприємства, яка забезпечить максимальну величину доходності або віддачі з кожного елементу активу при всіх інших рівних умовах.

**Список використаних джерел:**

1. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник / І. О. Бланк. – К.: Эльга-Н. – 2008.— 724 с.
2. Ковальчук Н.О. Узагальнення та систематизація наукових підходів до визначення поняття активи / Н.О. Ковальчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/portal>.
3. Шинкаренко О. М. Проблемні питання оптимізації структури активів та пасивів / О. М.Шинкаренко // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2011. – № 21. – С.45-49.

**УДК 339.137.2**

**Костюк Аліна, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

**ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З  
ВИКОРИСТАННЯМ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНОГО МЕТОДУ**

**Kostiuk Alina, Master**

**ASSESSMENT OF ENTERPRISES COMPETITIVENESS WITH USING OF  
DIFFERENTIAL METHOD**

Конкуренція, як прагнення до першості, є однією із рушіїв прогресу, адже завдяки їй розробляють та вдосконалюють нові технології, покращують виробництво, з'являється різноманітна продукція тощо.

Оцінювання конкурентоспроможності продукції ПАТ «ТерА» та його основних конкурентів здійснимо за допомогою диференціального методу за наступними категоріями: ціна, упаковка+смак (5 – відмінно, 1 – незадовільно) та доступність (наявність в торгових точках: 5 – у кожній, 1 – дуже рідко). Основними асортиментними позиціями, за якими буде здійснено оцінювання, є: цукерки «Ромашка», вафлі «Артек», печиво «Вівсяне» та пряник.

Як свідчать дані таблиці, ціна на даний вид продукції є нижчою, порівняно із конкурентами, що дає змогу говорити про конкурентні переваги досліджуваного підприємства.

Таблиця 1.

Порівняльна характеристика продукції ПАТ «ТерА» (цукерки «Ромашка») та його основних конкурентів за показниками «ціна», «упаковка+смак» і «доступність»

Цукерки «Ромашка»			
Виробник	Ціна, грн. за 1 кг	Упаковка+смак	Доступність
«ТерА»	80	4	2
«Рошен»	81	5	5
«Світоч»	86	5	4
«Конті»	88	4	4

Смакові якості також є високими, проте не найкращими серед основних конкурентів. Негативною є ситуація із доступністю даної продукції ПАТ «ТерА» для споживачів, наявність її в торговельних точках є низькою.

Таблиця 2.

Порівняльна характеристика продукції ПАТ «ТерА» (вафлі «Артек») та його основних конкурентів за показниками «ціна», «упаковка+смак» і «доступність»

Вафлі «Артек»			
Виробник	Ціна, грн. за 1 кг	Упаковка+смак	Доступність
«ТерА»	56	4	3
«Рошен»	58	5	5
«АВК»	56	5	4
«ХБФ»	60	4	4

Що стосується цієї категорії продукції ПАТ «ТерА», то доступність аналізованого товару є найнижчою серед конкурентів, смакові якості хороші, проте не найкращі, за показником «ціна» продукція досліджуваного підприємства є конкурентоспроможною.

Таблиця 3.

Порівняльна характеристика продукції ПАТ «ТерА» (печиво «Вівсяне») та його основних конкурентів за показниками «ціна», «упаковка+смак» і «доступність»

Печиво «Вівсяне»			
Виробник	Ціна, грн. за 1 кг	Упаковка+смак	Доступність
«ТерА»	32	5	3
«Союз-Кондитер»	34	5	4
«ХЗПТ»	44	4	3
«НХЗ»	30	5	3

За даною позицією знову спостерігаємо низьку доступність продукції для споживача. Щодо таких показників, як «ціна» й «упаковка+смак», то можемо стверджувати про те, що досліджувана продукція ПАТ «ТерА» не поступається конкурентним товарам і має досить високі показники.



Порівняльна характеристика продукції ПАТ «ТерА» (пряник) та його основних конкурентів за показниками «ціна», «упаковка+смак» і «доступність»

Пряник			
Виробник	Ціна, грн. за 1 кг	Упаковка+смак	Доступність
«ТерА»	30	4	3
«Союз-Кондитер»	29	5	4
«НХЗ»	28	4	3
«Оржицький оксамит»	33	4	2

Аналізуючи результати, представлені у таблиці, можемо зробити висновок про те, що пряник від ПАТ «ТерА» характеризується достатнім рівнем конкурентоспроможності.

Здійснений аналіз дає змогу стверджувати, що основним слабким місцем для усіх досліджуваних асортиментних позицій ПАТ «ТерА» є критерій «доступність», тобто наявність продукції досліджуваного підприємства у достатній кількості торговельних точок, адже цей показник є найнижчим серед конкурентів. Що стосується смакових якостей, то вони на достатньо високому рівні, ціна за деякими позиціями є нижчою, ніж у конкурентів.

Порівняємо категорії «Упаковка+смак» та «Доступність» (визначимо середнє арифметичне по продукції ПАТ «ТерА»):

$$\text{«Упаковка+смак»} = (4+4+5+4)/4 = 4,25; \text{«Доступність»} = (2+3+3+3)/4 = 2,75.$$

Здійснивши оцінювання за шкалою від 1 до 5, можемо зробити висновок про те, що конкурентоспроможність досліджуваного підприємства дорівнює 3. Прибутковість також є низькою, оскільки, як було відзначено вище, доступність продукції у середньому дорівнює 2,75 із 5, що свідчить про низький рівень продаж.

У ПАТ «ТерА» є перспективи підвищення своєї конкурентоспроможності, зокрема, за допомогою покращення політики розподілу продукції, зробивши її більш доступною для споживачів.

**МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ У ФОРМУВАННІ СИНЕРГЕТИЧНОГО  
МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОЇ  
СВІЛОТЕХНІЧНОЇ ГАЛУЗІ**

**Kukhniy Lesya, Associate Professor**

**MOTIVATIONAL ASPECTS IN FORMATION SYNERGISTIC MECHANISM OF  
LIGHTING ENGINEERING COMPANIES**

Синергетичний механізм функціонування вітчизняних підприємств світлотехнічної галузі передбачає узгоджену взаємодію їх елементів (структурних підрозділів, відділів та підприємств в цілому), які вступають у економічні взаємовідносини для досягнення спільної мети та реалізації цілей їх розвитку. Якщо розглядати дані підприємства як соціально-економічну систему, то необхідно відмітити взаємодію між економічною і соціальною їх підсистемами за принципом взаємозалежності, узгодженість діяльності яких утворює синергетичний механізм.

Одним із інструментів синергетичного механізму виступає функція менеджменту - мотивації праці, котра реалізується за рахунок методів, що спонукають до досягнення місії діяльності підприємства через взаємоузгодженість цілей працівника та цілей підприємства. Досконалість мотивації праці є тим чинником, що підвищує єдність, укріплює цілісність та забезпечує самоорганізацію персоналу. Фундаментом синергії мотивації праці є принцип синергічної взаємодії цілей персоналу з цілями підприємства [3, с.52].

Важливим чинником мотивації праці за визначенні результати діяльності кваліфікованого працівника є матеріальна винагорода. Якщо врахувати, що Кодекс законів про працю України встановлює оплату абстрактної праці у вигляді тарифної зарплати, а конкретна праця оплачувалася до недавнього часу у вигляді преміювання до 75 відсотків заробітної плати, то це співвідношення складало 0,75 : 1.

На підприємствах вітчизняної світлотехнічної галузі практикується механічне збільшення всіх тарифних ставок і посадових окладів, що забезпечує зростання абстрактної, а не конкретної праці і не слугує чинником підвищення матеріальної зацікавленості працювати ефективніше. Поряд із цим, у світовій практиці рівень співвідношення становить 3 – 4 і для наближення до нього вітчизняним світлотехнічним підприємствам необхідно збільшувати надтарифну оплату праці, не збільшуючи тарифну частину заробітної плати. При цьому оплата результатів конкретної праці, яка окреслена системою планово-економічних показників і нормативів, слугуватиме спонукальним мотивом для підвищення

інтересу працівників до забезпечення виконання результатів їх трудової діяльності, а об'єднання їх зусиль в аспекті реалізації внутрішніх змін підприємств галузі - гарантуватиме зростання синергізму та формуватиме синергетичний ефект.

У зв'язку з цим, підприємствам світлотехнічної галузі пропонується систему оплати і мотивації праці, що базуватиметься на наступних чинниках:

- мінімальна заробітна плата (Зм) – виплачується працівникам у випадку неплатоспроможності підприємства або недосягнення виконавцем поставлених цілей під час формування та реалізація синергетичного механізму;

- штатна заробітна плата (Зш) - враховує встановлені штатним розкладом посадові оклади, тарифні ставки, професійні надбавки і відпрацьований працівниками час;

- нарахована доплата (Зд) до зарплати штатної (Зш) - стимулюватиме працівників до генерування синергетичних механізмів і забезпечення синергетичного ефекту у діяльності свого підрозділу та підприємства;

- розрахункова заробітна плата (Зр) - враховує конкретні результати праці працівників реалізаторів синергетичного механізму і розраховується за формулою (1) шляхом додавання до штатної зарплати (Зш) нарахованої доплати (Зд), а її розмір не обмежується, оскільки структура розрахованих в такій залежності сум заробітної плати лише представляє собою «Закон справедливого розподілу» між всіма працівниками коштів, спрямованих на оплату праці.

$$Зр = Зш + Зд \quad (1)$$

фактична заробітна плата (Зф) - враховує коефіцієнт приведення розрахункової зарплати до фактичної (К) і визначається за формулою (2)

$$Зф = Зр \times К \quad (2)$$

$$К = \frac{\sum_{i=1}^n C_{oi}}{\sum_{i=1}^n C_{oi}} \quad (3)$$

де -  $\sum_{i=1}^n C_{oi}$  – сума грошових коштів, які спрямовані підприємством на заробітну плату

в даному місяці;  $\sum_{i=1}^n C_{oi}$  – сума розрахункової заробітної плати всього персоналу підприємства в даному місяці;  $i$  – кількість працівників підприємства.

Повнота відображення мотиваційних аспектів забезпечується принципами побудови показників і умовами мотивації реалізаторів синергетичного механізму на підприємствах світлотехнічної галузі, що представлено у таблиці 1.

Приведена в таблиці 1 множина показників демонструє можливі варіанти мотивування для працівників різних рівнів ієрархії. При цьому, першими наведені ті, які притаманні для підрозділів, що стоять на вищих ієрархічних рівнях, а наступні - для тих підрозділів, які знаходяться на нижніх щаблях в ієрархічній системі управління. Вони є типовими ненормативними і конкретизуються для кожного функціонального підрозділу підприємства в залежності від його механізму функціонування.

Таблиця 1

Принципи побудови показників і умови мотивації реалізаторів синергетичного механізму на підприємствах світлотехнічної галузі

№ п/п	Показники мотивації персоналу	Умови мотивації персоналу	
		Основні	Додаткові
	Критерії ефективності синергетичного механізму:	Досягнення синергетичного ефекту	
1.	Виконання плану: підвищення рентабельності та прибутку, зниження собівартості продукції та собівартості одиниці продукції, затрат на виконання комплексу робіт	Зростання ринкової вартості підприємства, додаткових грошових потоків, вихід на нові ринки, ріст конкурентоспроможності підприємства, підвищення стандартів праці	Збільшення обсягів продажу і частки ринку; зменшення зовнішніх та внутрішніх ризиків, підвищення інноваційної активності, зменшення капітальних вкладень, краще використання наявних ресурсів, покращення якості продукції, умов праці, створення раціональної управлінської структури
2.	Виконання плану підвищення продуктивності праці.		

Примітка. Самостійна розробка автора

Досягнення синергетичного ефекту у таблиці 1 представлено основними і додатковими умовами мотивування працівників - генерувальників синергетичних ефектів. Основна (обов'язкова) умова мотивації праці - встановлює пряму і повну залежність оплати праці виконавця від досягнення результатів у рішенні своєї головної мети формування синергетичних механізмів і передбачає, що недосягнення синергетичного ефекту обмежує оплату праці виконавця рівнем мінімальної заробітної плати, тобто його  $Z_f = Z_{\min}$ , а досягнення цілей синергетичного механізму гарантує отримання штатної зарплати ( $Z_{ш}$ ) дає право на доплату до неї ( $Z_d$ ). Додаткові умови мотивації праці – встановлюють диференційовану ( $Z_d$ ) залежність оплати праці виконавців від досягнення ними заданого результату у вирішенні часткових цілей у формуванні синергетичного ефекту.

Для оплати конкретних цілей у формуванні синергетичних механізмів джерелом фінансування мотивації праці не повинен виступати фонд заробітної плати. Проте і зараз преміювання працівників за досягнення цілей синергії здійснюється із фонду оплати праці [1, с.198]. Видатки на заробітну плату здійснюють із фонду заробітної плати, а інші

заохочувальні виплати проводять з «коштів спеціального призначення та цільових надходжень» [2, с.81]. Світова практика ринкових відносин переконує, що джерелом фінансування заходів мотивації праці повинен виступати прибуток.

Запропонована система оплати і мотивації праці для підприємств світлотехнічної галузі, яка забезпечує синергетичний механізм їх функціонування повинна бути відображена в окремих положеннях про оплату праці і мотивацію праці. В даних положеннях слід встановлювати систему і форми оплати праці у відповідності до виконуваних робіт, пов'язаних з отриманням синергетичного ефекту, стану робочих місць та умов праці, і обґрунтовувати показники та умови мотивації праці виконавців синергетичного механізму.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дмитришин О.В. Синергетичний підхід до здійснення підприємницької діяльності / О.В. Дмитришин, В.В. Яцура // Науковий вісник НЛТУ України – 2011. – Вип. 21.10. – С. 194 – 199.
2. Лубков А.Р. Синергетический подход к исследованию экономических систем: монография / под ред. Карагода В.С. – М.: 2008. – 119 с.
3. Назаришин Р.О. Взаємна мотивація якості праці персоналу / Назаришин Н.О. // Вісник Запорізького національного університету. – 2011 – №4(12). – С.48 – 53.

**УДК 336**

**Ломова Аліна, магістр**  
**Панухник Олена, д.е.н., професор**  
*Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

### **ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ: РЕАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Lomova Alina, Master**  
**Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor**

### **FINANCIAL POTENTIAL: REALIZING FINANCIAL STABILITY OF THE COMPANY**

Важливою складовою діяльності підприємства виступає його фінансовий потенціал. Адже, дане поняття визначається як обсяг власних, позичених та залучених фінансових ресурсів підприємства, якими воно може розпоряджатися для здійснення поточних та перспективних витрат. Ці ресурси приймають участь у виробничо-господарській діяльності та залучаються для фінансування певних стратегічних напрямів розвитку підприємства.

Характеристика фінансового потенціалу може бути виконана з позиції як короткострокової, так і довгострокової перспективи. В першому випадку розуміється ліквідність та платоспроможність фірми, в другому – її фінансова стійкість.

Фінансовий потенціал забезпечує можливість трансформації ресурсного і виробничого потенціалів у результати діяльності підприємства. До певної міри фінансовий потенціал виступає в ролі важеля, що формує механізм динамічної трансформації ресурсів у результати діяльності підприємства. Не менш важлива і його роль у відтворювальних процесах на підприємстві.

Досліджуване підприємство «Галіт» засновано в 2000 році, основним видом діяльності якого є виробництво стоматологічних установок, компресорів та аспіраційних пристроїв. Дослідивши результати чистого прибутку на даному підприємстві за 2012-2014 роки виявлено, що їхня динаміка має наступну тенденцію.

Так, за 2012 р. даний показник складає 1583 тис. грн.; протягом 2013 р. сума триманого прибутку на досліджуваному підприємстві скорочується до 102 тис. грн., тобто на -1481 тис. грн. (-93,56 %), в порівнянні з сумою 2012 р.; за 2014 р. ситуація дещо покращується і сума чистого прибутку підприємства зростає на 711 тис. грн. (697,07 %) та дорівнює 813 тис. грн.

Отже, за 2013 р. тенденція суми отриманого кінцевого фінансового результату на підприємстві має спадний характер (-1781 тис. грн.), а, протягом 2014 р. динаміка результату чистого прибутку має позитивну тенденцію зростання (711 тис. грн.).

**УДК 658**

**Мариненко Наталія, к.е.н, доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

## **ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕОРІЇ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

**Marynenko Nataliia, PhD (Economics), Associate Professor**

### **KEY PRINCIPLES OF COMPANIES ADAPTATION THEORY**

У процесі розвитку складові елементи виробничо-господарських структур (ВГС) перебувають в безперервному зв'язку між собою. Зміни, що відбуваються, впливають як на кожну окрему складову одиницю – підприємство, так і на саму систему підприємств, яка об'єднує їх у ВГС. Пристосування до змін таких складних об'єктів, як ВГС, вимагає реагування на динаміку та виклики зовнішнього середовища.

П. О. Іващенко відзначає, що: “Сутність адаптації стосовно до економічних систем полягає у більш повному (за обсягом) і досконалому (за методами) обліку інформації, використовуваної у плануванні та управлінні, в наявності здатності навчатися й вдосконалюватися у мінливих умовах функціонування, з урахуванням глобальних цілей ... Здатність до адаптації, загалом, проявляється у кожній підсистемі економічної системи. Проте форми, інтенсивність прояву, глибина адаптації на різних рівнях ієрархії різні” [1, с. 67].

Вказуючи на проблеми традиційних методів системного структурного аналізу, С.І. Маторін до однієї з них відносить таку: “Незважаючи на існуючі спроби, ще не достатньо розроблені методи опису процесів адаптації та еволюції систем у зв’язку зі слабкою вивченістю самоорганізованих систем” [2, с.30]. Він продовжує: “Таким чином, у результаті адаптації зменшується надмірність властивостей системи, усе сильніше проявляються суттєві для даної надсистеми властивості ... Чим глибше система є адаптованою до функціонального запиту надсистеми, тим яскравіше проявляються її істотні властивості, тим меншою є надмірність її властивостей” [2, с.45]. Адаптацією дослідник вважає “зростання узгодженості між властивостями системи (внутрішньої детермінанти) і певної заданої функції (функціонального запиту надсистеми – зовнішньої детермінанти) у вузлі мережі зв’язків надсистеми” [2, с.53].

У книзі І. Ансоффа розглянуто ряд питань теорії адаптивного пошуку для формулювання стратегії [3]. Метод адаптивного пошуку в даному описі застосовується для формулювання товарно-ринкової стратегії комерційної фірми. Однією з характеристик даного методу є “адаптивність як цілей, так і оцінювання первісної позиції”.

Розглядаючи чотири підходи до управління змінами в компанії, І. Ансофф виділяє серед них так звані адаптивні зміни. Він вважає, що на кожному підприємстві неминуче спостерігається процес поступового накопичення “невеликих зрушень, які протягом тривалого часу змінюють культуру і структуру влади в компанії. Соціологи називають цей процес органічною адаптацією, яка відбувається під впливом послідовних зовнішніх стимулів або через незадовільну роботу компанії. Органічна адаптація, по суті, є рухом вперед, методом “проб і помилок” ... Здійснення стратегічної зміни у вигляді поступових нововведень, розтягнутих у часі, ми називатимемо процесом адаптивної зміни. Адаптивні зміни проходять повільно, але мають ефект зменшення рівня опору в кожен момент часу. Адаптивні зміни дозволяють здійснити зміни в умовах, коли влада прихильників перетворень обмежена. Ефективність адаптивних змін підвищується при управлінні ними зверху” [3].

На думку Л.В. Соколової [4], до основних понять, які визначають сутність та основні положення теорії адаптації сучасного підприємства, відносяться такі:

- адаптація – процес приведення можливостей підприємства у відповідність до змін його бізнес-середовища;

- вид адаптації – характеристика процесу реалізації комплексу адаптаційних заходів;

- тип адаптації – характеристика сутності сукупності адаптаційних заходів;

- адаптивність підприємства (організаційний підхід) – здатність підприємства та його стратегічних одиниць бізнесу і функціональних підрозділів до своєчасної й адекватної перебудови діяльності з метою забезпечення конкурентного становища на ринках збуту;

- адаптивність підприємства (кібернетичний підхід) – здатність системи і окремих елементів самозмінюватися для збереження своїх функціональних показників в заданих межах при змінах бізнес-середовища;

- адаптивна зона – комплекс умов середовища бізнесу підприємства, що визначають тип і вид його адаптації;

- адаптивна субзона – комплекс умов середовища бізнесу економічно близьких груп конкуруючих підприємств;

- мета адаптації – забезпечення виживання підприємства в перспективі і досягнення заданого рівня конкурентоспроможності підприємства на конкретному ринку;

- адаптаційний лаг – часовий розрив між здійсненням адаптаційних заходів і досягненням запланованого рівня конкурентоспроможності підприємства;

- потенціал адаптації – максимальна здатність підприємства забезпечувати стійке конкурентне становище на ринку в умовах зміни його бізнес-середовища;

- критерій адаптації – показник конкурентоспроможності підприємства на конкретному ринку збуту товарів, послуг;

- міра адаптації – інтегруючий показник, який характеризує чисельне значення рівня конкурентоспроможності підприємства в межах його адаптивної субзони;

- умови ефективності адаптації – гнучкість стійких характеристик підприємства (цілей, стратегій, систем, організаційної та виробничої структур, технологій), мультифункціональний характер процесу адаптації, наявність науково-обґрунтованої концепції адаптації, управління процесом адаптації.

В умовах невизначеності підприємству необхідно враховувати велику кількість складних стохастичних зв'язків як на самому підприємстві, так і з зовнішнім середовищем. Тому існує необхідність застосування адаптивного підходу до розвитку підприємства та формулювання основних принципів побудови й функціонування такої системи управління адаптивним розвитком.



### **Список використаних джерел:**

1. Иващенко П. А. Адаптация в экономике / П. А. Иващенко. – Харьков : Вища шк. Изд-во при Харьк. ун-те, 1986. – 144 с.
2. Маторин С.И. Анализ и моделирование бизнес-систем : системологическая объектно-ориентированная технология / Под ред. М. Ф.Бондаренко ; Предисл. Э.В. Попов. – Харьков : ХНУРЭ, 2002. – 322 с.
3. Ansoff, H. I. Strategic Management. Classic Edition / H. I. Ansoff. – Palgrave Macmillan, 2007. – 251 p.
4. Соколова Л. В. Теорія і практика адаптації підприємств до мінливого бізнес-середовища : [монографія] / Л. В. Соколова. – Харків : ХНУРЕ, 2004. – 288 с.

**УДК 336**

**Панухник Олена, д.е.н., професор  
Гайдук Марія, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

### **ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor  
Gayduk Maria, Master**

### **ASSESSMENT OF FINANCIAL RISK IN ENTERPRISES ACTIVITY**

Дослідження статей фінансової звітності підприємства дозволяє виявити не тільки якісні, але й кількісні зміни оцінки результатів фінансових показників, або так званих, фінансових ризиків для подальшої діяльності підприємств, а саме: ризиків ліквідності, ризиків бізнес-подій, ринкових та кредитних ризиків.

Здійснивши оцінку та дослідивши зміни динаміки фінансових показників діяльності ПП «Галіт» протягом 2013-2015 років, що характеризують вплив ризиків на загальні фінансові результати, виявлено певні тенденції.

Зокрема, проаналізувавши показники, що характеризують ризики ліквідності та платоспроможності, виявлено, що на ПП «Галіт» існує зазначений вид ризику. Про це свідчать результати коефіцієнтів швидкої та абсолютної ліквідності, які мають негативну динаміку протягом 2012-2014 років, а також їхні результати є нижчими за встановлену норму.

Єдиним позитивним фактором є значення коефіцієнта поточної ліквідності підприємства, результат якого за 2014 р. (1,21) зріс в порівнянні із результатом 2013 р. (1,16).

Даний аспект означає, що досліджуване підприємство має можливість погашати свої поточні зобов'язання за рахунок власних поточних активів.

Результати оцінки коефіцієнта концентрації залученого капіталу протягом всього аналізованого періоду є більшими за встановлену норму, проте, мають спадну динаміку. Незважаючи на це, частка залученого майна в активах підприємства та ступінь залежності підприємства від кредиторів даного підприємства є високим.

Проаналізувавши показники, що характеризують ризики бізнес-подій на даному підприємстві, визначено, що протягом 2012-2014 років результати показників мали негативну динаміку. Ця зміна пов'язана з тим, що за весь аналізований період, на ПП «Галіт» недостатньо власних коштів. Занепокоєння викликають результати оцінювання коефіцієнта розвитку підприємства за рахунок самофінансування, адже саме цей показник відображає недостатню забезпеченість досліджуваного підприємства резервним капіталом.

Дослідивши динаміку показників, що відображають ринкові ризики, виявлено, що їх результати є позитивними за 2014 р., порівняно з попереднім періодом. Значення показників рентабельності продукції та чистої рентабельності продукції протягом 2014 р. значно покращилися відносно результатів 2013 р., які мали спадну динаміку відносно даних 2012 р.

Негативним чинником виступає спадна тенденція показника оборотності власного капіталу, адже, це означає, що на даному підприємстві наявне скорочення кількості виготовлених товарів та послуг, які надані клієнтам у поточному році на кожен гривню вкладеного власного капіталу.

За 2014 р. значення показників рентабельності активів та рентабельності власного капіталу мають позитивну тенденцію росту в порівнянні із даними за 2013 р. Даний фінансовий аспект діяльності підприємства можна вважати позитивним, який виник внаслідок збільшення суми активів та власного капіталу за 2014 р.

Динаміка результатів фінансових коефіцієнтів, що характеризують кредитні ризики підприємства «Галіт» має негативний (спадний) характер. Адже, результати коефіцієнта захисту власного капіталу є дуже низькими відносно встановленої норми, що є свідчить про недостатність суми власного капіталу, яка б виконувала захисну функцію на даному підприємстві.

Результати коефіцієнта ризику власного капіталу є занадто високими згідно їхнього граничного значення, проте, мають спадну динаміку. Однак, це свідчить про високий рівень ризику втрати підприємством суми свого статутного капіталу та накопиченого нерозподіленого прибутку.

Значення коефіцієнта фінансового ризику є теж більшими за встановлену норму, але мають тенденцію скорочення. Даний коефіцієнт характеризує величину залученого капіталу

в розрахунку на 1 грн. власного капіталу. Чим вище його значення, тим вищий ризик вкладання капіталу в підприємство

Таким чином, аналізуючи стан забезпечення фінансовими ресурсами ПП «Галіт» визначено, що стан даного підприємства щодо забезпечення власними фінансовими ресурсами є вкрай негативним, про що свідчать результати отриманих коефіцієнтів, які не відповідають встановленій нормі.

На даному підприємстві переважають протягом 2012-2014 років залучені фінансові ресурси, про що свідчать результати коефіцієнта концентрації залученого капіталу (2012 р. – 0,70 ; 2013 р. – 0,69; 2014 р. – 0,67 ).

Отже, позитивним фінансово-економічним аспектом протягом 2014 року на ПП «Галіт», з отриманих досліджень, можна вважати значення таких коефіцієнтів як: розвитку підприємства за рахунок самофінансування (6,17) та маневреності власного капіталу (0,43). Дана ситуація пояснюється наявністю на підприємстві суми прибутку та оборотних активів.

#### Список використаних джерел:

1. Фінансова звітність ПП «Галіт» за 2012-2014 роки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.galit.te.ua/?lang=ru>.

УДК 336

**Панухник Олена, д.е.н., професор**

**Городецька Ірина, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

### НЕОБХІДНІСТЬ ОЦІНКИ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor**

**Gorodetska Iryna, Master**

### NEED TO EVALUATE DEBT OF THE COMPANY

Для того, щоб виявити динаміку та склад заборгованостей на підприємстві, слід здійснити аналіз, перш за все, кредиторської заборгованості. Отже, проаналізуємо зміни елементів кредиторської заборгованості досліджуваного підприємства ПП «Галіт» (табл. 1).

*Таблиця 1*

Склад і рух кредиторської заборгованості ПП «Галіт»

протягом 2012-2014 років, тис. грн. [1]

Пасив	2012р.	2013р.	Відхилення		2014р.	Відхилення	
			(+, -)	%		(+, -)	%
Поточна кредиторська заборгованість за:							
за товари, роботи, послуги	7268	6843	-425	-5,85	6721	-122	-1,78

Продовження таблиці 1

за розрахунками з бюджетом	6	6	0	0	82	76	1266,7
у тому числі з податку на прибуток	0	0	0	0	45	45	0
за розрахунками зі страхування	17	17	0	0	22	5	29,41
за розрахунками з оплати праці	34	36	2	5,88	45	9	25,00
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	3802	3048	-754	-19,83	4068	1020	33,46

Динаміка суми поточної кредиторської заборгованості за розрахунками ПП «Галіт» за 2012-2014 роки діяльності відображена на рис. 1.

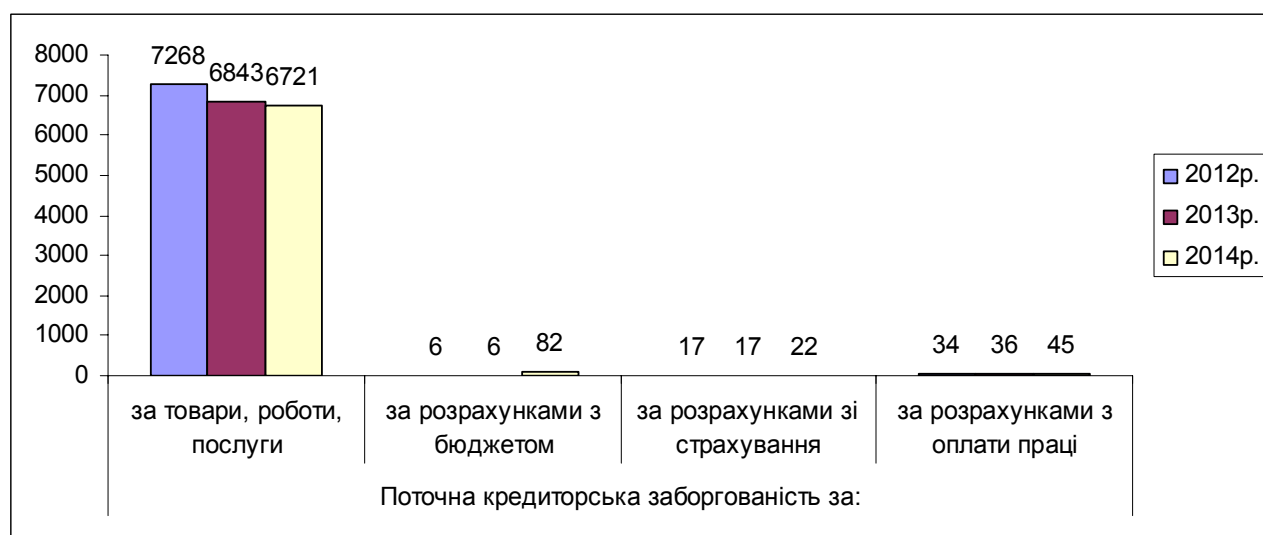


Рисунок 1. Динаміка суми поточної кредиторської заборгованості за розрахунками ПП «Галіт» за 2012-2014 роки діяльності, тис. грн.

Сума поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги за 2012 рік склала 7268 тис. грн. За 2013 дана стаття становила 6843 тис. грн., що є менше на -425 тис. грн. (-5,85 %) порівняно з минулорічною сумою. Протягом 2014 року ця стаття скоротилася до 6721 тис. грн., тобто зменшилася на -122 тис. грн. (-1,78 %) у порівнянні з сумою 2013 року.

Сума поточної кредиторської заборгованості за розрахунками з бюджетом за 2012-2013 роки є незмінною та складає 6 тис. грн. Протягом 2014 року дана стаття склала 82 тис. грн., тобто на 76 тис. грн. (1266,7 %) більше від суми минулих років.

Сума поточної кредиторської заборгованості за розрахунками зі страхування за 2012-2013 роки є незмінною та становить 17 тис. грн. Протягом 2014 року сума даної статті склала 22 тис. грн., тобто на 5 тис. грн. (29,41 %) більше від суми попередніх періодів.

Сума поточної кредиторської заборгованості за розрахунками з оплати праці за 2012 рік складала 34 тис. грн. За 2013 рік дана стаття становила 36 тис. грн., тобто на 2 тис. грн. або на 5,88 % більше від суми минулого року. Протягом 2014 року ця стаття зросла до 45 тис. грн., що є більше на 9 тис. грн. або на 25,0 % від суми 2013 року.

Сума поточної кредиторської заборгованості за одержаними авансами за 2012 рік склала 3802 тис. грн. За 2013 рік ця стаття скоротилася до 3048 тис. грн., тобто зменшилася на -754 тис. грн. (-19,83 %) порівняно із сумою 2012 року. Протягом 2014 року сума даної статті становила 4068 тис. грн., тобто на 1020 тис. грн. (33,46 %) більше, ніж у минулому році.

Визначимо та дослідимо зміни коефіцієнтів оборотності кредиторської заборгованості, а також терміни її обороту за досліджуваний період:

1. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (2012-2014 роки):

$$Kокз = \frac{31907}{\frac{6263 + 7316}{2}} = \frac{31907}{6789,5} = 4,70$$

$$Kокз = \frac{31976}{\frac{7316 + 6891}{2}} = \frac{31976}{7103,5} = 4,50$$

$$Kокз = \frac{32616}{\frac{6891 + 6721}{2}} = \frac{32616}{6806} = 4,79$$

2. Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості (2012-2014 роки):

$$Токз = \frac{360\text{днів}}{4,70} = 77(\text{днів}).$$

$$Токз = \frac{360\text{днів}}{4,50} = 80(\text{днів}).$$

$$Токз = \frac{360\text{днів}}{4,79} = 75(\text{днів}).$$

Дана оцінка є надзвичайно важливою, адже дає можливість визначити, як швидко керівництво підприємства зможе погасити власні зобов'язання (рис. 2).

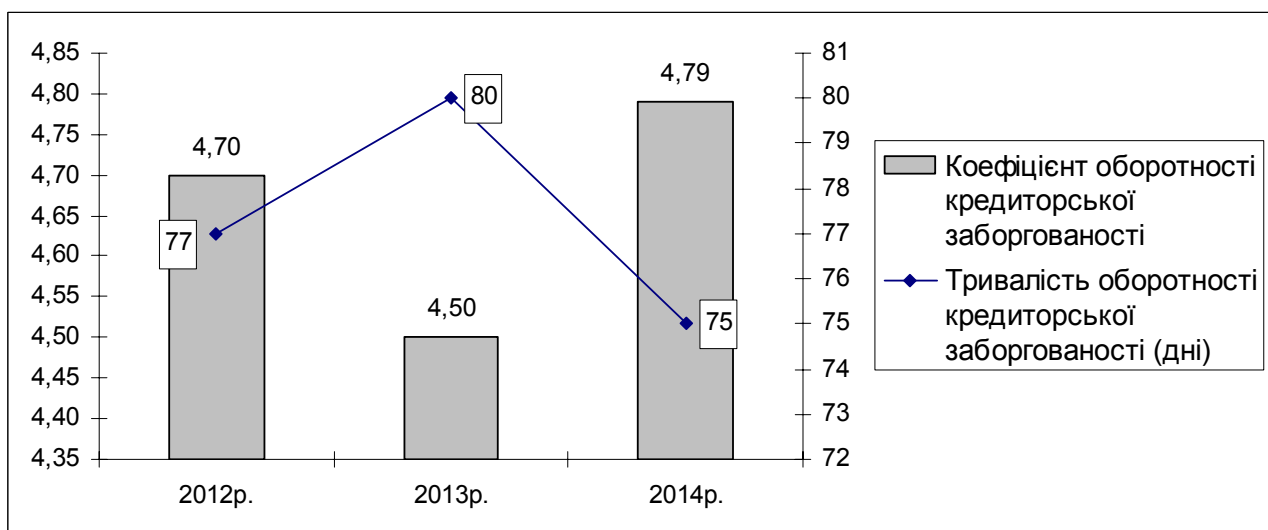


Рисунок 2. Динаміка результатів коефіцієнтів і тривалості оборотності кредиторської заборгованості ПП «Галіт» за 2012-2014 роки

Отже, дані зміни представлених на рисунку фінансових показників мають негативну тенденцію результатів за 2014 р. Не відповідають встановленим нормам: результат коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості протягом аналізованого періоду скоротився, а згідно встановленої норми, повинен зростати; тривалість оборотності кредиторської заборгованості, навпаки, зросла, а за встановленою нормою, теж, повинна скорочуватися. За 2013 р. результати даних показників мали позитивну тенденцію відносно результатів 2012 р.

**Список використаних джерел:**

1. Фінансова звітність ПП «Галіт» за 2012-2014 роки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.galit.te.ua/?lang=ru>.

**УДК 336**

**Панухник Олена, д.е.н., професор  
Івахів Олександр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

**ОЦІНКА ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor  
Ivakhiv Oleksandr**

**EVALUATION OF COMPANIES PROFIT FORMATION**

Основною метою управління прибутком підприємства є оптимізація грошових надходжень та витрат, виявлення резервів та їх мобілізація. Оцінка фінансових результатів та витрат ДНТП «Техас-К» за 2012-2014 роки відображена в табл. 1.

*Таблиця 1*

Тенденції зміни фінансових результатів та витрат  
ДНТП «Техас-К» за 2012-2014 роки, тис. грн. [1]

Показник	2012р.	2013р.	Відхилення		2014р.	Відхилення	
			+; -	%		+; -	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1004,0	759,8	-244,2	-24,32	682,3	-77,5	-10,20
Інші доходи	0,3	1,8	1,5	500,00	0,1	-1,7	-94,44
Разом доходи	1004,3	761,6	-242,7	-24,17	682,4	-79,2	-10,40
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	817,9	694,2	-123,7	-15,12	544,5	-149,7	-21,56
Інші операційні витрати	111,9	61,1	-50,8	-45,40	125,5	64,4	105,40
Разом витрати	929,8	755,3	-174,5	-18,77	670,0	-85,3	-11,29
Фінансовий результат до оподаткування	74,5	6,3	-68,2	-91,54	12,4	6,1	96,83
Податок на прибуток	15,6	1,2	-14,4	-92,31	2,2	1	83,33
Чистий прибуток (збиток)	58,9	5,1	-53,8	-91,34	10,2	5,1	100,00

Дослідивши результати показників, виявлено, що сума чистого доходу за 2012 р. складала 1004,0 тис. грн. За 2013 р. сума цього показника спала на -24,2 тис. грн. (-24,32 %), в порівнянні з сумою 2012 р., та склала всього 759,8 тис. грн. За 2014 р. ситуація така ж сама, як і за попередній рік, тобто сума чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зменшилася на -77,5 тис. грн. (-10,20 %) порівняно з сумою 2013 р. та дорівнювала 682,3 тис. грн. Дана тенденція зміни результатів досліджуваного показника вважається негативною.

Сума інших доходів за 2012 р. дорівнювала 0,3 тис. грн. За 2013 р. сума цього показника склала 1,8 тис. грн., тобто збільшилася на 1,5 тис. грн. (500,00 %) в порівнянні з сумою 2012 р. За 2014 р. сума цього показника скоротилася на -1,7 тис. грн. (-94,44 %) порівняно з сумою 2013 р. та склала всього 0,1 тис. грн.

Загальна сума доходів на даному підприємстві склала за 2012 р. 1004,3 тис. грн. Протягом 2013 р. даний показник дещо скоротився (-242,7 тис. грн. або -24,17 %), порівняно з сумою 2012 р., та склав 761,6 тис. грн. За 2014 р. сума досліджуваного показника дорівнювала 682,4 тис. грн., тобто на -79,2 тис. грн. або на -10,40 % менше, ніж у 2013 р.

Дану тенденцію скорочення суми доходів на досліджуваному підприємстві протягом всього аналізованого періоду (2012-2014 роки), слід вважати негативною, адже, саме від наявності та збільшення суми доходів залежить стійкий фінансовий стан підприємства.

Проте, необхідно також взяти до уваги той факт, що, все ж таки, на даному підприємстві наявні доходи. Тому, даний фінансовий аспект можна віднести і до позитивних якостей підприємства. Адже, оскільки є доходи, то можна вважати, що керівництво підприємства здійснює ефективну політику управління щодо власної фінансово-господарської діяльності.

За 2012 р. на даному підприємстві сума собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) складала 817,9 тис. грн. За 2013 р. даний показник склав 694,2 тис. грн., тобто на -123,7 тис. грн. (-15,12 %) менше, ніж у 2012 р. Протягом 2014 р. сума собівартості також скоротилася на -149,7 тис. грн. або на -21,56 % та склала 544,5 тис. грн.

Загальна сума витрат на досліджуваному підприємстві протягом 2012 р. дорівнювала 929,8 тис. грн. За 2013 р. цей показник скоротився на -174,5 тис. грн. (-18,77 %), порівняно з сумою 2012 р. та склав 755,3 тис. грн. За 2014 р. результат загальних витрат на підприємстві становив 670,0 тис. грн., що є на -85,3 тис. грн. (-11,29 %) менше від суми 2013 р.

Що ж стосується змін фінансового результату до оподаткування, то тут виявлено наступне: за 2012 р. сума даного показника становила 74,5 тис. грн.; за 2013 р. сума цього показника скоротилася на -68,2 тис. грн. (-91,54 %) порівняно з сумою 2012 р. та склала 6,3

тис. грн.; за 2014 р. сума досліджуваного показника склала 12,4 тис. грн., тобто на 6,1 тис. грн. (96,83 %) більше, ніж сума 2013 р.

Отже, дослідивши динаміку результатів чистого прибутку на даному підприємстві, виявлено, що, за 2012 р. сума цього показника склала 58,9 тис. грн. Протягом 2013 р. сума чистого прибутку на підприємстві зазнала істотного скорочення (-53,8 тис. грн. або - 91,34 %), порівняно з сумою 2012 р. та склала всього 5,1 тис. грн., проте, слід взяти до уваги той аспект, що все ж на даному підприємстві за 2013 р. був, хоч не значний, але, вже ж, такий прибуток. За 2014 р. сума чистого прибутку підприємства зросла до 10,2 тис. грн., тобто на 5,1 тис. грн. (100,00 %), в загальному в 2 рази, в порівнянні з сумою 2013 р. Дану тенденцію зміни результату суми чистого прибутку на досліджуваному підприємстві слід вважати позитивною.

#### Список використаних джерел:

1. Фінансова звітність ДНТП «Техас-К» за 2012-2014 роки.

#### УДК 336

**Панухник Олена, д.е.н., професор  
Кадило Ольга, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

#### ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

**Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor  
Kadylo Olga, Master**

#### EVALUATION FINANCIAL RESOURCES OF ENTERPRISE

У процесі управління формуванням власних фінансових ресурсів підприємств, важливим елементом виступає структура їхніх джерел. Отже, дослідимо фінансові результати діяльності наукової структури Корпорації «НП «ІКТ» (табл. 1).

*Таблиця 1*

Оцінка фінансових результатів діяльності

наукової структури Корпорації «НП «ІКТ» за 2012-2014 роки, тис. грн. [1]

Показник	2012р.	2013р.	Відхилення		2014р.	Відхилення	
			(+,-)	%		(+,-)	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	51,8	61,0	9,2	17,76	212,3	151,3	248,03
Інші операційні доходи	0,3	0,1	-0,2	-66,67	0	-0,1	-100,00
Разом чисті доходи	52,0	61,0	9	17,31	212,3	151,3	248,03



## Продовження таблиці 1

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	0	0	0	0,00	96,8	96,8	0,00
Інші операційні витрати	109,2	134,2	25	22,89	114,3	-19,9	-14,83
Разом витрати	109,2	134,2	25	22,89	211,1	76,9	57,30
Фінансовий результат до оподаткування	-57,2	-73,2	-16	27,97	1,2	74,4	-101,64
Податок на прибуток	0	0	0	0,00	0,2	0,2	0,00
Чистий прибуток	-57,2	-73,2	-16	27,97	1,0	74,2	-101,37

Проаналізувавши результати представленої вище таблиці виявлено, що сума чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2012 рік склала 51,8 тис. грн. За 2013 рік дана складова становила 61,0 тис. грн., тобто на 9,2 тис. грн. (17,76 %) більше за суму 2012 року.

Протягом 2014 р. дана стаття склала 212,3 тис. грн., тобто на 151,3 тис. грн. (248,03 %) більше за суму 2013 року.

Сума інших операційних доходів за 2012 рік склала 0,3 тис. грн. За 2013 рік дана складова дорівнювала 0,1 тис. грн., тобто на -0,2 тис. грн. (-66,7 %) менше, ніж у 2012 році. Протягом 2014 року дана стаття дорівнювала нулю.

Разом сума чистих доходів склала: за 2012 рік – 52,0 тис. грн.; за 2013 рік – 61,0 тис. грн., тобто на 9 тис. грн. (17,31 %) більше за суму 2012 року; протягом 2013 року – 212,3 тис. грн., тобто на 151,3 тис. грн. (248,03 %) більше за суму 2013 року. Дана динаміка зростання даного показника має ефективний вплив на діяльність досліджуваного підприємства.

Сума собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) за 2012-2013 роки дорівнює нулю. За 2014 рік дана стаття склала 96,8 тис. грн.

Сума інших операційних витрат за 2012 рік склала 109,2 тис. грн. За 2013 рік дана стаття склала 134,2 тис. грн., тобто на 25 тис. грн. (22,89 %) більше за суму 2012 року. Протягом 2014 року дана стаття становила 114,3 тис. грн., тобто на -19,9 тис. грн. (-14,83 %) більше за суму 2013 року.

Загальна сума витрат наукової структури склала за 2012 рік 109,2 тис. грн. Протягом 2013 року дана стаття склала 134,2 тис. грн., тобто на 25 тис. грн. або на 22,89 % більше, ніж сума 2012 року. За 2014 рік ця складова дорівнювала 211,1 тис. грн., тобто на 76,9 тис. грн. (57,30 %) більше від суми 2013 року. Динаміка зростання суми загальних витрат є негативним чинником для діяльності даного підприємства.

Фінансовий результат до оподаткування склав за 2012 рік -57,2 тис. грн. За 2013 рік ця складова складала -73,2 тис. грн., тобто на -16 тис. грн. (27,97 %) більше за суму 2012 року.

Протягом 2014 року дана стаття склала 27,97 тис. грн., що є на 74,4 тис. грн. (-101,64 %) більше за суму 2013 року.

Протягом 2012-2013 років на досліджуваному підприємстві переважала сума загальних витрат, протягом 2014 року, ситуація, дещо покращила, сума загальних доходів є більшою за суми загальних витрат.

Сума податку на прибуток за 2012-2013 роки складала нуль гривень. Протягом 2014 року дана стаття склала 0,2 тис. грн.

Отже, в процесі аналізу діяльності наукової структури, визначено, що сума чистого прибутку, а протягом 2012-2013 років – збитку становила: за 2012 рік – -57,2 тис. грн.; за 2013 рік – -73,2 тис. грн., тобто на -16 тис. грн. або на 27,97 % більше за суму 2012 року; протягом 2014 року – 1,0 тис. грн., тобто на 74,2 тис. грн. (-101,37 %) більше за суму 2013 року. Дана динаміка досліджуваного показника за 2014 рік має позитивний характер зростання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Фінансова звітність Корпорації «НП «ІКТ» за 2012-2014 роки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/2241/nauka\\_park.pdf](http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/2241/nauka_park.pdf).

#### **УДК 336**

**Панухник Олена, д.е.н., професор  
Нечай Любомир, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

#### **ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА: МОЖЛИВОСТІ ВИЯВЛЕННЯ ЗАГРОЗ ТА ПОЗИТИВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

**Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor  
Nechay Liubomyr, Master**

#### **DIAGNOSTICS OF ENTERPRISE FINANCIAL POSITION: OPPORTUNITIES DETECTION OF THREATS AND POSITIVE TRENDS**

Проаналізувавши зміни суми статей активу балансу на ТОК ПФ «Тернопільавіаавтотранс», виявлено наступні тенденції. Так, сума необоротних активів за 2012 р. складала 2889 тис. грн. [1].

Протягом 2013 р. ця складова активу балансу дорівнювала 2857 тис. грн., що є на -32 тис. грн. або на -1,11 % менше за суму 2012 р. За 2014 р. необоротні активи склали 2806 тис. грн., тобто на -51 тис. грн. (-1,79 %) менше за суму 2013 р. Дана стаття має спадну тенденцію за 2011-2014 роки.

На рис. 1 відображено зміни суми необоротних та оборотних активів, а також загальну суму балансу.

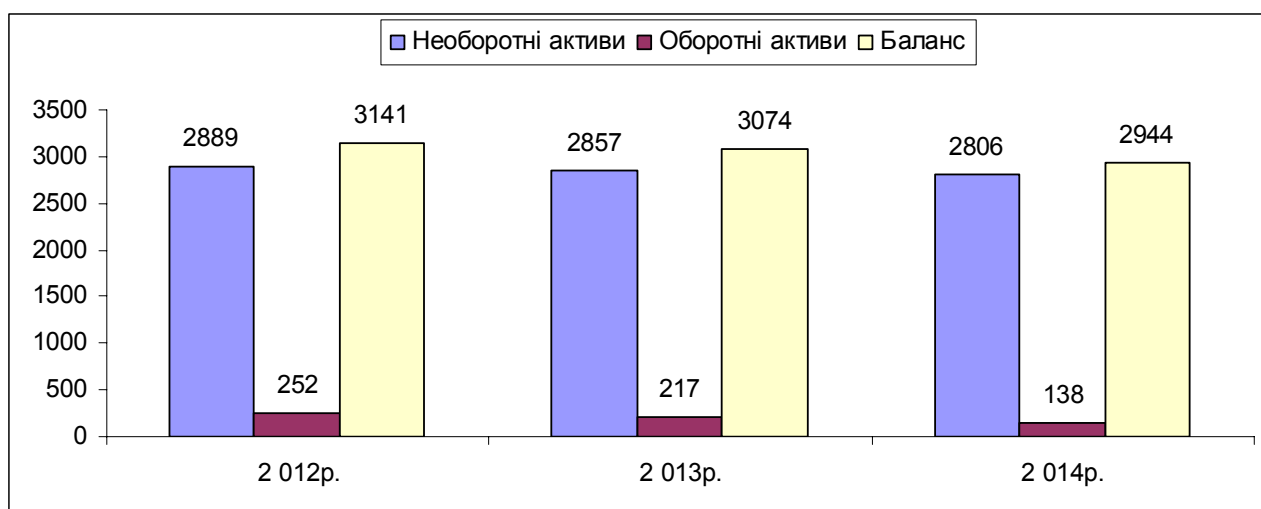


Рисунок 1. Динаміка суми необоротних та оборотних активів, загальна сума балансу ТОК ПФ «Тернопільваіаавтотранс» за 2012-2014 роки, тис. грн.

Загальна сума оборотних активів на даному підприємстві за 2012 р. склала 252 тис. грн. Протягом 2013 р. дана складова активу балансу дорівнювала 217 тис. грн., тобто на -35 тис. грн. (-13,89 %) менше, ніж сума 2012 р. За 2014 р. ця стаття склала 138 тис. грн., що є на -79 тис. грн. (-36,41 %) менше за суму 2013 р. Дану тенденцію слід вважати негативним фінансовим аспектом для діяльності досліджуваного підприємства.

Загальна сума балансу за 2012 р. склала 3141 тис. грн. Протягом 2013 р. дана стаття склала 3074 тис. грн., що є на -67 тис. грн. (-2,13 %) менше, ніж сума 2012 р. за 2014 р. сума балансу дорівнювала 2944 тис. грн., що є на -130 тис. грн. (-4,23 %) менше за суму 2013 р. Дану тенденцію скорочення суми балансу є негативною для діяльності досліджуваного підприємства за 2012-2014 роки.

На рисунку 2 відображено зміни суми основних розділів пасиву балансу, а також загальну суму балансу досліджуваного підприємства.

Загальна сума власного капіталу підприємства за 2012 р. склала -1412 тис. грн., за 2013 р. -1414 тис. грн., що є на -2 тис. грн. (0,14 %) більше за суму 2012 р. Протягом 2014 р. даний показник склав -2705 тис. грн. Загальна сума поточних зобов'язань на підприємстві за 2012 р. складає 4553 тис. грн., за 2013 - 4488 тис. грн., тобто менше на -65 тис. грн. (-1,40 %), порівняно з сумою 2012 р. Протягом 2014 р. даний розділ становив 5649 тис. грн., що є на 1161 тис. грн. (25,87 %) більше за суму 2013 р. Дану тенденцію росту цієї складової має негативний вплив на подальшу діяльність досліджуваного підприємства.

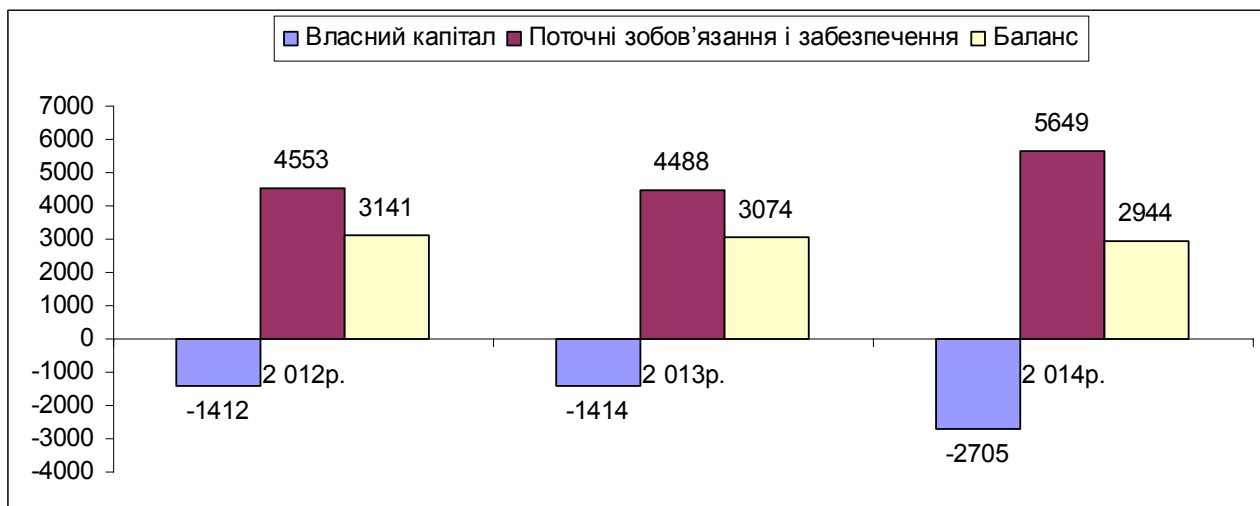


Рисунок 2. Динаміка суми складових розділу пасиву балансу  
ТОК ПФ «Тернопільавіаавтотранс» за 2012-2014 роки, тис. грн.

Отже, до позитивних сторін варто віднести незначне зростання суми додаткового капіталу на підприємстві за 2013-2014 роки. До негативних – значний спад показника нерозподіленого прибутку протягом 2012-2014 р., який призвів до зниження власного капіталу підприємства.

Варто зауважити, що ефективне управління підприємством в кризових ситуаціях є надзвичайно важливим, адже саме це здатне відродити та допомогти адаптуватися підприємству до зовнішнього середовища.

#### Список використаних джерел:

1. Фінансова звітність ТОК ПФ «Тернопільавіаавтотранс» за 2012-2014 роки.

УДК 336

**Панухник Олена, д.е.н., професор**  
**Осадчук Денис, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

#### **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor**  
**Osadchuk Denys, Master**

#### **EVALUATION OF EFFICIENCY CURRENT ASSETS MANAGEMENT OF ENTERPRISE**

Проаналізуємо динаміку фінансових показників [1], що характеризують ефективність управління оборотними активами підприємства.

Дослідження змін результатів коефіцієнта оборотності активів (трансформації) та тривалості оборотності активів подано на рисунку 1.

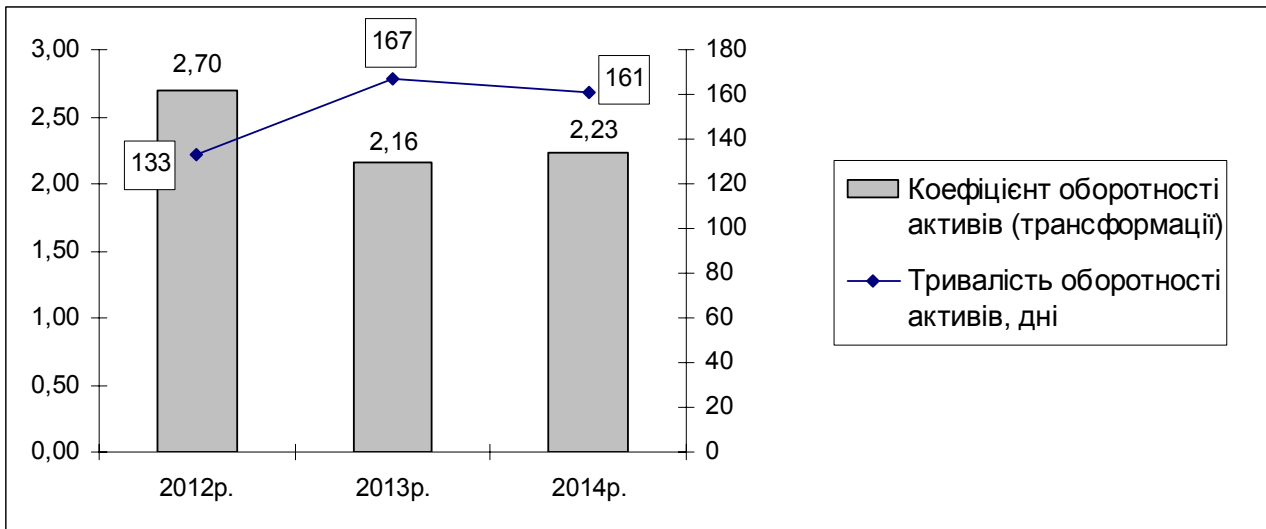


Рисунок 1. Зміни результатів коефіцієнта та тривалості оборотності активів ПП «Галіт» за 2012-2014 роки

Отримані зміни даних фінансових показників мають позитивну тенденцію результатів за 2014 р., адже, відповідають встановленим нормам: результат коефіцієнта оборотності активів протягом аналізованого періоду зріс (згідно встановленої норми); тривалість оборотності активів, навпаки, скоротилася. Протягом 2013 р. динаміка результатів даних показників є негативною в порівнянні з даними за 2012 р.

Дослідження змін результатів коефіцієнта оборотності оборотних активів та тривалості оборотності оборотних активів подано на рисунку 2.

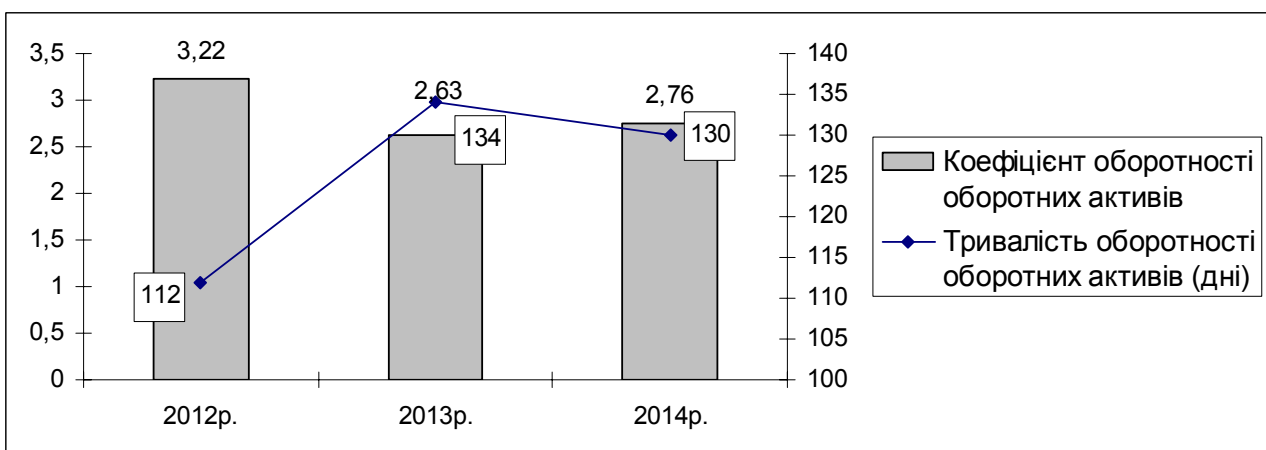


Рисунок 2. Зміни результатів коефіцієнта та тривалості оборотності оборотних активів ПП «Галіт» за 2012-2014 роки

Отримані зміни даних фінансових показників мають позитивну тенденцію результатів за 2014 р., адже, відповідають встановленим нормам: результат коефіцієнта оборотності оборотних активів протягом аналізованого періоду зріс (згідно встановленої норми); тривалість оборотності оборотних активів, навпаки, скоротилася (згідно встановленої норми). За 2013 р. результати фінансових показників мають негативну тенденцію, адже, їх значення не відповідають встановленим вимогам

Динаміку результатів коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості та тривалості оборотності дебіторської заборгованості подано на рисунку 3.

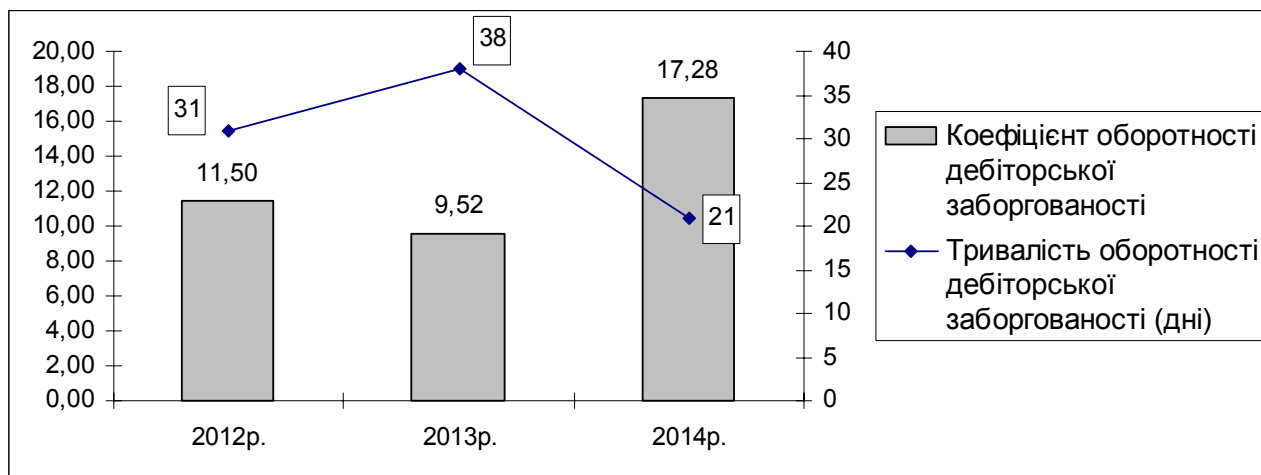


Рисунок 3. Зміни результатів коефіцієнта та тривалості оборотності дебіторської заборгованості ПП «Галіт» за 2012-2014 роки

Отже, представлені зміни результатів фінансових показників мають позитивну тенденцію за 2014 р. тому, що за аналізований період результати даних показників знаходяться в межах норми. Результат коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості за 2014 рік зріс, а результат тривалості оборотності дебіторської заборгованості – скоротився. Зростання цього коефіцієнта свідчить про поліпшення платіжної дисципліни та (або) скорочення обсягів продажу продукції з відстроченням платежу за строками або за вартістю угод.

#### Список використаних джерел:

1. Фінансова звітність ПП «Галіт» за 2012-2014 роки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.galit.te.ua/?lang=ru>.

## ОЦІНКА МАЙНОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor  
Chaykovskyy Vitaliy, Master

## EVALUATION OF ENTERPRISE PROPERTY

Міжнародний аеропорт «Тернопіль» розташований на відстані 3 км на південний схід від міста Тернополя. Аеропорт є комунальною власністю Тернопільської обласної ради та займає площу 164,29 га.

Після 2 липня 2010 р. авіарейс Тернопіль-Київ-Тернопіль закрито. Проте, все ж планах роботи керівництва аеропорту – налагодити регулярне міжнародне сполучення [2].

Для того, щоб здійснювати успішні поетапні кроки щодо відновлення діяльності аеропорту, необхідно, перш за все, провести фінансову оцінку його забезпеченості основними засобами (рисунок 1) [3].

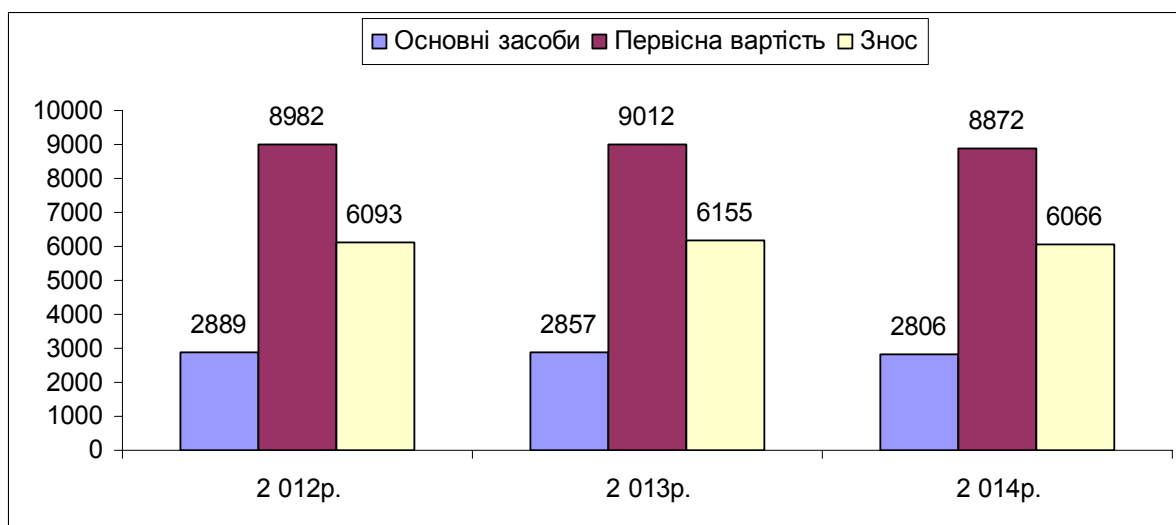


Рисунок 1. Динаміка показників, які характеризують стан основних засобів  
ТОК ПФ «Тернопільавіаавтотранс» за 2012-2014 роки, тис. грн.

При проведенні аналізу статей балансу, визначено, що динаміка результатів показників, які характеризують стан основних засобів, має негативний характер спаду. За 2012 р. сума основних засобів склала 2889 тис. грн.; за 2013 р. – 2857 тис. грн., тобто на -32 тис. грн. (-1,11 %) менше, ніж у 2013 р.; 2014 р. – 2806 тис. грн., тобто на -51 тис. грн. (-1,79 %) менше, ніж у 2013 р. Сума первісної вартості основних засобів за 2012 р. дорівнювала 8982 тис. грн.; 2013 р. – 9012 тис. грн., тобто на 30 тис. грн. (0,33 %) більше, ніж

у 2012 р.; за 2014 р.- 8872 тис. грн., тобто 0140 тис. грн. (-1,55 %) менше, ніж у 2013 р. Сума зносу основних засобів за 2012 р. склала 6093 тис. грн.; за 2013 р. – 6155 тис. грн., тобто на 62 тис. грн. (1,02 %) більше, ніж у 2012 р.; за 2014 р. – 6066 тис. грн., тобто на -89 тис. грн. (-1,45 %) менше, ніж сума 2013 р.

Проаналізувавши зміни результатів відносних фінансових показників, що характеризують майновий стан досліджуваного підприємства (рисунок 2) [3], виявлено, що всі вони також мають негативну тенденцію.

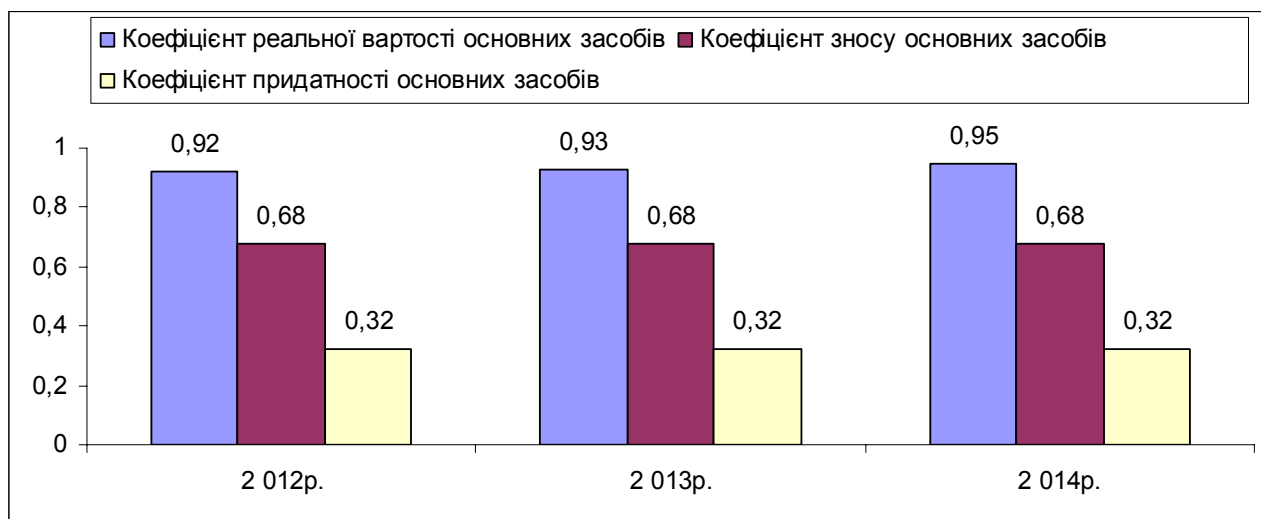


Рисунок 2. Динаміка результатів фінансових коефіцієнтів, що характеризують майновий стан ТОО ПФ «Тернопільавіаавтотранс» за 2012-2014 роки

Так, протягом аналізованого періоду зростання результату коефіцієнта реальної вартості майна є негативним чинником. Результати коефіцієнта зносу основних засобів на досліджуваному підприємстві є вищими за встановлену норму (менше 50 %). У свою чергу, коефіцієнт придатності основних засобів має низькі значення.

Згідно офіційних даних Державної служби статистики, дана ситуація пояснюється тим, що присутність України на світовому ринку транспортних послуг на сучасному етапі ускладнена. Адже, питома вага транспортних послуг у валовому внутрішньому продукті України складає близько 12 %, при цьому зношеність основних виробничих фондів складає біля 85 %, кількість працюючих в галузі – 5,6 % від загальної чисельності працівників, зайнятих в економіці країни [1].

#### Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт: Головне управління статистики у Тернопільській області: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.te.ukrstat.gov.ua/>.
2. Тернопіль (аеропорт): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>.
3. Фінансова звітність ТОО ПФ «Тернопільавіаавтотранс» за 2012-2014 роки.



**Пелехата Христина, магістр**  
**Хрупович Світлана, к.е.н, доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,*  
*м. Тернопіль, Україна*

## **СИСТЕМА ФІНАНСОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Pelekhata Khrystyna, Master**  
**Khrupovych Svitlana, PhD (Economics), Associate Professor**

### **SYSTEM OF FINANCIAL FORECASTING FOR COMMUNAL ENTERPRISES**

В контексті соціально-економічних реалій підприємств комунальної форми власності, питання фінансового прогнозування набули значного загострення. На ці процеси діє ціла плеяда різновекторних проблематичних процесів. Незважаючи на доволі часті прийоми державного регулювання на територіальних рівнях, їх динаміка залишається невідконтрольною, фінансова політика в секторі комунальних господарств відноситься до найслабших ланок державного регулювання, через відсутність фінансового передбачення теоретичні та прикладні підвалини процесу фінансового управління та прогнозування підприємств комунальної форми власності не відповідають сьогоднішньому виклику, орієнтованому на європейські традиції муніципального управління, що ставить на часі модернізацію системи фінансового прогнозування на якісно нових засадах [15, с. 134 - 141].

Нині суттєві пропозиції методичного та практичного характеру з проблем фінансового планування внесли такі відомі українські вчені як Барановський О.І, Гудзь О.Є., Єріна А.М. та деякі інші. Події останніх десятиріч стали потужним каталізатором сучасної наукової теоретичної та методологічної дискусії, значних змін в напрямку розвитку фінансової теорії, призваних доповнити, якщо не замінити, звичні класичні доктрини. При цьому про кризу в фінансовій науці початку ХХІ століття переконливо висловлювалось багато вчених, піддаючи сумнівам і критиці фундаментальні постулати методології, концепції, абстрактні моделі конкурентно-ринкової рівноваги.

Процес фінансового прогнозування передбачає визначення певних орієнтирів, критеріїв, індикаторів щодо забезпечення функціонування підприємств комунальної форми власності достатніми фінансовими ресурсами, оптимізацію джерел залучення фінансових ресурсів та руху фінансових потоків, розподіл і використання прибутків, мінімізацію ризиків, побудову взаємин з потенційними кредиторами, дебіторами, державними органами, фінансовими інституціями тощо, з метою досягнення бажаних результатів його прибутковості та ефективності виробництва в майбутньому періоді.

Фінансове прогнозування комунальних підприємств доцільно здійснювати за такими основними блоками забезпечення фінансовими ресурсами:

- формування прибутку та його розподіл;
- збалансованість фінансових потоків за формуванням та використанням фінансових ресурсів у часі та просторі;
- забезпечення платоспроможності і фінансової стійкості підприємства.

Підґрунтям фінансового прогнозування повинно бути прагнення зменшення рівня ризиків і підвищення ефективності та прибутковості діяльності комунальних підприємств.

При цьому головним завданням є розв'язання трьох проблем:

- 1) визначення необхідного обсягу фінансових ресурсів;
- 2) оптимізація джерел їх формування;
- 3) фінансово-економічна оцінка та обґрунтування вибору альтернативних варіантів перспективного розвитку.

Для здійснення фінансового прогнозування в практиці існує певна кількість методичних рекомендацій. Однак на зміни в макро- і мікроекономічному середовищі керівництво звикло реагувати вже по факту, мінімізуючи збитки від їх впливу. Визначення прогнозних показників фахівцями фінансових служб проводиться переважно на підставі досягнутих можливостей з виготовлення продукції та фактично сформованого портфеля замовлень. При цьому комунальні підприємства, у переважній більшості, для оцінки досягнутих результатів використовують, як і раніше, два критерії: темпи приросту показників оцінки до минулого періоду та за планом. Ми вважаємо, що вони не можуть слугувати критеріями, оскільки на фінансовий стан таких підприємств значною мірою впливають зовнішні чинники, на які вони з об'єктивних причин не можуть впливати, зокрема це державне регулювання, фінансова підтримка, рішення громади. У минулому комунальні підприємства функціонували за інших параметрів економічного простору, які могли суттєво змінитись, і, зазначені критерії оцінки не відображають використання потенційних можливостей та якісний рівень досягнутих результатів. На сьогодні до системи вимірників фінансового прогнозування слід додати орієнтири, критерії, індикатори оцінки найбільш важливих показників, які мають значний вплив на ефективність та прибутковість комунальних підприємств: обсяг наданих послуг; розміри доходу і прибутку; платоспроможність; рентабельність; імідж підприємства; резерви до зростання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гура О. Л. Прогнозування у системі планування розвитку промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. Л. Гура ; Одес. держ. екон. у-т. – О., 2007. – 20 с.

2. Іванова В. В. Планування і контроль на підприємстві [Текст] : навч. посібник / В. В. Іванова. - Суми : Університетська книга, 2011. – 443 с.

3. Клебанова Т. С. Методы прогнозирования / Клебанова Т. С., Иванов В. В., Дубровина Н. А. – Х.: Изд-во ХГЭУ, 2002. – 372 с.

**УДК 336.63**

**Поправська Вікторія, магістр**  
**Тимошик Наталія, к.е.н, доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Popravska Victoriia, Master**  
**Tymoshyk Nataliia, PhD (Economics), Associate Professor**

### **IMPROVEMENT OF MANAGEMENT EXPENSES FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES**

Економічні реформи на селі, вдосконалення відносин власності призвели до значних змін у формах господарювання, в економічних інструментах, які використовують господарі, а відповідно й до нових концепцій діяльності сільськогосподарських підприємств.

Забезпечення економічної та фінансової стабільності в умовах конкурентного середовища потребує вдосконалення принципів і методів формування витрат у сільськогосподарських підприємствах із застосуванням новітніх економічних та інформаційних технологій.

Метою дослідження є оцінка необхідності процесу управління витратами та обґрунтування шляхів його вдосконалення із використанням маркетингового управління в процесі прийняття управлінських рішень у діяльності сільськогосподарських підприємств.

Системне управління витратами в сільськогосподарських підприємствах повинно орієнтуватися насамперед на застосування важелів скорочення непрямих виробничих затрат. Воно передбачає оцінку маржинальної рентабельності та ефективності дії чинних норм і нормативів, діагностику витрат сільськогосподарського підприємства та відхилення їх значень від запланованих, використання методів фінансового планування в господарській діяльності сільськогосподарських підприємств, а також сприяння створенню стимулів для скорочення обсягів непрямих затрат виробництва.

Особливе значення має також планування і контроль прямих затрат виробництва, зокрема сировини, матеріалів, робочої сили. Їх витрати визначаються особливостями використовуваних технологій виробництва продукції рослинництва і тваринництва.

Ефективне управління витратами в сільськогосподарських підприємствах не зводиться до скорочення обсягу використання ресурсів на одиницю площі сільськогосподарських угідь чи на одну голову тварин. Навпаки, воно повинно спрямовуватися на їх збільшення, оскільки інтенсивний тип виробництва на інноваційно-інвестиційній основі забезпечує підвищення ефективності виробництва та зростання рівня конкурентоспроможності підприємства.

Дієвим інструментом вдосконалення управління підприємством в сучасних умовах є впровадження в практику принципів маркетингового управління. Це дає змогу підвищити рівень гнучкості системи менеджменту у процесі діяльності, спрямованої на збільшення доходів і раціоналізацію витрат.

Сільськогосподарські підприємства поки що мало використовують переваги маркетингового управління. Для цього звичайно ж є об'єктивні причини: як правило, низький рівень еластичності попиту на продукцію рослинництва і тваринництва, тривалий період виробництва, який не дає змоги швидко реагувати на зміни в зовнішньому економічному середовищі, сезонність виробництва, невеликі розміри підприємств.

Однак, незважаючи на це, перспективи реалізації маркетингового підходу в сільському господарстві є, сприятливими, оскільки дають змогу підвищити рівень адаптації до постійних змін у ринковому середовищі, рівень конкурентоспроможності підприємств, поліпшити їх фінансово-економічні результати.

Сьогодні всю сукупність сільськогосподарських підприємств Тернопільської області можна умовно поділити на великі, середні та малі за розміром чистого доходу (виручки) від реалізації продукції. До великих можна віднести 60-70 сільськогосподарських підприємств, такою самою є кількість середніх за розміром підприємств, а переважна більшість – малі підприємства. На нашу думку, великі підприємства мають необхідні масштаби діяльності, за яких виникає потреба у виділенні в системі управління підприємством функції маркетингу. У середніх і малих сільськогосподарських підприємствах цю функцію можна було б покласти на спеціальний відділ маркетингу, організований на кооперативних засадах.

Слід зазначити, що система маркетингового управління дає змогу оптимізувати використання виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств завдяки кращому врахуванню потреб покупців їхньої продукції. Особливо зростає роль і значення маркетингового підходу в умовах фінансово-економічної кризи.

У процесі організації спеціалізованої маркетингової служби сільськогосподарського підприємства чи відділу кооперативного об'єднання слід враховувати необхідність функціонування чотирьох типів маркетингу:

- функціонального,

- ринкового,
- товарного,
- територіального.

Впровадження маркетингового підходу в сільськогосподарських підприємствах необхідне в усіх їх організаційно-правових формах господарських товариств, сільськогосподарських виробничих кооперативах, приватних підприємствах, фермерських господарствах.

Суб'єкт управління витратами повинен концентрувати увагу на зростанні рівня конкурентоспроможності підприємства, кращому врахуванні потреб споживачів та економічних інтересів постачальників матеріально-технічних ресурсів, умілому використанні здібностей працівників до підвищення продуктивності праці та раціоналізації робочих місць.

Особливого значення набуває не тільки контроль дотримання технологій виробництва продукції рослинництва і тваринництва, а й формування чіткої системи підзвітності та відповідальності керівників виробничих підрозділів і спеціалістів за кінцеві результати роботи.

Таким чином, формування гнучкого процесу управління витратами в сільськогосподарських підприємствах забезпечує зниження собівартості продукції, що поряд із реалізацією зусиль, спрямованих на підвищення цін реалізації, обов'язково призведе до нарощування основного фінансово-економічного результату їх функціонування – прибутку. Досягнення цілей розвитку підприємств можливе лише на основі підвищення ефективності виробництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Грещак М. Г. Управління витратами : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / М. Г. Грещак, О. С. Коцюба. – К. : КНЕУ, 2012. – 131 с. 66
2. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент : [навч. посіб.] / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. – [3-тє вид., випр. і доп. ]. – К. : Знання, 2008. – 483 с.
3. Кравченко О. С. Сучасні моделі управління витратами підприємства: переваги та недоліки, особливості застосування на практиці [Електронний ресурс] / О. С. Кравченко, Р. С. Распопов. – Режим доступу : [www.nbuv.gov.ua/portal/SocGum](http://www.nbuv.gov.ua/portal/SocGum).
4. Крушельницька Т. А. Формування витрат виробництва в сільському господарстві : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Крушельницька Т. А. – Дніпропетровськ, 2010. – 20 с.

**Снігур Аліна, магістр**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

## **ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ ТА ЧИННИКИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

**Snigur Alina, Master**

### **ECONOMIC STABILITY OF ENTERPRISE: ESSENCE, COMPONENTS AND FACTORS OF ITS SUPPORT**

Характерною ознакою ринкової економіки є невизначеність, яка обумовлена конкуренцією суб'єктів господарювання і періодичністю прояву криз. У цих умовах ефективне функціонування підприємства можливе за рахунок забезпечення належного рівня економічної стійкості. Чим вище стійкість підприємства, тим більше воно незалежно від несподіваної зміни ринкової кон'юнктури і, як наслідок, менше ризик виявитися на краю банкрутства [5].

Незважаючи на високу актуальність проблеми економічної стійкості підприємств, підхід до розуміння поняття «економічна стійкість» є досить одностороннім, оскільки обмежується рамками фінансових категорій. Залишається не систематизованим і фрагментарним практичний фінансово-економічний механізм реалізації економічної стійкості, хоча вітчизняні підприємства вже використовують цю категорію на практиці [1].

На наш погляд, більш прийнятне і точне тлумачення терміна пропонує Цямрюк Ю.С., розглядаючи економічну стійкість як «рівноважний збалансований стан економічних ресурсів, що забезпечує стабільну прибутковість і нормальні умови для розширеного відтворення стійкого економічного росту в тривалій перспективі з урахуванням найважливіших зовнішніх і внутрішніх чинників» [5].

При цьому основні зовнішні чинники можна поділити на загальноекономічні (інфляція, нестабільність податкової системи та законодавства, зниження доходності населення тощо) та ринкові (зниження місткості ринку, зниження попиту, нестабільність валютного ринку тощо). Внутрішні чинники, що впливають на економічну стійкість підприємства, можна поділити на чотири групи:

1. Технологічні чинники, які забезпечують постійність постачання ресурсів для всіх технологічних ланок виробництва. Тобто вони характеризують технологічний устрій виробництва.

2. Організаційні чинники, які визначають рівень спеціалізації виробництва, стратегію і тактику підприємства, рівень використання людського капіталу, інвестиційну та

інноваційну діяльність, ступінь та досконалість маркетингу та менеджменту, а також ділову активність підприємства.

3. Фінансово-економічні чинники, що визначають продуктивність чинників виробництва, витрати на виробництво, обсяг товарної та валової продукції, постачання засобів виробництва, обсяг виручки від реалізації продукції, збут продукції. Через ціни, страхування, фінансування з бюджету, стимулювання праці, тарифи, кредити, дотації, податки проявляються зазначені чинники [5]. Оскільки в ринкових умовах господарювання саме фінанси є рушійною силою будь-якої економічної системи, ці чинники вважаються вирішальними та основними [3].

4. Соціальні чинники, які визначають розвиток підприємства та його потенціал у соціальному аспекті (матеріальний добробут працівників, розвиненість соціальної інфраструктури, кадрове забезпечення, умови праці, демографічна ситуація тощо).

Складові економічної стійкості:

1. Фінансова.
2. Виробнича.
3. Кадрова.
4. Маркетингова.
5. Інвестиційна.

Провідною складовою економічної стійкості є його фінансова складова, оскільки в ринкових умовах господарювання фінанси визнаються рушійною силою будь-якої економічної системи [3]. Коли підприємство має стійкий фінансовий стан, то є можливість вкладати кошти в розробку нових товарів, освоювати нові ринки збуту, забезпечувати кадрову стійкість та ефективний процес управління. Управління виробничим процесом найкраще здійснюється за допомогою гнучких планів, правильному використанню елементів виробничої системи. Також завдяки дієвому контролю над усіма видами діяльності підприємств. Кінцевими цілями у забезпеченні стійкого виробничого процесу є: оптимальний обсяг продажів, якість виготовленої продукції, одержання прибутку, постійний контакт із клієнтами, обслуговування після продажів, задоволення споживача. Досягнення основних цілей виробничого процесу підприємства, а також його стійкості, може забезпечити тільки постійний контроль ефективності виробництва і ресурсним забезпеченням. Важливість кадрової складової полягає у тому, що від корпоративної культури, інтелекту колективу залежить конкурентоспроможність підприємства, що в свою чергу визначається конкурентоспроможністю продукції підприємства. Маркетингова складова передбачає максимально повне використання ринкових умов для отримання прибутку. Така стратегія сприяє зміцненню конкурентних позицій підприємства, що в цілому

призводить до економічної стійкості. Інвестиційна складова займає важливе місце для забезпечення економічної стійкості, адже від її рівня залежить інвестиційна привабливість підприємства.

Отже, до основних заходів забезпечення економічної стійкості можна віднести оптимальний обсяг продажів, задоволення попиту споживачів, якість готової продукції. Вченими доведено, що регулярний контроль за підвищенням ефективності виробництва забезпечує виконання основних цілей виробничого процесу підприємства та є гарантом його економічної стійкості [4, с. 87-89]. Підприємство також повинно бачити стратегічне майбутнє свого стану. В цілому забезпечення стабільного розвитку без такого важливого елемента, як стійкість підприємства є неможливою [2].

Таким чином, основою стабільності підприємства в ринковій економіці є його економічна стійкість. Для забезпечення економічної стійкості підприємств необхідні гнучкість та швидкість реакції на зміни кон'юнктури ринку, підвищення конкурентоспроможності продукції та виробництва, висока інвестиційна активність та фінансова стабільність. Тільки це дозволить підприємству реалізувати всі існуючі можливості для забезпечення умов сталого розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дем'яненко І.В. Економічна стійкість підприємств та її фінансовий потенціал [Електронний ресурс]. – Електрон. текстові дані. – Режим доступу: <<http://dsfa.mybb3.net/viewtopic.php?p=283>>.

2. Дядечко Л.П., Кузьма В.П. Економічна стійкість підприємства та заходи її забезпечення [Електронний ресурс] / Л.П. Дядечко, В.П. Кузьма. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/14\\_ENXXI\\_2009/Economics/45893.doc.htm](http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2009/Economics/45893.doc.htm)

3. Економіка підприємства / За ред. А.В. Шегди. – К. :Знання. – 2007. – 112 с.

4. Лігоненко Л.О. Економічне управління підприємством / Лігоненко Л.О. //Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №8(86). – С. 82-91.

5. Цямрюк Ю.С. Зміст економічної стійкості підприємства та методи її аналізу [Електронний ресурс] / Ю.С. Цямрюк. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : [http://sui.ai.edu.ua/projects/icmiu-iep/download/conference-2009-section-2-1-tsyamryuk\\_yus-report.doc](http://sui.ai.edu.ua/projects/icmiu-iep/download/conference-2009-section-2-1-tsyamryuk_yus-report.doc)



**Тхорик Андрій, магістр**  
**Рудакевич Марія, д.н. з держ.упр., професор**  
*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,*  
*м. Тернопіль, Україна*

### ОЦІНКА ПРОГНОЗУ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

**Tkhoryk Andriy, Master**  
**Rudakevych Mariia, Dr. in Public Administration, Professor**

### ESTIMATION OF BANKRUPTCY FORECASTING OF ENTERPRISE

В даний час банкрутство підприємства виступає як результат його фінансово-економічної неспроможності, причина якої полягає в неплатоспроможності, що характеризується відсутністю оборотних коштів.

Побудуємо прогнозну п'ятифакторну модель Альтмана (табл. 1) [1].

*Таблиця 1.*

Розрахунок ймовірності банкрутства ТОК ПФ «Тернопільавіаавтотранс»  
за п'ятифакторною моделлю Альтмана

Відносний показник	Роки			Ймовірність банкрутства
	2012	2013	2014	
x1	-1,40	-1,39	-1,87	Z<1,81 – ймовірність банкрутства дуже висока; 1,81<Z<2,765 – ймовірність банкрутства середня; 2,765<Z<2,99 – ймовірність банкрутства невелика; Z>2,99 – ймовірність банкрутства дуже мала.
x2	-0,56	-0,01	-0,44	
x3	-0,56	-0,01	-0,44	
x4	-0,31	-0,32	-0,48	
x5	0,03	0,06	0,06	
Z	-4,47	-1,84	-4,54	

Проведемо розрахунки для визначення ймовірності банкрутства підприємства за 2012-2014 роки:

$$Z^{2012} = 1,2 \times (-1,40) + 1,4 \times (-0,56) + 3,3 \times (-0,56) + 0,6 \times (-0,31) + 0,999 \times 0,03 = -1,68 - 0,784 - 1,848 - 0,186 + 0,02997 = -4,47$$

$$Z^{2013} = 1,2 \times (-1,39) + 1,4 \times (-0,01) + 3,3 \times (-0,01) + 0,6 \times (-0,32) + 0,999 \times 0,06 = -1,668 - 0,014 - 0,033 - 0,186 + 0,05994 = -1,84$$

$$Z^{2014} = 1,2 \times (-1,87) + 1,4 \times (-0,44) + 3,3 \times (-0,44) + 0,6 \times (-0,48) + 0,999 \times 0,06 = -2,244 - 0,616 - 1,452 - 0,288 + 0,05994 = -4,54$$

В результаті проведених розрахунків отримано від'ємні значення Z-коефіцієнта за весь досліджуваний період. Дана ситуація пояснюється тим, що на підприємстві існує суттєва відмінність між співвідношенням власного та позикового капіталу. Відображаємо динаміку зміни Z-коефіцієнта на рис. 1.

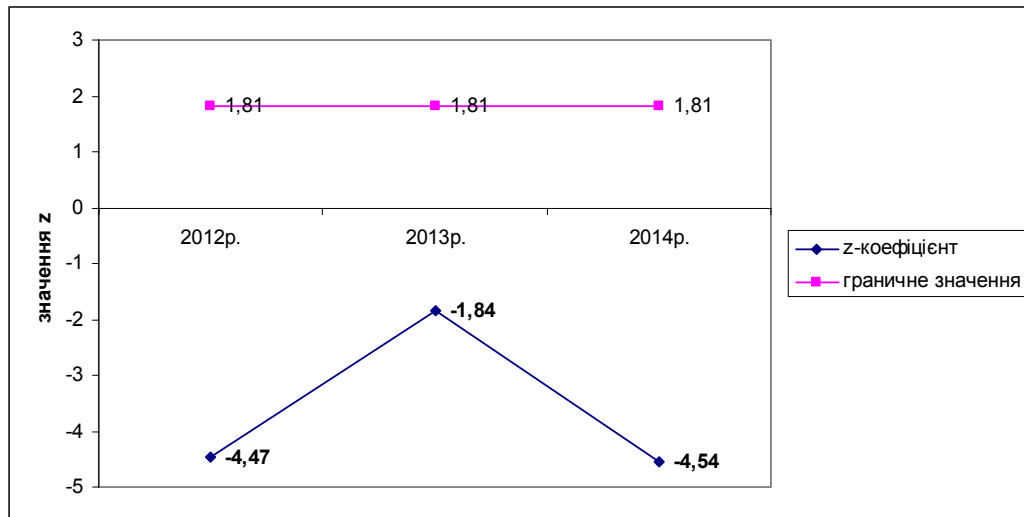


Рисунок 1. Динаміка значення Z-коефіцієнта за п'ятифакторною моделлю Альтмана ТОК ПФ «Тернопільвіаавтотранс» за 2012-2014 роки

Отже, з проведених розрахунків видно, що протягом аналізованого періоду ймовірність банкрутства на досліджуваному підприємстві є дуже значною. Протягом 2012 року дане явище мало найменший ризик. Правильність даної моделі – 95 %.

Представимо модель Ліса (табл. 2) [1].

Таблиця 2.

Розрахунок ймовірності банкрутства ТОК ПФ «Тернопільвіаавтотранс» за моделлю Ліса

Відносний показник	Роки			Ймовірність банкрутства
	2012	2013	2014	
x1	0,08	0,07	0,05	Мінімальне значення $Z < 0,037$
x2	-0,58	-0,47	-0,48	
x3	-2,23	-2,29	-2,83	
x4	-0,31	-0,32	-0,48	
Z	-0,19	-0,13	-0,20	

Проведемо розрахунки для визначення ймовірності банкрутства підприємства за аналізований період:

$$Z^{2012} = 0,063 \times 0,08 + 0,092 \times (-0,58) + 0,057 \times (-2,23) + 0,001 \times (-0,31) = -0,00504 - 0,05336 - 0,12711 - 0,00031 = -0,19$$

$$Z^{2013} = 0,063 \times 0,07 + 0,092 \times (-0,47) + 0,057 \times (-2,29) + 0,001 \times (-0,32) = 0,0044 - 0,04324 - 0,13053 - 0,00032 = -0,13$$

$$Z^{2014} = 0,063 \times 0,05 + 0,092 \times (-0,48) + 0,057 \times (-2,83) + 0,001 \times (-0,48) = 0,00315 - 0,04416 - 0,16131 - 0,00048 = -0,20$$

Оскільки, в усіх випадках  $Z$  менше від встановленої норми та має від'ємні результати, то це значить, що ймовірність банкрутства на досліджуваному підприємстві є надзвичайно висока.

Відображаємо динаміку зміни  $Z$ -коефіцієнта на рис. 2.

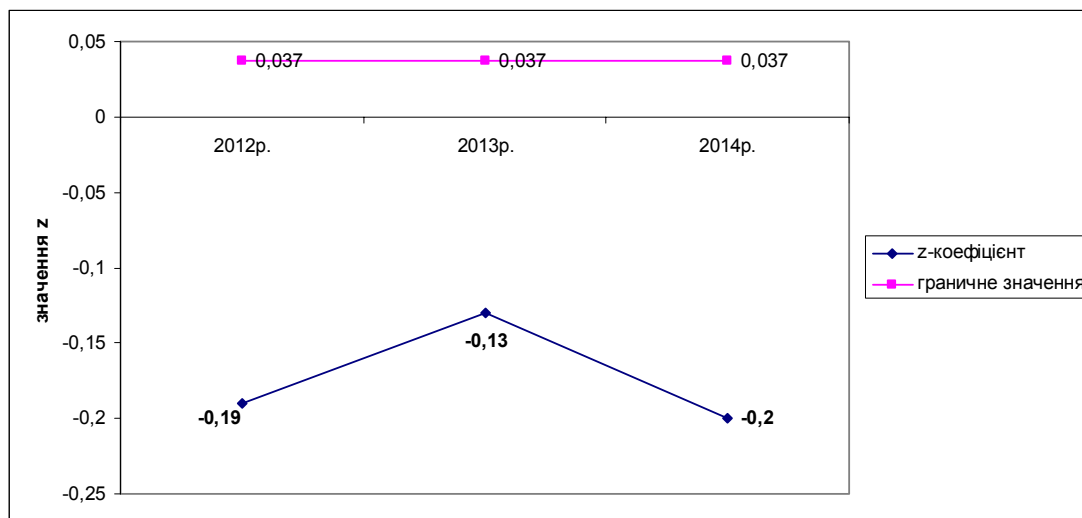


Рисунок 2. Динаміка значення  $Z$ -коефіцієнта за моделлю Ліса  
ТОК ПФ «Тернопільавіаавтотранс» за 2012-2014 роки

З даного рисунка видно, що загроза банкрутства є протягом 2012-2014 років, адже, значення  $z$ -коефіцієнта є меншим за встановлену норму (0,037).

Проте, варто пам'ятати, що зовнішні фактори (ступінь розвитку фондового ринку, податкове законодавство, нормативне забезпечення бухгалтерського обліку), нажаль, також не дають даній методиці в повній мірі відображати ситуацію для підприємств України і бути застосованою в якості універсальної моделі передбачення імовірності банкрутства.

#### Список використаних джерел:

1. Фінансова звітність ТОК ПФ «Тернопільавіаавтотранс» протягом 2012-2014 років діяльності.

**Черниш Ольга**  
**Юрик Наталія, к.е.н доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,*  
*м. Тернопіль, Україна*

**ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ В АСПЕКТІ ГЕНЕЗИ ЛОКАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**Chernysh Olga**  
**Yuryk Nataliia, PhD (Economics), Associate Professor**

**FUNCTIONING AND IMPLEMENTATION SELF-MANAGEMENT PROCESS IN THE ASPECT OF GENESIS LOCAL ECONOMIC SYSTEMS**

Багатогранні ринкові умови стрімко впроваджуються у процес функціонування кожного підприємства, які мають на меті забезпечення прибутку через ведення основних видів діяльності. Саме процес самоменеджменту, через обґрунтування свого ключового елементу, стимулює видозмінення практичних ситуацій, непорядкованих умов, потреб і обставин, які щоденно виникають під час управлінської діяльності, що знаходять відтворення у цілеспрямованих, послідовних та здійснених діях й завданнях. І тому, відповідний процес відіграє фундаментальну роль в процесі формування та розвитку локальних економічних систем.

Позаяк під локальною економічною системою визначено соціально-економічні системи, що володіють виробничо-господарським комплексом, особливою системою управління, а також виступають проміжною ланкою для задоволення потреб населення і налагодження інтересів господарюючих суб'єктів, що локалізуються на певній території; самоменеджмент ж виступає оптимізаційним чинником, що продукує максимальне використання особистісних можливостей, цілеспрямоване управління індивідуальною діяльністю, яка ставить за мету подолання несприятливих зовнішніх обставин.

Процес самоменеджменту — це послідовне та цілеспрямоване застосування випробуваних методів роботи в повсякденній практиці для того, щоб оптимально та ефективно використовувати свій час. Так як локальній економічній системі притаманно не лише системні та соціально-економічні властивості, а й щоденний процес ділової комунікації, то задля його ефективного функціонування керівник повинен звернути увагу на зменшення затрат на виконання роботи, покращення організації праці, зменшення недоліків при виконанні своїх функцій, а також досягнення професійних успіхів найкоротшим шляхом. На основі управління локальними економічними системами здійснюється організація господарського життя на місцевому рівні, і тому необхідно цілеспрямовано спланувати діяльність керівного складу підприємства, сформулювати стратегію кадрової політики і

детермінувати методологію управління людськими ресурсами, спираючись на системну, планомірно організовану методику взаємопов'язаних заходів. Своєю чергою вони направлені на налагодження умов продуктивного розвитку та обґрунтованої економічної ефективності. Це може бути забезпечено лише за умови функціонування процесу самоменеджменту, який з точки зору послідовності виконання конкретних функцій комплексно окреслює такі етапи визначення мети, планування різновидів діяльності, прийняття рішень щодо конкретних механізмів дії, організація і реалізація окреслених завдань, контроль і аналіз результатів.

Основними характеристиками локальних економічних систем є просторова обмеженість та ринковий функціонал, яким властиво наявність просторової межі, транзакцій, об'ємні пропозиції і споживання, кількісна чисельність агентів ринку тощо. Якість композиційно єдиного системного рівня, що поєднує державу, підприємства та домашні господарства аргументує основну роль локального ринку. Локальним економічним системам притаманно володіти розширеними взаємозв'язками з відтворювальною підсистемою регіону, а також посилювати показники локальних ринків.

Своєю чергою, реалізація вище наведених особливостей можлива за організованого планування діяльності підприємства, введення конкурентної боротьби на ринку, випуску рентабельних товарів, наданню затребуваних послуг, розвитку логістичної та маркетингової політики, а також впровадженню необхідних інновацій та модернізацій систем та процесів. Проте даний перелік виконуватиметься за умови, що керівництво організації дотримуватиметься суворих правил та приписів процесу самоменеджменту, так як за відсутності рутинності і монотонності, натомість вдосконалення особистісних аспектів роботи є запорукою успіху керівника та його підлеглих.

Підсумовуючи, з цією метою, пропонуємо ряд концептуальних пропозицій за для утвердження процесу самоменеджменту, а саме ефективне використання його фаз, принципів і методів; аналіз та впровадження передовий ідей та концепцій; систематизація та комплексний підхід до реалізації управлінських рішень.

Таким чином, за наявності економічних тенденцій в світі, необхідно стимулювати ріст економіки та підтримки конкуренції через впровадження інноваційних тенденцій локальних економічних систем. Передовим аспектом доцільно відокремити шляхи покращення економічних показників у локальних економічних системах, які виражені у цільових управлінських діях, що вживаються у конкретних ситуаціях, та ґрунтуються на цільових принципах самоменеджменту. Отже, для підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій варто використовувати комплексно-теоретичну систему положень та практичних рекомендацій, які базуються на змісті ефективної методології генези локальних економічних систем з використанням процесу самоменеджменту.

**СЕКЦІЯ 5. ОБЛІКОВО-СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ  
ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ЛОКАЛЬНОГО  
РІВНЯ**

**УДК 336.1-021.447**

**Бочан Віталій, аспірант**  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*м. Львів, Україна*

**РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО НАГЛЯДУ В УКРАЇНІ У  
КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ  
ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ**

**Bochan Vitaliy, Postgraduate student**

**REFORMATION OF THE SYSTEM FINANCIAL SUPERVISION IN UKRAINE IN  
THE CONTEXT OF SUPPORT FINANCIAL SYSTEM STABILITY**

Уданій праці проведено дослідження основних вітчизняних та закордонних моделей організації системи фінансового нагляду (інституційна, функціональна, інтегрована), здійснено комплексну характеристику кожної з них.

Фінансова система є одним із найважливіших секторів національної економіки, оскільки забезпечує та опосередковує рух фінансових ресурсів між різними групами суб'єктів, галузями, територіями. В умовах активізації глобалізаційних та інтеграційних процесів, що супроводжуються зростанням відкритості фінансових та товарних ринків, актуалізується проблема забезпечення стійкості фінансової системи, особливо у напрямі зміцнення здатності її протистояти деструктивному впливу зовнішнього середовища.

У широкому розумінні фінансовий нагляд доречно трактувати, як систему, що використовується державою з метою забезпечення стійкості фінансового сектору і фінансової системи та їх безпеки.

Ґрунтуючись на науково-методичних підходах до визначення сутності поняття “нагляд”, враховуючи теоретичні дослідження запропоновано наступні підходи до розуміння визначення фінансовий нагляд як:

- форма діяльності державних органів із забезпечення законності у фінансовому секторі;
- комплекс заходів, які вживаються наглядовими органами для забезпечення повної відповідності діяльності фінансових установ вимогам до їхньої діяльності;
- система формальних і неформальних способів виявлення недотримання або порушення умов діяльності фінансовими установами.

Однією з проблем при визначенні сутності поняття “фінансовий нагляд” є те, що на сьогодні вітчизняне законодавство або ж взагалі не визначає цього поняття, або ж підходить до його сутності як рівнозначного з поняттям “фінансове регулювання”. Виходячи із цього не можливо розмежувати поняття “фінансовий нагляд” та “фінансове регулювання”: у вітчизняному законодавстві поняття фінансового нагляду не визначене взагалі.

Разом з тим, доцільно зауважити, що вектор України у напрямі інтеграції у європейське співтовариство обумовлює необхідність дослідження систем фінансового нагляду провідних країн світу, і особливо європейських.

Так, загалом на сьогоднішній день у світі існує чотири основні моделі фінансового нагляду: інституційна, функціональна, інтегрована та модель двох вершин, проте жодна з представлених моделей не може бути визнана еталонною.

Проаналізувавши концептуальні теоретичні засади, на яких базується кожна з моделей фінансового нагляду, доцільно дослідити тенденції впровадження кожної з них на практиці. Узагальнюючи світовий досвід трансформації систем фінансового нагляду, слід відмітити, що організаційна структура фінансового нагляду знаходиться у процесі змін в більшості держав-членів ЄС, для яких на попередніх етапах розвитку фінансового ринку характерною була функціональна модель. Однак, активізація фінансових конгломератів, які представляють близько 25 відсотків банківського та страхового ринку, обумовили популяризацію міжгалузевих моделей фінансового нагляду: моделі «двох вершин» та моделі мегарегулятора.

Слід зауважити, що існують два способи організації системи фінансового нагляду за завданнями: так, у деяких країнах, особливо в зоні євро, де відбувся трансфер повноважень щодо здійснення грошово-кредитної політики від національних центробанків до ЄЦБ, центральний банк відповідає за реалізацію пруденційного нагляду, тоді як в інших країнах ці обов'язки покладено на окремий орган (Австралія).

Існує також два режими організації моделі мегарегулятора. Зокрема, скандинавські країни запровадили інтегровану модель фінансового нагляду без участі центрального банку в ньому, тоді як у деяких інших центральний банк ще відіграє важливу роль у сфері банківського нагляду, а висновки центрального банку надаються мегарегулятору, який приймає остаточні рішення [6].

На основі аналізу теоретичних та практичних аспектів різних підходів до організації системи фінансового нагляду, доцільно відзначити, що попри значне поширення міжсекторних моделей (модель «двох вершин» та мегарегулятора), їх імплементація для вітчизняної фінансової системи, з нашої точки зору, є передчасною.

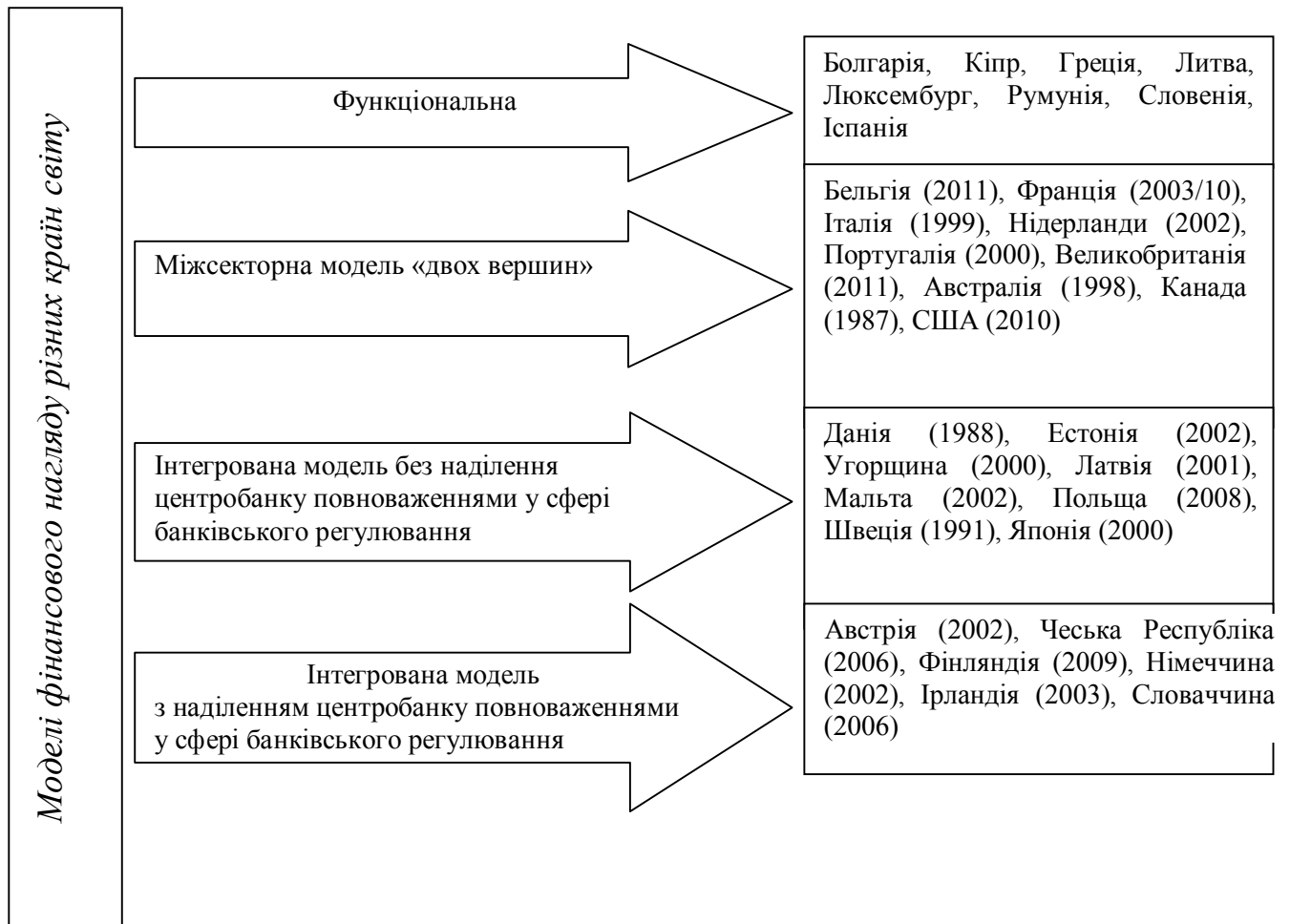


Рисунок 1. Моделі фінансового нагляду різних країн світу [5]

Отже, трансформацію вітчизняної системи фінансового нагляду запропоновано здійснити наступним чином: регулятором банківського сегменту має залишитися Національний банк України, оскільки історично даний інститут має значний досвід у сфері регулювання та нагляду, а трансфер його повноважень до компетенції іншого наглядового органу буде супроводжуватися значною дестабілізацією усього фінансового сектору, масштабними фінансовими витратами та тривалим перехідним періодом, що на тлі сучасної соціально-економічної ситуації в Україні є недоцільним; крім того, банківський сектор є найбільш розвинутим сегментом фінансового ринку та користується найвищим рівнем лояльності серед покупців фінансових продуктів і, разом з тим, має суттєвий ризик зародження дестабілізаційних процесів і їх стрімкої експансії як на інші сегменти фінансового ринку, так і до реального сектору економіки, а тому його регулювання має здійснюватися окремим органом, яким, власне, і є НБУ, оскільки даний інститут характеризується глибоким знанням та розумінням процесів, що відбуваються у банківській сфері, має налагоджену систему зворотного зв'язку з фінансовими посередниками, володіє практичним досвідом щодо регулювання банківської діяльності і високим кадровим



потенціалом (достатньою чисельністю висококваліфікованих спеціалістів з різних галузей знань, що необхідні для ефективного банківського нагляду).

#### **Список використаних джерел:**

1. Лук'янець О. В. Реформування фінансового регулювання та нагляду для забезпечення стійкості фінансової системи України / О. В. Лук'янець // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. Випуск 31. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. – 381 с. – С. 177-188.

2. The structure of Financial Supervision. Approaches and Challenges in a Global Marketplace / Group of Thirty. – Washington, DC, 2014. – 256 p.

3. Селюченко Н. Є. Управління фінансовою системою України [Електронний ресурс] / Н. Є. Селюченко, З. К. Шмігельська. – Режим доступу : [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15915/1/56\\_366-371\\_Vis\\_725\\_Ekonomika .pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15915/1/56_366-371_Vis_725_Ekonomika.pdf).

4. Cihak M. Is One Watchdog Better Than Three? International Experience with Integrated Financial Sector Supervision / M. Cihak, R. Podpiera // IMF Working paper № 57. – 2006. – 32 p.

5. Schoenmaker D. Financial Supervision in the EU. - [http://personal.vu.nl/d.schoenmaker/Encyclopedia\\_Financial\\_Supervision\\_in\\_the\\_EU\\_v1%20\(28-4\).pdf](http://personal.vu.nl/d.schoenmaker/Encyclopedia_Financial_Supervision_in_the_EU_v1%20(28-4).pdf).

6. Базилевич В. Д. Економічна теорія / В. Д. Базилевич. – К.:Знання, 2004. – 615 с.

**УДК 657**

**Єрмолаєва Марина, к.е.н., доцент**  
**Скакун Владислава**  
*Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна*

### **СУТНІСТЬ ВИТРАТ ЗГІДНО МІЖНАРОДНИХ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ**

**Yermolayeva Maryna, PhD (Economics), Associate Professor**  
**Skakun Vladislava**

### **ESSENCE OF EXPENSES ACCORDING TO THE INTERNATIONAL AND NATIONAL STANDARDS OF ACCOUNTING AND REPORTING**

При визначенні фінансового результату діяльності підприємства за певний період часу виникає необхідність розрахунку прибутків або збитків не тільки в цілому, а й від окремих видів діяльності. Для цього необхідно мати інформацію не тільки про господарські процеси, що відбулися на підприємстві у звітному періоді, головне – слід розуміти економічну сутність категорій, зокрема «витрати».

Із запровадженням в Україні Міжнародних стандартів фінансової звітності змінились методологічні підходи до тлумачення сутності цих категорій і відповідно змінилась методологія визначення фінансових результатів діяльності підприємств. Рада з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку розробила і затвердила Концептуальну основу фінансової звітності, яка виступає ефективним інструментом підвищення прозорості і зрозумілості інформації, що розкриває діяльність суб'єктів господарювання, створює достовірну базу для визнання витрат, оцінки активів і зобов'язань, яка надає можливість об'єктивно розкривати і віддзеркалювати існуючі фінансові ризики, а також порівнювати результати їх діяльності та ухвалення відповідних управлінських рішень [1].

Відповідно до п. 4.25 Концептуальної основи складання і подання фінансових звітів (яка не є міжнародним стандартом бухгалтерського обліку), витрати – це зменшення економічних вигід протягом облікового періоду у вигляді вибуття чи амортизації активів або у вигляді виникнення зобов'язань, результатом чого є зменшення власного капіталу, за винятком зменшення, пов'язаного з виплатами учасникам. Згідно п.4.49 Концептуальної основи, витрати визнаються у звіті про прибутки та збитки, коли виникає зменшення майбутніх економічних вигід, пов'язаних зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язання, які можна достовірно виміряти. Це фактично означає, що визнання витрат відбувається одночасно з визнанням збільшення зобов'язань або зменшення активів (наприклад, нарахування сум до виплати працівникам або амортизація обладнання).[1]

Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансових звітів» здійснює класифікацію витрат за двома напрямками: за характером витрат і за функціями витрат. За першим методом витрати групують у фінансовій звітності згідно з їх характером (наприклад, амортизація, придбання матеріалів, транспортні витрати, виплати працівникам, витрати на рекламу) та не перерозподіляють згідно з їхніми різноманітними функціями в межах суб'єкта господарювання. Цей метод може бути простим у застосуванні, оскільки немає потреби розподіляти операційні витрати відповідно до класифікації функцій. Наприклад: сировина і витратні матеріали, витрати на виплати працівникам, витрати на амортизацію, інші витрати.

За методом функції витрат або «собівартості реалізації» витрати класифікують відповідно до їх функцій як частини «собівартості продажу», наприклад, витрати на збут, адміністративні витрати, інші витрати. Згідно з цим методом суб'єкт господарювання розкриває інформацію про собівартість реалізації окремо від інших витрат. Цей метод може надавати доречнішу інформацію користувачам, ніж класифікація витрат за характером, але розподіл витрат на функції може вимагати довільного розподілу та значного судження [2].

П(С)БО 16 трактує витрати як зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені.

Згідно п. 21 П(С)БО 16 витрати операційної діяльності групуються за такими економічними елементами:

- матеріальні затрати;
- витрати на оплату праці;
- відрахування на соціальні заходи;
- амортизація;
- інші операційні витрати.[3]

Таке групування відповідає класифікації витрат за характером згідно МСБО 1. Головна відмінність між МСБО і П(С)БО полягає в скороченій формі останнього. Тобто при складанні національних стандартів деякі аспекти були повністю не розкриті.

Не зважаючи на розробку національних стандартів відповідно до стандартів міжнародного призначення, деякі вчені все ж таки здійснюють критичний аналіз П(С)БО 16 «Витрати». І. Білоусова та М. Чумаченко у своїй праці запропонували взагалі відмінити даний стандарт у зв'язку із відсутністю його назви у переліку Міжнародних стандартів, а також автори схиляються до думки, що трактування, які викладені у стандарті, не дозволяють підвищувати рівень економічної роботи на підприємствах [4].

С. Ф. Голов вказує на те, що витрати виступають багатоаспектною категорією, а це в свою чергу показує існування відмінностей даного визначення щодо цілей бухгалтерського обліку та його зв'язку із економічною теорією. Тобто, автор зазначає, що різні витрати необхідні для різних цілей [5].

Регламентування обліку витрат крім П(С)БО здійснюється також Податковим кодексом України. Цей документ визначає методологічні засади визнання витрат і доходів у податковому обліку з метою визначення фінансового результату і бази нарахування податку на прибуток.

Основною проблемою при визнанні витрат та їх оцінці є розбіжності, що існують між П(С)БО та МСФО в частині відображення витрат. Порівнюючи оцінку та визнання витрат за Міжнародними стандартами фінансової звітності, Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку можна зробити висновок, що основними ознаками порівняння є: визначення терміну витрат, класифікація та групування витрат, елементи витрат, визнання витрат та оцінка витрат. У МСФЗ відсутні спеціально викладені в окремому стандарті правила відносно оцінки витрат підприємства. Поняття витрат розкривається в окремих

положеннях МСБО 1 «Подання фінансових звітів», МСБО 16 «Основні засоби», МСБО 18 «Дохід», МСБО 23 «Витрати на позики», МСБО 38 «Нематеріальні активи» та ін.

Як висновок можна сказати, що окремого МСФЗ «Витрати» не існує, тому основні положення, які визначають методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства розкриваються у Концептуальних основах складання та подання фінансових звітів; певні положення П(С)БО 16 «Витрати» прямо повторюють правила МСФЗ; в окремих випадках П(С)БО 16 «Витрати» містить вимоги, які не виділені окремо в міжнародних стандартах, але знаходяться в їх рамках; разом з тим, деякі положення, які розкриті в МСФЗ, не знайшли свого відображення в національних П(С)БО України [4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Концептуальна основа фінансової звітності [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929-009>.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929-013>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.
4. Чумаченко М. Економічна робота на підприємстві та П(С)БО 16 "Витрати" / ISSN 2079-0767. Вісник НТУ «ХПІ». 2014. № 33 (1076) 27 М. Чумаченко, І Білоусова // Бухгалтерський облік і аудит. - 2007. - № 3. - С. 13-16.
5. Голов С. Ф. Ретроспективний погляд на реформування бухгалтерського обліку в Україні / С. Ф. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. - № 1. – С. 16–25.

**УДК 330.131.7**

**Королюк Тетяна, к.е.н, доцент**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

#### **ДОСЛІДЖЕННЯ НАУКОВИХ ПРАЦЬ З ПИТАНЬ ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ КЛАСИФІКАЦІЇ РИЗИКІВ**

**Korolyuk Tetiana, PhD (Economics), Associate Professor**

#### **RESEARCH SCIENTIFIC PAPERS ON THE USE OF A SYSTEMATIC APPROACH FOR RISK CLASSIFICATION**

Системний підхід, як напрямок філософії та методології наукового знання, досліджує об'єкти як систему. Основна особливість системного підходу є розкриття цілісності об'єкта та механізмів, які її забезпечують, встановлення різних типів взаємозв'язків складових

об'єкта та узагальнення їх в єдину систему. Поняття «системний підхід» почало широко використовуватися в середині ХХ століття, що було зумовлено зміною підходів до розв'язання наукових та практичних завдань.

Для розуміння поняття «системний підхід» наведемо визначення поняття: «Системний підхід (англ. systems thinking – системне мислення) – це напрям методології досліджень, який полягає в дослідженні об'єкта як цілісної множини елементів в сукупності відношень і зв'язків між ними, тобто розгляд об'єкта як системи» [1]. В якості основного засобу системного підходу виступає системний аналіз – науковий метод пізнання, що являє собою послідовність дій з установлення структурних зв'язків між змінними або елементами досліджуваної системи. До основних принципів системного підходу включаються наступні: 1) цілісність; 2) ієрархічність побудови; 3) структуризація; 4) множинність; 5) системність.

Застосування системного підходу для класифікації ризиків представлено в працях вітчизняних та зарубіжних вчених: О. С. Шапкін, В. О. Шапкін, В. В. Вітлінський, П. І. Верченко, І. М. Сараєва, А. Я. Малишева, В. Н. Єгоров, Д. І. Коровін, Д. А. Маринцев.

О. С. Шапкін, В. О. Шапкін визначили ризики за «цілісну систему, де кожен елемент займає чітко визначене місце і в той же час підкоряється законам економічної системи в цілому» [2, с. 46]. В. В. Вітлінський, П. І. Верченко вважають, що в якості чинника ризику є все оточуюче нас довкілля та усі елементи об'єкта дослідження, а цев сукупності формує складну економіко-кібернетичну систему. При цьому джерелами ризику визначають усі елементи системи, із врахуванням її прямих та зворотних зв'язків [3, с. 25]. На основі даних тверджень, можна зробити висновок, що класифікація ризиків розглядається з позицій системного підходу, й відповідно ризики вивчаються і на рівні системи в цілому, і на рівні її підсистем зокрема.

І. М. Сараєва систематизувала існуючі класифікаційні схеми з позицій системного підходу і запропонувала алгоритм знаходження комплексів ризиків для конкретних суб'єктів підприємницької діяльності за наступними структурними компонентами моделі функціонування підприємництва, яка складається з: елементів системи (суб'єкти підприємницької діяльності), відносин між ними, взаємин підприємницьких структур з макросередовищем, відношень між групами впливу, характеру бізнес-процесів, цільових установок, рівнів ухвалення управлінських рішень, інституційних рамок підприємницьких організацій, характеру відносин суб'єктів підприємницької діяльності до виникнення ризикових ситуацій і кількісної та якісної характеристики самих ризиків [4, с. 39-40]. Це дозволить систематизувати запропоновані підходи щодо визначення та класифікації підприємницьких ризиків, що буде сприяти розробці методологічних засад формування національних стандартів управління підприємницькими ризиками.

Вдосконалена методологічна основа класифікації ризиків запропонована А. Я. Малишевою, яка побудована на основі системоутворюючих і термінологічних принципів та представлена наступними ступенями класифікації: вид підприємництва (виробниче, комерційне, посередницьке, фінансове, страхове, консультаційне); джерело ризику (макро-, мікро-, внутрішнє середовище та їх елементи); характер ризику (склад, причини і час виникнення, тривалість впливу); характер впливу ризику на рівень надійності роботи підприємств (оцінка ступеня і результатів впливу ризиків, величина втрат, можливість протидії та страхування) [5]. Розроблена класифікація дозволить здійснювати аналіз та оцінку ризиків з урахуванням наступних чинників: вид підприємницької діяльності, специфіка підприємства, особливості внутрішнього і зовнішнього середовища. Такий підхід підвищить ефективність вибору заходів з управління ризиками.

В. Н. Єгоров, Д. І. Коровін та Д. А. Маринцев досліджують промислове підприємство як виробничу систему. На підставі цього В. Н. Єгоров та Д. І. Коровін розробили класифікацію економічних ризиків за належністю до функціональних підсистем. Дана класифікація представлена наступними видами ризиків: фінансові ризики; комунікаційні та маркетингові; технологічні; екологічні ризики; організаційні ризики; транспортні ризики; соціальні ризики; інформаційні ризики; юридичні ризики; управлінські ризики; ризики планування; енергетичні ризики; інші ризики згідно класифікації виробничих функціональних підсистем [6]. Автори вважають, що запропонована класифікація ризику дасть можливість розкрити та визначити його сутність в системі, та визначають даний підхід принциповою основою у вивченні проблематики управління ризиками.

Д. А. Маринцев вважає, що побудову класифікаційної системи ризиків у діяльності промислових підприємств слід здійснювати із врахуванням системно-функціонального підходу та структурних рівнів економіки [7, с. 76-78]. При цьому виділяє найбільш значимі підсистеми промислового підприємства в порівнянні з іншими підсистемами – економічна, управлінська, організаційна, технологічна, технічна, соціальна, комунікаційна, інноваційна, інвестиційна. В складі структурних рівнів економіки запропоновано враховувати наступні рівні: наноекономіка (стосується потреб індивідів), мікроекономіка, мезоекономіка (у регіональному чи галузевому розрізі), макроекономіка, мегаекономіка (глобальна економіка). Практичну реалізацію розробленого підходу представлено у вигляді таблиці: по вертикалі – функціональні підсистеми, по горизонталі – структурні рівні економіки, тобто ризики у площині будь-якої функціональної підсистеми будуть наочно деталізовані щодо рівнів економіки. Це дасть можливість господарюючому суб'єкту аналізувати ризики в системі та отримати перспективний прогноз про можливі ризики.

Таким чином, як видно з дослідження наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених системний підхід обґрунтовано використовувати для класифікації ризиків з метою підвищення ефективності вибору заходів з управління ними.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вікіпедія. Україномовний розділ відкритої багатомовної мережевої енциклопедії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Системний\\_підхід](http://uk.wikipedia.org/wiki/Системний_підхід).
2. Шапкин А. С. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций: Учебник [Текст] / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и КО», 2005. – 880 с.
3. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. [Текст] / В. В. Вітлінський. - К. : КНЕУ, 2000. - 292 с.
4. Сараєва І. М. Системне моделювання процесу ідентифікації підприємницьких ризиків [Текст] / І. М. Сараєва. – Одеса : Фенікс, 2008. – 147 с.
5. Малышева А. Я. Влияние рисков маркетинговой деятельности на уровень надежности предприятий: автореф. дис. на соис. учен. степ. канд. экон. наук: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» [Текст] / А. Я. Малышева. – Иваново, 2000. – 23 с.
6. Егоров В. Н. Основы экономической теории производственных систем [Текст] / В. Н. Егоров, Д. И. Коровин. – М. : Наука, 2006. – 256 с.
7. Маринцев Д. А. Понятие и классификация рисков в деятельности промышленных предприятий [Текст] / Д. А. Маринцев // Российское предпринимательство. – 2013. – № 9 (231). – С. 75-79.

**УДК 657.15**

**Крюкова Ірина, д.е.н., доцент**  
*Одеський державний аграрний університет*  
*м. Одеса, Україна*

#### **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ БІЗНЕС-СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

**Kriukova Irina, Dr. Econ. Sc., Associate Professor**

#### **ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT OF STRATEGIC MARKETING AUDIT OF AGRICULTURAL SECTORS BUSINESS ENTITIES**

Сучасні тенденції активізації євроінтеграційних процесів та реалізація парадигми підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняного виробництва нерозривно пов'язана із аграрним сектором, який сьогодні набуває статус пріоритетного та формує потужний експортний потенціал валютних надходжень, вкрай необхідних для стабілізації національної

економіки. За таких умов найважливішою площиною діяльності аграрних формувань постає стратегічний маркетинговий аудит, який створює необхідні передумови підвищення результативності збутової і управлінської діяльності аграрних бізнес-суб'єктів. Становлення ефективної системи стратегічного маркетингового аудиту на підприємствах неможливо без організації відповідного обліково-аналітичного забезпечення, яке формує домінуючий базис для прийняття і реалізації стратегічних управлінських рішень.

Ґрунтуючись на класичному підході до визначення маркетингового аудиту, засновниками якого можна вважати Ф. Котлера та О. Уилсона, стратегічний маркетинговий аудит вважаємо доцільним визначити як всебічне, незалежне та систематичне дослідження складових маркетингового середовища бізнес-структури, необхідних для виявлення та реалізації прихованого потенціалу з метою підвищення результативності стратегії маркетингу [2,5].

Стратегічний маркетинговий аудит є відносно новим видом управлінської діяльності суб'єктів аграрного сектора, мета якого полягає у розробці дієвої маркетингової стратегії агроформування, оцінці результативності стратегічного менеджменту та реалізації стратегічних цілей підприємства.

Для успішного вирішення завдань стратегічного маркетингового аудиту в аграрних формуваннях необхідно побудувати ефективну систему обліково-аналітичного забезпечення, ключовою функцією якої є якісне, повне та своєчасне інформаційне забезпечення процесу стратегічного управління маркетингу.

Узагальнення наукових позицій вчених дозволили визначити, що основними складовими системи обліково-аналітичного забезпечення діяльності підприємства є: комплекс інформаційного забезпечення (сукупність облікової і не облікової інформації) [3]; сукупність методів аналізу і аналітичної обробки інформації та персонал, що виконує аналітичні завдання; організаційне, методичне, технічне та програмне забезпечення [1]. Систему обліково-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингового аудиту пропонуємо доповнити механізмом діагностики ризиків і загроз макро- і мікроринкового середовища, який є необхідним для розробки ефективної маркетингової стратегії аграрних бізнес-структур.

З огляду на специфіку системи обліково-аналітичного забезпечення маркетингового аудиту, в якості її ключових завдань можна відзначити наступні:

- 1) збір, систематизація та накопичення інформації стосовно зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища діяльності бізнес-суб'єктів аграрної сфери виробництва;



2) формування та використання сукупності методів аналітичної обробки зібраної маркетингової інформації;

3) підготовка персоналу, який задіяний на ділянці обліково-аналітичної обробки маркетингової інформації;

4) діагностика проблемних аспектів і «вузьких місць» у системі стратегічного управління маркетингом;

5) організаційно-технічна, аналітична, методична, інформаційна підтримка процесу стратегічного маркетингового управління;

6) розробка сценаріїв і прогнозів поведінки факторів маркетингового середовища діяльності бізнес-структури;

7) діагностика ризиків і загроз з боку макро- та мікросередовища;

8) сприяння прийняттю обґрунтованих управлінських рішень у сфері стратегічного управління маркетинговою діяльністю агроформування.

Динамічні зміни, які сьогодні відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі господарського управління, зміщують головні акценти та змінюють стратегічні цілі і орієнтири діяльності аграрних бізнес-суб'єктів. Максимізація розміру прибутку, як головного критерію та результату функціонування аграрного підприємства, поступово доповнюється іншими стратегічними цілями розвитку. У сучасній практиці аграрного менеджменту поступово набувають поширення концепції соціальної відповідальності аграрного бізнесу, вартісно-орієнтовані підходи до оцінки вартості аграрного бізнесу, які висувають нові вимоги до системи обліково-аналітичного забезпечення управлінського процесу, зокрема, в частині стратегічного маркетингового аудиту.

За таких умов система обліково-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингового аудиту має носити ознаки високого ступеня оперативності, достовірності і повноти інформації, яка є достатньою для виконання головної функції стратегічного аудиту маркетингу – превентивного захисту компанії від впливу ризиків і загроз маркетингового середовища.

Специфіка обліково-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингового аудиту полягає у необхідності поєднання системи фінансових і нефінансових показників діяльності бізнес-суб'єкта. У зв'язку з цим, ми поділяємо науково-методологічну позицію науковців, які пропонують імплементувати у практику сучасної системи обліково-аналітичного забезпечення діяльності підприємств моделі типу Balanced Score Card (BSC), EP2M, Business Management Window (BMW), методичний базис яких в найбільшій мірі відповідають стратегічним цілям бізнес-суб'єктів [4]. Характерною відмінністю даної моделі є тісний взаємозв'язок зі всіма бізнес-процесами на підприємстві та стратегічна орієнтація на потреби

клієнтів, що відповідає сучасним концепціям соціально-відповідального аграрного бізнесу та врахування низькі нефінансових показників, які знаходяться у спектрі стратегічного маркетингового аудиту (позиціонування продукції на ринку, імідж аграрної компанії, зв'язки із сегментними групами тощо).

Висока ступінь динамічності маркетингового середовища бізнес-суб'єктів аграрної сфери виробництва висуває об'єктивні вимоги до гнучкості і адаптивності маркетингової стратегії їх розвитку. Забезпечити виконання даного завдання можливе лише за умов формування адекватної сучасним вимогам системи обліково-аналітичного забезпечення, яка крім, традиційних складових, має включати й ефективний механізм діагностики ризиків і загроз маркетингового середовища. За таких умов стратегічний маркетинговий аудит буде спроможний виконувати властиві йому функції, однією з головних серед яких, є сприяння реалізації стратегії маркетингу аграрних формувань.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гудзинський О.Д. Теоретичні аспекти формування обліково-аналітичного механізму менеджменту / Гудзинський О.Д., Кірейцев Г.Г., Пахомова Т.М. // Облік і фінанси АПК. – 2008. - № 3. - С. 89 – 93.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Прогресс. – 1991. – 654с.
3. Лень В.С. Обліково-аналітичне забезпечення управління: поняття та структура / В.С. Лень // Облік і фінанси. - № 1 (71). – 2016. - № С. 38-44.
4. Пилипенко А.А. Проектування системи стратегічного обліку промислового підприємства / А.А. Пилипенко // Проблеми економіки. – 2009. - № 3. – С. 36-46.
5. Уилсон О. Аудит маркетинга / О. Уилсон. - Днепропетровск: 2003. – 368с.

**УДК 330.322**

**Хрупович Світлана, к.е.н., доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*  
*м.Тернопіль, Україна*

### **ОСНОВНІ АНАЛІТИЧНІ ПРИЙОМИ ЧИТАННЯ БАЛАНСУ**

**Khrupovych Svitlana, PhD (Economics), Associate Professor**

### **KEY ANALYTICAL METHODS OF READING THE BALANCE**

Головним документом підприємства, в якому відображаються фінансові потоки є баланс, тобто фотографічний відбиток реальної картини того, чим володіє організація і звідки це з'явилося. Основне аналітичне завдання фінансистів – вміти прочитати цей документ з метою надання рекомендацій менеджерам компанії щодо доцільності прийняття рішення кредитування, інвестування, розширення чи диверсифікації виробництва.

Бухгалтерський баланс являє собою наочне відображення рівноваги між тим, чим володіє підприємство, а саме, активами та джерелами фінансування цих активів – пасивами. Активи є бажаннями, а, пасиви – можливостями. При цьому ми розглядаємо моментний стан підприємства на певну дату і повинні зробити перші висновки, без використання формул і розрахунків щодо майнового стану організації, розміщення засобів і джерел, стану розрахунків та платоспроможності, дати також і правову оцінку доцільності ведення цього бізнесу.

Розглянемо детальніше активи, тобто ресурси, які знаходяться у власності чи під контролем підприємства і будуть приносити фінансовий результат. У балансі активи розміщуються за принципом ліквідності. Найменш ліквідні статті, які потребують доволі тривалого часу для їх реалізації розміщені вгорі активної частини балансу. До них віднесемо нематеріальні активи. Надалі йдуть основні засоби, незавершене капітальне будівництво, довгострокові біологічні активи. Більш ліквідними у структурі активів є запаси, які найчастіше зберігаються на складах і доволі швидко можуть бути реалізованими. Закінчується розділ грошима та їх еквівалентами, готівкою та рахунками у банках. Ця стаття ліквідна, навіть по її назві, а збільшення в динаміці свідчить про покращення фінансового стану підприємства.

Дивлячись на фотографічне відображення зміни валюти балансу – можна зробити висновки відносно того, що при зменшенні цієї цифри, варто розробити ряд заходів для покращення діяльності підприємства. Важкість структури активів визначаємо шляхом співставлення темпу зростання необоротних та оборотних активів. Якщо темпи зростання оборотних активів є вищими за темпи зростання необоротних активів, то потрібно робити висновки щодо існування доволі комфортної ситуації і мобільної структури активів. Звернемося ще і детальніше до першого розділу - необоротних активів. Проаналізувати необхідно у цьому розділі те, яку вагу вони займають у валюті балансу. Фінансисти повинні розуміти, що збільшення частки основних засобів свідчить про значні накладні витрати, а підприємству у цій ситуації необхідно мати велику долю власного капіталу у джерелах фінансування. У другому розділі – оборотні активи – необхідно проаналізувати їх структуру. Збільшення дебіторської заборгованості є негативною тенденцією, яку пов'язують із проблемами за оплату послуг чи виготовлену продукцію, або ж із доволі великим комерційним кредитом покупцям.

Якщо статті активу балансу групують за ліквідністю, то пасивні статті групують за мірою їх повернення і розміщуються вони по зростаючій терміновості. Перше, на що варто звернути увагу при скануванні пасивної частини балансу – це на власний капітал. Якщо він зростає швидше, ніж зростає кредиторська заборгованість, то це сприяє фінансовій стійкості

підприємства. Якщо помічено зростання частини власного капіталу, яка утворюється в процесі господарської діяльності (резервний капітал, нерозподілений прибуток), то можна також робити висновки щодо ефективної роботи підприємства. Адже збільшення нерозподіленого прибутку як джерела формування власного капіталу, приводить до капіталізації, а відтак і зростання ринкової вартості підприємства. Нерозподілений прибуток є також і основним джерелом інвестиційних ресурсів. Впливаючи на прийняття рішення щодо інвестування та виплати дивідендів, інколи рекомендується виплачувати дивіденди за рахунок резервного фонду, якщо у поточному періоді підприємство отримало чистий збиток.

Звернемо увагу на зобов'язання: при зростанні короткострокової кредиторської заборгованості скорочується обіговість оборотних коштів, а прострочені платежі до бюджету можуть обернутися штрафами та іншими санкціями.

Фінансисти повинні пам'ятати також про основні риси позитивного балансу, а саме:

- збільшення валюти балансу на кінець звітного періоду;
- перевищення власного капіталу над позичковим;
- темпи приросту кредиторської та дебіторської заборгованості не повинні відрізнятися суттєво;
- зростання темпів приросту активів над темпами приросту необоротних активів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мних, С.В. Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст]: підручник / С. В. Мних; КНТЕУ. – К., 2008. – 312с.
2. Сопко, В. В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: підручник [Текст] / В. В. Сопко, В. П. Завгородній. К.: КНЕУ, 2004. – 411с.
3. Чумаченко М. Г. Економічний аналіз [Текст]: навч. посібник / М. А. Болух [та ін.]; ред. М. Г. Чумаченко; Київський національний економічний ун-т. - 2.вид., перероб. і доп. - К.: КНЕУ, 2003. – 555 с.

**СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ АДАПТАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ  
СИСТЕМ ДО УМОВ ІННОВАЦІЙНО-КОНКУРЕНТНОГО ПРОСТОРУ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ**

УДК 339.13

**Дячун Ольга, к.е.н, доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

**МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ТОВАРНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ**

**Dyachun Olga, PhD (Economics), Associate Professor**

**MARKETING ANALYSIS OF PRODUCT INNOVATION POLICY**

Товарна інноваційна політика орієнтована на розроблення, планування й виведення на ринок нових товарів. Для її ефективного здійснення важливими є ідеї створення нових товарів, джерелом яких може бути зовнішнє оточення підприємства, діяльність конкурентів, запити споживачів. З огляду на це аналіз товарної інноваційної політики має ґрунтуватися на результатах оцінки можливостей і загроз на ринку, конкурентів та інших складових мікросередовища, споживчої цінності для споживачів товарів підприємства.

Аналіз товарної інноваційної політики варто розпочати з оцінки показників її результативності на підприємстві. Для цього важливо розраховувати коефіцієнт оновлення виробів підприємства:

$$Кон.в. = \frac{Он.в.}{Ов.} \cdot 100,$$

Де: *Кон.в.* - коефіцієнт оновлення виробів;

*Он.в.* - обсяг випуску нових виробів, фіз.од./грн.;

*Ов.* - сукупний обсяг випуску виробів, фіз.од./грн.;

Коефіцієнт важливо порівнювати зі середнім показником по галузі та з показниками конкурентів для виявлення впливу фактора оновлення продукції, що пропонується споживачеві, на рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку.

*Таблиця 1*

Структура товарних інновацій підприємства «Смак» у 2007-2010 рр.

Види новинок	Обсяг випуску, тис.од				Частка у загальному випуску нових товарів,%			
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
Абсолютно новий товар	-	-	3,9	6	-	-	3	4
Новий для підприємства товар	56	51,75	23,4	15	70	45	18	10

Дані таблиці 1 вказують на поступове розширення підприємством «Смак» структури інновацій за рахунок запровадження новинок, зокрема, таких як абсолютно нові товари та репозиціоновані товари у 2009-2010рр., що не випускалися підприємством раніше.

Аналіз структури товарних інновацій здійснюють з метою визначення її оптимальності на основі порівняння зі середньогалузевими показниками випуску різних видів нових товарів та структурами інновацій підприємств-конкурентів.

Важливим також є визначення динаміки випуску кожного виду нового товару, які слід співвіднести з аналогічними показниками конкурентів, оцінивши таким чином конкурентоспроможність своєї продукції, власну конкурентну позицію і доцільність зміни маркетингової стратегії та окреслення нових завдань товарної політики.

При здійсненні маркетингового аналізу товарної інноваційної політики предметом такого аналізу може бути новий товар, що вже вийшов на ринок, або новий товар, що знаходиться на певному етапі його розроблення.

Щодо нового товару, який ще не вийшов на ринок, важливо передусім провести аналіз ідеї, взяту за основу його розроблення. Для цього може бути використана рейтингова оцінка, табл.2. Оцінювання ідеї здійснюють експерти на основі врахування переліку критеріїв, за якими вона аналізується, і які мають різну вагомість у загальному результаті оцінки. Якщо рейтинг ідеї становитиме понад 85 балів – вона вважається дуже перспективною, від 70 до 84 – цікавою, від 55 до 69 – такою, що потребує вивчення, менше за 54 – ідею відкидають.

Таблиця 2

#### Рейтингова оцінка ідеї нового товару

Чинники	Вагомість чинника	Оцінка ідеї			Рейтинг ідеї		
		А	Б	В	А	Б	В
1.Пов'язані з ринком	35						
- місткість	10	0,7	0,6	0,4	7	6	4
- ринковий потенціал	5	0,8	0,9	0,5	4	4,5	2,5
- конкуренція	10	0,6	0,9	0,4	6	9	4
- соціально-політичні ризики	10	0,6	0,8	0,6	6	8	6
2.Пов'язані з товаром	25						
- якість	15	0,9	0,8	0,7	13,5	12	10,5
- співвідношення «якість-ціна»	10	0,8	0,9	0,6	8	9	6
3.Пов'язані з виробництвом	20						
- ринок закупівель	10	0,7	0,8	0,7	7	8	7
- стан виробничої бази	10	0,8	0,9	0,6	8	9	6
4.Пов'язані з просуванням та збутом	20						
- рентабельність	10	0,9	0,8	0,7	9	8	7
- витрати на збут	5	0,8	0,9	0,6	4	9	3
- витрати на просування	5	0,7	0,6	0,4	3	3,5	2
разом	100				75,5	86,0	58,0

Як на етапі планування нового товару, так і для нового товару, що вже впроваджено на ринок, важливо здійснювати економічний аналіз. Проаналізувати економічну доцільність випуску та продажу вже наявного на ринку товару можна, беручи до уваги такі показники:

- обсяг продажу нового товару;
- прибуток, що забезпечує продаж нового товару;
- темпи зростання обсягів продажу;
- частка обсягів продажу та прибутку нового товару в загальному продажу продукції;
- рентабельність маркетингових інвестицій у новий товар, яка розраховується як відношення прибутку, яку забезпечує новий товар, до витрат на його розроблення та впровадження на ринок.

Кінцевим етапом планування нового товару після його розроблення, що передуює широкомасштабному виведенню продукції на ринок, є проведення пробного маркетингу для виявлення реакції покупців на новинку. Тому аналіз позиціонування товару, що вже виведено на ринок, з позиції споживачів є важливим напрямом аналізу нового товару. Для його проведення можуть бути використані моделі для аналізу споживчої цінності товару (модель Розенберга та модель з ідеальною точкою), а також методи шкал для оцінювання позиції нового товару серед конкуруючих товарів.

Важливими показниками, які дають змогу визначити правильність позиціонування, вказують на рівень інформованості про новий товар і прямо впливають на обсяги продажу, є:

- показник рівня обізнаності про новинку (частка покупців, що обізнані про новинку в загальному обсязі цільової аудиторії);
- показник пробних покупок (частка покупців-новаторів у загальному обсязі цільової аудиторії);
- обсяг повторних покупок (кількість повторних покупців, помножена на кількість товару, придбаного у процесі кожної купівлі, помножена на кількість покупок за певний період).

На основі результатів тестування нового товару науковці рекомендують аналізувати рівень пробних і повторних покупок для визначення подальших дій щодо нового товару (табл.3).

Таблиця 3

Рівень покупок	Висновки
Пробних - високий, повторних - високий	Товар можна виводити на ринок
Пробних - високий, повторних - низький	Концепція товару відповідає вимогам, але реальні його властивості не відповідають очікуванням клієнтів. Потрібно вдосконалити товар
Пробних - низький, повторних - високий	Товар відповідає вимогам клієнтів, але невміло впроваджується на ринок. Потрібно вдосконалити маркетингову стратегію.
Пробних - низький, повторних - низький	Відмовитися від товару

Таким чином, аналіз товарної інноваційної діяльності за зазначеними напрямками дасть змогу оцінити ефективність інноваційної діяльності та зменшити ризики втрат від випуску нових товарів.

**Список використаних джерел:**

1. Штефанич Д. А., Братко О. С., Дячун О. Д., Лагоцька Н. З. Маркетинговий аналіз: Навчальний посібник /За редакцією д.е.н., професора Штефанича Д.А. – Тернопіль: Економічна думка, ТНЕУ, 2012, 296 с.
2. Мошенський С. З., Олійник О. В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економіч. спеціальностей ВНЗ /За редакцією Бутинця Ф.Ф. – Житомир: ПП Рута, 2007, 704 с.

**УДК 316.3/4 + 316.62**

**Вербицька Галина, к.е.н, доцент**  
**Пшик-Ковальська Оріся, к.е.н, доцент**  
*Національний університет «Львівська політехніка»*  
*м. Львів, Україна*

**ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИМИ  
ПІДПРИЄМСТВАМИ**

**Verbytska Galyna, PhD (Economics), Associate Professor**  
**Pshyk-Kovalska Orysia, PhD (Economics), Associate Professor**

**PECULIARITIES OF BUSINESS COMMUNICATION DURING EXTERNAL  
ECONOMIC ACTIVITIES OF DOMESTIC ENTERPRISES**

Зовнішньоекономічна діяльність є раціональним шляхом виходу вітчизняних компаній із несприятливих умов функціонування, а також одним із способів підвищення їх конкурентоспроможності. Міжнародна діяльність сприяє розширенню можливостей для налагодження прямих, торгових, економічних і виробничих зв'язків з організаціями і фірмами різних країн, а також широких контактів у галузі наукових досліджень, розробки і передачі технологій, в професійної підготовки кадрів.

На жаль, у сучасному діловому оточенні не приділяється належної уваги такому аспекту зовнішньоекономічної діяльності, як організація проведення переговорів із позиції урахування психологічних та національних особливостей іноземних партнерів. Мабуть, це вважається зайвим витрачанням фінансів, зусиль та часу. Але, як правило, керівникам та менеджерам просто бракує елементарних знань про ділове спілкування з іноземними партнерами. Опанування основами ділового спілкування з іноземними партнерами дає змогу налагодити сприятливий психологічний клімат у процесі ділового спілкування та є передумовою створення надійних, тривалих та довірливих партнерських відносин. Також



уміння професійно провести бесіду або переговори підвищує культуру ділового спілкування, забезпечує досягнення бажаної мети, створює гідну репутацію та забезпечує професійний розвиток кожного співробітника.

Проаналізовані літературні джерела та проведені дослідження дозволяють узагальнити та систематизувати національні особливості окремих країн [1-2]. Так турки дуже люблять дарувати й одержувати подарунки. Ніколи не ходять на зустріч з турками, не маючи в своєму розпорядженні запасу часу. Адже діловій розмові обов'язково буде передувати «сохбет» – розмова про те, про се, чай або кава.

Німці акуратні й педантичні. Якщо ви сумніваєтеся в тому, що зможете дотримати всі умови та строки домовленостей з німецькими колегами, краще заздалегідь відмовитися від своїх пропозицій. Німці вміють вести ділові телефонні розмови. Вони не витрачають зайвого часу, на те щоб вступити в розмову. Сам розмова має суто конкретний характер. Пунктуальність і суворе регламентація позначається скрізь.

Сучасна фінська етика комерційної роботи відрізняється надійністю, чіткістю, коректністю і чесністю у відносинах і не поступається німецької в пунктуальність і педантичність.

Японський підприємець прагне до реалізації продукції та отримання прибутку так само, як його американські та європейські колеги, але на відміну від них він намагається привнести в ділові відносини дух гармонії, встановити між партнерами «людські відносини». Знайомство з представником японського бізнесу починається з обов'язкового обміну візитними картками.

Ведення переговорів з китайськими партнерами відрізняється тривалістю – від декількох днів до декількох місяців. Це пояснюється тим, що китайці ніколи не приймають рішень без детального вивчення всіх аспектів. Успіх переговорів вже на першому етапі залежить від того, наскільки вдасться переконати партнера в реальні переваги співпраці з вами. Китайські компанії володіють, як правило, добре підготовленими в комерційному відношенні і досвідченими кадрами, мають у своєму розпорядженні велику кон'юнктуру інформацію і в процесі переговорів часто посилаються на раніше укладені з великою вигодою для себе контракти. У Китаї надають важливе значення налагодженню дружніх, неформальних відносин з іноземними партнерами.

Італійці надають чималого значення неформальним відносинам і з задоволенням проводять час з партнером в неслужбовий час. Крім того, багато питань італійці вважають за краще обговорювати в неофіційній обстановці, наприклад, у ресторанах. Знайомство з представником італійського ділового світу починається з обміну візитних карток.

Перш ніж приступити до встановлення ділових відносин з французькими фірмами, необхідно чітко встановити цілі цих відносин. Французи болісно реагують на використання англійської або німецької мови у діловому спілкуванні з ними, вважаючи, що це обмежує їх почуття національної гідності. При цьому слід пам'ятати, що в діловому житті Франції велику роль відіграють зв'язки і знайомства. Тому зазвичай нові контракти встановлюються через посередників, які пов'язані дружніми відносинами з потрібною вам особою. Еліта ділового світу тут обмежена, нових людей, нікому не знайомих, до себе не допускають. На відміну від американських бізнесменів французькі намагаються уникати ризикованих фінансових операцій. При укладанні контрактів з великими підприємствами основну увагу слід приділити технічними характеристиками і довговічності пропонованих товарів. У Франції багато важливих рішень приймаються не тільки в службовому кабінеті, але і за обіднім столом. У Франції не прийнято звертатися до співрозмовників по імені, якщо тільки вони самі не попросили. Зазвичай вживають «месьє» – чоловікам і «мадам» – жінкам. При знайомстві необхідно представити свою візитну картку. Якщо на зустрічі присутні кілька людей, візитна картка вручається особі, що займає більш високе положення.

Бізнесмени Великобританії – одні з найбільш кваліфікованих в діловому світі Заходу. Англійські бізнесмени, що працюють в промисловості, вміють ретельно і вміло аналізувати ситуацію, що складається на ринку, складати короткострокові та середньострокові прогнози. Англійському бізнесу властиві соціальний консерватизм, відданість ідеям, які мають багатовікову історію. Англійський бізнесмен – це вишколена, ерудована людина, в якій поєднуються висока професійна підготовка і своєрідний політичний інфантілізм. Позиція на переговорах будь-якої англійської фірми, як правило, жорстка. Переговори ведуться з залученням численного фактичного, довідкового і статистичного матеріалу. Хоча британські фірми приймають рішення не так швидко, як, наприклад, європейські, проте ступінь ризику в прийнятому рішенні мінімальна.

Американці вважають, що вони чудово розбираються в бізнесі будь-якої країни і будь-якої національності. Хоча американські бізнесмени мають репутацію незворушних ділових людей світу, проте з ними в багатьох відносинах найлегше мати справу. Це викликано тим, що їх філософія проста. Американці прагнуть заробити якнайбільше і якнайшвидше, використовуючи для досягнення цієї мети такі засоби, як завзята праця, швидкість дій, влада (у тому числі і влада самих грошей). У прийнятті ділових рішень вони, як правило, не керуються сентиментами і вважають, що долар якщо і не Бог, то, принаймні, усемогутній. Таке цілеспрямоване прагнення американців до одержання прибутку часто сприймається як безжалісне.

Аналізуючи ключові параметри успішної підприємницької діяльності за кордоном, доцільно зауважити, що параметр прибутковості має місце в кожній країні, проте найбільш виражений є в США та Японії. Разом із тим спільною рисою для усіх країн при діловому спілкуванні є наявність візитних карток, при цьому бажано на мові тієї країни з якою планується укласти контракти. Отже, варто розуміти, що правильно обраний підхід до кожного окремого випадку або ситуації здатен не тільки поставити підприємство на дуже вигідні позиції в очах іноземного партнера, підвищити повагу, а отже й довіру, але також і змінити на протилежний несприятливий хід переговорів, які зайшли у кут.

#### **Список використаних джерел:**

1. Діброва В.А. Ділове спілкування в розвитку суспільства / В.А. Діброва // Вісник Житомирського державного університету. – 2009. – Випуск 45. – С. 176-179.
2. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібник / Г.Л. Чайка. – К.: Знання, 2005. – 442 с.

#### **УДК 338.2**

**Стус Володимир**  
**Стойко Ігор, к.т.н., доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

### **ЗАСТОСУВАННЯ МЕРЕЖЕВОГО МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ДОСВІДІ КОМПАНІЇ AMWAY)**

**Stus Volodymyr**  
**Stoyko Igor, PhD (Technics), Associate Professor**

#### **APPLICATIONS NETWORK MARKETING IN BUSINESS ACTIVITY (ON EXPERIENCE OF AMWAY)**

За три останні роки інтерес українців до підприємництва виріс на 16% і сьогодні вже 76% співгромадян позитивно ставляться до ідеї самозайнятості. Однак при високій оцінці самої ідеї незалежного бізнесу, це не означає, що так багато людей дійсно готові почати свою справу. Троє з чотирьох наших співвітчизників (77%) бояться зазнати в бізнесі невдачу, що перевищує середній міжнародний показник на 7%.

Топ 5 факторів, що впливають на страх невдачі в бізнесі:

1. Фінансові зобов'язання, банкрутство – 45%.
2. Економічна криза – 23%.
3. Юридичні наслідки, судові процеси – 20%.
4. Необхідність брати на себе відповідальність – 16%.
5. Небезпека розчарувати або втратити сім'ю – 13%.

Цікавий ще один пункт – культура, яка дозволяє потерпіти невдачу, тобто дає право на другий шанс. У середньому 12% опитаних у світі підкреслюють важливість цієї умови. А серйозніше всіх до нього ставляться Мексика (22%) і Данія (21%). Україна, навпаки, демонструє тут найнижчий показник – 2%.

Деякі дослідники вважають, що маркетинг (вивчення попиту) зароджувався тоді, коли стали обмінюватися товаром на товар. Через війну еволюції обміну та механізм виникнення грошей з'явилася новий прошарок суспільства – купці. Їх модель поведінки полягала в формулі «купуй дешевше – продавай дорожче». У основу ділової філософії ліг принцип безперервного обміну товарами. Це було першою хвилею маркетингу, яка поширювалась по світі.

Прямий продаж – це продаж товарів широкого вжитку та послуг безпосередньо споживачам на принципах індивідуальних контактів, як правило, у помешканні клієнта, в його офісі або інших місцях, поза розташуванням постійних місць торгівлі. Прямий продаж, зазвичай, вимагає проведення презентації чи демонстрації товару, під час якої продавець надає клієнту всю необхідну інформацію про цей товар.

Amway, як світовий лідер прямого продажу, тісно співпрацює з державними та регулюючими органами, щоб гарантувати, що продаж продукції Amway та презентації можливостей бізнесу відбуваються належним чином згідно вимог чинного законодавства, етичних норм та враховують специфічні культурні особливості країн, де працює Amway.

Переваги прямого продажу: на відміну від стаціонарних місць торгівлі, прямий продаж – це продаж товарів та послуг безпосередньо споживачеві. Зазвичай прямий продаж передбачає демонстрацію товару та надання рекомендацій з використання продукту.

Прямий продаж дає можливість клієнту детально ознайомитися з товаром, протестувати його та скласти своє власне враження про нього у зручному місці, в зручний час.

Усі товари доставляються безпосередньо споживачеві.

Компанія Amway пропонує можливість започаткувати власну справу, одержувати нові знання, зокрема інформацію про продукти, а також розвивати навички управління власним бізнесом. Доходи незалежних підприємців пропорційні до кількості проданого товару кінцевим споживачам та складаються з торгової націнки та премії, яка залежить від обсягу товарообігу. Незалежний підприємець не отримує прибутку за залучення нового партнера.

Переваги прямого продажу для дистриб'ютора:

- добра нагода зустріти нових людей і розширити своє коло знайомств;
- гнучкий графік роботи, який дозволяє суміщати активну діяльність у прямому продажу з сімейними обов'язками або з навантаженням на основній роботі;

- добра нагода підзаробити грошей;
- шанс відкрити власний бізнес с мінімальним ризиком;
- прибуток відповідає докладеним зусиллям.

Кожен може почати працювати і досягнути успіху з компаніями прямого продажу, незалежно від свого рівня освіти, досвіду, віку, фінансових ресурсів або фізичних можливостей.

Близько 80% підприємців отримали свій перший досвід бізнесу саме в прямому продажі.

Переваги прямого продажу для споживача:

- можливість спробувати чи протестувати продукцію перед купівлею;
- консультація та демонстрація відповідно до індивідуальних потреб;
- персональна доставка до дому;
- можливість повернути товар протягом передбаченого терміну;
- безпосередній контакт та спілкування з продавцем;
- наявність гарантій та післяпродажного обслуговування;
- здійснення покупки у будь-який зручний час.

Прямий продаж є зручним для споживачів продукції, які бажають мати альтернативу магазинам чи іншим традиційним закладам роздрібної торгівлі. Цей метод придбання продукції стає дедалі більш поширеним, адже разом з економією часу, що витрачається на покупки, він надає споживачу доступ до більш широкого спектру товарів, забезпечуючи відповідно високим рівнем сервісу.

Переважає більшість людей, що на даний період із успіхом працюють у мережевому маркетингу, ніколи раніше не займалися продажами товарів та послуг. Роздрібна торгівля в мережевому маркетингу не вимагає спеціалізованої підготовки. Вона складається з трьох етапів: демонстрація і постачання; презентація; продаж. Що з себе ці етапи представляють?

Демонстрація і постачання засновані на трьох складових:

1. У дистриб'ютора є продукція, яку він хоче показати людям.
2. Дистриб'ютор інформує людей, що цей продукт в нього є.
3. Дистриб'ютор подає зрозуміти, що готовий забезпечувати їх цим продуктом.

Зазвичай, дистриб'ютори самі користуються зазначеним продуктом і може продемонструвати це клієнту. Інший спосіб демонстрування продукції – роздавання зразків товару. Демонстрація і постачання теоретично називаються «пасивними продажами».

Другий етап – презентація. Презентація – це перехід від пасивної технології до активної. Аналізуючи цей етап дистриб'ютор сам пояснює співрозмовнику всі переваги продукту, проте рішення про купівлю залишається повністю за споживачем. Іноді

презентація надається протягом двох зустрічей. У першій зустрічі дистриб'ютор розповідає про продукти, потім клієнту дається час. Під час другої зустрічі клієнт ставить запитання та приймає остаточне рішення.

Третій етап – продаж. Зазвичай, у разі, якщо клієнт приходить на зустріч із попереднім наміром купити товар. Під час зустрічі клієнт переконується у потрібних йому властивостях товару, і відбувається угода. Зазвичай цей прийом дистриб'ютори використовують під час роботи на "холодному" ринку, тобто із малознайомими і незнайомими людьми.

Отже, компанії прямих продаж є великим досягненням. Їхня діяльність є ефективним способом просування товарів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дорнан Д. Просто, но не очевидно: Десять вещей, которые я знаю и которые мне следовало знать раньше. – М.: Network 21, 2012. - 240 с.
2. Барбер Девид «Сетевой маркетинг» – М.: Фаир-пресс, 2000. – 192 с.
3. Що таке мережевий маркетинг? Емоційна і раціональна відповідь. [Електронний ресурс]: <http://www.education.ua/ua/articles/436/>.
4. Економічна суть мережевого маркетингу. [Електронний ресурс]: <http://lionspartners.wixsite.com/world/industry>.

**УДК 330**

**Хрупович Світлана, к.е.н, доцент  
Бідось Наталія, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

### **ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Khrupovych Svitlana, PhD (Economics), Associate Professor  
Bidos Nataliia, Master**

### **IMPROVEMENT OF SALES ACTIVITY AS THE BASIS OF FINANCIAL DEVELOPMENT OF ENTERPRISE**

На сьогоднішній день в Україні нараховується близько 12 тис. збиткових підприємств, сума збитків кожного з яких перевищує 100 тис. грн. Так, питома вага збиткових підприємств України на сьогодні складає близько 41%.

За роки незалежності України всі підприємства не змогли відновити свій виробничий потенціал, це було викликано як суб'єктивними, так і об'єктивними причинами. До таких причин можна віднести порушення економічних зв'язків та втрату постачальників і, що

найголовніше, – ринків збуту. Зрозуміло, ці причини досить серйозні, що, в свою чергу, викликає занепокоєння та спонукає керівників підприємств до рішучих дій, які спрямовані на покращення фінансового стану підприємства та його оздоровлення.

Формування попиту і стимулювання збуту розглядається як один із найбільш важливих аспектів роботи маркетологів, тому що тільки раціональне визначення цілей та напрямків комунікацій, а саме: стимулювання збуту, ефективно організована маркетингова діяльність та спрямування зусиль на їх виконання можуть забезпечити фірмі одержання прибутку та досягнення інших цілей. Це є надзвичайно складним завданням в усій маркетинговій діяльності, тому що для реалізації маркетингових цілей ні досконалий товар, ні прийнятна ціна або вдало обрана система розподілу не можуть дати відповідного результату без ефективної системи комунікації зі споживачами.

Для прикладу, візьмемо ПрАТ «Добра вода» – підприємство, яке ще кілька років тому було найпотужнішим виробником питних вод у Західній Україні, а сьогодні через помилки у плануванні маркетингу має проблеми із реалізацією, а, відтак і погіршення фінансової стійкості організації, скорочення виробництва, вивільнення робочих місць. За даними таблиці 1 спостерігаємо тенденцію зменшення ефективності збутової діяльності ПрАТ «Добра вода». Дохід від реалізації продукції значно скоротився протягом трьох років, тобто підприємство не може покрити свої витрати за рахунок доходу від операційної діяльності, що призводить до збиткового фінансового результату. Якщо не вжити заходи по організації збутової діяльності, це може призвести в майбутньому до банкрутства підприємства [1].

*Таблиця 1*

Результат збутової діяльності ПрАТ «Добра вода» за 2013-2015рр.

Показники	2013	2014	2015
1. Чистий дохід від реалізації продукції	19484	17627	12607
2. Собівартість реалізованої продукції	-11466	-12242	-9622
3. Чистий фінансовий результат	-2500	-41585	-44866

Для вирішення даної проблеми потрібно здійснити наступні заходи для удосконалення просування продукції на ринок:

- вивчення ринку, попиту та пропозиції на продукцію народного споживання;
- представлення товарів у необхідному для споживача асортименті, кількості і з відповідною якістю;
- своєчасне, повне і ритмічне забезпечення товарами в різноманітному асортименті посередницьких, роздрібних підприємств, споживачів;

- забезпечення пріоритету споживача, посилення його економічного впливу на постачальника в залежності від надійності господарських зв'язків, якості продукції, що поставляється;

- вихід на нові ринки;
- здійснення маркетингових досліджень ринків;
- підвищення ефективності сервісу;
- швидке реагування на листи та запити клієнтів.

Для ефективного продажу на ПрАТ «Добра вода» доцільно використовувати наступні види знижки на товари: бонусна знижка, або знижка на обіг, надається постійним покупцям в залежності від досягнутого обсягу продажу протягом року; сезонна, надається за придбання товарів або послуг до або після активного сезону його продажу; прогресивна знижка, надається покупцеві за кількість, обсяг покупки; спеціальна знижка надається привілейованим гуртовим покупцям [2].

**Список використаних джерел:**

1.Офіційний сайт ПрАТ «Добра Вода». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dobravoda.com.ua/>

2. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навчальний посібник 2-ге вид., виправл. / Л.О. Шкварчук - К.: Кондор, 2004. - 214 с.



**СЕКЦІЯ 7. ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ЕКОНОМІЧНИХ  
СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЙ СТРАТЕГІЙ  
МЕНЕДЖМЕНТУ УСІХ РІВНІВ**

**УДК 339.138**

**Артеменко Людмила, к.е.н., доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

**РОЛЬ БЕНЧМАРКІНГУ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВА**

**Artemenko Lyudmyla, PhD (Economics), Associate Professor**

**ROLE OF THE BENCHMARKING IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS  
OF ENTERPRISES**

Загострення конкурентної боротьби на глобальному та регіональних ринках породжує проблеми оцінки, вибору та обґрунтування заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства, яка є базовою основою його життєдіяльності та вихідним етапом для розробки стратегічних альтернатив позиціонування на ринку. Це обумовлює пошук нових імпульсів ефективного ведення бізнесу, й одним із таких найсучасніших інструментів конкурентного аналізу є бенчмаркінг.

У зарубіжній науковій літературі зустрічаються різні підходи щодо визначення цього поняття. Деякі вчені розуміють бенчмаркінг, як метод розробки планів щодо продуктивності, який базується на кращих галузевих прикладах та спрямований на підвищення ефективності [1]. Інші – вбачають у ньому корисний засіб досягнення постійного вдосконалення функцій та операцій внутрішньої діяльності підприємства [2]. У вітчизняних працях сутність бенчмаркінгу розглядається як альтернативний структурований процес, який враховує еталонні показники лідерів та копіює їх з метою підвищення конкурентоспроможності. Визначення наведене А. Гончаруком характеризує його, як метод управління ефективністю різних сфер діяльності, а саме: виробництва, логістики, кадрової політики, фінансів, який базується на порівняльному аналізі із лідером галузевої компанії та впровадженні найкращих досягнень у власну діяльність [3, с. с. 253]. Отже, за своє суттю технологія бенчмаркінгу розширює горизонти бачення економічного становища фірми, оскільки зводить в єдину систему процеси розробки стратегії управління, аналізу галузі та конкурентного середовища.

Піонером практичного втілення бенчмаркінгу конкурентоспроможності вважають корпорацію Хегох, яка з метою усунення проблеми зменшення частки ринку, у 1979 році проаналізувала витрати і якість власної продукції, порівнюючи її із товарами японської компанії «Fuji». У сучасності бенчмаркінг став невід'ємною частиною стратегічного

управління глобального простору. Вдале використання даного інструменту притаманне таким корпораціям, як: Eastman Kodak, IBM, AT&T, Bank of America, Vodafone. В умовах поглиблення інтеграційних процесів з ринками країн ЄС постає питання необхідності практики його застосування на вітчизняних підприємствах. Поки що українська концепція бенчмаркінгу використовується у компаніях, де задіяний іноземний капітал, що пояснюється застосуванням міжнародних стандартів якості та прозорістю ведення бізнесу. Серед них: корпорація «Богдан», ЗАТ «Оболонь», «Азовмаш», Луцький підшипниковий завод, компанія «Сандора». Ключовою відмінністю бенчмаркінгу від звичайного порівняльного аналізу із аналогічними бізнес-процесами є систематичний пошук створення власних унікальних конкурентних переваг та прийняття рішень із залученням кращих компанії за межами галузі. Отримана інформація дозволяє побудувати модель ефективного підприємництва, усунути невідповідності та помилки, що слугують бар'єрами його динаміки.

Виділимо основні переваги застосування бенчмаркінгу з позиції підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції:

- виявлення сильних і слабких сторін залежно від зміни ринкових умов, попиту та попозичії;
- підвищення якості, ефективності та продуктивності, які є наслідком науково-технічних та управлінських інновацій;
- забезпечення стабільності партнерських відносин, що сприяє балансу інтересів як бізнесу, так і суспільства;
- зростання частки нової продукції в загальному обсязі реалізації;
- покращення ступеня задоволеності реальних потреб споживачів та репутації фірми;
- підвищення мотиваційних стимулів персоналу;
- запозичення досвіду кращих гравців ринку для створення переваг в конкурентній боротьбі та розробки подальшої стратегії успішного розвитку;
- нарощування конкурентоспроможності підприємства на ґрунті розвитку його топ-характеристик та оптимального поєднання споживчих властивостей товару.

Окрім того, кінцевими результатами у рамках проекту впровадження бенчмаркінгу буде виступати і соціально-економічний ефект, який можна оцінити збільшенням прибутку від продажу інноваційної якісної продукції, зменшенням витрат, впровадженням сучасних моделей та зразків, підвищенням рівня кваліфікації персоналу, а також зростанням рівня прихильності клієнтів до торгової марки.

Разом з тим існує низка причин неготовності українських фірм на шляху до впровадження бенчмаркінгу. До головних із них можна віднести: помилкове розуміння його

призначення та асоціація із комерційним шпигунством або проявом недобросовісної конкуренції; не співставність досвіду вітчизняних підприємств із передовими західними внаслідок різних за своєю суттю методик трактування ключових параметрів успіху; недосконалість понятійного інструментарію, програмного забезпечення; недостатня кількість управлінських та професійних кадрів; відсутність практики пошуку для вибору партнерів; небажання фірм висвітлювати звітну інформацію, її засекреченість або недостовірність.

Відтак, можна стверджувати, що прагнення будь-якої компанії до ефективнішого функціонування бізнесу за світовими стандартами з позицій підвищення рівня конкурентоспроможності, потребує розробки алгоритму проведення бенчмаркінгу, який передбачає залучення партнерського аспекту відносин у всі складові механізми управління таким процесом. У підсумку, враховуючи сучасні трансформаційні тенденції, це сприятиме модифікації якісних характеристик конкурентного позиціонування підприємства та його товарів на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Camp R. C. Benchmarking: the search for industry best practices that lead to superior performance. — New York: Productivity press, 2006. — 299 p.
2. McNair C. J. Benchmarking: a tool for continuous improvement / McNair C. J., Leifried K. H. J. — New York: Wiley, 1995. — 368 p.
3. Гончарук А. Г. Бенмаркінг як метод управління ефективністю підприємства / А. Г. Гончарук // Труды Одесского политехнического университета. – 2007. – Вип. 1 (27). – С. 253–257.

**УДК 338.22 (477)**

**Барановська Ірина, к.е.н.**

*Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України,  
м. Київ, Україна*

### **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНІ**

**Baranovska Iryna, PhD (Economics)**

#### **FORMATION OF PUBLIC STRATEGIC PLANNING IN UKRAINE**

Характер структурних змін, які закладуть основу економічного розвитку України, залежить від ефективності структурної політики, яка має узгоджуватися з стратегією розвитку країни, розробленою на основі використання сучасних підходів до державного стратегічного планування. Як процес формування державної політики, воно стало предметом досліджень українських вчених (О. Берданової, В. Вакуленка, О. Валецького, Я. Жаліла,

В. Ребкала, В. Романова, В. Тертички та ін.), результати яких не знайшли втілення у практичній площині формування системи стратегічного планування в Україні.

Для реалізації актуальних завдань економічного розвитку необхідно випрацювати ініціативи у різних секторах економіки, які дозволять візуалізувати траєкторію перспективних структурних змін і сформуванню бачення майбутньої моделі національної економіки. Вирішення стратегічних завдань розвитку повинно ґрунтуватися на партнерстві влади, бізнесу і громадськості, досвід якого напрацьовано у ЄС і втілено у програмних документах з визначенням індикаторів, що оцінюють хід виконання реформ, термінів і джерел їх фінансування.

Система довгострокового стратегічного планування розвинених країн відрізняється від системи України тим, що його основою в цих країнах є Бачення (Візія) – концептуальний опис бажаного майбутнього, та Національна стратегія розвитку – «дорожня карта», що дозволяє рухатися до такого майбутнього [3, с. 223], яка містить чіткі цілі та шляхи їх досягнення, а також набір заходів, що дозволяють оцінити прогрес в соціально-економічному розвитку.

Основою всієї системи планування в ЄС є Бачення до 2050 року в цілому, за сферами діяльності та країнами. Бачення визначає довгострокові пріоритети і встановлює стратегічні цілі. Для реалізації пріоритетів і цілей у середньостроковій перспективі діє стратегія розвитку ЄС «Європа 2020» [5], яка є основним документом у системі стратегічного планування країн ЄС. Таким чином, простежується узгодження стратегічних планів різних суб'єктів та ієрархічних рівнів: центральних, регіональних та муніципальних; національних та міжнародних; державних та корпоративних тощо [3, с. 224]. Програми національних реформ, Стабілізаційні програми та Програми конвергенції країн ЄС формуються відповідно до загальної стратегії розвитку ЄС «Європа 2020», яка передбачає забезпечити високий рівень зайнятості, продуктивності та соціальної єдності за рахунок синтезу взаємопідсилюючих пріоритетів: розумного, сталого та інклюзивного (всеохоплюючого) зростання. Ключовими елементами стратегії є моніторинг процесу і забезпечення активної участі країн ЄС, що забезпечується завдяки Європейському семестру – річному циклу координації макроекономічної, бюджетної і структурної політики [4].

Для сприяння імплементації пріоритетів стратегії розвитку ЄС «Європа 2020» в Україні при створенні стратегічних документів слід спиратися на досвід країн – нових членів ЄС таких, як Польща, Латвія, Литва, Румунія та Хорватія. Для України після підписання Угоди про асоціацію з ЄС першочерговим завданням є розроблення Національної програми реформ, а також Програми конвергенції згідно з вимогами і рекомендаціями Європейської комісії з урахуванням результатів виконання Плану заходів українського уряду з

імплементції Угоди про асоціацію України з Євросоюзом, Європейським співтовариством з атомної енергії та їхніми державами-членами на 2014–2017 рр. [2].

Дослідження основних змістовних складових понад 20 національних програм реформування країн ЄС [6], пов'язаних з імплементацією пріоритетів стратегії розвитку ЄС «Європа 2020», дозволило виявити, що при їх розробленні використано два підходи до побудови їх структури. Перший підхід застосовано при розробленні національних стратегій сталого розвитку з відображенням у основних складових пріоритетних його сфер, і вже в їх рамках визначенням стратегічних цілей, завдань, індикаторів, ризиків тощо. Другий відповідає базовим засадам стратегічного планування як за змістовними складовими, так і за їх структуруванням [3, с. 229].

Зокрема, цінним для України є досвід стратегічного планування Польщі, система якого охоплює державне прогнозування, стратегічне та індикативне планування, а також програмування соціально-економічного розвитку, що включає розроблення довгострокових, середньострокових, короткострокових прогнозів, підготовку документів концептуального, програмно-стратегічного та проектно-планового характеру. Вона побудована таким чином, щоб документи всіх рівнів координувалися й узгоджувалися за цілями та завданнями як на національному рівні, так і на рівні ЄС.

Аналіз вітчизняного досвіду розроблення та впровадження стратегічного планування дозволяє зробити висновок, що на поточний момент державна система стратегічного планування соціально-економічного розвитку України перебуває на стадії подальшого формування та вдосконалення, проте відносно регламентована на законодавчому рівні. За експертними висновками [1], для наближення вітчизняних стратегічних програм до європейських аналогів необхідним є єдиний понятійний апарат стратегічного планування, через відсутність якого цілі, напрями, пріоритети, завдання, проблеми як категорії не мають загальноприйнятого визначення та розуміння. Розробники програм вкладали у ці категорії своє розуміння різниці між цілями та завданнями, між напрямами та пріоритетами, між проблемами та їх причинами тощо. Внаслідок невизначеності сенсу цих понять порушувалися логічні зв'язки, підпорядкованість та узгодженість між ними. Удосконалена система стратегічного планування дозволить визначити оптимальну модель використання обмежених ресурсів для отримання найвищого ефекту та запропонувати орієнтири для вимірювання ефективності виконавської діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Рекомендації щодо стратегічного планування економічного і соціального розвитку України на довгострокову перспективу [Електронний ресурс] / United Nations Development

Programme in Ukraine. – К., 2012. – 17 с. – Режим доступу : [http://www.undp.org.ua/files/ua\\_59817AMDGP\\_strategic\\_planning\\_ukr.pdf](http://www.undp.org.ua/files/ua_59817AMDGP_strategic_planning_ukr.pdf).

2. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про імплементацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони» від 17.09.2014 р. № 847-р [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/847-2014-p#n12>.

3. Структурні трансформації в економіці України: динаміка, суперечності та вплив на економічний розвиток : наукова доповідь / [Шинкарук Л. В., Бевз І. А., Барановська І. В. та ін.] ; за ред. Л. В. Шинкарук ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2015. – 304 с.

4. Europe 2020 [Electronic resource] / European Commission. – Access mode : [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm).

5. Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth [Electronic resource] / Communication from the Commission. – Brussels, 2010. – 32 p. – Access mode : [http://ec.europa.eu/commission\\_2010-2014/president/news/documents/pdf/20100303\\_1\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/president/news/documents/pdf/20100303_1_en.pdf).

6. Europe 2020. Country-specific Recommendations 2011 [Electronic resource] / European Commission. – Access mode : [http://ec.europa.eu/europe2020/making-it-happen/country-specific-recommendations/2011/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/making-it-happen/country-specific-recommendations/2011/index_en.htm).

**УДК 338.242.4**

**Борейко Володимир, д.е.н., доцент**  
*Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. академіка С. Дем'янчука,  
м. Рівне, Україна*

## **ШЛЯХИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ЕКСПОРТЕРІВ**

**Boreyko Volodymyr, Dr. Econ. Sc., Associate Professor**

### **WAYS OF STATE SUPPORT OF DOMESTIC EXPORTERS**

Економіка України переживає сьогодні складні часи, які пов'язані з переорієнтацією країни із східного на західний вектор розвитку. В цих умовах вітчизняні товаровиробники, які в значній мірі втратили ринки збуту продукції в Російській федерації, намагаються їх освоїти на Заході. Проте, на цих ринках їх не ждуть з розпростертими руками. Там панує жорстка, досить часто, не зовсім добросовісна конкуренція, в якій можуть вижити тільки найбільш напористі підприємства, які працюють над підвищенням якості продукції.

Однак їм важко орієнтуватися в незнайомих умовах. Тому, державні інституції повинні розробити механізми підтримки вітчизняних товаровиробників-експортерів.

Ще на початку ХХ століття відомий український економіст М. І. Туган-Барановський зазначав, що: «Загалом, сучасний господарський розвиток веде до об'єднання капіталу в господарські організації все більші та більші. Безперечно, це викликає деякі хоробливі явища, до котрих не повинна байдуже ставитися суспільна влада. Сучасна держава не боїться діяльно вмішуватися в господарське життя і вона має цілковиту змогу усувати шкідливий вплив капіталістичних організацій різного роду» [1, с. 140].

Це дало підстави Дж. М. Кейнсу зробити висновок, що сучасні ринки, через вплив на них монополій і олігополій, неконкурентні, а тому і нездатні автоматично регулювати попит і пропозицію, які відіграють визначальну роль в циклічному розвитку економіки, особливо співвідношення між цінами і заробітною платою. Оскільки ринок не здатний до саморегуляції, держава повинна відігравати активну роль у здійсненні цього завдання [2, с. 171].

Спираючись на цей висновок, країни зацікавлені в нарощуванні експорту своєї продукції запроваджують різноманітні механізми підтримки підприємств-експортерів. Так, наприклад, Німеччина ще у п'ятдесяті роки ХХ століття забезпечила стимулювання експорту за рахунок грамотної кредитної політики та страхування ризиків експортерів [5, с. 10].

При цьому, для стимулювання експорту Західна Німеччина практично відразу після свого створення у 1949 році стала на шлях надання кредитів не тільки власним експортерам, але й іноземним покупцям на умовах більш пільгових для імпорту, ніж кредити конкурентів. Завдяки такій політиці експортери ФРН почали відновлювати свої довоєнні позиції на світовому ринку ще у 50–60 роки ХХ століття.

Важливе місце серед державних заходів сприяння експорту в Німеччині посідає страхування експортних кредитів. Уряд бере на себе відшкодування збитків за всіма застрахованими операціями. Сутність гарантій полягає в тому, що державні органи відшкодовують збитки, які виникають у результаті виробничого та експортного ризиків експортера, за мінусом частки ризику, яку несе сам експортер. Частка експортерів у покритті збитків становить 15 % у випадку експортного ризику і 10 % – у випадку виробничого ризику.

Гарантійна ситуація у випадку виробничого ризику настає, коли одержувач державної гарантії втрачає можливість виробляти продукцію через те, що його іноземний приватний кредитор розорився, або іноземний партнер-державна організація протягом 6 місяців не зробила оплату авансу, або через зміну політичної ситуації в країні-імпортері.

Гарантійна ситуація у випадку експортного ризику настає, коли імпортер виявився неплатоспроможний, країною-імпортером введено мораторій, заборону платежів або переводу фінансових засобів, а також конфіскації товарів державними органами країни-імпортера, знищення чи пошкодження товарів під час їх транспортування та через політичні ситуації (воєнні конфлікти).

Зазначені заходи, вже у 70-і роки ХХ століття за виробництвом валового національного продукту (ВНП) на душу населення вивели ФРН на друге місце в світі після США, а у 1986 році – на перше місце в світі за експортом продукції, який у 1988 перевищував  $\frac{1}{4}$  обсягу ВНП [4, с. 44–46]. Тому цей період в розвитку Німеччини називають «економічним чудом» [4, с. 8].

Період з 1954 по 1962 рік в Італії також називають періодом «чудес». У ці роки Італія прикладала додаткові зусилля для збільшення експорту. Для цього використовувалися заходи з прямого (відміна або скорочення податків для підприємств-експортерів, державне фінансування закупівель сировини та освоєння передових технологій) і непрямого (створення умов для більш повного використання переваг робочої сили) стимулювання експорту. Це дозволило Італії до 1958 року забезпечити позитивне сальдо платіжного балансу, а в 1972 році довести долю експорту в обробній промисловості до 50 %. Таким чином, Італія протягом 14 років (з 1945 по 1959 рік) завдяки виваженій, експортоорієнтованій економічній політиці забезпечила створення передумов для стабільного розвитку країни на майбутні десятиліття та входження її в коло найрозвинутіших країн світу [5, с. 35–39, 53].

Післявоєнний японський уряд також твердо став на позицію політики сприяння експорту. Уряд запропонував різні види стимулів, таких, як кредитні пільги, таксові концесії, гарантії покриття від 60 до 90 % можливих втрат експортерів у випадку виникнення, передбаченого законодавством, страхового випадку. Процентні ставки за експортними кредитами в Японії, як правило, суттєво нижчі тих, які складаються на ринкові капіталів (різниця досягає 4 %). Уряд Японії створив компанію ДЖЕТРО (Японська Експортна Торгова Організація), яка перебуває в його власності і займається обробкою експортної інформації [6, с. 31].

При цьому японська економіка орієнтується на експорт високотехнологічної продукції: 99 % експорту становить продукція обробної промисловості, з якої майже 75 % – машини, обладнання і транспортні засоби. Експерти відводять головну роль у стрімкому зростанні експортної торгівлі індустріальній політиці японського уряду [6, с. 29].

Завдяки експортній орієнтації значних успіхів в економічному розвитку досягли також країни Південно-Східної Азії: Гонконг, Південна Корея, Сінгапур, Тайвань, Індонезія, Малайзія, Таїланд. У кожній із цих країн для заохочення розвитку необхідне було втручання уряду – часто систематичне і з використанням цілої низки каналів. Політика державного втручання набула багатьох форм: цільового субсидованого кредиту певним галузям економіки, державних інвестицій у прикладні дослідження, накреслення планів експорту для



конкретних фірм чи галузей промисловості, розвитку установ експортного маркетингу і широкого обміну інформацією між державним та приватним секторами [3, с. 67].

За рахунок експорту забезпечив стрімке зростання своєї економіки також Китай. Якщо у 1970 роках його експорт зростав на скромні 3,4 % на рік, то протягом 1979–1988 років – на 14,1 %. При цьому 70 % всього експорту становила продукція промисловості. Цьому сприяла ліквідація у 1979 році державної монополії на зовнішню торгівлю. Для звільнення зарубіжних інвесторів та експортерів від бюрократичної експертизи по всьому Китаю були створені спеціальні економічні зони (зони обробки експорту). Також були запроваджені різноманітні експортні субсидії [3, с. 80–84].

Таким чином, всі зазначені вище країни використовуючи механізми державної підтримки експортерів забезпечили зростання своїх економіки. Тому Україні, яка сьогодні освоює нові для себе ринки збуту продукції, необхідно скористатися досвідом тих країн, які за рахунок фінансової та правової підтримки вітчизняних товаровиробників-експортерів та споживачів їхньої продукції з інших країн, вийшли на провідні позиції в світі, що дозволить і нашій країні забезпечити зростання національної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Туган-Барановський М. І. Політична економія. Курс популярний / М. І. Туган-Барановський. – К. : Наукова думка, 1994. – 496 с.
2. Кейнс Дж. М. Трактат про грошову реформу. Загальна теорія зайнятості, процента та грошей / Дж. М. Кейнс. – К. : АУБ, 1999. – 189 с.
3. Майер Джеральд М. Основні проблеми економіки розвитку / Джеральд М. Майер, Джеймс Е. Раух, А. Філіпченко. – К.: Либідь, 2003. – 688 с.
4. ФРГ / Отв. ред. Г.А. Буланов. – М. : Международные отношения, 1990. – 128 с.
5. Спессо Р. Итальянская экономика с послевоенных лет до наших дней. – М. : Мысль, 1984. – 118 с.
6. Эти невероятные японцы / Под ред. Кузьмина И. А. – М. : ФОЗБ, 1992. – 208 с.

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ВИРОБНИЧО-ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Oryeva Kateryna, PhD (Economics), Associate Professor**  
**Kramarenko Alisa, PhD (Economics), Associate Professor**

### **IMPROVING BUSINESS MODEL OF PRODUCTION-TRADING COMPANY**

Бізнес-модель є сучасним прогресивним інструментом реалізації стратегій менеджменту в умовах динамічного та непередбачуваного ринкового середовища. Бізнес-модель – це спосіб, який підприємство використовує для створення цінності та отримання прибутку. Для забезпечення та посилення конкурентної позиції підприємство повинно сформуванати і реалізувати ефективну, унікальну бізнес-модель.

В умовах глобалізації трансформація бізнес-моделей великої кількості сучасних виробничо-торгівельних підприємств, не тільки в Україні, але й в світі, повинна відбуватись у відповідності до тенденції переважання торгівельного функціоналу над виробничим або взагалі переходу від виробничо-торгівельного формату до чисто торгівельного.

Якщо на підприємстві може не бути поставлене бізнес-процесне управління, то сама бізнес-модель у будь-якого підприємства завжди існує, навіть якщо вона не ідентифікована за видом та не формалізована через ланцюг бізнес-процесів. Більшість сучасних наукових праць з бізнес-процесного управління в умовах глобалізації та динамічності бізнес-середовища [1, 2, 4-7, 9, 10] присвячені ланцюгу бізнес-процесів, їх інжинірингу та реінжинірингу. Автори цих публікацій часто подають інформацію у складній для сприйняття формі. В процесі власного дослідження особливостей вдосконалення бізнес-моделей виробничого-торгівельних підприємств, автори приділили більше уваги ідентифікації виду бізнес-моделі підприємства і намагались подати інформацію в більш спрощеному форматі для сприйняття науковців і особливо для підприємців, які нерідко розчаровуються в досягненнях управлінської науки при намаганні застосувати наукові напрацювання в своїй підприємницькій діяльності.

За спрощеною класифікацією [3] всі бізнес-моделі можна поділити на три основні види:

- логістичні бізнес-моделі (IKEA, McDonald's);
- бізнес-модель, орієнтована на продукт (BMW, Dior, Victoria's Secret);
- бізнес-моделі, орієнтовані на рішення (IBM, Pictet, SwissRe).

Кожна з наведених бізнес-моделей має свої ключові бізнес-процеси та драйвери цінності. За переліком основних характеристик зазначених бізнес-моделей та ціннісною пропозицією для споживачів, в процесі власного дослідження українських торгівельно-виробничих підприємств різних галузей авторами було виявлено, що тут частіше діють бізнес-моделі, орієнтовані на рішення. Дані підприємства здійснюють значні крос-продажі, які сьогодні є популярним та ефективним способом збільшення виторгу. Цим підприємствам притаманні гнучкість і швидкість при розробці маркетингових управлінських рішень. Нерідко для досягнення високого результату необхідна тісна робота з клієнтом, яка створює цінність, адже чим глибше маркетингове рішення, тим воно якісніше і тим вище «вартість виходу» для клієнта.

Отже, більшість сучасних українських виробничо-торгівельних підприємств орієнтована на споживача та ключовим процесом їх бізнес-моделі є саме взаємовідносини з клієнтами: вони усвідомлюють хто є їх ключовими клієнтами, правильно підбирають критерії для оцінки і всі свої рішення орієнтують на ці критерії. Такі підприємства вимагають від своїх співробітників єдиного розуміння цілей підприємства та політики відносин з клієнтами.

В результаті проведеного дослідження особливих недоліків в бізнес-моделях українських виробничо-торгівельних підприємств не виявлено. Вони працює досить успішно і перспективні з точки зору можливого переходу до чисто торгового формату діяльності, тому змінювати їх вид не має сенсу, але доцільно внести деякі корективи. Вбачається доцільним переглянути драйвери цінностей бізнес-моделі. Дієва комбінація драйверів цінностей дозволяє досягати ефективності одразу у всіх силах, які створюють цінності бізнес-моделі. Виходячи з цього виникла пропозиція підвищення захисту цінності за рахунок «бар'єрів для перемикання споживачів», які несуть високі постійні витрати перемикання при зміні постачальників.

Одними з інструментів створення високих бар'єрів перемикання є програми лояльності. Необхідною умовою досягнення лояльності споживачів є формування їх задоволеності, яка базується не тільки на виконанні, але й на перевершенні очікувань споживачів. Відповідно на підприємстві повинні бути розроблені та впроваджені ефективні програми мотивації співробітників, особливо тих, хто безпосередньо працює зі споживачами. Тому виробничо-торгівельним підприємствам доцільно провести дослідження існуючих методик вимірювання лояльності споживачів і працівників підприємства, а також розглянути можливість створення постійно діючих програм лояльності.

Таким чином, при реалізації наданих рекомендацій сучасні українські виробничо-торгівельні підприємства мають великі шанси досягти прогнозованих доходів та відносно їх стабілізувати за рахунок ще більшого покращення взаємовідносин з клієнтами.

Перспективним напрямом подальших досліджень вбачається формування науково-практичних рекомендацій бізнес-поводження виробничо-торгівельних підприємств в рамках дифундування глобальних тенденцій еволюції аутсорсингу та інсорсингу [8] в українську економіку та реалії ведення бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Афонасова М.А. Перспективы повышения конкурентоспособности российских предприятий на основе инновационных классификаций всех бизнес-моделей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.econf.rae.ru/pdf/2011/08/afonasova.pdf>.
2. Лоттенбах Д. Бизнес-модель как ДНК. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nsg.agency/blog/business-model-kak-dnk-kompanii/>.
3. Лоттенбах Давид. Создание и оживление бизнес-моделей. Практическая логика построения и развития великих бизнес-моделей: Презентационные материалы специального бизнес-класса для лидеров. – К.: , 2009. – 125 с.
4. Лоттенбах Д. Цифровой тюнинг бизнеса: Как улучшить бизнес-модель компании при помощи цифровых технологий // Управление компанией. – Київ: Стандарт, 2010. – № 6. – С. 18-29.
5. Маллинс Джон, Комисар Рэнди. Поиск бизнес-модели. Как спасти стартап, вовремя сменив план. – Манн: Иванов и Фебер. – 2012. – 336.
6. Маркидес К. Новая модель бизнеса: Стратегии безболезненных инноваций. Москва: Альпина Паблишерз. – 2010. – 298 с.
7. Остервальдер Александр, Пинье Ив. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора. – М: Альпина Паблишер. – 2012. – 288 с.
8. Першко Л.О. Аутсорсинг та інсорсинг в управлінні інтегрованим формуванням // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України, № 1, 2011. – С. 449-465.
9. Печерский А. К новой бизнес-модели – главное не застрять на полпути // КОМПАС промышленной реструктуризации. – № 1, 2004. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://consulting.ru/244mgmt1>.
10. Сакацкий В.А., Курепина Е.А. Инновационная бизнес-модель как фактор достижения конкурентных преимуществ фирмы // Управленческое консультирование. – 2010. - № 3. – С.133-145.

## **СВІТОВИЙ КОНКУРЕНТНИЙ ПРОСТІР В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ**

**Podvirna Tetiana, PhD (Economics)**

### **WORLD COMPETITIVE SPACE IN INTEGRATION CONDITIONS**

Зростанням попиту на інтеграцію ознаменувався періодом кінця XX - початком XXI століть, масштабним розширенням ЄС, розвитком регіонального інтеграційного співробітництва у Північній і Південній Америці, Південно-Східній Азії та Африці, на пострадянському просторі. Одночасно з кількісними змінами у інтеграційному процесі відбувалися істотні якісні зрушення, які потягли за собою модифікацію умов, принципів, мотивації, форм інтегрування країн. Ці зміни привели до появи нових тенденцій розвитку міжнародної економічної інтеграції: розширення та поглиблення інтеграційної співпраці; ускладнення змісту інтеграційних угод; зміни суб'єктної структури інтеграційних груп; виникнення проміжних форм інтегрування, в цілому відображає загальну закономірність різношвидкісної та різнорівневої інтеграції.

Корінні зміни в інтеграційному розвитку об'єктивно зумовлені ускладненням міжнародних економічних відносин під впливом глобалізації, транснаціоналізації, зростання потреби в інноваційному розвитку, загострення проблем формування багатосторонньої торговельної системи у рамках СОТ. Ці процеси активно впливають на світовий конкурентний простір, формують нові якісні характеристики конкурентного середовища з ускладненими та переплітаються внутрішніми зв'язками, з посиленням ролі на них нових гравців: країн, регіонів, регіональних торгово-економічних об'єднань, спільно беруть участь в механізмах конкуренції, кооперації і партнерства.

Зміни у інтеграційній взаємодії обумовлені як мінімум двома обставинами:

по-перше, посиленням кризових проявів у світовій економіці. В таких умовах участь держав у інтеграційних союзах створює додаткові можливості, непорівнянні з можливостями окремої країни. Роль та місце країн на міжнародній арені у певній мірі залежать від їх здатності брати участь та ефективно взаємодіяти у інтеграційних утвореннях, відстоюючи при цьому національні інтереси. Приймаючи рішення про вступ або розширенні економічних зв'язків з тим або іншим інтеграційним об'єднанням, потенційні члени не можуть обійти проблеми забезпечення економічної безпеки країни, підтримки конкурентоспроможності її господарюючих суб'єктів як в глобалізованому світовому господарстві, так і у системі міжнародної економічної інтеграції;

по-друге, ускладненням, зміною умов та характеру міжнародної конкуренції. Конкуренція набуває розширений формат, включаючи не тільки економічних гігантів з числа розвинених країн та корпорацій, але і цілі інтеграційні об'єднань. Саме загострення міжнародної конкурентної боротьби вимагає, щоб система пріоритетів, які об'єднують держави, створювала більш сприятливі та стійкі основи для спільного соціально-економічного та геополітичного розвитку, була орієнтована на підвищення національної конкурентоспроможності, яка в умовах інтегрованої господарської системи перетворюється на конкурентоспроможність міжнародних інтеграційних об'єднань. Таким чином, розуміння конкурентних переваг, рушійних сил та чинників успіху або невдачі інтеграційних ініціатив стає одним із важливих завдань сучасних досліджень процесів розвитку світової економіки.

У реаліях глобальної конкуренції володіння конкурентоспроможністю є основою та одночасно умовою виживання (мінімум) і лідерства (максимум) на мікро-, мезо - та макрорівнях. Зростання конкурентоспроможності в умовах інтеграції слід очікувати внаслідок синергічного ефекту від лібералізації, встановлення єдиних договірно-правових правил та норм. Іншими словами, міжнародна інтеграція національних господарств - спосіб, метод, шлях до посилення національної конкурентоспроможності. У той же час у розглянутій проблемі є й інший ракурс. Конкурентоспроможність - це важливий прискорювач інтеграційних процесів, що спонукає країни до знаходження свого місця у інтеграційних об'єднаннях.

Участь в інтеграційних союзах для країн-учасниць передбачає більш ліберальні умови торгових відносин, тобто фактично пом'якшує умови конкуренції. Однак часто таке пом'якшення виступає не фактором успіху, а «разовим проривом» у економічній динаміці. Вирішальним фактором підвищення конкурентоспроможності країн-учасниць, спонукальним мотивом стає приріст економічних результатів за рахунок участі в інтеграційних процесах.

Позитивне

Позитивний вплив останніх на конкурентоспроможність економік країн-учасниць виявляється у випадку, коли економічна інтеграція виступає як глибокий процес структурних перетворень у економіці країн, що інтегруються, в результаті яких виникає якісно новий інтегрований простір. Тобто зміна якості економічного простору, що тягне за собою для учасників стійкий інтерес, включаючи елементи коопераційної, інвестиційної, технологічної новизни, стає основою конкурентоспроможності глобального економічного об'єднання. Саме цих складових поки не вистачає у взаєминах країн - членів ЄАЕС.

Сучасний розвиток світової економіки характеризується різким загостренням міждержавної конкурентної боротьби, формуванням нових сфер конкуренції, коли більш жорстке суперництво на традиційних ринках стає не під силу окремій державі або

корпорації. Це обумовлює необхідність кооперації як матеріально-фінансових, так і виробничих зусиль територіально пов'язаних країн, дозволяє зміцнити свої позиції в глобалізованій економіці, використовувати потенціал великого економічного простору, нарешті, виступати єдиною силою проти спільних конкурентів на світовому ринку. У результаті має місце не просто певні пов'язані національно-державних інтересів, але і піднесення їх до рівня регіональних інтересів.

**Список використаних джерел:**

1. Solow R.M. 2000. Growth Theory: an exposition. New York Oxford. Oxford University Press, 101 p.
2. World Investment Report, 2015. URL: <http://worldinvestmentreport.org/>

**УДК 631.153.5**

**Щербина Юлія, асистент**  
*Миколаївський національний аграрний університет*  
*м. Миколаїв, Україна*

**ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Scherbyna Yuliia, Assistant**

**TAX MANAGEMENT IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF  
AGRICULTURAL ENTERPRISE**

На сьогоднішній день сільськогосподарські підприємства різних форм власності стикаються з проблемою надмірного податкового навантаження, яке в кінцевому рахунку призводить до погіршення діяльності суб'єктів господарювання. Виходячи з цього, можна зазначити, що сільськогосподарським підприємствам необхідно розробляти систему управління податковим фактором, який повинен стати невід'ємною складовою частиною фінансового менеджменту. У сучасній економічній літературі вище зазначену систему визначають як податковий менеджмент, завдяки якому підприємство може планувати свою діяльність та бути прибутковим.

Питання податкового менеджменту ставали предметом дослідження як вітчизняних так і зарубіжних науковців. Серед них: В. Мартиненко, К. Фуга, Ю. Гринчук, В. Гринчук. Проте зазначена тема і надалі залишається актуальною та потребує подальшого дослідження, як з теоретичної так і з практичної точок зору.

Податковий менеджмент має на меті розробку та реалізацію податкової стратегії, поєднання оптимального податкового тиску і максимальних досягнутих результатів підприємства. Вирішує важливі задачі, котрі стоять перед сільськогосподарськими підприємствами (рис. 1) [1].

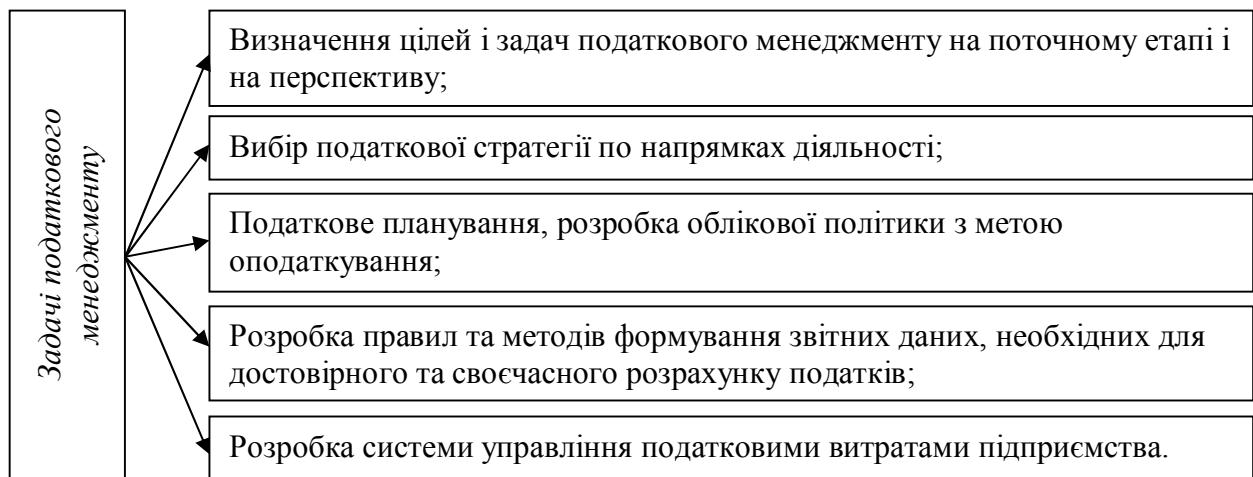


Рисунок 1 – Основні задачі податкового менеджменту

Джерело: побудовано з використанням матеріалів [1]

Ефективність податкового менеджменту можна визначити за допомогою ряду коефіцієнтів. Загальна схема розрахунку передбачає відношення сукупності податкових витрат або окремих складових до обсягу продажів, собівартості чи прибутку сільськогосподарських підприємств. Кожне підприємство може самостійно розробляти свої власні коефіцієнти ефективності податкового менеджменту. Однак, найбільш часто використовується загальний коефіцієнт ефективності оподаткування (формула 1) [2].

$$K_{\text{пм}} = \frac{Ч_{\text{п}}}{\Sigma_{\text{п}}}, \quad (1)$$

де:  $K_{\text{пм}}$  – коефіцієнт податкового менеджменту;

$Ч_{\text{п}}$  – чистий прибуток, що залишається у розпорядженні сільськогосподарського підприємства;

$\Sigma_{\text{п}}$  – загальна сума сплачених податків сільськогосподарським підприємством у звітному періоді.

Враховуючи вище зазначену формулу 1, проведемо розрахунок коефіцієнта ефективності податкового менеджменту у СТОВ «Жовтневе» Березнегуватського району за 2013-2015 рр. (табл. 1).

Провівши розрахунки табл. 1, можемо зазначити, що податковий менеджмент СТОВ «Жовтневе» був ефективним у 2014 р., оскільки коефіцієнт був більше 1, але у звітному 2015 р. коефіцієнт ефективності податкового менеджменту дещо знизився та становив 0,8. Причиною цього стало зменшення чистого прибутку сільськогосподарського підприємства, тощо.



Розрахунок коефіцієнта ефективності податкового менеджменту  
у СТОВ «Жовтневе» Березнегуватського району

Роки	Чистий прибуток, тис.грн	Загальна сума спланичених податків, тис.грн	Розрахунок коефіцієнта ефективності податкового менеджменту	Коефіцієнт податкового менеджменту с.-г. підприємства
СТОВ «Жовтневе»				
2013	-357,4	1159,5	X	X
2014	1298,7	1272,5	1298,7/1272,5	1,0206
2015	968,3	1195,2	968,3/1195,2	0,8102

Джерело: розраховано та побудовано на основі власних досліджень, з використанням податкової звітності СТОВ «Жовтневе» Березнегуватського району

Отже, можемо відмітити, що в Україні поняття «податковий менеджмент» є ще новим та до кінця не дослідженим. На сьогоднішній день, податковий менеджмент ще не набув широкого поширення серед суб'єктів господарювання. Варто відмітити, що діяльність зарубіжних сільськогосподарських підприємств є більш ефективною і спрямована на досягнення кращих результатів. Податки сплачуються добросовісно, чого не можна сказати про українські підприємства, оскільки кожен намагається як можна частіше ухилятися від сплати податків. Таке явище не можна назвати ефективним податковим менеджментом, оскільки це все, як правило, приводить до негативних наслідків. Причиною таких негативних явищ, являється недовіра платників податків до податкових органів. В той час, як зарубіжний досвід ґрунтується на співробітництві податкових органів із суб'єктами господарювання.

З усього вищезазначеного можна зробити висновок, що у сільськогосподарських підприємствах податковий менеджмент не набув свого розвитку. Причиною цього є нестача коштів. Оскільки за ведення податкового менеджменту треба сплачувати кошти обізнаним спеціалістам в цій справі, а на сьогоднішній день майже всі сільськогосподарські підприємства шукають шляхи зменшення витрат, тощо.

#### Список використаних джерел:

1. Мартиненко В. П. Податковий менеджмент суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки [Електронний ресурс] / В. П. Мартиненко// Режим доступу : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14308/1/7.pdf>.

2. Фуга К. С. Сутність податкового менеджменту на підприємстві [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/7.1/281.pdf>.

3. Гринчук Ю. С. Податковий менеджмент в системі управління підприємством [Електронний ресурс] / Ю. С. Гринчук, В. Ю. Гринчук // Режим доступу : <http://magazine.faaf.org.ua/podatkoviy-menedzhment-v-sistemi-upravlinnya-pidpriemstvom.html>.

**СЕКЦІЯ 8. ПАРАДИГМИ ПОСИЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТА  
ІНВЕСТИЦІЙНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В  
НАЦІОНАЛЬНІЙ ТА МІЖДЕРЖАВНІЙ ПЛОЩИНАХ**

**УДК 330.341.1:658.5**

**Андрушків Богдан, д.е.н., професор  
Приставський Тарас, магістр**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

**КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ МЕБЛЕВОГО  
ПІДПРИЄМСТВА**

**Andrushkiv Bogdan, Dr. Econ. Sc., Professor  
Prystavskiy Taras, Master**

**KEY DIRECTIONS OF INTENSIVE DEVELOPMENT FURNITURE  
ENTERPRISES**

Ефективне функціонування ринкової економічної системи зумовлено наявністю конкурентного середовища, за якого всі суб'єкти господарювання, у т.ч. і підприємства меблевого виробництва, мають рівні законодавчо визначені можливості для здійснення господарської діяльності. Для кожного підприємства важливим є його конкурентні пріоритети, які за різними параметрами забезпечують йому ринкову перевагу над конкурентами. Ці переваги можна розглядати з точки зору ефективності виробництва, раціонального використання ресурсів, об'єктивного розподілі доходів, тобто рівнем інтенсивного розвитку підприємства.

Фактори інтенсивного розвитку підприємства тісно пов'язані з поняттям його інноваційної діяльності. Інтенсифікація (від лат. *Intensio* – напруга, зусилля і *facio* – роблю) трактується як процес розвитку суспільного виробництва, заснований на застосуванні більш ефективних знарядь і предметів праці, більш досконалих форм організації праці й технологічних процесів відповідно до досягнень науково-технічного прогресу і на найбільш повному й ощадливому використанні всіх факторів виробництва.

У даному контексті варто відзначити, що згідно даних Державної служби статистики України у 2014 р. менше 1% від загального обсягу фінансування інноваційної діяльності промисловості припало на підприємства з виробництва меблів, при чому за рахунок власних коштів – 89,2% та кредиту – 10,8%, а кошти державного бюджету для фінансування інноваційної діяльності підприємств з виробництва меблів, оброблення деревини та виробництва виробів з деревини не залучались. Тобто це дає поштовх для висновків про те, що питання розвитку (особливо інноваційного) меблевих підприємств залежить виключно

від них самих.

Необхідно відзначити, що в цілому вітчизняна галузь меблевої промисловості має високий потенціал. Особливо це стосується підприємств, які скористалися можливістю і захистили свою продукцію відповідними сертифікатами і зробили переоснащення виробництва [1]. Окрім того, впровадження нових технологічних процесів на підприємствах (табл. 1), як відомо, призводить до підвищення рентабельності продукції і виробництва загалом.

Таблиця 1

Кошти на впровадження нових технологічних процесів, тис. грн

Обсяг фінансування	Всього			З них маловідходних, ресурсозберігаючих		
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Промисловість, у т.ч.:	1727	1808	1145	645	690	424
– меблеве виробництво	35	37	6	26	30	4
– оброблення деревини та виробництво виробів з деревини	20	9	4	15	6	2

На даний час загально визнано, що впровадження нових технологій є найефективнішою формою інтенсивного підприємства. Поряд з цим слід погодитися, що в сьогоднішніх складних умовах господарювання не кожне підприємство має можливість впроваджувати нові технології, тому, вважаємо за необхідне приділяти максимум зусиль на удосконалення та розвиток операційної діяльності підприємства.

Загалом розрізняють три форми інтенсивного розширеного виробництва: фондомістку, фондозберігаючу і нейтральну [2]:

1. При фондомісткій формі інтенсифікації виробництва підвищення продуктивності праці досягається у результаті збільшення витрат виробничих фондів у розрахунку на одиницю продукції.

2. При фондозберігаючій формі вивільняються додаткові ресурси засобів виробництва для прискорення темпів розвитку виробництва. Таким чином, зростання продуктивності праці випереджає зростання фондоозброєності праці, в зв'язку з чим поліпшується використання виробничих фондів, підвищується ефективність виробництва.

3. Нейтральна форма характеризується тим, що хоча підвищення продуктивності праці досягається за рахунок додаткових витрат матеріалізованої праці, її економія компенсує такі витрати, що призводить до зростання виробничих фондів.

Особливе місце у формуванні інтенсивного типу розвитку підприємств займають такі ключові (основні) напрями:

- впровадження передових організацій і технологій виробництва;
- впровадження системи наукової організації праці;

- механізація і автоматизація процесу управління виробництвом.

Крім основних факторів, можна виділити так звані другорядні, які безпосередньо впливають на ефективність виробництва, що зумовлюється:

- зростанням рівнем кваліфікації, умінь і навичок кожного працівника;
- економією часу на перехід від одного виду діяльності до іншого;
- спеціалізацією і можливістю автоматизації процесу виробництва.

Резюмуючи вищевикладене, вважаємо, що пріоритетним напрямом у меблевій промисловості й надалі повинна залишитись реалізація проектів зі створення та модернізації підприємств із виготовлення високоякісних меблів за новітніми технологіями. Позитивним чинником успішного функціонування на ринку повинно стати впровадження систем та прогресивних методів управління виробництвом і бізнесом (система ощадного виробництва, теорія обмеження систем).

#### **Список використаних джерел:**

1. Мельник Л. Організаційно-економічний механізм управління забезпеченням конкурентоспроможності підприємства меблевого виробництва [Електронний ресурс] / Л. Мельник, А. Грод // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 2 (7). – С. 200-208. – Режим доступу до журн. : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12mlmpmv.pdf>.
2. Интенсивные факторы развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://msd.com.ua/ekonomika-predpriyatiya/intensivnye-factory-razvitiya>.

**УДК 658.5**

**Мазур Олександр, к.е.н., ст.н.с.**

**Пустовойт Сергій, к.т.н., ст.н.с.**

*Інститут електрозварювання ім. Є. О. Патона НАН України,  
м. Київ, Україна*

### **ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО ЧИННИКА В ПІДВИЩЕНІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**Mazur Oleksandr, PhD (Economics), Senior Researcher**  
**Pustovoyt Sergiy, PhD (Technics), Senior Researcher**

### **INNOVATION FACTOR IN INCREASE OF FIRMS COMPETITIVENESS**

Розвиток української економіки здійснюється під впливом інтеграційних процесів у глобальний економічний простір, які вимагають удосконалення системи господарювання, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, та здатності підприємств вчасно реагувати й адаптуватися до змін економічного середовища. Одним з ключових загально визначених чинників завоювання й

утримання конкурентних переваг є підвищення конкурентоспроможності за допомогою впровадження інновацій на виробництві за рахунок випуску інноваційної продукції, освоєння інноваційної техніки та технологій, застосування інноваційних форм і методів управління діяльністю підприємства. Підвищений рівень витрат при розробці інновацій, а також значні витрати та високий рівень ризику при виведенні інноваційної продукції на ринок стримують інноваційну діяльність підприємств.

Економічний стан багатьох українських підприємств є незадовільним, що зумовлено їхньою низькою конкурентоспроможністю – не здатні конкурувати на зовнішніх світових ринках збуту та витісняються вже й із внутрішнього ринку. Це насамперед є наслідком того, що в інноваційній сфері вітчизняні підприємства знаходяться в невідгідній ситуації в порівнянні з підприємствами економічно розвинених країн. В Україні питанням впровадження інновацій, створенню сприятливого підприємницького середовища, вдосконаленню податкової та фінансово-кредитної систем не приділяють достатньої уваги, не забезпечують сприятливий інвестиційний клімат. Наслідком такої зневаги є низький науково-технічний рівень продукції, низька якість та великі виробничі витрати.

Для створення та широкого застосування конкурентоспроможних на світовому ринку нових технологій та наукоємної продукції, посилення впливу інноваційних факторів на структурну перебудову економіки було прийнято рішення про створення і функціонування в Україні технологічних парків, головною метою яких є діяльність щодо виконання інноваційних проектів, виробничого впровадження наукоємних розробок та високих технологій. Економічною основою створення й функціонування українських технопарків є спеціальний режим, що надається виконавцям інноваційних проектів та передбачає надання різних видів державної підтримки – податкових, митних та фінансових (табл. 1).

*Таблиця 1*

Державна підтримка проектів технологічних парків

Вид підтримки	Закон № 991 – XIV від 16.07.99 р.	Закон № 3333 – XIV від 12.01.06 р.	Податковий кодекс
Цільові субсидії			
Звільнення від сплати:			
– податку на прибуток	Діяла	Діяла	Скасовано
– ПДВ	Діяла	Скасовано	Скасовано
– мита	Діяла	Діяла	Діє
– ПДВ при імпорті товарів	Діяла	Скасовано	Скасовано

Сплата ПДВ податковим векселем при імпорті нового обладнання, устаткування та комплектуючих – 720 днів, матеріалів – 180 днів	–	Дія призупинялась в 2008, 2009 рр.	Скасовано
Фінансова підтримка проектів технопарків			
– повне або часткове безвідсоткове кредитування	–	Не виконувалась	Скасовано
– повна або часткова компенсація процентів за кредитами	–	Не виконувалась	Скасовано
Прискорена амортизація основних фондів	Діяла	Діяла	Скасовано

Дієва державна підтримка інноваційної діяльності забезпечила економічну зацікавленість підприємств у впровадженні інноваційних розробок вітчизняних науковців. В 2000–2004 роках технопарками разом з підприємствами було зареєстровано та виконано 108 інноваційних проектів. Виконання цих проектів в умовах спеціального режиму оподаткування дозволило підприємствам значно прискорити впровадження інновацій та їхній вихід на ринок. Створено стабільні об'єкти виробництва конкурентоспроможної інноваційної продукції, які постійно нарощують обсяги випуску й перерахування коштів до бюджету і позабюджетних фондів. Підвищено експортний потенціал національної економіки і зниження її залежності від імпорту високотехнологічної продукції забезпечують позитивний зовнішньоекономічний баланс за номенклатурою продукції технопарків.

В якості прикладу ефективного впровадження інноваційних розробок українських науковців та, як наслідок, отримання підприємством конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках можна навести інноваційні проекти Каховського заводу електрозварювального заводу, зокрема, з організації виробництва машин для стикового контактного зварювання високоміцних рейок швидкісних залізниць. Реалізація проекту дозволила підприємству зайняти лідируючі позиції на зовнішньому ринку зварювального обладнання з продажу стаціонарних та підвісних машин з часткою відповідно 60 % та 95 %. Інноваційна продукція в загальному обсязі реалізованої підприємством продукції становила в середньому 36,53 % за роки виконання проекту (таблиця 2). Частка експорту в обсязі реалізованої інноваційної продукції становила 59,5-88,5 % (в середньому 78,4 %). У перебігу виконання проекту було експортовано інноваційної продукції на 154,29 млн. грн.

Слід зазначити, що подібних результатів було досягнуто у перебігу виконання більшості інноваційних проектів. З урахуванням досвіду виконання проектів можна стверджувати, що, по-перше, у досягненні конкурентоспроможності підприємства важливим є пошук та вибір таких інновацій, які створять конкурентні переваги. По-друге, дієва

державна підтримка інноваційної діяльності підприємства стимулює впровадження інновацій у виробництві. Зменшення державної підтримки негативно впливає на перебіг інноваційного процесу та призводить до згорання на підприємствах програм з оновлення виробництва.

Таблиця 2

Техніко-економічні показники виконання інноваційного проекту

Показники	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	6 рік	Всього
Реалізація інноваційної продукції (ІП), млн. грн., усього	36,19	30,85	33,15	35,16	35,70	25,8	196,85
у т.ч. експорт	27,60	18,38	25,87	28,85	29,80	23,81	154,29
Обсяги імпорту, млн. грн.	4,63	0,74	5,95	1,86	0,36	0	13,54
Баланс експорт-імпорт, млн. грн.	+22,97	+17,64	+19,92	+26,99	+29,44	+23,81	+140,75
Частка експорту в обсязі реалізованої ІП, в %	76,3	59,5	78,0	82,1	83,5	88,5	78,4
Частка ІП в загальному обсязі реалізованої продукції, в %	37,0	41,2	37,41	35,57	35,45	34,06	36,53
Бюджетний баланс, млн. грн., ±	-2,22	+2,27	-0,66	+2,16	+4,06	+2,45	+8,02
Створено нових робочих місць, од.	0	79	0	10	29	10	128

Без інноваційного чинника забезпечення конкурентоспроможності стає неможливим. Значну роль в забезпеченні та підвищенні конкурентоспроможності підприємств відіграє інноваційна продукція яка є результатом виконання інноваційних проектів в умовах спецрежиму інноваційної діяльності технопарків. З метою відновлення діяльності існуючої мережі технопарків та інших інноваційних структур, поновлення інноваційного розвитку підприємств необхідно вжити кардинальні заходи щодо вдосконалення нормативно-законодавчого регулювання їх діяльності, удосконалити систему фінансування інноваційних розробок при створенні дослідно-промислових зразків нової техніки, запровадити нові форми кредитування інноваційних розробок з залученням механізмів приватно-публічного партнерства при їх впровадженні у промисловості.

**УДК 336**

**Максимчук Соломія, магістр  
Панухник Олена, д.е.н., професор**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

**ОЦІНКА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»**

**Maksymchuk Solomiia, Master  
Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor**

**EVALUATION OF INNOVATION ACTIVITY PJSC CB «PRIVATBANK»**

Заснований в 1992 році, комерційний банк ПриватБанк є лідером банківського ринку країни. За даними дослідження GfK Ukraine у першому кварталі 2016 року нас вважають

основним банком 41,5 % клієнтів – фізичних осіб, що більше, ніж у наступних за нами двадцяти восьми банків разом взятих. Серед корпоративних клієнтів цей показник становить 31,5 %.

ПриватБанк є одним з найбільш інноваційних банків світу. Наприклад, понад десять років назад банк став одним із перших у світі, що почав використовувати одноразові SMS-паролі. До останніх інновацій, які отримали визнання по всьому світі, належать такі продукти, як платіжний міні-термінал, вхід в Інтернет-банкінг через QR-код, онлайн-інкасація, а також десятки різноманітних мобільних додатків [1].

Частка ПриватБанку на ринку послуг для фізичних осіб за 2015 рік показана на рис. 1.

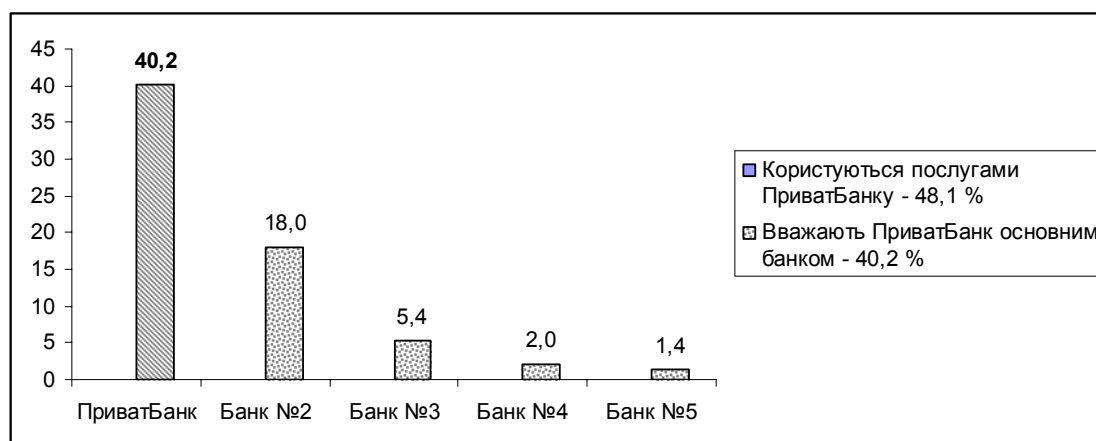


Рисунок 1. Частка ПриватБанку на ринку послуг для фізичних осіб, % [1]

Отже, співставивши (у відсотках) до всіх опитаних, визначено, що послугами даного банку користуються 48,1 % фізичних осіб країни, а основним банком вважають – 40,2 % осіб.

Частка ринку ПриватБанку в розрізі послуг показана в табл. 1 [1]. За даними таблиці, на першому місці, серед послуг ПриватБанку для фізичних осіб, знаходяться платежі через термінал самообслуговування (85,5 %), на другому – Інтернет-банкінг (79,2 %), та на третьому – банківські картки за кредитом (78,7 %).

Таблиця 1

Частка ринку ПриватБанк в розрізі послуг для фізичних осіб [1]

Назва послуги	Частка ПриватБанку (% від користувачів відповідних послуг), %
Банківські пластикові картки	60,8
Банківські картки з кредитом	78,7
Банківські депозити	54,1
Платежі через термінал самообслуговування	85,5
Грошові перекази (відправка/отримання)	55,7
Інтернет-банкінг	79,2
Оплата товарів та послуг у відділеннях банку (крім комунальних)	59,1
Оплата комунальних платежів, послуг зв'язку та інших регулярних платежів за останні 12 місяців	29,8
Операції обміну валюти	64,4



Про ефективність управління даного банку щодо мінімізації ризиків свідчать наступні показники (табл. 2) [1].

Таблиця 2

Оцінка фінансових ресурсів ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2011-2014 роки [1]

Назва показника (млн. грн.)	2014 рік	2013 рік	2012 рік	2011 рік
Активи	212813	176842	149328	127113
Капітал	24497	22539	21263	16747
Зобов'язання	188316	154303	128065	110366

Отже, визначено, що протягом 2011-2014 років сума активів банку становила: за 2011 рік – 127113 млн. грн.; за 2012 рік – 149328 млн. грн. (на 22215 млн. грн. більше за суму 2012 року); 2013 рік – 176842 млн. грн. (на 27514 млн. грн. більше, ніж сума 2012 року); 2014 рік – 212813 млн. грн. (на 35971 млн. грн. більше за суму 2013 року). Сума капіталу банку протягом аналізованого періоду мала наступні зміни результатів: 2011 рік – 16747 млн. грн.; 2012 рік – 21263 млн. грн. (на 4516 млн. грн. більше від суми 2011 року); 2013 рік – 22539 млн. грн. (на 1276 млн. грн. більше від суми 2012 року); 2014 рік – 24497 млн. грн. (на 1958 млн. грн. більше, ніж сума 2013 року). Тенденції зобов'язань даного банку змінилися наступним чином: за 2011 рік даний показник дорівнював 110366 млн. грн.; за 2012 рік – 128065 млн. грн. (на 17699 млн. грн. більше за суму 2011 року); за 2013 рік – 154303 млн. грн. (на 26238 млн. грн. більше, від суми 2012 року); за 2014 рік – 188316 млн. грн. (на 34013 млн. грн. більше, ніж сума 2013 року).

#### Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт ПАТ КБ «ПриватБанк». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua>.

**УДК 330.322**

**Мельник Людмила, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

### **ВИДИ, ФОРМИ ТА ДЖЕРЕЛА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОВАЙДИНГУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**Melnyk Lyudmyla, Master**

### **TYPES, FORMS AND SOURCES OF INVESTMENT PROVAYDING FOR INNOVATION ACTIVITY OF ENETRPRISES**

Інноваційний розвиток вітчизняних підприємств вимагає активізації інвестиційних процесів. Однак, можливості підприємств щодо впровадження інновацій різні, що зумовлено передусім існуючими ресурсними обмеженнями, особливо фінансовими. Тому належне

інвестиційне забезпечення інноваційного процесу – одне з основних завдань інноваційної діяльності підприємства.

Джерелами фінансової підтримки інноваційної діяльності є: кошти Державного бюджету України; кошти місцевих бюджетів; власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб; інші джерела, не заборонені законодавством України [1]. Формами інвестування інноваційної діяльності є: державне (комунальне) інвестування, що здійснюється органами державної влади або органами місцевого самоврядування за рахунок бюджетних коштів та інших коштів відповідно до закону; комерційне інвестування, що здійснюється суб'єктами господарювання за рахунок власних або позичкових коштів з метою розвитку бази підприємництва; соціальне інвестування, що здійснюється в об'єкти соціальної сфери та інших невиробничих сфер; іноземне інвестування, що здійснюється іноземними юридичними особами або іноземцями, а також іншими державами; спільне інвестування, що здійснюється суб'єктами України разом з іноземними юридичними особами чи іноземцями.

У праці [2] подано наступну класифікацію інвестиційних ресурсів для фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств:

1. За правом власності: власні, позикові, залучені.
2. За групами джерел залучення стосовно підприємства: інвестиційні ресурси, сформовані із внутрішніх чи зовнішніх джерел.
3. За натурально-речовинною формою залучення: інвестиційні ресурси у грошовій, матеріальній та нематеріальній формах.
4. За характером участі інвестора в інвестуванні: прямі та непрямі інвестиційні ресурси.
5. За періодом залучення: інвестиційні ресурси, залучені на довгостроковій, середньостроковій чи короткостроковій основі.
6. За національною приналежністю власників капіталу: інвестиційні ресурси, сформовані за рахунок вітчизняного, іноземного чи спільного капіталу.
7. За цільовими напрямками використання (об'єктами вкладення): інвестиційні ресурси, призначені для використання в процесі реального, фінансового, інтелектуального чи інноваційного інвестування.
8. Залежно від форми власності інвесторів на ресурси, що інвестуються: державні, приватні чи змішані (колективні) інвестиційні ресурси.
9. За забезпеченням окремих стадій інноваційного процесу: м інвестиційні ресурси, що забезпечують передінвестиційну, інвестиційну чи постінвестиційну стадію.

10. Залежно від учасників інвестування: інвестиційні ресурси індивідуальних чи корпоративних інвесторів, фінансово-кредитних установ, урядових інституцій.

Оскільки інноваційну діяльність визнають однією з форм інвестування [3], а також враховуючи джерела фінансування, суб'єктів інвестування, об'єктів інвестування та/або його спрямування – отримання прибутку або досягнення іншого соціального ефекту, основними формами інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів господарювання в сучасних умовах є: державне інвестування (бюджетне); самофінансування (за рахунок власних інвестиційних ресурсів суб'єктів господарської діяльності); кредитне інвестування (за рахунок позикових джерел коштів); інвестиційне та венчурне фінансування (за рахунок залучених ресурсів); нетрадиційні джерела інвестування; змішане інвестування.

Державне фінансування інноваційної діяльності відбувається через фінансування наукової та науково-технічної діяльності і підтримку інноваційної діяльності суб'єктів господарювання за рахунок коштів бюджету та позабюджетних цільових фондів. Його питома вага в структурі джерел фінансування є незначною [4]. Самофінансування як спосіб фінансування інноваційної діяльності передбачає збільшення частки власних джерел інвестиційних ресурсів у фінансуванні інноваційних проектів підприємств. У країнах з розвинутою ринковою економікою рівень самофінансування вважається високим, якщо питома вага власних джерел досягає 60% і більше від загального обсягу фінансування інноваційних витрат [5]. Крім власних фінансових ресурсів, важлива роль у інвестуванні інноваційної діяльності належить позиковим коштам (банківський кредит, кредити небанківських фінансово-кредитних установ, кредити міжнародних організацій, прями й портфельні інвестиції). Поруч з традиційними банківськими технологіями – кредитами, необхідно ширше застосовувати нетрадиційні способи фінансування інноваційних проектів – франчайзинг, лізинг, факторинг, форфейтинг.

Отримання можливості залучати інвестиційні ресурси з різних джерел дозволить підприємствам відносно вільно маневрувати структурою цих ресурсів, вибираючи їх оптимальні комбінації. Все це створюватиме необхідні умови для переміщення доходів з низькотехнологічних сегментів економіки у високотехнологічні та сприятиме переходу до моделі інноваційного розвитку національної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Федулова Л. І. Інноваційний розвиток промисловості України: тенденції та закономірності / Л. І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №3. – С. 82-94.
2. Товт Т. Й. Інвестиційне забезпечення інноваційної діяльності машинобудівних підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Товт Тетяна Йосипівна ; Нац. ун-т “Львів. політехніка”. – Л., 2011. – 213 с.

3. Федулова Л. І. Інноваційна економіка : підручник / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 480 с.

4. Офіційний веб-сайт Державного агентства з питань електронного урядування України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dknii.gov.ua>

5. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія / В. В. Зянько. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 397 с.

**УДК 339.137.2**

**Радинський Сергій, к.е.н., доцент**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

## **СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Radynskyy Sergiy, PhD (Economics), Associate Professor**

### **INNOVATION STRATEGY OF ENTERPRISES DEVELOPMENT**

На етапі планування та визначення стратегічних альтернатив важливим є визначеність із типом обраної стратегії, адже від цього залежатиме повноцінний успіх інноваційної діяльності в перспективному періоді. Навіть фінансово успішна компанія буде відчувати проблеми, якщо вчасно не зуміє передбачити зміни ринкового середовища і своєчасно адаптуватись до них.

Досвід зарубіжних і вітчизняних господарюючих суб'єктів свідчить, що процес стратегічного управління складається з таких двох основних стадій: вироблення загальної та функціональних стратегій.

Загальна стратегія передбачає вироблення мети, призначення, сфер діяльності підприємства, стратегічну діагностику його середовища; визначення основних планових показників – стратегічних цілей; поглиблений аналіз ринку (сегментація ринку, оцінка привабливості сегментів і т.п.). Це цілком природно, оскільки підприємство – відкрита система, і може вижити тільки тоді, коли буде задовольняти певні потреби споживачів.

Основними стратегічними цілями, як показують численні дослідження, є: обсяги продажу, темпи зростання, частка ринку, прибуток.

Загальні стратегії можуть мати активний та пасивний характер, або частково включати обидва типи стратегій (комбінована).

Активна (наступальна) стратегія характеризується постійним розширенням діяльності, освоєнням нової продукції, пошуком конкурентних переваг, пасивна – концентрацією на певному сегменті ринку та їх захистом. Наступальний тип інноваційної стратегії характерний для підприємств, що володіють власними науково-дослідними

підрозділами, або спроможні виділити значні кошти на придбання об'єктів інтелектуальної власності. В рамках цього типу інноваційної стратегії можна виділити, користуючись термінологією Бланка І. А. [1, с.62] два варіанти: «все нове сам» і «швидкий другий».

Реалізація стратегії «все нове сам» характерна для підприємств повного інноваційного циклу, інновації тут створюються і впроваджуються власними силами.

Стратегію «швидкий другий» реалізують підприємства, що спостерігають за діяльністю своїх конкурентів, швидко підхоплюють і реалізують впроваджені ними інновації. Придбані інновації, як правило, мають форму патентів, ліцензій.

Пасивна (оборонна) стратегія може бути рецептивною і адаптивною. Для рецептивної характерне обмеження інновацій, використання вже перевірених управлінських рішень і методів. Адаптивна, навпаки, зорієнтована на пошук нових рішень і прагнення утриматися серед новаторів.

Функціональні стратегії – маркетингова, виробнича, фінансова, кадрова та інноваційна стратегії повинні забезпечити виконання завдань, сформульованих на корпоративному рівні з максимальною ефективністю.

Функціональні стратегії передбачають комбінований характер, оскільки модифікуються в залежності від рівня завдань та типу ринку до якого пристосовується підприємство. Комбінована інноваційна стратегія спрямована на швидке закріплення на ринку та переходу із розряду оборонної стратегії в наступальну. Вибір інноваційної стратегії обумовлений базовою стратегією розвитку господарюючого суб'єкта, адже інноваційний розвиток визначається як процес господарювання, що спирається на неперервний пошук способів і сфер використання потенціалу у рамках розробленої стратегії поведінки.

У практиці підприємництва можливо і прямо протилежне, тобто інновації можуть вплинути на стратегічну спрямованість політики підприємства. На малих і середніх підприємствах сільськогосподарського машинобудування часто трапляється так, що єдина інновація надовго визначає розвиток усього підприємства.

У зв'язку з тим, що загальна та функціональна інноваційна стратегії взаємопов'язані, існують залежності між основними цілями підприємства і напрямками його інноваційної діяльності. Так, ріст конкурентоспроможності бізнесу передбачає вдосконалення асортименту продукції або його ріст за рахунок нової продукції; скорочення витрат виробництва, зниження негативного впливу на навколишнє середовище і забезпечення екологічної безпеки виробництва досягається за рахунок впровадження енергозберігаючих, безвідходних технологій тощо.

Отже, інновації на підприємстві зумовлюються економічною необхідністю, оскільки підтримка належного рівня конкурентоспроможності в сучасних умовах неможлива без

інвестицій у НДДКР, розробку або придбання нових технологій, освоєння випуску нових продуктів, розвиток каналів збуту, підтримку позитивного іміджу торгової марки тощо. Крім того, в умовах обмеження ресурсів для відшкодування витрат, які постійно зростають, підприємства опиняються перед проблемою пошуку різних шляхів і можливостей збільшення обсягів продажу та зростання прибутку. Найефективнішим способом є інновації. Відповідно, конкуренція на їх основі викликає потребу розробки стратегії інновацій, яка стосується всіх підсистем підприємства і зводиться до певного стратегічного набору (портфеля) інноваційного змісту.

Обгрунтовано обрана та відповідно змістовно наповнена стратегія інновацій – як певний стратегічний набір (портфель) рішень із забезпечення інноваційного процесу на підприємстві на всіх його рівнях та для всіх складових бізнес-процесів – є запорукою тривалого успіху будь-якого підприємства і засобом забезпечення його конкурентної стійкості. Цьому мають слугувати чітка типологізація та детальна декомпозиція інноваційної стратегії за різними її складовими, які демонструють її місце у структурі стратегічного набору (портфеля) підприємства та в системі забезпечення його конкурентоспроможності. Корисними також будуть і наші дослідження доступних, зрозумілих методик генерації та верифікації її альтернатив, відібраних нами серед найбільш придатних для реалізації[2, с.55-56].

#### **Список використаних джерел:**

1. Бланк И.А. Управление прибылью. / И.А.Бланк – К.: «Ника-Центр», 1998. – 544 с.
2. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії підприємства : теоретико-методологічні засади / О.І. Ковтун // Економіка України. – 2013. - №4. – С. 44-56.

**УДК 336**

**Рудакевич Марія, д.н. з держ.упр., професор  
Безпалько Іванна, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

### **НАУКОВИЙ ПАРК ЯК ЕЛЕМЕНТ УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ МОДЕЛІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**Rudakevych Mariia, Dr. in Public Administration, Professor  
Bezpalko Ivanna, Master**

### **RESEARCH PARK AS AN ELEMENT OF SUCCESSFUL FUNCTIONING OF INNOVATIVE INVESTMENT MODEL OF NATIONAL ECONOMY**

Науковий парк – науково-виробничий комплекс, до якого входить дослідний центр і виробнича зона, що прилягає до нього, де на орендних чи інших умовах розташовані наукоємні фірми.

Однак сучасні засоби комунікації, в т. ч. Інтернет, сучасні системи зв'язку та передачі інформації, дозволяють об'єднати просторово розрізнені елементи парку в одне ціле, тому можна очікувати появи «віртуальних» об'єднань, кластерів.

У розвитку «наукових парків» чітко простежуються два етапи: 60-і роки, коли виникло більшість «наукових парків» на їх «батьківщині» – в США – і з'явилися зародкові їх форми в західноєвропейських країнах – Великобританії, Франції, ФРН. У 80-і роки, з початку яких стало формуватися «другого покоління» технопарків у США і Західній Європі, з'явилися технопарки і в країнах, де їх раніше не було (Японії та країнах Далекого Сходу).

Отже, є три моделі розвитку Наукового парку – американська (США, Великобританія), японська (Японія) та змішана (Франція, ФРН).

Основні цілі наукового парку:

- зацікавленість у розвитку спільної інноваційно-інвестиційної, наукової, науково-дослідницької, науково-технічної, освітньої, виробничої діяльності;
- реалізація інноваційних та інвестиційних проектів;
- створення широкої міжнародної інфраструктури по реалізації продукції та послуг;
- можливість створення дієвої маркетингової політики;
- налагодження тісних міжнародних зв'язків;
- створення нових видів продукції на основі прогресивних технологій та інноваційних проектів [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. «Науковий парк – інноваційні перспективи»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/2241/nauka\\_park.pdf](http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/2241/nauka_park.pdf).

**УДК 336**

**Рудакевич Марія, д.н. з держ.упр., професор**

**Возна Ірина, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

### **НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ ІННОВАЦІЇ – ГОЛОВНИЙ ФАКТОР СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**

**Rudakevych Mariia, Dr. in Public Administration, Professor**

**Vozna Iryna, Master**

### **SCIENTIFIC-TECHNICAL INNOVATION - THE MAIN FACTOR OF REGIONAL SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT**

Характерними особливостями інновації є: науково-технічна новизна, застосування у виробництві, комерційна реалізація.

Продукт діяльності наукових парків – технологічні інновації, що охоплюють нові продукти, технології, процеси, а також їх значні технологічні зміни (не лише у промисловому виробництві, а й у інших галузях діяльності, наприклад, нові методи енергоощадних технологій, нові методи дослідження навколишнього середовища тощо).

Інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення та оновлення номенклатури і поліпшення якості виготовлюваної продукції (товарів, послуг), вдосконалення технологій їх виготовлення з наступним впровадженням та ефективною реалізацією на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Перші українські технопарки функціонують майже 10...11 років: «Напівпровідникові технології і матеріали, оптоелектроніка і сенсорна техніка», «Інститут електрозварювання ім. Е. Патона» (м. Київ), «Інститут монокристалів» (м. Харків), які почали працювати з 2000 р.

Наукові парки – форми інтеграції науки з промисловістю – відносяться до розряду територіальних науково-промислових комплексів.

Мета наукового парку:

- розвиток науково-технічної та інноваційної діяльності;
- ефективне та раціонального використання наявного наукового потенціалу;
- розвиток матеріально-технічної бази для комерціалізації результатів наукових досліджень;
- впровадження проектів на вітчизняному та закордонному ринках;
- залучення інвестицій в бюджет області;
- реалізація власних інноваційних проектів;
- впровадження інноваційних науково-дослідних робіт в виробництво;
- створення наукоємкого об'єднання з конкурентною продукцією та технологіями на міжнародних ринках [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. «Науковий парк – інноваційні перспективи»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/2241/nauka\\_park.pdf](http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/2241/nauka_park.pdf).



## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Frolenko Roman, PhD (Economics), Associate Professor**

### **MANAGEMENT OF ENTERPRISES INNOVATION EXPENSES**

На сучасному етапі інноваційна діяльність стала невід'ємною складовою будь-якого економічного процесу. Сучасна економічна практика вимагає встановлення чіткого взаємозв'язку між обраною підприємством стратегією конкурентної боротьби та існуючою на підприємстві системою управління витратами. В цьому контексті інструментарієм стає грамотно організований та ефективно здійснюваний процес стратегічного управління витратами. Підґрунтям для розробки та впровадження такого механізму є визначення інноваційної діяльності як форми адаптації підприємств до впливу чинників зовнішнього середовища з урахуванням векторів розвитку технічної, економічної та організаційної складових інвестиційного потенціалу підприємства [3].

На сьогоднішній день інноваційна діяльність вітчизняних підприємств знаходиться на досить низькому рівні, про що свідчить кількість інноваційно активних підприємств, яка за останні роки не перевищувала 11% від загальної кількості промислових підприємств. У той же час, дослідження чинників, які стримують інноваційну діяльність показало, що головними з них є: брак власних коштів (80,1%) та значні витрати на нововведення (55,5%)[2, с.47].

Управління інноваційними витратами, як і управління загальними витратами підприємства, має носити превентивний характер: частково здійснюватися до того як витрати були понесені, а частково вже у момент їх виникнення. Загальною метою управління витратами необхідно визначити не їх мінімізацію, а «ефективніше використання ресурсів підприємства, їхню економію та максимізацію віддачі» на всіх етапах діяльності підприємства

Таким чином, управління інноваційними витратами спрямоване на забезпечення балансу запланованих та витрачених інноваційно-інвестиційних ресурсів, а розробка положень та інструментарію з управління інноваційними витратами має бути націлено на безперервне пристосування рівня інноваційних витрат до умов, які швидко змінюються. Тому управління інноваційними витратами зазвичай в економічній літературі представлено як послідовну реалізацію управлінських функцій за трьома взаємопов'язаними етапами:

стратегічному, тактичному та оперативному, що відбивають логічний взаємозв'язок вирішення задач управління і між якими відбувається постійна взаємодія.

В цілому, механізм управління витратами інноваційної діяльності являє собою сукупність прийнятих допущень, цілей і процедур, за допомогою яких здійснюється реалізація функцій управління витратами.

Управління витратами насамперед передбачає складання бюджету інноваційного проекту, який показує, скільки необхідно витратити фінансових засобів на його розробку та впровадження впродовж усього періоду його здійснення. Розробляючи бюджет підприємства, важливо визначити характер і ступінь контролю за його фінансовими ресурсами.

Ухвалення бюджету інноваційного проекту, як правило, проходить декілька етапів. Спочатку менеджер проекту розглядає програму досліджень і з економістом складає бюджет, враховуючи масштаби, потребу в кадрах та інвестиціях. Потім він складає проект бюджету, обговорює його з вищим керівництвом.

У разі необхідності плановий чи фінансовий відділи вносять зміни, корективи, розбивають за статтями витрат та періодами реалізації. На завершальному етапі остаточний варіант бюджету затверджують. Для того, щоб бюджет як інструмент планування та контролю застосовувати максимально ефективно, науковці рекомендують передбачити розподіл витрат у часі за кожним видом робіт у розрізі можливих варіантів використання засобів: нормальний, прискорений чи уповільнений [1].

Оскільки інноваційний проект здебільшого розраховують на декілька років, то бюджет першого року деталізують поквартально і помісячно, а бюджети майбутніх років планують з визначенням річних витрат за окремими статтями, адже можливі корективи внаслідок зміни вартості робіт, цін, податків тощо.

На основі загального бюджету формують плани окремих виконавців. Та врешті результати інноваційної діяльності чітко передбачити всеодно нереально, тому обсяги запланованих коштів зазвичай не збігаються з фактичними витратами. Багато в чому обсяги витрат на інноваційну діяльність залежать від ефективності функціонування механізму управління цими витратами.

Управління витратами на виробництво класичних видів продукції та витратами на інноваційні процеси потребує застосування різних методів. Особливістю управління витратами на здійснення інноваційної діяльності є те, що впровадження у виробничий процес нових технологій потребує перегляду існуючих нормативних витрат та зумовлює необхідність вдосконалення існуючих чи розробки нових методів управління інноваційними

процесами та об'єктами, які б відображали їхню специфіку, були певною мірою унікальними для кожного окремого об'єкта управління.

Остаточний вибір методу управління витратами необхідно проводити з урахуванням особливостей фінансово-господарської діяльності підприємства, організаційної структури підприємства, особливостей облікового процесу та масштабності інноваційної діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Занько В. В. Механізм управління витратами інноваційної діяльності / В. В. Занько, Дун Чживей [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11276/621.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
2. Рета М. В. Аналіз сучасних методів управління інноваційними витратами підприємства / М. В. Рета // Бізнес Інформ. – 2011. - №9. – С. 47 - 50
3. Селіванова Н.М. Особливості управління витратами інноваційної діяльності / Н.М. Селіванова [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/1474/>

**УДК 336**

**Химич Ірина, к.е.н., доцент  
Лісова Оксана, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

### **ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ**

**Khymych Iryna, PhD (Economics), Associate Professor  
Lisova Oksana, Master**

#### **EVALUATION OF INNOVATION IN UKRAINE: FINANCIAL ASPECTS**

Протягом 2015 року інноваційну діяльність в промисловості здійснювали 824 (7,3 %) досліджуваних промислових підприємства.

Серед регіонів, в яких частка інноваційно активних підприємств була вищою за середню в Україні були: Миколаївська, Харківська, Кіровоградська, Івано-Франківська, Запорізька Херсонська, Сумська, Одеська, Львівська та Тернопільська області.

В розрізі видів економічної діяльності слід виокремити підприємства з виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів (47,5 %); автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів (38,2 %); комп'ютерів, електронної та оптичної продукції (37,5 %); інших транспортних засобів (36,1 %); коксу та продуктів нафтоперероблення (28,6 %); електричного устаткування (28,2 %).

За 2015 рік на інновації підприємства витратили 13,8 млрд. грн., у т. ч. на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 11,1 млрд. грн.; на внутрішні та зовнішні

науково-дослідні розробки – 2,0 млрд. грн.; на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) – 0,1 млрд. грн. та 0,6 млрд. грн. – на навчання та підготовку персоналу для розробки та запровадження нових або значно вдосконалених продуктів та процесів, діяльність щодо ринкового запровадження інновацій та інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій (інші витрати).

Найбільше коштів витрачено підприємствами м. Києва, а також Дніпропетровської, Донецької, Харківської та Вінницької областей.

Серед видів економічної діяльності – підприємствами металургійного виробництва (56,3 %); з виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів (11,5 %); харчових продуктів (8,3 %); машин і устаткування, не віднесених до іншого устаткування (5,4 %).

Основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств – 13427,0 млн. грн. (97,2 % загального обсягу витрат на інновації). Кошти державного бюджету отримало 11 підприємств, місцевих бюджетів – 15, загальний обсяг яких становив 589,8 млн. грн. (0,7 %); кошти вітчизняних інвесторів отримали 9 підприємств, іноземних – 6, загалом їхній обсяг становив 132,9 млн. грн. (1,9 %); кредитами скористалося 11 підприємств, обсяг яких становив 113,7 млн. грн. (0,8 %).

Протягом 2015 року промислові підприємства впровадили 3136 інноваційних видів продукції, з яких 548 – нових виключно для ринку, 2588 – нових лише для підприємства. Із загальної кількості впровадженої продукції 966 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо. Найбільшу кількість інноваційних видів продукції впроваджено на підприємствах Тернопільської (27,2 % загальної кількості впроваджених видів інноваційної продукції), Запорізької (12,7 %), Львівської (8,0 %), Харківської (6,6 %) областей та м. Києва (14,4 %). За видами економічної діяльності – на підприємствах з виробництва машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань (22,9 %), паперу та паперових виробів (16,2 %), харчових продуктів (11,3 %), металургійного виробництва (5,5 %).

Кількість впроваджених інноваційних технологічних процесів (нових або вдосконалених методів обробки та виробництва продукції) становила 1217, найбільше з яких впровадили підприємства Харківської (17,4 %), Сумської (15,2 %), Запорізької (9,4 %), Дніпропетровської (6,3 %) областей та м. Києва (12,5 %). За видами економічної діяльності – на підприємствах з виробництва машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань (25,3 %), інших транспортних засобів (12,3 %) та харчових продуктів (7,8 %).

За 2015 рік 570 підприємств реалізувало інноваційну продукцію на 23,1 млрд. грн. Серед таких підприємств 37,4 % реалізували продукцію за межі України, обсяг якої становив 10,8 млрд. грн. Кожне четверте підприємство реалізовувало продукцію, що була новою для

ринку. Обсяг такої продукції становив 7,3 млрд. грн., майже дві її третини підприємства поставили на експорт. Значна кількість підприємств (86,0 %) реалізовувала продукцію, яка була новою виключно для підприємства. Її обсяг становив 15,8 млрд. грн.

З метою здійснення нововведень 181 підприємство придбало 1131 нову технологію, з яких 66 – за межами України. Із загальної кількості технологій 439 придбано з устаткуванням, з яких 43 – за межами України; 393 – як результат досліджень і розробок (12); 120 – за договорами на придбання прав на патенти, ліцензіями на використання винаходів, промислових зразків, корисних моделей (8); 37 – за угодами на придбання технологій та ноу-хау (3); 129 – разом з цілеспрямованим прийомом на роботу кваліфікованих фахівців.

У результаті інноваційної діяльності 9 підприємств створили нові технології, з яких 98 було передано іншим підприємствам, зокрема 20 – за межі України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України: Інноваційна діяльність промислових підприємств у 2015 році: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm).

**УДК 330.322**

**Черній Ігор, магістр**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м.Тернопіль, Україна*

### **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЧИННИКИ, ЩО ЇЇ ВИЗНАЧАЮТЬ**

**Cherhiy Igor, Master**

### **INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISE AND THE FACTORS DETERMINING IT**

Пріоритетним напрямком розвитку підприємства є активізація інвестиційних процесів. При цьому ключову роль відіграє інвестиційна привабливість, зокрема її динамічність - здатність підприємства відповідати вимогам потенційних інвесторів. Сьогодні проблема зниження інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств, їх ділової активності на інвестиційному ринку України та дестабілізація національної економіки є, безсумнівно, актуальними й пріоритетними завданнями як на макро-, так і на макрорівнях, а також при формуванні державної інвестиційної політики.

Інвестиційну привабливість підприємства слід розглядати як сукупність характеристик його управлінської та фінансово-господарської діяльності, перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів. Також інвестиційну

привабливість слід визначати як комплекс різноманітних факторів, класифікація і ступінь впливу яких може змінюватись в залежності від: виробничо-технічних особливостей діяльності підприємства, в яке інвестуються кошти; цілей інвесторів; економічного розвитку підприємства у минулому й тепер; очікуваних темпів зростання виробництва; впливу зовнішніх факторів, зокрема діючого законодавства, екологічної ситуації, рівня конкуренції.

При цьому основним етапом формування інвестиційної привабливості підприємства є визначення факторів впливу на неї та їх класифікація, що сприяє кращому та більш повному розумінню самої сутності інвестиційної привабливості. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства є інтегральною характеристикою його внутрішнього середовища.

Існує багато класифікацій даних факторів, так само як і думок стосовно того, які саме фактори впливають на інвестиційну привабливість.

Виділяють чотири групи факторів, які впливають на рівень інвестиційної привабливості:

1. Фактори прямого впливу: фінансово-економічні (маркетингові, ефективного управління ціноутворенням, підвищення якості продукції (товарів, робіт, послуг);

2. Три групи факторів непрямого впливу: соціальні, інформаційні та екологічні.

До фінансово-економічних факторів слід віднести маркетингові, оскільки стимулювання широкого надання послуг завдяки відповідній рекламній політиці, грамотний вихід і утримання на різних сегментах ринку тощо, дозволять підприємству значно покращити усі показники своєї діяльності. Також важливим фактором є підвищення ефективності управління ціноутворенням на підприємстві. Він пов'язаний із попереднім фактором, оскільки саме маркетингова служба повинна досліджувати сегменти ринку, на яких провадить свою діяльність підприємство. Основним фактором, який впливає на конкурентоспроможність підприємства, є підвищення якості послуг. Ця вимога стосується не тільки підвищення якості наданих послуг, а й відповідності їх міжнародним стандартам якості, що в свою чергу дозволяє виходити на міжнародні ринки. Вплив соціальних факторів можна простежити під час розрахунку рейтингу інвестиційної привабливості, до них відносяться: використання ефективних моделей стимулювання високих результатів діяльності, прогресивних форм оплати і стимулювання праці, системи заохочення і компенсаційних виплат, які в кінцевому підсумку призводять до покращення саме фінансово-господарських показників діяльності підприємства. Серед інформаційних факторів слід виокремити необхідність інтеграції окремих автоматизованих систем управління на підприємстві. Також до інших інформаційних складових формування інвестиційної привабливості підприємства слід віднести ступінь відкритості внутрішньої інформації для потенційних інвесторів, які, за відсутності необхідних їм даних, можуть

одразу віднести потенційного реципієнта до категорії об'єктів з високим ризиком вкладання коштів, тобто з низькою інвестиційною привабливістю.

Інвестиційна привабливість підприємства залежить від розробки чіткої стратегії, що пов'язана як із реалізацією у перспективі його інвестиційного потенціалу, так і з забезпеченням дотримання положень загальної стратегії фінансово-економічного розвитку та головних цілей функціонування підприємства. Вона повинна формуватися з орієнтацією на наявні та потенційні фінансові, організаційні, кадрові, технологічні, сировинні, енергетичні та інші ресурси, які є в розпорядженні підприємства і які можуть бути залучені на вигідних для нього умовах. Розробка і реалізація інвестиційної стратегії підприємств полягає, насамперед, у формуванні довгострокових цілей, пов'язаних із реалізацією мети діяльності підприємства як з позиції суспільства, так і з позиції підприємства, що полягає в отриманні доходу. Інвестиційна стратегія містить визначення довгострокових пріоритетів у сфері реалізації цілей інвестиційної діяльності, встановлення черговості їх досягнення та передбаченні можливих фінансово-економічних наслідків для підприємства у випадку відхилень від визначених темпів і пропорцій функціонування основних його систем. Окрім того, невід'ємним елементом інвестиційної стратегії є обґрунтування і вибір методів досягнення поставлених цілей інвестування. Тому інвестиційна стратегія має наступні складові:

- визначення мети, цілей та напрямків діяльності підприємства;
- оцінка та аналіз зовнішнього політичного, правового та економічного середовища;
- оцінка переваг та слабких сторін фінансово-господарської діяльності підприємства;

інвестиційних проектів і відповідне зниження їх ефективності.

Виділимо важливі чинники, які слід враховувати при розробці інвестиційної стратегії підприємства:

- фінансовий стан підприємства;
- технічний рівень виробництва;
- наявність у підприємства як власних фінансових ресурсів, так і можливості залучення позикових коштів;
- фінансові умови інвестування на ринку капіталу;
- комерційну і бюджетну ефективність інвестиційних проектів, які передбачається реалізовувати;
- умови страхування і одержання відповідних гарантій від некомерційних ризиків.

Вважаємо, що успішна реалізація напрямів інвестиційної стратегії підприємства можлива за умови нарощення та підтримки інтелектуального потенціалу інвестиційної діяльності, стимулювання підвищення його творчої віддачі, формування господарського

механізму, який зробив би процес упровадження науково-технічного прогресу життєво необхідним і вигідним.

Отже, підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства передбачає створення механізму виявлення і оптимального використання резервів підвищення інвестиційної привабливості. Одночасне використання усіх резервів зростання інвестиційної привабливості насправді не є можливим, в першу чергу, через брак коштів, кваліфікованих спеціалістів, повного масиву необхідної інформації для здійснення відповідних заходів. Практика доводить неефективність розпорошення зусиль за багатьма напрямками інвестиційної діяльності. Усе потрібно сконцентрувати на окремих, найважливіших інвестиційних проектах. Це потребує розробки конкретних рекомендацій щодо виявлення найбільш впливових аспектів, вимірювання ступеню впливу та кінцевих наслідків.



**СЕКЦІЯ 9. МОЖЛИВОСТІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО  
МОДЕЛЮВАННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В  
КОНТЕКСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ СУЧАСНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ  
ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ УСІХ РІВНІВ**

**УДК 659.2:330**

**Гарматій Наталія, к.е.н, доцент**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м.Тернопіль, Україна*

**ЗАСТОСУВАННЯМ НЕЙРОМЕРЕЖНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ  
ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

**Gamatiy Nataliia, PhD (Economics), Associate Professor**

**APPLICATION OF NEURAL NETWORKS INFORMATION SYSTEMS DURING  
IMPLEMENTATION OF INVESTMENT PROJECT**

Галузь телекомунікації, є як і будь який економічний об'єкт складною системою, функціонування якої залежить тією чи іншою мірою від кількості чинників, з якими ця система взаємодіє. Для того, щоб вивчити поведінку системи під впливом цих чинників, необхідно всі ці зв'язки подати в кількісному вираженні, тобто у вигляді формалізованих математичних залежностей і функцій, з застосуванням теорії нечіткої логіки.

Оскільки, чинників, як зовнішніх, так і внутрішніх є дуже багато, то відбір і оцінка їх впливу на вибір інвестиційних рішень, інтерпретація результатів модельних експериментів потребують особливої уваги аналітиків, оскільки інвестування проектів є однією з основних проблем в управлінні економічними процесами.

При реалізації інвестиційних проектів або стратегій підприємств зв'язку на регіональному рівні, для створення відповідної моделі найважливішим питанням на первинному етапі є оцінка вхідної інформації, яка буде використовуватись в подальшому процесі моделювання. Оскільки об'єктивно і з достатньою повнотою проведене оцінювання вхідної інформації дає можливість вдало підібрати конкретний метод прогнозування та якість результатів модельного експерименту.

При оцінюванні успішної реалізації інвестиційних проектів підприємств системи телекомунікацій на регіональному рівні, слід максимально точно визначити ті чинники, які будуть мати вплив на впровадження та успішну реалізацію інвестиційних проектів і в галузі зв'язку. Тому потрібно адекватно оцінювати економіко-політичний стан регіонів України та тенденції в галузі зв'язку.

Попри високу економічну динаміку останніх років, діловий клімат в Україні залишається на незадовільному рівні, продовжують зберігатися значні міжрегіональні диспропорції в економічному розвитку загалом, у зміцненні виробничого потенціалу, залученні інвестицій та розширенні зовнішньоекономічних зв'язків зокрема. Це вказує на те, що конкурентоспроможність України, а також її регіонів є низькою, а потенціал її покращення використовується недостатнім чином [1].

У центрі керованого процесу реалізації інвестиційних проектів повинен перебувати керований потік економічною інформацією. Саме інформація тримає систему матеріального потоку відкритою, тобто здатною пристосовуватись до нових умов, часто з елементами невизначеності.

Головні завдання сучасних інформаційних систем полягають у тому, щоб по-перше оперативно та якісно опрацьовувати дані на найнижчому рівні агрегування, і, по-друге представляти їх у якісно порівняному рівні. Для більш повного та ефективного процесу реалізації інвестиційних проектів підприємствами, необхідний комплексний набір даних, якими можна маніпулювати й за допомогою яких можна прорахувати оптимальні шляхи реалізації інвестиційних проектів з множини можливих.

Інформаційна система повинна мати у своєму розпорядженні можливості для проведення деталізованого аналізу.

Можна ідентифікувати безліч специфічних функцій, які повинна виконувати сучасна інформаційна система, у тому числі функція обробки первинної інформації, функція планування та проектування інвестиційних проектів, функції координування.

Необхідно визнати, що на практиці, при реалізації інвестиційних проектів, особливо високотехнологічних та дорого вартісних, до яких належать інвестиційні проекти по модернізації основних засобів підприємств телекомунікацій, керівники повинні враховувати якісні чинники, які суттєво впливають на хід реалізації інвестиційних проектів.

Розв'язання поставлених задач ефективної реалізації інвестиційних проектів, та прогнозування результатів, пропонується здійснювати на основі сучасних інтелектуальних технологій: теорії нечітких множин, нейронних мереж, методів нечіткої логіки. На сьогодні використовуються наступні види нечітких нейронних мереж: контролери Мамдані, нечіткі контролери Цукамото, нечітка нейронна мережа NEFPROX, нечітка нейронна мережа TSK, нечітка нейронна мережа Ванга-Менделя, програмне середовище Statistika. Нечіткі множини дають можливість формалізувати величини, що мають якісну основу виявити зв'язки між регульованими параметрами і величинами, що впливають на них, і сформулювати нечіткий прогноз в умовах невизначеності параметрів прогнозування.

Використання експертних знань у побудові моделей на основі нечіткої логіки потребує управління цим процесом, тобто гнучкого уточнення моделі у відповідності до зміни у структурі причинно-наслідкових зв'язків чи у зміні, у характері впливу зовнішніх факторів. Це висуває необхідність у створенні механізму налагодження, «навчання» нечітких моделей. Саме інформаційні системи нового покоління, можуть «самонавчатись» на основі складеної бази знань, та внесених статистичних даних.

Аналіз ефективності реалізації інвестиційних проектів підприємств системи телекомунікацій проведений за допомогою використання процедур модуля Automated Neural Networks програми Statistica 8.0., та прогнозні значення результуючої величини - рівня ефективності реалізації інвестиційних проектів підприємств системи телекомунікацій, отримані за допомогою нейромережевого моделювання. Реалізацію нейромережевого моделювання представимо на рисунку 1. [1].

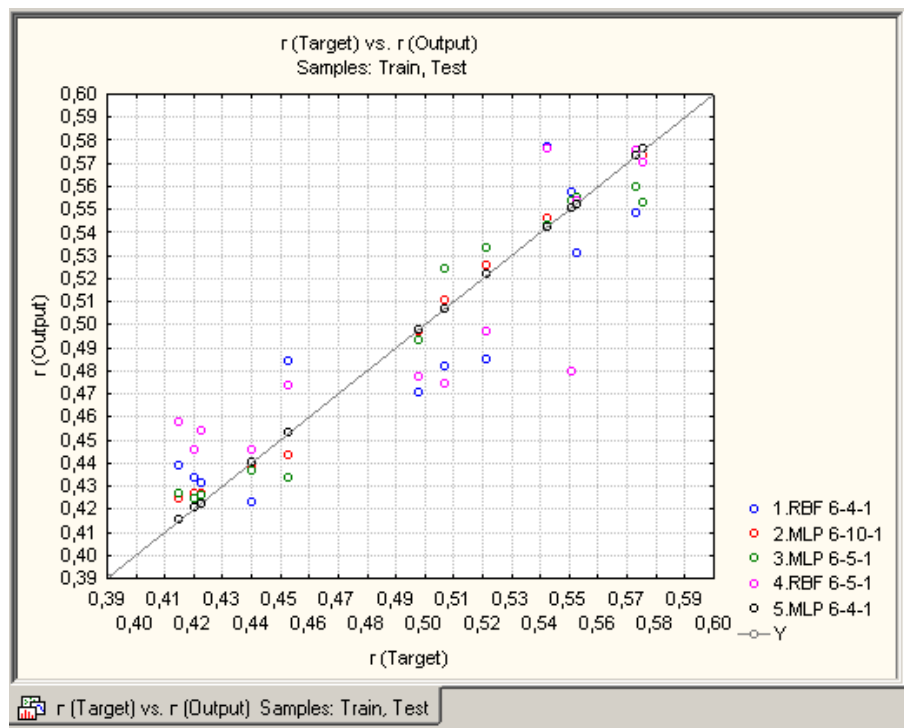


Рис. 1. Спостережувані та прогнозовані значень рівня ефективності реалізації інвестиційних проектів у галузі зв'язку

Як видно з рис. 1. найкращу апроксимацію (найменші відхилення від лінії, що представляє результуючу величину  $\mathcal{Y}$ ) дають нейронні мережі типу MLP 6-10-1, RBF 6-5-1.

#### Список використаних джерел<sup>^</sup>

1. Гарматій Н. М. Економіко-математичні методи в управлінні процесами реалізації інвестиційних процесів в умовах невизначеності у галузі зв'язку. / Н. М. Гарматій – Тернопіль: ТЗОВ «Видавництво Астон». – 2013. – 200 с.

**Удачина Катерина, асистент  
Бандоріна Лілія, к.е.н., доцент**  
*Національна металургійна академія України,  
м. Дніпро, Україна*

**ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СТАДІЇ  
РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**Udachyna Kateryna, Assistant  
Bandorina Liliia, PhD (Economics), Associate Professor**

**APPLICATION THEORY OF FUZZY SETS TO DETERMINE THE STAGE OF  
DEVELOPMENT ECONOMIC ENTITIES**

У сучасних економічних умовах актуальним постає питання пошуку нових стратегій та підходів, що мають базуватися на постійному аналізі даних та передбачати майбутню поведінку суб'єкта господарювання [1, 2]. Для грамотного моделювання економічної поведінки підприємства необхідно знати його стадію розвитку з метою вироблення певної тактики дій у процесі стратегічного планування.

Методичні основи і практичні аспекти теорії життєвого циклу базуються на працях таких науковців, як Л. Гріннера [3], Л. Грейнера, І. Адізеса, проте деякі питання у цьому напрямі залишаються відкритими і вимагають подальшого опрацювання. Складність визначення стадії розвитку суб'єкта господарювання полягає у неясності, неоднозначності, неповноті та суперечливості окремих компонентів економічної системи. Якісні аспекти, які не мають числового вираження, можливо оцінювати за допомогою апарату нечітких множин [4, 5]. Застосування нечітко-множинного підходу дозволяє отримувати достовірні результати в умовах обмеженої інформації, розраховувати інтегральні показники маркетингової та фінансової діяльності підприємства з урахуванням якісних аспектів. Вибір критеріїв ґрунтується на згортці багатьох критеріїв до одного, оскільки вони можуть не відповідати узагальнюючому показнику оцінки діяльності суб'єкта господарювання; бути не узгодженими між експертами, мати однакове значення.

Основні ідеї теорії нечітких множин були закладені математиком Л. Заде [6], які останнім часом виступають одним з найпоширеніших напрямків досліджень у галузі управління економічними системами. Особливість нечітких множин полягає у тому, що принцип роботи нагадує «чорний ящик». Вхідними і вихідними даними виступають кількісні значення, для розрахунку яких використовується апарат нечіткої логіки та теорія нечітких множин. Тобто можна маніпулювати даними, адекватно описувати і формалізувати невизначеності, використовуючи можливості систем нечіткого виводу. Теорія нечітких множин дозволяє здійснювати ефективне моделювання нелінійних функцій будь-якої

складності. Математичний апарат дозволяє задавати показники і параметри моделі у вигляді лінгвістичних змінних, принципова відмінність яких від числових змінних полягає у тому, що їх значеннями виступають не числа, а слова чи речення на природній мові [7]. Значення лінгвістичних змінних можуть бути виражені такими термінами як «низький», «помірний», «високий», «дуже високий». Множина значень нечіткої змінної утворює терм-множину. Характеристикою нечіткої множини виступає функція приналежності.

При виставленні оцінок критеріям експерт не може бути впевненим на 100% у правильності свого твердження, а тому виникають нечіткі описи при визначенні стадії розвитку. Невпевненість експерта можна представити трапецієподібною функцією приналежності, що дозволяє закласти в класифікацію рівнів аналізованого об'єкта певний ризик. Функція приналежності будується на основі опитування експертів. У результаті опитування отримано  $N$  інтервалів осі з плаваючою точкою.

Вводиться система із п'яти відповідних функцій приналежності  $\mu_j(x)$  трапецієвидного типу і набір вузлових точок  $a_j = (0.1, 0.3, 0.5, 0.7, 0.9)$  для  $X$ , які виступають абсцисами максимумів відповідних функцій приналежності на 01-носії. Таким чином, лінгвістичні змінні у сукупності з набором вузлових точок формують стандартний п'ятирівневий нечіткий класифікатор.

Функція належності до нечіткого терму аналітично задається наступним чином:

$$\mu(x) = \begin{cases} 0, & x < a \\ \frac{x-a}{b-a}, & a \leq x < b \\ 1, & b \leq x \leq c, \\ \frac{d-x}{d-c}, & c < x \leq d \\ 0, & d < x \end{cases} \quad (1)$$

де  $a, b, c, d$  – деякі числові параметри, які приймають довільні дійсні значення та упорядковані відношенням  $a \leq b \leq c \leq d$ .

Графічне зображення лінгвістичного терму (рис. 1) [5]:

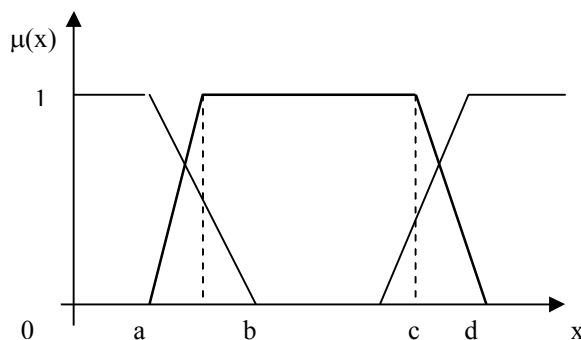


Рис. 1 Графічне зображення лінгвістичного терму

Побудований класифікатор є різновидністю «сірої» шкали Поспелова [5], у якій перехід від однієї властивості до іншої відбувається поступово.

Апарат нечітких множин дозволяє формалізувати нечіткі уявлення, перетворивши їх у мову кількісних оцінок. Такі принципи п'ятирівневого класифікатора, як рівнозначність, достовірність та несуперечливість, дає можливість задавати точні інтервали та максимально точно відображає взаємозв'язок між якісними і кількісними оцінками аналізованого фактора. Однією з переваг запропонованого підходу є те, що він переводить невиразні і неоднозначні життєві твердження в мову чітких і формальних математичних формул.

#### **Список використаних джерел:**

1. Прогнозування соціально-економічних процесів: навчальний посібник з грифом МОНУ / Лозовська Л.І., Бандоріна Л.М., Скороход О.Б., Савчук Л.М., Лісовенко М.М. – Дніпропетровськ: Герда, 2014 – 106 с.

2. Бандоріна Л.М. Моделювання економічної поведінки суб'єкта господарювання, пов'язаної з метою раціонального вибору / Л. М. Бандоріна, К. О. Удачина, Л. І. Лозовська // Науковий журнал «Молодий вчений». – №10(25). – Херсон, 2015. – С. 71-75.

3. Greener L. Evolution and Revolution as organization grow / L. Greener // Harvard Business Review – July – August – 1972. – P. 37–48.

4. Бандоріна Л.М. Застосування нечітко-множинних підходів до моделювання оцінки інтелектуальних ресурсів підприємства / Л.М. Бандоріна, С.К. Делієв // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [«Соціально-економічний розвиток України та її регіонів: проблеми науки та практики»] (м. Одеса, 25-26 вересня 2015 р). - Одеса.: ОНУ імені І. І. Мечникова, 2015. – С. 114-117.

5. Бандоріна Л.М. Методи багатокритеріальної оцінки ефективності інформаційно-інтелектуальних технологій: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.03.02 / Л.М. Бандоріна; Дніпропетр. нац. ун-т. – Д., 2005. – 20 с.

6. Заде Л. А. Понятие лингвистической переменной и ее применение к принятию приближенных решений / Л. А. Заде. – М.: Мир, 1976. – 167 с.

7. Назаров Д. М. Технология декомпозиции на основе нечеткого классификатора / Д. М. Назаров // Известия УрГЭУ. – 2013. – № 5 (49). – С. 54-59.

## **СЕКЦІЯ 10. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМНОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**УДК 620.9.001**

**Бажанова Наталія, к.е.н.**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

### **ПРОБЛЕМИ ЗМІЦНЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ**

**Bazhanova Nataliia, PhD (Economics)**

#### **PROBLEMS OF STRENGTHENING ENERGY SECURITY OF UKRAINE**

Проблеми енергетичної безпеки в Україні є надзвичайно актуальними. Вона є одним з найбільш важливих компонентів національної безпеки нашої держави. Сьогодні Україна знаходиться у повній залежності від РФ, через передоплату газу та запланований імпорт електроенергії та вугілля. Знову актуальними стали проблеми відключення електроенергії, через припинення постачання вугілля з українських шахт, що знаходяться в зоні АТО та непланові ремонти на ТЕС та АЕС.

Проблему енергетичних криз у розвинутих країнах світу вдалося подолати за рахунок енергозбереження. Для зміцнення енергетичної безпеки країни потрібно розвивати ПЕК України. Однією із альтернатив є необхідність переходу країни у стан тотального енергозбереження.

Для України необхідно зробити кілька ключових кроків, які дадуть можливість подолати проблему енергетичної безпеки в цілому.

По-перше, запровадити повний облік споживання теплової енергії та газу, що дасть можливість знижувати споживання енергетичних ресурсів навіть без значних інвестицій у модернізацію. По-друге, для подолання енергетичної кризи має бути масове запровадження когенерації (когенерація - технологічний процес виробництва двох видів енергії одночасно, зокрема, електричної та теплової), що дасть змогу значно зменшити собівартість електроенергії. По-третє, Україна має вжити заходи щодо управління попитом.

В масштабах країни, потенційні вигоди від регулювання попиту ще більше, оскільки не потрібно зводити греблі ГАЕС, не потрібно буде затоплювати території. Не потрібно буде купувати перетоки в зимовий період з Росією. Витрати на управління споживанням в рази менше ніж на будівництво маневрових потужностей. Для України це особливо актуально, оскільки в країні відчутний дефіцит саме регулюючих потужностей, а не базових.

**Список використаних джерел:**

1. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua>

**УДК 338.43:005.35**

**Бурковська Алла, к.е.н., доцент**  
**Лункіна Тетяна, к.е.н., доцент**  
*Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна*

**ПРО НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАКОНОДАВЧОГО  
РЕГУЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ  
В УКРАЇНІ**

**Burkovska Alla, PhD (Economics), Associate Professor**  
**Lunkina Tetiana, PhD (Economics), Associate Professor**

**THE NEED TO IMPROVE THE LEGISLATIVE REGULATION OF CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE**

Важливість провадження в Україні соціально відповідального підходу до здійснення діяльності підприємств не викликає сумнівів, адже саме соціальна відповідальність як фактор забезпечення системності розвитку економіки має стати основою розквіту суспільства і держави в цілому. На цьому шляху наша країна має сформувати міцний апарат регулювання соціально відповідальної діяльності підприємств на усіх рівнях.

Найбільший вплив на поширення соціально відповідального підходу до здійснення господарської діяльності підприємств мали міжнародні організації, серед яких: Організація Об'єднаних Націй (ООН), Міжнародна Організація Праці (МОП) та інші, а також провідні світові бізнес-структури та громадські організації.

Для позначення головних аспектів діяльності фірм, які бажано підпорядковувати принципам КСВ, до розробки вітчизняних стандартів можна запозичити вже існуючі, що перевірені досвідом світових компаній. Такими допоміжними документами, на нашу думку, мають слугувати:

- Глобальний договір ООН, що визначає десять основних принципів, на яких має засновуватися КСВ;
- Декларація МОП, яка апелює до роботодавців з приводу забезпечення базових людських цінностей працівників;
- Принципи регулювання ділової поведінки, що були прийняті на засіданні «Круглого столу» Саух;
- Директиви Організації з економічного співробітництва та розвитку, що регламентують основні положення щодо впровадження стандартів для оптимізації виробничих відносин та працевлаштування;



- Глобальні принципи Салівана, що спрямовані на захист інтересів соціально незахищених категорій працівників;
- Стандарт SA 8000:2001, розроблений Міжнародною організацією із соціальної відповідальності, що описує основні положення КСВ;
- Стандарт ISO:14000, що розглядає аспекти охорони навколишнього середовища та погодження екологічного менеджменту з потребами стейкхолдерів у рамках КСВ;
- Стандарт AA 1000:1999, впроваджений Інститутом соціальної та етичної відповідальності Великої Британії, що регламентує критерії проведення аудиту соціальної діяльності підприємств та інші;
- ISO 26000 «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності», акцентується увага на способах інтеграції соціально відповідальної поведінки у стратегії, практики і процесів діяльності підприємства .

З розробкою у 2011 році Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу розпочалась побудова відповідної законодавчо-нормативної бази становлення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні [1, с.12].

Таблиця 1.

#### Законодавство України, що регламентує питання КСВ

Технологія КСВ	Закони України, що регулюють відповідну галузь КСВ
Захист прав людини та трудових прав людини	«Про захист персональних даних», «Про зайнятість населення», «Про охорону праці», «Про освіту», «Про недержавне пенсійне забезпечення», «Про інформацію», «Про звернення громадян», «Про відпустки», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження споживання і продажу пива та слабоалкогольних напоїв», «Про статус і соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок чорнобильської катастрофи», «Про соціальний захист дітей війни»
Соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу	«Про засади запобігання та протидії корупції», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про здійснення державних закупівель», «Про природні монополії»
Захист прав споживачів	«Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про захист суспільної моралі»
Захист навколишнього середовища	«Про використання ядерної енергії та радіаційної безпеки», «Про поводження з радіоактивними відходами», «Про впорядкування питань, пов'язаних із забезпеченням ядерної безпеки», «Про відходи», «Про охорону навколишнього природного середовища», Водний кодекс України, «Про благоустрій населених пунктів», «Про охорону атмосферного повітря»
Волонтерська робота на користь громади	«Про волонтерську діяльність»
Розвиток і підтримка громад	«Про місцеве самоврядування в Україні», «Про молодіжні та дитячі громадські організації»
Упровадження програм професійного розвитку персоналу	«Про професійний розвиток працівників»
Просування корпоративної доброчинності	«Про благодійність і благодійні організації», «Про інвестиційну діяльність», «Про гуманітарну допомогу»

Джерело: за даними [5, с.116].

Та, на жаль, на сьогодні ще не існує єдиного законодавчого акту, що регламентував би основні положення КСВ, проте існує ряд нормативних документів, що прямо чи опосередковано відносяться до тематики КСВ.

Отже, зважаючи на зростаючу необхідність у систематизації існуючих принципів КСВ, постає необхідність створення в Україні законодавчого акту, що регламентував би чіткі положення стосовно порядку реалізації соціально відповідальних заходів вітчизняними компаніями. Вважаємо, що державне стимулювання поширення принципів КСВ матиме позитивний вплив на підвищення рівня добробуту суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гражевська Н. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в умовах загострення глобальних проблем сучасності / Н. Гражевська, А. Мостепанюк // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – №12(177). – 2015. – С. 12-17.

2. Корпоративная социальная ответственность [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csrjournal.com/lib/networkoverview/188-что-такое-sob-kso.html>.

3. Корпоративная социальная ответственность [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/kso/ksobook2011.pdf>

4. Міжнародна організація праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ilo.org.ua/Pages/default.aspx>.

5. Шевченко Т. П. Проблеми законодавчого регулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні / Т. П. Шевченко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – №2(9). – 2012. – С. 111-118.

#### **УДК 330**

**Винник Тетяна, к.е.н., доцент**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

#### **«ЗЕЛЕНЕ» БУДІВНИЦТВО: ТРЕНД ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ?**

**Vynnyk Tetiana, PhD (Economics), Associate Professor**

#### **«GREEN» BUILDING: TREND OR NECESSITY?**

Розвиток сучасного суспільства неможливий без належного функціонування будівельної галузі, яка створює матеріальну основу як для сталого розвитку економіки країни, так і для підвищення рівня та якості життя населення. Разом з тим, будівельний сектор, зокрема його продукція, є найбільшим споживачем ресурсів – приблизно 40% світової первинної енергії, 67% електрики, 40% сировини і майже 14% сукупних запасів питної води припадає на будинки та споруди. При цьому викиди вуглекислого газу

становлять ледве не 35% від світових викидів вуглекислого газу, а половина твердих міських відходів - будівельні, що, безумовно, свідчить не лише про суттєвий негативний вплив на навколишнє середовище, а й розкриває енергоощадний потенціал будівництва.

Загалом розрізняють дві основні сфери заощадження енергії:

1. Виробництво енергії: тут, перш за все, мова йде про застарілі теплоелектроцентралі та їх неефективну забезпечувальну інфраструктуру, яка потребує модернізації;

2. Заощадження на рівні споживачів (житлово-комунальний сектор, який використовує понад 50% енергії, залишається одним з найбільших споживачів енергії).

Таким чином, втілення енергетичної ефективності передбачає невідкладні зміни в технологіях будівництва із врахуванням економічних та екологічних вимог. Сучасним вирішенням вказаної проблеми є впровадження, так званих, «зелених» технологій будівництва (green building).

«Зелене» або стале, енергоефективне, збалансоване, екологічно раціональне будівництво – це терміни, що характеризують нову парадигму будівництва, де превалюють енергоефективні та екологічно безпечні технології. Серед них найбільш вживаними є терміни «зелене» та «стале» будівництво.

Стале будівництво походить від сталого розвитку (sustainable development) – розвитку, що задовольняє потреби сьогодення і гарантує таку ж можливість майбутнім поколінням. Важливо те, що сталий розвиток не фокусується виключно на екологічних проблемах, а передбачає гармонійне поєднання використання ресурсів, напрямків інвестування, аспектів технологічного розвитку та інституційних змін з потребами теперішнього і прийдешніх поколінь.

Щодо «зеленого» будівництва, то його технології спрямовані на екологічність (в тому числі й будматеріалів), енергоефективність та економність в експлуатації будівель (витрати на опалення, освітлення, водопостачання, кондиціонування приміщень і т.д.). Головними принципами «зеленого» будівництва є: раціональне використання ресурсів (енергії, води, землі), мінімізація шкоди довкіллю і створення комфортного для людини мікроклімату в будинку.

Відмінною рисою «зеленого» будівництва є зниження рівня споживання енергетичних і матеріальних ресурсів протягом усього життєвого циклу будівлі: від вибору земельної ділянки, проектування і будівництва до експлуатації, ремонту та ліквідації. Тобто таке будівництво спрямоване на суттєве скорочення експлуатаційних витрат – встановлено, що вартість будівництва у сукупній величині витрат протягом усього періоду експлуатації будівлі становить лише 20%, решта 80% - витрати, пов'язані із її обслуговуванням та утриманням.

У контексті «зеленого» будівництва європейськими країнами широко використовується ідеологія «пасивного будинку», що частково пояснюється реалізацією відповідної директиви щодо енергетичних показників у будівництві (Energy Performance of Buildings Directive), прийнятої країнами ЄС, яка передбачає наближення усіх нових будівель до енергетичної нейтральності – за оцінками експертів саме будівлі мають першість зі споживання енергії. Так, 85 % енергоспоживання припадає на обігрів і охолодження, а 15 % – на електроенергію (в основному на освітлення). Вагомий вплив на споживання енергії мають, головним чином, стінові матеріали, перекриття, двері і вікна, а також вентиляція.

«Пасивний» будинок – це найсучасніша та найефективніша форма енергоефективного будівництва у світі, що не потребує опалення, оскільки тепло одержується за рахунок сонячної та внутрішньої теплової енергії. У будинках, що відносяться до категорії «зелених» будівель, зокрема «пасивних», теплозбереження та мінімальне використання енергії для опалення досягається, насамперед, завдяки архітектурно-планувальним рішенням (наприклад, глуха північна стіна і зашклена південна сторона для максимальної інсоляції), встановленню систем вентиляції з рекуперацією (зворотнє отримання тепла), використанню джерел відновлюваної енергії – сонячних батарей, теплових насосів тощо. З досвіду Люксембурга: для обігріву офісних приміщень, збудованих за «зеленими» технологіями, використовують холодну воду. Однак «пасивний» будинок повинен відповідати єдиним критеріям, визначеними Passivhaus, Darmstadt. У протилежному він називатиметься енергозберігаючим або енергоефективним.

Головну перешкоду для «зеленого» будівництва становлять високі початкові затрати – будівництво «зелених» будівель із застосуванням енергоефективних технологій на етапі будівництва буде дорожчим в середньому від 7 до 20%, водночас у «зеленому» будинку споживання електроенергії зменшується на 25%, води – на 30%, що, відповідно, зумовлює пропорційне зменшення комунальних платежів.

Попри те, що в Україні «зелене» будівництво не популяризується ні учасниками ринку, ні державними органами «зелені» проекти поступово, але впевнено реалізуються вітчизняними забудовниками та викликають все більше зацікавлення у інвесторів.

**Кошкалда Ірина, д.е.н., професор**  
**Коробова Дар'я, магістр**  
*Харківський національний аграрний університет ім. В.В.Докучаєва,  
м. Харків, Україна*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СТАЛОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ**

**Koshkalda Iryna, Dr. Econ. Sc., Professor**  
**Korobova Daria, Master**

### **IMPROVEMENT OF SUSTAINABLE USE OF LAND RESOURCES**

Як зазначено в «Земельному кодексі», земля є основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави [1]. Від самого народження людське життя тісно пов'язане з землею. Жодне виробництво неможливе без залучення земельних ресурсів, вони є життєвим простором.

В Україні рівень сільськогосподарської освоєності є надвисоким. Для уникнення процесів, які можуть нанести несприятливі результати, необхідне раціональне використання земельних ресурсів. Сьогодні стале використання природних ресурсів, зокрема земельних, пов'язують із трьома основними напрямками: збереження їх продуктивності, поступове підвищення економічної ефективності використання, вирішення соціальних проблем відповідних територій. Власне через це розв'язання існуючих проблем у землекористуванні має супроводжуватися прийняттям екологічно та соціально орієнтованих рішень. Насамперед, доцільно розробити комплексні та базові структурні зміни в управлінні цими ресурсами. Вирішення проблем раціонального землекористування передбачається в контексті загальних тенденцій формування політики сталого розвитку в Україні. [2].

Зараз виконання державою міжнародних правових норм, українське законодавство, документи, в тому числі і міжнародні, - все пропитано одним терміном «сталий розвиток». Це поняття так часто звучить у лексиконі вищих посадовців, що, здається, воно лежить в основі всіх наших реформ. Навіть Президент України схвалив Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020».

Але, якщо порозмислити, то поняття «сталого розвитку» в нашій країні лише на папері. В порівнянні з іншими європейськими країнами, де цей термін став наскрізною ідеєю державних програм, то в Україні більшість громадян жонглює поняттям. Мейнстрим? Важко заперечити.

Промислова культура, її розвиток, швидко призвів до глобальної кризи, яка включає різноманітні аспекти людського життя. І, коли люди починають усвідомлювати, які загрози їх чекають в майбутньому, депутати, політики, починають шукати абсолютно нові підходи

для становлення раціонального природокористування та соціально-економічного розвитку. Одним з таких підходів може стати перехід на шлях сталого розвитку.

Сталій розвиток (англ. Sustainable development) - загальна концепція стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі [3].

У Стратегії сталого розвитку України для земельних ресурсів передбачається: удосконалення системи обліку земельних ділянок та методів їх еколого-економічної оцінки; проведення інвентаризації земельних ділянок у населених пунктах; розроблення програми підвищення родючості ґрунтів; упровадження раціональних систем землекористування та організації територій; посилене використання ґрунтозахисних технологій у різних галузях; удосконалення процедури землевідведення; покращення заходів щодо рекультивації забруднених та порушених земель; оптимізація площ природних та антропогенно використовуваних земель; удосконалення екологічного моніторингу та агрохімічної паспортизації земель; усунення та упередження негативних антропогенних та природних явищ і процесів щодо деградації земель; контроль та покращення стану радіоактивно забруднених земель; мінімізація використання особливо цінних земель і ґрунтів [2].

На відміну від стабільності підвищення ефективності промислового чи сільськогосподарського виробництва, сталість землекористування відрізняється тим, що використання земельних ресурсів повинно бути одночасно економічно доцільним, соціально спрямованим та екологічно безпечним.

Якщо узагальнити, то еталоном для всіх державних програм, котрі повинні працювати на майбутнє, має стати концепція сталого розвитку. На даний час експертами та громадськістю розроблено законопроект про оцінку наслідків окремих планів та програм для довкілля. І для того, щоб він вступив в дію та вже ми бачили покращення, має бути прийнятий відповідний Закон України на базі Директиви ЄС, це впровадження має бути пріоритетом.

Найважливіше – усвідомити, що сталий розвиток – це якість країни, яку ми передамо у спадок майбутнім поколінням, а не тільки проблеми екології і довкілля.

#### **Список використаних джерел:**

1. Земельний кодекс України: Закон України від 25.10.2001 № 2768-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>.
2. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. – К.: Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України", 2012. – 72 с.

3. Сталий розвиток: [Електронний ресурс] // Вікіпедія – вільна енциклопедія. –  
Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Сталий\\_розвиток](https://uk.wikipedia.org/wiki/Сталий_розвиток)

**УДК: 63.002.6:504.03**

**Кошкалда Ірина, д.е.н., професор**  
**Суркова Вікторія, магістр**  
*Харківський національний аграрний університет ім. В.В.Докучаєва,  
м. Харків, Україна*

## **ВИРОБНИЦТВО ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ – ШЛЯХ ДО ПОКРАЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ**

**Koshkalda Iryna, Dr. Econ. Sc., Professor**  
**Surkova Victoriia, Master**

### **ORGANIC PRODUCTION - A WAY TO IMPROVE THE ENVIRONMENTAL COMPONENT**

Україна, велика аграрна держава, яка має унікальний земельно-ресурсний потенціал, що обумовлює її особливе місце серед інших європейських країн. Так як, економічні інтереси в державі завжди були на першому місці відекологічних привирішенні продовольчих проблем – це в свою чергу і призвело до порушення оптимального співвідношення земельних угідь, нераціонального використання земельних ресурсів, погіршення екологічного стану ґрунтів тощо. Тому, потрібно застосовувати принципово нові управлінські рішення, згідно з якими екологічна ефективність буде супроводжуватися вигідними економічними показниками використання землі [1].

Оскільки, екологічна ситуація в країні з кожним роком стає все більш напруженою, переважає економіко-техногенний вектор використання землі, виникла об'єктивна необхідність відстоювати екологічний підхід господарської діяльності на землі, яка б гармонійно узгоджувалася із законами природи.

Тому на території України є особливо актуальним запровадження заходів, які спрямованні на усунення негативних наслідків господарської діяльності підприємств на навколишнє середовище.

Україна, з огляду на її ґрунтово-кліматичні умови, географічне розташування в центрі Європи, має ідеальні природні умови. В країні є великий потенціал для виробництва якісної, екологічно чистої сільськогосподарської продукції, тим паче що ґрунти у порівнянні із землями Західної Європи більш родючі. Виходячи з цього слід відмітити, що екологічний розвиток агропромислового комплексу України можливий лише через впровадження нових технологій, таких наприклад як органічне сільське господарство.

Органічне сільське господарство – система виробництва, що підтримує здоров'я ґрунтів, екосистем і людей. Воно перебуває у взаємозв'язку з екологічними процесами, біологічною різноманітністю та природними циклами, характерними для місцевих умов, при цьому припиняється використання шкідливих ресурсів, які викликають несприятливі наслідки. Органічне сільське господарство поєднує в собі традиції, нововведення та науку з метою покращення стану навколишнього середовища, сприяння розвитку гармонійних взаємовідносин і належного рівня життя для всього зазначеного вище, – таке визначення органічного землеробства дає Міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху (IFOAM) [2].

Основними вимогами для одержання органічної продукції є: обробка земельних угідь має здійснюватися без застосування хімічних добрив; насіння має бути адаптованим до місцевих умов, бути стійким до шкідників і бур'янів і, головне, не повинно бути генетично модифікованим; родючість ґрунтів потрібно підтримувати за допомогою сівозмін та добрив рослинного або тваринного походження, що біологічно розкладаються; заборонено використовувати гербіциди, пестициди, інсектициди, азотовмісні та інші хімічні добрива; для боротьби зі шкідниками необхідно застосовувати фізичні бар'єри, шум, ультразвук, світло, пастки, спеціальний температурний режим та ін. [3].

Правові та економічні основи виробництва та обігу органічної сільськогосподарської продукції та сировини в Україні визначено у Законі «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» [4]. Даний документ спрямований на забезпечення належного функціонування ринку органічної продукції та сировини, а також на гарантування впевненості споживачів у продуктах та сировині, маркованих як органічні.

В Україні органічне сільське господарство тільки починає зароджуватися. Загальна площа органічних сільськогосподарських угідь в Україні протягом 2002-2014 рр. збільшилася в 2,4 рази, а кількість господарств, які виробляють органічну продукцію, збільшилася майже в 6 раз [5].

Звичайно, порівняно з іншими європейськими країнами розвиток сільського господарства в Україні відбувається значно повільніше. Відтак цілком логічно стверджувати, що органічне виробництво в Україні можливо почати застосовувати більш масштабно, не зважаючи на те, що цей процес є складнішим та затратним за традиційний, але більш вигідним для нашої країни, так як якість ґрунтів в Україні спроможна забезпечувати значно нижчу собівартість. Тому виникає нагальна потреба розроблення і застосування таких заходів еколого-економічної системи землеробства та земельних відносин, за яких підвищення урожайності відбувалося б за умов збереження і відтворення земельних ресурсів, підтримання в них екологічної рівноваги. Тож, на нашу думку, постає необхідність,



популяризації органічного землеробства та впровадження певних організаційно-економічних змін.

Збереження та оздоровлення довкілля, безпечне та раціональне використання всіх природних ресурсів – найважливіший складовий чинник соціально-економічної політики держави, що визначено Конституцією України. А отже, екологічно чисте довкілля – повинне стати обов’язковою нормою життєдіяльності суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Horlachuk, V.V. Peschanska, I.M. Skorokhodov, V.A. (2006), *Zemelnymenedzhment* [Landmanagement], VD «Profesional», Kyiv, Ukraine, p.192.;
2. Агро Еко. Випуск №1 (260) від 5 лютого 2016р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://agroecology.in.ua/processing>;
3. Definition of Organic Agriculture. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.fao.orgt/growing\\_organic/definitions/sdhw/tenure/pdf](http://www.fao.orgt/growing_organic/definitions/sdhw/tenure/pdf);
4. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: Закон України № 425-VII від 03.09.2013 //Відомості Верховної Ради. – 2014. – № 20-21. – Ст.721.;
5. Матеріали Федерація органічного руху в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://organic.com.ua>

**УДК 330.101**

**Нагорняк Ірина, старший викладач**  
*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*  
*м. Тернопіль, Україна*

### **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА РІВЕНЬ БЕЗПЕКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ**

**Nahornyak Iryna, Senior Lecturer**

### **IMPACT OF SOCIAL RESPONSIBILITY ON SECURITY LEVEL OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEM**

В сучасних економічних умовах спостерігається наростання техногенних, фінансових, інноваційних та інших змін стратегічного характеру у соціально-економічних системах, що висуває на перший план проблему забезпечення безпеки їх поточного функціонування та розвитку у майбутньому.

Безпеку визначають як стан соціально-економічної системи, рівень її рівноваги і спроможності до життя та стійкого відтворення основних системних елементів, які забезпечують її функціонування [4]. Також безпека – це стан захищеності життєво важливих

інтересів особистості, суспільства і держави від внутрішніх і зовнішніх загроз. Варто зазначити, що під станом захищеності слід розуміти відсутність системоруйнівних загроз, які не можуть бути органічно усунуті в рамках економічної стратегії, яка є іманентна певній соціально-економічній системі [2].

Безпека є однією з характеристик розвитку соціально-економічної системи поряд зі стійкістю, стабільністю, конкурентоспроможністю. Відводячи безпеці центральне місце, можна визначити решту характеристик через її призму:

- стійкість – це такий стан соціально-економічної системи, який гарантує певний рівень безпеки в будь-яких умовах;
- стабільність – це такий стан соціально-економічної системи, який гарантує задані темпи розвитку при збереженні рівня безпеки;
- конкурентоспроможність – це такий стан соціально-економічної системи, який забезпечує рівень безпеки даної системи як найвищий серед усіх систем, що оцінюються.

Розгляд безпеки як економічної категорії вимагає підтримки економіки на такому рівні її розвитку, який забезпечував би нормальну життєдіяльність населення, зокрема, його зайнятість, можливості економічного росту у перспективі, підтримку в робочому стані всіх систем, необхідних для успішного функціонування і створення умов життя населення.

В XXI столітті на передній план висунулись питання забезпечення безпеки в соціальній сфері загалом, і безпека одержала соціальне «забарвлення». Саме через це актуальними напрямками наукових досліджень з питань забезпечення економічної безпеки на сьогоднішній день є соціально-економічна безпека, під якою пропонується розуміти такий стан соціально-економічної системи, за якого вона спроможна адекватно реагувати на внутрішні і зовнішні загрози, підтримувати прийнятні значення рівня економічної безпеки, а також створено умови стійкого соціально-економічного розвитку, при якому забезпечується захист та реалізація інтересів громадян, господарюючих суб'єктів, держави та суспільства в умовах швидко мінливого середовища [1].

Соціально-економічний зміст безпеки визначається економічними інтересами суб'єктів, які представлені інтересами різного порядку:

- власників цікавлять доходи та збитки;
- інвесторів цікавлять економічна вартість майна;
- інтереси суспільства базуються на припущенні, згідно з яким метою регулювання економіки є розвиток і захист суспільства від неефективного використання ресурсів, яке призводить до їх виснаження.

Концепція національної безпеки України пропонує брати до уваги лише один національний інтерес – створення самодостатньої соціально орієнтованої ринкової економіки,

що передбачає втілення в життя наступних пріоритетів: дотримання законності щодо забезпечення економічної безпеки; баланс економічних інтересів усіх суб'єктів; взаємну відповідальність особи, сім'ї, держави щодо забезпечення безпеки; інтеграцію національної безпеки з міжнародною економічною безпекою. Економічні інтереси впливають на методи управління безпекою і фінансування витрат в даній сфері.

Розглядаючи соціально-економічну систему як об'єкт управління, можна відзначити, що проблема безпеки виникає в момент виникнення збурень в системі, під якими слід розуміти зовнішні і внутрішні впливи на елемент соціально-економічної системи, які можуть порушити поточне функціонування елемента або можливості його розвитку.

З позиції системного підходу всі види збурень впливають на безпеку соціально-економічної системи. Однак в управлінській системі існує певний визначений запас міцності, який дозволяє говорити про те, що управління безпекою в теперішній час починається на рівні збурень, які вимагають чітких дій управлінського впливу для повернення системи у звичний стан.

В основі концепції управління безпекою повинна лежати соціальна відповідальність суб'єкта. Під соціальною відповідальністю загалом розуміють добровільне та усвідомлене виконання та дотримання суб'єктами суспільних відносин приписів, соціальних норм та забезпечення балансу інтересів для досягнення загальної мети розвитку [3].

В області безпеки соціальна відповідальністю буде полягати у формуванні системи інтегрованого управління суб'єктами соціально-економічної системи в рамках балансу взаємних впливів, які не порушують та відновлюють функціонування соціально-економічної системи (у випадку наявності збурень) у цілому, а також окремих її елементів.

Бізнесу слід розуміти, що наслідки стратегії управління безпекою для суспільства носять не тільки поточний ефект, який залежить від прямих і непрямих втрат, але й відкладений стратегічний ефект, який визначає потенціал розвитку суспільства.

Висока ступінь економічної відповідальності у поєднанні з соціальною призводить до зростання доходів та рівня життя працівників підприємства.

Отже, управління безпекою повинно враховувати соціальний фактор - як ціль, і соціальну відповідальність - як методичну основу.

Проблема безпеки проявляється у перетині соціального виміру з економічним і вирішується в рамках балансу інтересів суб'єктів при виникненні реакції на збурення в соціально-економічних системах.

Соціальна відповідальність і соціальна безпека перебувають у тісному взаємозв'язку. Соціальна відповідальність є складовою соціально-економічної безпеки і, разом з цим, виступає фактором впливу на її рівень. Соціальна відповідальність є гарантом соціальної

безпеки у цілому і особистої безпеки людини, зокрема, засобом підтримання і зміцнення соціальної злагоди, цілісності суспільства, держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. Добрышина Л. Н. Социально-экономическая безопасность: сущность, эволюция, факторы / Л. Н. Добрышина // Транспортное дело России. – 2011. - №10. – С.5-7.

3. Жаліло Я. А. Економічна стратегія держави: теорія, методологія, практика: Монографія / Я. А. Жаліло; В.о. Нац. ін-т стратег. досліджень.– К.: НІСД, 2003. – 368 с.

2. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність. - Навчальний посібник / О. О. Охріменко, Іванова Т. В. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.

4. Предборський В. А. Економічна безпека держави: Монографія / В. А. Предборський. – К.: Кондор. – 2005. – 391 с.

**УДК 316.42:330.33.01(477)**

**Плекан Уляна, аспірант**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна*

### **НОСІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПИТАННІ ВИХОДУ З КРИЗИ В УКРАЇНІ**

**Plekan Uliana, Postgraduate student**

### **CARRIERS OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN QUESTION OF EXIT FROM THE CRISIS IN UKRAINE**

Соціально відповідальна поведінка всіх суб'єктів держави є запорукою гідного рівня життя населення, створення комфортних умов для розвитку особистості, процвітання бізнес-структур та ефективного функціонування ринкової економіки, зорієнтованої на соціальні проблеми суспільства.

Зростання соціальної відповідальності нації має виявлятися у реалізації ідеї, яка об'єднала б моральні прагнення усіх членів суспільства, у вкоріненні нових ціннісних орієнтирів, відновленні духовності суспільства. Саме інститут соціальної відповідальності покликаний зайняти складну нішу національної ідеї виходу із системної кризи.

Соціальна відповідальність віддзеркалює моральність суб'єктів соціальної держави у процесі виконання ними своїх обов'язків перед місцевою громадою, суспільством, державою. Трагічні події останніх років в Україні трансформують усталені соціальні цінності громадян, підвищуючи їх соціальну зрілість. Зростає прагнення кожної людини долучитися до вирішення суспільних проблем.

Актуальність соціальної відповідальності на українських теренах пояснюється

багатьма причинами, серед яких:

- загрози територіальної цілісності;
- глобалізація економічного простору;
- інтелектуалізація людської праці;
- активізація техногенних та екологічних проблем.

Вказані причини стали поштовхом для багатьох наукових досліджень соціалізації суспільства, більшість з них присвячена соціальній відповідальності бізнес структур.

Варто зазначити, що носіями соціальної відповідальності, окрім бізнесу, є держава та всі люди як члени суспільства. Дані суб'єкти відрізняються соціальним навантаженням і, відповідно, здійснюваними соціальними функціями.

Виділяють три рівні соціальної відповідальності:

1. Макроекономічний – рівень держави
2. Мікроекономічний – рівень підприємства
3. Особистісний – рівень людини, громадянина.

Виконуючи роль регулятора суспільної поведінки, соціальна відповідальність передбачає сумлінність та чесність у ставленні громадянина, посадової особи, органу державної влади, підприємства до своєї діяльності. У випадку, якщо суб'єкти не дотримуються встановлених законом норм поведінки та не виконують обов'язки, останні отримують певні негативні наслідки [1].

Держава покликана забезпечувати суспільство соціальними потребами, процес їх задоволення є її основною функцією. Держава по своїй суті є соціальною, її основоположною властивістю є збереження та розвиток суспільства як цілісного соціального організму.

Багатофункціональність соціальної відповідальності держави виявляється у тому, що вона сприяє:

- підтримці позитивного іміджу країни;
- реалізації дієвого державного управління;
- обов'язковому здійсненню соціальної відповідальності на мікроекономічному рівні та на рівні громадянина;
- досягненню кращих соціальних стандартів;
- покращенню умов життя в країні [2].

Соціальна відповідальність зобов'язує посадовців органів державної влади та органів місцевого самоврядування надавати громадськості інформацію про стан виконання повноважень та обов'язків. Суб'єкти макроекономічного рівня спрямовують увагу усіх зацікавлених сторін соціального діалогу на вирішення актуальних питань через практики соціальної відповідальності.

Персоніфікація соціальної відповідальності спричинена не тільки досягнутим рівнем соціальних відносин її суб'єктів, але, найперше, біологічною, духовною та соціальною природою людини. На особистісному рівні соціально відповідального громадянина характеризують свідоме дотримання норм етики поведінки у відносинах з іншими людьми, державою, навколишнім середовищем, а також у вчасній сплаті податків на потреби суспільства. Вказана поведінка є базовим рівнем соціальної відповідальності. Рівень соціалізації особистості зростає за умови допомоги ближнім, здійснення благодійності, волонтерської діяльності, участі у програмах відновлення навколишнього середовища тощо.

На мікрорівні соціальна відповідальність передбачає прагнення компанії бути суспільно корисною для людей, організацій та всього суспільства під час здійснення своєї діяльності. Серед різноманіття тлумачень терміну «соціальна відповідальності бізнесу» вважаємо вдалим лаконічне трактування її як відповідальності підприємця за інтегровану суспільну корисність його бізнесу [3]. Вияви підприємством турботи у відношенні до працівників, споживачів, територіальної громади та довкілля понад встановлені законами норми прийнято вважати гідною соціально відповідальною діяльністю.

У контексті подолання фінансово-економічної кризи в Україні соціальна відповідальність сприяє:

- раціональному споживанню ресурсів;
- розвитку людського капіталу завдяки підвищенню кваліфікації та згуртованості працівників;
- культивуванню національних та родинних цінностей, здорового способу життя.

Соціальна відповідальність на усіх зазначених рівнях є тим особливим видом суспільних відносин, який виступає індикатором економічної, соціальної та політичної зрілості громадянського суспільства.

Взаємовідносини між державою, суб'єктами підприємництва та громадянами у соціально орієнтованому суспільстві мають базуватися на взаємній відповідальності та цивілізованих рамках підприємницької діяльності та людської поведінки. Задля виходу із кризи необхідне: поширення ідей соціальної відповідальності серед усіх її носіїв; застосування практики соціального договору; викорінення із свідомості нації соціальної конфронтації. Усі суб'єкти соціальних відносин в Україні повинні зайняти свою нішу в забезпеченні регулювання системності розвитку економічних систем з метою їх соціалізації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Радченко О.В. Ціннісний вимір соціальної відповідальності в демократичній державі: [монографія] / О.В. Радченко, І.Г Савченко. – Х.: Вид-во ХНУВС, 2008. – 200 с.

2. Концепція соціальної держави в Україні (проект) [Електронний ресурс] / Л.І. Ільчук, А.В. Сивак, О.О. Давидюк // Центр перспективних соціальних досліджень / М-во праці та соц. політики України, Нац. акад. наук України. — К., 2010. — Режим доступу: <http://www.cpsr.org.ua>

3. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грیشнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. — К.: КНЕУ, 2012. — С. 427

**УДК 338.48**

**Шандар Анна, магістр**

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,  
м. Київ, Україна*

### **ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА АКТИВІЗАЦІЇ СПРИЯННЯ РАЦІОНАЛЬНІЙ ЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ**

**Shandar Anna, Master**

#### **GREEN TOURISM AS A FORM OF RATIONAL SUPPORT OF RURAL POPULATION EMPLOYMENT**

Реалії соціально-економічного та політичного розвитку України активізували формування поглядів щодо розуміння сільського зеленого туризму як особливої специфічної форми відпочинку на селі із широкими можливостями використання природного та культурного потенціалу даного регіону. У більшості країн світу (Франція, Іспанія, Ісландія, Італія, Польща) розвиток зеленого туризму є невід'ємною складовою комплексного соціально-економічного розвитку села. Відповідно, дане питання є актуальним і для нашої країни, оскільки є одним із механізмів забезпечення добробуту сільського населення.

Наукові дослідження процесу становлення та функціонування зеленого туризму показали, що вчені й досі не мають спільного методичного підходу щодо визначення сутності даного поняття. Державне агентство України з туризму та курортів ототожнює поняття «сільський» і «зелений туризм» та виокремлює три його різновиди: агротуризм, відпочинковий туризм, екотуризм. Представники Всесвітньої туристичної організації відокремлюють площину сільськогосподарської діяльності від безпосередньо туристичного бізнесу і досліджують зміст і специфіку розвитку останнього в комплексі діяльності з надання послуг альпіністського, спортивного, оздоровчого характеру, організації полювання, рибальства, гірських походів, культурно-оздоровчих подорожей. Суто з економічної точки зору трактують зміст зеленого туризму зарубіжні науковці: «це одна з альтернатив для підвищення доходів і потенційної життєздатності малих фермерських господарств і

сільських громад» [2, с. 44]. На нашу думку, зелений туризм - це відносини на місцевому рівні, що передбачають поєднання аграрної сфери та туристичної інфраструктури з метою забезпечення соціально-економічного розвитку села. Отже, пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється нагальною необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села.

Сільський зелений туризм сприяє зниженню безробіття сільських територій, надає додатковий заробіток селянам, а особливо жінкам, це альтернатива сільському господарству за розмірами отримання прибутку. Дохід може надходити не лише від здавання садибних приміщень (відносно вільний сільський житловий фонд), а й від реалізації вирощених сільськогосподарських продуктів, надання побутового обслуговування (прання, прасування), виготовлених власноруч сувенірів, прокату спортивного спорядження, ознайомлення із місцевим колоритом.

Отже, зелений туризм розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, відповідно знижуючи гендерну нерівність у сільських населених пунктах; розширює можливості зайнятості селянина не тільки у виробничій сфері, але й у сфері обслуговування [1]. Поряд із матеріальним забезпеченням створюється нова якість людського капіталу, з'являються додаткові знайомства, відбувається трансформація світогляду, набувається безцінний досвід, а також спостерігається загальний розвиток сільського населення. Але найголовніше те, що тематичне село це інноваційний спосіб поживлення сільської економіки разом із наданням сільським мешканцям можливостей альтернативних доходів.

Не менш важливим є той фактор, що розвиток сільського зеленого туризму – це перш за все регіональна соціально-економічна програма що передбачає як економічні, так і соціально-культурні цілі забезпечення розвитку села. Саме з розвитком сільського туризму пов'язані такі можливості сільського розвитку, як диверсифікація економічної діяльності на селі, забезпечення додаткового попиту на локально вироблені продукти, створення нових робочих місць, додатковий дохід для членів сільських громад з використанням власних можливостей та ресурсів селянського господарства, вирішення демографічної проблеми: молодь залишається на селі завдяки наявності цікавої та перспективної роботи, відродження та збереження традиційної культури, мистецтв та ремесел, збереження екологічного стану та привабливості довкілля через зниження техногенного виробничого впливу на природні ресурси, подолання просторової та соціальної ізоляції сільського населення, розбудова соціальних мереж та соціального капіталу на селі [3].

Однак, незважаючи на вагомість даного напрямку діяльності, зелений туризм в Україні зіштовхується з проблемами, серед яких необхідно виокремити наступні:



1) недосконалість правового регулювання. Вже декілька років Закон України «Про сільський та сільський зелений туризм» залишається всього лише проектом. Крім того, сільський зелений туризм є відносно новим явищем в економічній теорії нашої держави і потребує більш детального наукового дослідження;

2) політико-економічна нестабільність;

3) відсутність належної інфраструктури для розвитку, що лише скорочує кількість туристів;

4) погіршення стану навколишнього середовища;

5) особливість ведення бізнесу, що характеризується короткотривалістю, сезонністю;

6) занепад села у зв'язку з зменшенням кількості населення шляхом вимирання та міграції, збільшення бідності у зв'язку з відсутністю робочих місць.

Зазначене свідчить про те, що важливу роль у становленні сільського зеленого туризму в сучасних умовах нестабільності повинна відігравати держава, зокрема через врегулювання питань, що стосуються вдосконалення нормативно-правової бази; забезпечення фінансового стимулювання галузі шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвестицій; запровадження пільг мінімального оподаткування для початківців у даній сфері; вирішення питань щодо страхування комерційних ризиків. Крім того, становлення й розвиток сільського зеленого туризму значно залежить від результативності діяльності громадських організацій, зокрема Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, діяльність якої повинна забезпечувати підвищення професійного рівня спеціалістів даної сфери обслуговування, сприяти покращенню інформаційно-консультаційного та інноваційного спрямування розвитку галузі, здійснювати лобювання її інтересів на вітчизняному й міжнародному ринку туристичних послуг [4]. Не менш важливим є активізація діяльності місцевої влади в напрямку розвитку та підтримки ведення сільського зеленого туризму, оскільки останнє сприяє соціально-економічній стабільності розвитку села, поліпшення інфраструктури, створення робочих місць, зменшення бідності і, найголовніше, відродження села шляхом зменшення впливу молоді.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вишнеvsька Ю.В. Адміністративно-правові заходи забезпечення діяльності у сфері сільського туризму в Україні: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. юр. наук: спец. 12.00.07 – адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право – К., 2011. – 20 с.

2. Кравчук, А. О. Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку суб'єктів агробізнесу в регіонах України / Алла Олексіївна Кравчук // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського

національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 17. – № 3. – С. 42-48.

3. Рекомендації круглого столу «Сільський зелений туризм як фактор сільського розвитку», Опішня-Диканька Полтавська область, 15-16 серпня 2015 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/russian/node/385>

4. Шевченко І.В. Становлення та розвиток сільського зеленого туризму як форми підприємництва [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_113/65.pdf](http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_113/65.pdf)

## НАУКОВЕ ВИДАННЯ

### **«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»**

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*

(Тернопіль, 22-24 вересня 2016р.)

### **“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”**

*Proceedings of the International Scientific-Practical Conference*

(Ternopil, 22-24 September 2016)

Координати оргкомітету:

Кафедра економіки та фінансів ТНТУ ім. І.Пулюя

вул. Білогірська, 50, каб. 204,

м. Тернопіль, Україна, 46000

Ел. адреса: kaf\_ef@ukr.net

Редагування, оформлення, верстка Константюк Н. І.

*Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори.*

Підписано до друку 29.09.2016р.

Папір офсетний. Формат 60x84.1/16.

Гарнітура Times New Roman

Умов. друк. арк. 12,8

Обліков. вид. арк. 13,75

Наклад 300 прим.

Видавництво «Крок». Свідоцтво № 3538 від 30.07.2009р.

46006, м. Тернопіль, вул. Гайова, 56

тел. 0352248436