



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
РАДА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

Збірник тез доповідей  
Тринадцятої Міжнародної  
науково-практичної  
конференції молодих вчених

**ЕКОНОМІЧНИЙ І СОЦІАЛЬНИЙ  
РОЗВИТОК УКРАЇНИ В ХХІ СТОЛІТТІ:  
НАЦІОНАЛЬНА ВІЗІЯ ТА ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**



Тернопіль - ТНЕУ, 2016

**Редакційна колегія:**

Амбрик Л.П., к.е.н.  
Валігура В.А., к.е.н., доц.  
Войтенко О.М., к.е.н.  
Галешук С.М., к.е.н.  
Галиш Н.А., здобувач  
Галько Л.Р., к.е.н., доц.  
Гуцул І.А., к.е.н.  
Дерій М.В., к.е.н.  
Дмитрів В.І., к.е.н.  
Дудар В.Т., к.е.н., доц.  
Дудар О.Т., к.е.н., доц.  
Зварич Р.Є., к.е.н., доц.  
Клапків Ю.М., к.е.н., ст. викладач  
Коваль О.В., аспірант  
Колесніков А.П., к.е.н., доц.  
Лагоцька Н.З., к.е.н., доц.  
Легкий О.А., аспірант  
Маршалок Т.Я., к.е.н. (голова)  
Мельник Ю.В., к.е.н., доц.

Муравський В.В., к.е.н.  
Нагара М.Б., к.е.н.  
Онищук В.О., аспірант  
Продан І.О., к.е.н.  
Рожко А.О., к.е.н., доц.  
Рудан В.Я., викладач  
Стрельбицька Н.С., к.е.н., доц.  
Тимків А.О., к.е.н.  
Угрин В.В., викладач  
Фаріон А.І., к.е.н.  
Фаріон В.Я., к.е.н., доцент  
Фільо М.М., к.е.н.  
Фліссак К.А., к.е.н., доц.  
Шевчук А.М., аспірант  
Шевчук О.А., к.е.н.  
Шевчук Р.П., к.т.н., доц.  
Шупа Л.З., аспірант  
Шушпанов П.Г., к.е.н., доц.  
Щирба І.М., к.е.н.

**Відповідальний за випуск:**

*Маршалок Т.Я., к.е.н., голова Ради молодих вчених ТНЕУ*

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами Тринадцятої Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна візія та виклики глобалізації», яка відбулася в Тернопільському національному економічному університеті 24-25 березня 2016 року.

За зміст наукових праць та достовірність наведених фактологічних і статистичних матеріалів відповідальність несуть автори.

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ І

#### СВІТОВА ЕКОНОМІКА В ХХІ СТОЛІТТІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРЕСІВ, ГЕОЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ ТА ПРОБЛЕМИ НАДНАЦІОНАЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

<i>Наталія БОГДАН</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕСІ .....	13
<i>Олександр БОНДАРЧУК</i> РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ СПОЖИВАННЯ .....	14
<i>Олексій ВОЙТЕНКО</i> ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІНИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ .....	15
<i>Уляна ВОЛИНЕЦЬ</i> ІНДИКАТОРИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ .....	17
<i>Наталія ГАВАДЗИН, Андрій СЕМЦІВ</i> АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ФОРМУВАННЯ РЕНТНИХ ПЛАТЕЖІВ У НАФТОВИДОБУВАННІ .....	19
<i>Марія ГУБЕНКО</i> ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ НОВИХ ЦЕНТРІВ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ .....	20
<i>Богдан ГУЗАР</i> ЄДИНИЙ ЕНЕРГЕТИЧНИЙ РИНОК ЄС: ІНВЕСТИЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ..	22
<i>Віктор ГУЦУЛЯК</i> ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ НОВОГО СВІТОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПОРЯДКУ .....	23
<i>Максим ЖИВКО</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО УКРАЇНИ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ .....	24
<i>Марина ЗАРАНСКАЯ</i> ОЦЕНКА ДИНАМИКИ ОБ'ЄМОВ МЕЖДУНАРОДНОЇ ТОРГОВЛІ В УСЛОВИЯХ ВАЛЮТНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ .....	26
<i>Роман ЗВАРИЧ</i> СИСТЕМА КРИТИКИ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ .....	27
<i>Владислав КОВБАСА</i> СОЛІДАРНА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІКИ ТА АЛЬТЕРНАТИВНІ ВАЛЮТНІ СИСТЕМИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА .....	29
<i>Мар'яна КРАВЧУК</i> ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ВЛАДИ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ .....	30
<i>Наталія КРАВЧУК, Анастасія ЛУЦИШИН</i> НОВІ ТРЕНДИ ГЕОПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТІВ .....	32

<i>Олег ЛЕГКИЙ</i> КЛЮЧОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ СУЧАСНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ЗОВНІШНЬОЇ ПРЯМОЇ РЕКЛАМИ .....	34
<i>Юлія МЕЛЬНИК</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО АРТ-БАНКІНГУ .....	35
<i>Оля РОМАНИШИН</i> ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ СВІТОВОГО РИНКУ М'ЯСА.....	37
<i>Оксана САВЧУК</i> СТРУКТУРИЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАЇТЬ ТА ЇЇ СТАНОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....	39
<i>Костянтин ФЛІССАК</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХИСТУ ІНТЕРЕСІВ НАЦІОНАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЗА КОРДОНОМ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ.....	41
<i>Юлія ХРУСТАЛЬОВА, Олександра МАРЦІНКОВСЬКА</i> ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ.....	42
<i>Інна ШЕВЧЕНКО</i> АВТОМОБІЛІЗАЦІЯ НАСЕЛЕННЯ ЯК ГЛОБАЛЬНА ТЕНДЕНЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН СВІТУ .....	43
<i>Оксана ШИМАНСЬКА</i> ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНИХ МІСТ .....	45
<b>СЕКЦІЯ 2</b>	
<b>ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b>	
<i>Ольга БАРАН</i> СИСТЕМА КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО СЕРВІСУ В ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .....	47
<i>Оксана БІЛАН</i> ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	48
<i>Ольга БОГУЦЬКА, Ярослав БРЮХОВЕЦЬКИЙ</i> РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ .....	50
<i>Тетяна БОРИСОВА</i> ПРОГНОЗУВАННЯ ЗМІНИ ВЕЛИЧИНИ СОЦІАЛЬНОГО ЕФЕКТУ НЕКОМЕРЦІЙНИХ СУБ'ЄКТІВ ЗАЛЕЖНО ВІД ЧИННИКІВ МАРКЕТИНГУ.....	51
<i>Олена БРИНДЗА</i> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ .....	53
<i>Софія ВОЙЦЕХОВСЬКА</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗГЛЯДУ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ.....	54
<i>Світлана ГАВРИЛЮК</i> УПРАВЛІННЯ ФАКТОРАМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	56

<i>Наталія ГАЛИШ</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ ДЕРЕВНИХ ПЕЛЕТ.....	57
<i>Людмила ГАЛЬКО</i> ВЗАЄМОДІЯ БІЗНЕСУ, ДЕРЖАВИ ТА УНІВЕРСИТЕТІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ .....	59
<i>Agnieszka GAŁKA</i> THE IMPORTANCE AND INFLUENCE OF MARKETING ON THE DEVELOPMENT OF A REGION .....	60
<i>Monika GRABOWSKA</i> SYSTEM LEDS JAKO ALTERNATYWNA FORMA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ .....	61
<i>Mariola DROZDA</i> ZNACZENIE STATYSTYKI W RACJONALNEJ GOSPODARCE ZYŻYTYM SPRZĘTEM ELEKTRYCZNYM I ELEKTRONICZNYM.....	63
<i>Anetta ZIELINSKA</i> THE ESSENCE OF WASTE MANAGEMENT.....	65
<i>Magdalena ZUG</i> TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE, JAKO OPTYMALIZACJA EFEKTYWNOŚCI MASZYN I URZĄDZEŃ.....	66
<i>Izabela JOACHIMIAK</i> JAKOŚCI KSZTAŁCENIA SZKOLNICTWA WYŻSZEGO A BEZROBOCIE.....	67
<i>Яна КАБАЧЕНКО</i> ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО ЙОГО УПРАВЛІННЯ.....	70
<i>Vitaliū KARPENKO</i> МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА .....	71
<i>Marzena KARPINSKA</i> DZIAŁALNOŚĆ BIEGŁEGO REWIDENTA, A PRZEPISY MIĘDZYNARODOWE.....	73
<i>Cezary KWIATKOWSKI</i> THE ROLE OF THE MANAGER COMMUNICATION COMPETENCE IN RELATION TO THE EMPLOYEE .....	74
<i>Катерина КОРОЛЕНКО</i> ДОСЛІДЖЕННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА .....	75
<i>Марія КУЛЬБАКО</i> УПРАВЛІННЯ СИСТЕМНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РЕАЛІЗАЦІЇ НИМИ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ.....	77
<i>Наталія ЛАГОЦЬКА</i> АКТУАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ.....	79
<i>Barbara LAMBRINOW</i> RESTRUKTURYZACJA PRZEDSIĘBIORSTW UZDROWISKOWYCH JAKO PODSTAWOWY ELEMENT ZMIAN PRODUKTU TURYSTYCZNEGO W UZDROWISKACH .....	80
<i>Людмила ЛІШТАБА</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	82

розвиток та координує діяльність відповідно до змін зовнішнього оточення та кон'юнктури ринку.

На сьогодні більшість вітчизняних підприємств, які планують довго і успішно працювати на внутрішньому та зовнішньому ринках повинні сформувати ефективні системи управління якістю, які б, в першу чергу, були орієнтовані на споживача.

*Ольга БОГУЦЬКА, Ярослав БРЮХОВЕЦЬКИЙ  
Інститут економіки промисловості НАН України*

## **РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ**

Відновлення економічного зростання та реалізація стратегічного курсу України на європейську інтеграцію вимагає вирішення проблеми виробництва конкурентоспроможної високотехнологічної продукції з високою доданою вартістю, яке забезпечується формуванням нової інфраструктури більш високого рівня технологічного укладу. Це потребує розвитку підприємств галузей, у яких здійснюється виробництво високотехнологічної продукції, зокрема, підприємств промисловості.

Стан підприємств промисловості України стабільно погіршується. Так, індекс промислової продукції у 2015 р. до 2014 р. становив 87,0 % (у 2010 р. – 111,2 %, у 2011 р. – 108,0 %, у 2012 р. – 99,3 %, у 2013 р. – 95,7 %, у 2014 р. – 89,9 % до відповідного року). Кількість підприємств промисловості за останні п'ять років знизилась більш ніж на 10 %. Кількість інноваційно-активних підприємств склала 16,1 % від загальної кількості промислових підприємств України на початок 2015 р. (у 2012 р. – 17,4 %, у 2013 р. – 16,8 %). Обсяг реалізованої інноваційної продукції знизився з 5,9 % від загального обсягу промислової продукції у 2008 р. до 2,5 % і склав у 2014 р. 25,7 млрд. грн. Обсяг витрат на інноваційну діяльність скоротився з 11994,2 млн. грн. у 2008 р. до 7695,9 млн. грн. у 2014 р. [6].

Експорт високотехнологічної промислової продукції в Україні у останні роки не перевищує рівня 5 % від загального обсягу експорту. Так, за перше півріччя 2015 р. 74,4% в його структурі склали продтовари та сировина для їх виробництва, мінеральні продукти, чорні й кольорові метали та вироби. Продукція з високою часткою доданої вартості за групою «Машини, устаткування, транспортні засоби та прилади», що в останні роки експортувалася в значних обсягах (55-58% товарного експорту України) на російський ринок, на європейському ринку, здебільшого, є неконкурентоспроможною [1]. Для нарощування обсягів та поліпшення структури українського експорту в напрямі збільшення в ньому питомої ваги високотехнологічних товарів необхідним є розвиток виробництва продукції з високою доданою вартістю та високим ступенем обробки, що потребує активізації підприємств, які здійснюють виробництво високотехнологічної продукції, зокрема, підприємств промисловості.

Ключовим напрямом активізації промислових підприємств у підвищенні виробництва наукоємної продукції з високою доданою вартістю та високим рівнем обробки, що формується під впливом прискореного розвитку науково-технічного прогресу, впровадження у виробництво інновацій та наукоємних технологій, є його інтелектуалізація, що потребує розширення сфери використання інтелектуального капіталу промислового підприємства.

У науці і практиці немає єдиного підходу до визначення поняття інтелектуалізації промислових підприємств. Результати дослідження дозволили згрупувати підходи українських та зарубіжних дослідників, що зводяться до визначення інтелектуалізації праці, інтелектуалізації суспільства, інтелектуалізації економіки, інтелектуалізації виробництва та інтелектуалізації підприємств. Й.С.Ситник [2] розглядає інтелектуалізацію як цілеспрямований процес радикального розширення масштабів і покращення використання

знань, підвищення творчих можливостей соціальних систем усіх видів і рівнів, придбання економікою нових якостей на засадах інтелектуальної праці, інформаційних технологій, оптимального використання інтелекту кожної особистості. А. Василик [3] визначає інтелектуалізацію виробництва як процес насичення виробництва високими, критичними, наукоємними, інформаційними технологіями та працівниками, зайнятими переважно творчою інтелектуальною працею. С. Вовканич [4] стверджує, що в основі інтелектуалізації виробництва завжди лежить інформація, знання, що пов'язані з впровадженням справжніх загальнодержавних нововведень – економічних, соціальних, екологічних, технологічних, безпекових, а не лише регіонально-політичних. Таким чином в основі інтелектуалізації підприємства лежать знання і інтелектуальний капітал, які можуть бути перетворені у новітні технології, нові товари і бізнес-моделі.

Проте Україна втрачає свій інтелектуальний капітал. В період з 2004 по 2015 р. кількість працездатного населення скоротилася на 11 млн. чол. У структурі вітчизняної вищої освіти всього 0,6% займають фахівці інноваційного класу, що далеко не відповідає потребам розвитку економіки [6]. Треба підвищити цей показник удвічі, після чого, на думку Н.М. Гейця [5], можна говорити про перехід до шостого і навіть сьомого технологічного укладу.

Інтелектуалізація виробництва на промисловому підприємстві є передумовою формування якісно нової системи соціально-економічних відносин, що забезпечує ефективну реалізацію інтелектуального потенціалу та сприяє виробництву високотехнологічної конкурентоспроможної продукції з високою доданою впертістю, підвищенню рівня конкурентоспроможності промислових підприємств та країни в цілому на світових ринках.

#### Література:

1. Богдан Т. Чи є ризики від вільної торгівлі України з ЄС [Електронний ресурс] / Т. Богдан. - Режим доступу: [http://economics.lb.ua/state/2015/10/08/318058\\_chi\\_ie\\_riziki\\_vid\\_vilnoi\\_torgivli.html](http://economics.lb.ua/state/2015/10/08/318058_chi_ie_riziki_vid_vilnoi_torgivli.html)
2. Ситник Й. С. Інтелектуалізація процесу менеджменту інноваційних підприємств / Й. С. Ситник // Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок: тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної відеоконференції, Львів, 23–24 травня 2012 р. / Національний університет «Львівська політехніка» та ін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 208–209.
3. Василик А. Об'єктивні передумови та напрями інтелектуалізації праці в Україні / А. Василик // Україна: аспекти праці. – 2007. - №7. – С. 48–51.
4. Вовканич С. Аксиологічний підхід до процесів модернізації промислового потенціалу в системі суспільних складових Української Національної ідеї [Електронний ресурс] / С. Вовканич, С. Шульц // Світогляд. 2011. - № 4. - С. 20-31.
5. Круглий стіл: 2025 рік: Нові демографічні виклики для України // Економіст. – 2011. – № 1. – С. 1-2.
6. <http://www.ukrstat.gov.ua>

**Тетяна БОРИСОВА**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

### **ПРОГНОЗУВАННЯ ЗМІНИ ВЕЛИЧИНИ СОЦІАЛЬНОГО ЕФЕКТУ НЕКОМЕРЦІЙНИХ СУБ'ЄКТІВ ЗАЛЕЖНО ВІД ЧИННИКІВ МАРКЕТИНГУ**

Результативність соціальної діяльності некомерційних суб'єктів, як і будь-якої іншої діяльності, може бути формалізована за допомогою функціональних та статистичних залежностей. Оскільки на величину соціального ефекту НКС водночас впливають безліч факторів, які і визначають результативність його діяльності, то з метою формування адекватних поточних, оперативних і стратегічних управлінських рішень виникає потреба кількісно вимірювати об'єктивно існуючі взаємозв'язки і взаємовпливи шляхом оцінювання цієї характеристики.

На нашу думку, таке оцінювання варто здійснювати за допомогою багатфакторної лінійної моделі, при цьому результативною ознакою буде рівень соціального ефекту, а серед факторних ознак, які здійснюють на неї вплив, важливе місце належить чинникам

маркетингу. З поміж багатьох інших саме методи багатомірного статистичного аналізу, до яких належать і факторний аналіз, дозволяють визначити латентні закономірності, що об'єктивно діють у конкретній економічній системі. При цьому модель дозволяє адекватно відображати вплив кожної з факторних ознак на результативну.

Для оцінювання впливу факторних ознак (маркетингових чинників соціального ефекту) на вислідну ознаку (соціальний ефект некомерційних суб'єктів) нами здійснено багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз за такими етапами: 1) вибір найбільш впливових факторів, які необхідні для побудови моделі. Обґрунтування факторів здійснювалось за допомогою експертного оцінювання; 2) побудова структури регресії, включивши всі фактори, які здійснюють вагомий вплив на результативну ознаку. При цьому важливо дотриматись умови відсутності мультиколінеарності, а у випадку, коли виявлено мультиколінеарність між факторами, потрібно вилучити один із пари факторних ознак; 3) побудова моделі у вигляді лінійної функції з використанням оцінки параметрів. З метою оцінки тісноти зв'язку між факторами та результативним показником розраховувався коефіцієнт детермінації; 5) перевірка моделі на адекватність за критерієм Фішера; 6) з метою подолання недоліків вхідної інформації оцінювалась автокореляція.

З метою оцінювання впливу низки факторних ознак на вислідну ознаку нами використаний багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз, який дозволив отримати адекватну модель, котра може бути використана для прогнозування впливу окремих керованих факторів маркетингу на рівень соціального ефекту некомерційних суб'єктів. Вихідними даними стала обліково-статистична та управлінська інформація десяти провідних НКС України. Методом експертних оцінок була обґрунтована пріоритетність впливу на рівень соціального ефекту некомерційних суб'єктів таких факторів, як кількість працівників і волонтерів сфери маркетингу, осіб ( $x_1$ ), витрати НКС на маркетинг, тис.грн. в рік ( $x_2$ ), досвід діяльності НКС, років ( $x_3$ ), середньомісячна заробітна плата працівників сфери маркетингу, тис.грн. ( $x_4$ ), рівень задоволеності волонтерів, які залучені у маркетингові заходи, балів ( $x_5$ ), обіг коштів організації, млн. грн. в рік ( $x_6$ ), частка спільних маркетингових заходів, виконаних в рамках співпраці із іншими НКС ( $x_7$ ), рівень потенціалу маркетингу НКС, балів ( $x_8$ ). Для ступенів вільності  $k=3$  та ймовірності 0,9 значення  $t_{\alpha p}$  рівне 2,353. Здійснивши низку проміжних розрахунків, встановлено, що мультиколінеарність існує між факторами  $x_7$  та  $x_8$ . З метою усунення мультиколінеарності вилучено фактор  $x_7$ . Використовуючи розраховані нами значення оцінок параметрів моделі, побудована власне економетрична модель:

$$y = 5,834 - 0,162x_1 + 0,107x_4 - 0,529x_5 - 0,037x_6 + 13,373x_8.$$

Оцінювання тісноти зв'язку між факторами та показником соціального ефекту здійснено за допомогою коефіцієнта детермінації. Розрахунки дозволяють зробити висновок про наявність тісного зв'язку між результативним показником (рівень соціального ефекту) та факторами, які впливають на нього (кількість працівників і волонтерів сфери маркетингу, середньомісячна заробітна плата працівників сфери маркетингу, рівень задоволеності волонтерів, які залучені до маркетингових заходів, обіг коштів організації, потенціал маркетингу).

При оцінюванні адекватності економетричної моделі статистичним даним нами використано критерій Фішера. Отримано, що  $F_p = 26,79$ . Із заданою ймовірністю  $p=0,95$  і числом ступенів вільності  $k_1=5$  і  $k_2=4$  знайдено табличне значення  $F$ , яке рівне 6,25 і є меншим за розраховане значення  $F_p$ . Тому з надійністю 0,95 можна стверджувати, що побудована економетрична модель є адекватною статистичним даним генеральної сукупності. Наступним кроком була перевірка економетричної моделі на наявність автокореляції, котра може спричинити необхідність введення у модель нового фактора. Отримане значення автокореляції  $\rho = -0,293$ , тому ми можемо стверджувати, що в даному випадку автокореляція практично відсутня.

Отже, величина соціального ефекту некомерційних суб'єктів може бути успішно інтерпретована за допомогою функціональних та статистичних залежностей, які



відтворюють загальні та індивідуальні закони розвитку некомерційних суб'єктів, зокрема, з використанням багатofакторних математичних моделей. Отримана економетрична модель, котра відображає залежність між керованими чинниками маркетингу та соціальним ефектом, є адекватною і може бути використана для прогнозування величини нееконімічного внеску вітчизняних некомерційних суб'єктів у суспільство.

*Олена БРИНДЗЯ*

*Тернопільський національний економічний університет*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ**

Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на світовому ринку в сучасних умовах визначається рівнем застосування передових інноваційних енерго-, ресурсо- і трудозберігаючих технологій, що відповідають високим екологічним та енергономічним вимогам. Саме такі технології з використанням високопродуктивної техніки зумовлюють прогресивний розвиток рослинництва, а саме: досягається економія ресурсів (паливно-мастильних матеріалів, добрив, праці, часу та амортизаційних відрахувань); зберігається й відновлюється родючість ґрунту (поліпшуються його хімічні, фізичні та біологічні властивості, підвищується вміст органічної речовини); зменшується або усувається ерозія ґрунтів (немає необхідності витрачати додаткові кошти на вирішення цієї проблеми); поліпшується водний режим ґрунту (за рахунок більш якісного нагромадження і утримання вологи); створюються сприятливі умови для екологічного управління бур'янами у посівах; зменшується залежність урожаю від погодних умов; зростає урожайність сільськогосподарських культур; поліпшується якість продукції (екологічно чиста продукція); на принципово новий рівень виходить загальна агрокультура.

Висока конкурентоспроможність будь-якого господарства означає, використання всіх його ресурсів настільки ефективно, щоб воно було більш прибутковим ніж його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що господарство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг та його продукція користується постійним попитом. Необхідно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються і проводити відповідні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів.

Прагнучи до гнучкого використання своїх внутрішніх можливостей, сільське господарство повинно забезпечити собі технологічну та економічну ефективність не нижче галузевої. Тобто, воно повинно знайти спосіб оптимального поєднання бажаної технологічної та економічної ефективності, щоб забезпечити найкращі технологічні та економічні умови пропозиції.

До форм та методів максимізації внутрішніх можливостей на основі проведення інноваційної, технологічної політики, направленої, по-перше, на постійне гнучке використання "ноу-хау" в технологіях виробництва, що дозволяє підприємству стати лідером у випуску даної продукції, по-друге, на забезпечення високої якості, по-третє, на оптимальну збутову політику.

Проблема посилення конкурентоспроможності продукції підприємств аграрного сектора України на продовольчому ринку все більш є актуальною і призводить до перетворення вітчизняного ринку на ринок збуту європейського продовольства і продукції сільського господарства, зумовить поглиблення кризи в аграрному секторі і розвитку сільських територій та створить загрозу продовольчій безпеці держави.

З урахуванням існуючих проблем, а також позитивного зарубіжного досвіду, видається доцільною реалізація заходів у контексті підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції аграрного сектора на європейському ринку за наведеними нижче основними напрямками.