

Л'ОГО

Σ

МИСТЕЦТВО НАУКОВОЇ ДУМКИ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ЗА МАТЕРІАЛАМИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК: ОСВІТА ТА НАУКА ХХІ СТОЛІТТЯ

19 ЧЕРВНЯ 2018 РІК • КИЇВ, УКРАЇНА

ТОМ 4



ISBN 987-617-71717-80-4



ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ

«ЄВРОПЕЙСЬКА НАУКОВА ПЛАТФОРМА»

ОО «ЕВРОПЕЙСКАЯ НАУЧНАЯ ПЛАТФОРМА» • NGO «EUROPEAN SCIENTIFIC PLATFORM»

ЛОГОΣ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ЗА МАТЕРІАЛАМИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК:
ОСВІТА ТА НАУКА ХХІ СТОЛІТТЯ»**

19 ЧЕРВНЯ 2018 РІК

ТОМ 4

Київ • Україна

УДК 001(08)
Н 34

Н 34 **Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття**
[текст]: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 19 червня 2018 року у м. Київ: зб. наук. праць «ΛΟΓΟΣ» / відп. за випуск Голденблат М.А. // ГО «Європейська наукова платформа». – Обухів: Друкарня ФОП Гуляєва В.М., 2018. – Т.4. – с. 138.

ISBN 987-617-71717-80-4

Викладено тези доповідей та статті учасників міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття», яка відбулася у місті Київ, 19 червня 2018 року.

Збірник присвячено для студентів, аспірантів, докторантів, здобувачів, молодих фахівців, викладачів, науковців та інших зацікавлених осіб, а також для широкого кола читачів.

Бібліографічний опис матеріалів конференції представлено у Науковій електронній бібліотеці «Elibrary.ru».

Збірник включено до міжнародних наукометричних баз «РИНЦ» та «Google Академія».

УДК 001 (08)

© Колектив авторів конференції, 2018
© Збірник наукових праць «ΛΟΓΟΣ», 2018
ISBN 987-617-71717-80-4 © ГО «Європейська наукова платформа», 2018

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 7.

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ОСНОВНІ ТРЕНДИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У РІЗНИХ ГАЛУЗЯХ
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Кабенгеле Г.Т. 7

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ БЮДЖЕТНОЇ
ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Письменний М.І. 10

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Підкуйко М.І. 16

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СКЛАДОВИХ АНТИКРИЗОВОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Тюріна Н.М., Шатайло О.А. 19

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЗА
РАХУНОК ВІДМІННОСТЕЙ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ

Скубіліна А.В. 22

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ З МВФ: РЕАЛІЇ
СЬОГОДЕННЯ

Курилюк О.І. 26

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ
ЗНАННЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Скляренко В.О. 29

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ КОНСУЛЬТАЦІЇ

Тураєва В.О. 31

ПРІОРИТЕТИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАКСИМІЗАЦІЇ
ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Попик Т.О. 34

ПРОБЛЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЧЛЕНІВ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ Капінус М.Р.	37
ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ Галяберда А.М.	40
ПРОБЛЕМИ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ Діляєва Є.І.	41
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ Вовк С.В.	43
ПРОБЛЕМИ СПРИЙНЯТТЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПЕРСОНАЛОМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ Здір А.Р., Панченко А.М.	46
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КРЕДИТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ Сидоренко А.С.	49
ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ Клим О.С.	51
РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ Фльора А.П.	53
РИНОК ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ: ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ Крістева Е.А.	57
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: ПЛАТФОРМА ДЛЯ РЕКЛАМИ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ Свістяк Б.Р., Зоріна Г.П.	59
СТАТИСТИЧНА КОМІСІЯ ООН ЯК ЕЛЕМЕНТ ГЛОБАЛЬНОЇ СТАТИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ Сергієнко Т.М.	62

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА ТО РГІВЛІ Жолудь Д.Р.	65
СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ Майстренко Ю.В.	68
СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ Арасланова О.Ю.	71
СУТЬ ПРИНЦИПУ «ВИТЯГНУТОЇ РУКИ» В ОПОДАТКУВАННІ Макар Н.М.	73
СУЧАСНІ МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ Гончар Ю.О.	75
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ ТОРГОВОЇ МАРКИ НА ГАЛУЗЕВОМУ РИНКУ Дєєва О.Ф.	77
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ Удовенко Д.О.	79
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ Козловська С.М.	89
УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУВНОЇ ІНДУСТРІЇ Шацька Г.М.	95
ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ Ящук І.Р.	104
ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ – ДРАЙВЕР СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ Кучеренко А.В.	106

ФОРМУВАННЯ КАРТИ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГАЗОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Морозова О.С.	108

ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ	
Романко А.Ю.	109

СЕКЦІЯ 8. ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ

ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОНЯТЬ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ, НАПРЯМИ ЗМІН ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ТУРИСТИЧНІ ПІДПРИЄМСТВА	
Мурган Ю.В.	113

СЕКЦІЯ 9. ГЕОЛОГІЧНІ НАУКИ

ГАЗОГІДРАТИ – ДОДАТКОВЕ ДЖЕРЕЛО ЕНЕРГІЇ	
Науково-дослідна група:	
Дяченко Ю.Г., Крицький В.В., Педченко М.М.	117

СЕКЦІЯ 10. ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОЛОГІЯ

ОЧИСТКА ЖИРОСОДЕРЖАЩИХ СТОЧНЫХ ВОД ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ И МАЙОНЕЗА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОДСОЛНЕЧНОГО МАСЛА	
Науково-дослідна група:	
Соколенко Н.М., Островка М.В., Островка В.И.	
Мороз А.В., Попов Е.В.	125

СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ОСНОВНІ ТРЕНДИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У РІЗНИХ ГАЛУЗЯХ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Кабенгеле Григорій Теофіло

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гаряга Л.О.

*Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи
Україна*

Цифровізація світової економіки вступила в активну фазу. Концепції «Третьої промислової революції», «Індустрії 4.0» та інші розробки як на державному, так і на корпоративному рівні досить швидко стали інкорпоруватися у державні програми та стратегії бізнесу. Такі тенденції фундаментально перебудовують основні напрямки розвитку економіки держави та стимулюють розвиток нових «цифрових» трендів у всіх галузях господарства.

Одним із варіантів реформування національної моделі соціально-економічного розвитку у середньостроковому періоді є модель «маленької силіконової долини», що передбачає стрімкий розвиток технології та інновацій у всіх сферах діяльності [1]. Важливою складовою розвитку економіки у цьому напрямку є достатні обсяги інвестування коштів у інноваційні та високотехнологічні проекти [2].

У цифрову епоху змінюються підходи до здійснення бізнесу та використання інформаційних технологій, які на сьогодні вважаються інноваційними трендами сучасного соціально-економічного середовища [3].

Для прикладу, у фінансовій сфері головним трендом на сьогоднішній день є впровадження технологічних проектів або фінтеху (FinTech). Існує два основних види продуктів на базі FinTech. Перший, досить давно представлений на ринку, забезпечує софт і послуги фінансових сервісів, тобто використовує модель B2B. Другий, активно розвивається останнім часом, орієнтований на кінцевого споживача, тобто охоплює ринок B2C, та прагне виконати вкрай амбітне завдання – скласти конкуренцію традиційним постачальникам фінансових послуг у боротьбі за масового клієнта [4].

Впровадження цифрових технологій в юридичній сфері бізнесу спеціалізується на інформаційно-технологічному обслуговуванні професійної юридичної діяльності, а з кінця 2000-х років – і на наданні споживачам юридичних послуг з використанням інформаційних технологій. В останньому випадку може мати місце online-посередництво між замовником та юридичною фірмою або надання

інструментів для юридичної самообслуговування, що виключають необхідність звернення до професійних юристів [4].

Новітнім страховим технологіям відведено велике місце на фінансово-технологічній арені. Insurtech – це впровадження інноваційних рішень, покликаних максимізувати ефективність використання нових технологій на страховому ринку. InsurTech дає можливість змінити «правила гри» для страховиків, дозволяючи впроваджувати інновації, підвищувати актуальність пропозицій і зростати. InsurTech отримує фінансування поряд з інвестиціями в FinTech-сектор. Великі можливості InsurTech приховуються не в тому, щоб надати існуючим страховим продуктам цифрову форму, а в тому, щоб докорінно змінити продукт або процес укладення договору на його надання з метою – на порядок поліпшити якість обслуговування клієнта [5].

У сфері натурального господарства поширення набуває «цифрове» (точне) землеробство» – принципово нова стратегія менеджменту в агрономії, що базується на застосуванні нових технічних засобів виробництва та передбачає здійснення технологічних заходів з вирощування рослин з урахуванням просторової неоднорідності поля. Це новий етап розвитку агросфери, пов'язаний з використанням геоінформаційних систем, глобального позиціонування, бортових комп'ютерів, управлінських і виконавських механізмів, здатних диференціювати способи обробітку, норми внесення добрив, хімічних меліорантів і засобів захисту рослин. Точні технології у землеробстві спрямовані насамперед на економічну ефективність та ґрунтозахист, підвищення врожайності з одного гектару землі, зменшення втрат врожаю на полях та загалом – на підвищення коефіцієнту корисного використання земельного банку країни [3].

Цифрові перетворення є складним завданням. Країнам, які досягли найвищого рівня цифрової зрілості, довелося вирішувати складні культурні, організаційні, технічні проблеми, і лише врахування цих факторів зробило ці трансформації успішними. Для того, щоб Україні сьогодні стати цифровим лідером, в конкретних сферах економіки потрібно виділяти пріоритетні цифрові проекти, які реалізують конкретні організаційні команди. Цифрові команди мають зосереджуватись на трьох ключових функціональних видах діяльності, а саме: розвивати цифрову стратегію, управляти цифровою діяльністю через їхні національні компанії, а також перетворювати в операційну перевагу їх цифрове виконання [6, с. 28].

Таким чином, цифровізацію варто розглядати як інструмент, а не як самоціль. «Цифрові» технології необхідні для зростання ефективності української промисловості, а в деяких секторах вони

стають основою продуктових та виробничих стратегій. Їх перетворююча сила змінює традиційні моделі бізнесу, виробничі ланцюжки та обумовлює появу нових продуктів та інновацій. Цифровізація для України носить позитивний соціальний характер, адже зосереджена на поліпшенні якості інфраструктури соціального забезпечення, якості соціальних послуг, організації прозорості та адресності соціальної допомоги, та скорочення витрат. При системному державному підході цифрові технології будуть стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів підвищення продуктивності, економічного зростання, створення робочих місць, а також покращення якості життя громадян України.

Список використаних джерел:

1. Колодій С. Ю. Напрямки підвищення експортного потенціалу при формуванні нової моделі соціально-економічного розвитку України / С.Ю. Колодій, Л.О. Гаряга, М.В. Руденко // Економічний часопис-XXI. – 2016. – № 162 (11-12). – С. 38–42.
2. Руденко М.В. Формування інвестиційної привабливості України: досвід республіки Польща /М.В. Руденко, В.О. Криворучко // Економіка, фінанси, право. – 2016. – № 7/1. – С. 26–32.
3. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року [Електронний ресурс] – К.: ГС «Хай-тек офіс Україна», 2016. – 90 с. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
4. Краус Н.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку [Електронний ресурс] / Н.М. Краус, О.П. Голобородько // Ефективна економіка. – 2018. – №1. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf.
5. Краус Н. М. Інноваційне табло України [Електронний ресурс] / Н. М. Краус, К. М. Краус // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – № 6. – Режим доступу: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr>.
6. Целостная модель трансформации в цифровой экономике – как статья цифровыми лидерами / В. П. Куприяновский, А. П. Добрынин, С. А. Синягов, Д. Е. Намиот // International Journal of Open Information Technologies. – 2017. – Vol. 5. – No. 1. – С. 26–33.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Письменний Максим Ігорович

Науковий керівник: д.е.н., проф. Лисяк Л. В.

Університет митної справи та фінансів

Україна

Бюджетна політика є важливою складовою єдиної фінансової політики держави. Саме бюджетна політика, що тісно пов'язана з грошово-кредитною, валютною, інвестиційною, відіграє провідну роль у забезпеченні економічної та соціальної стабільності, адже в процесі її формування і реалізації стикаються інтереси різних суб'єктів економічних відносин та різних політичних партій [5]. Ось чому дуже важливим є обґрунтування засад формування бюджетної політики та її взаємоузгодження з економічною і фінансовою політикою держави.

Теоретико-методологічні засади формування та реалізації бюджетної політики, проблеми підвищення її ефективності викладені у наукових працях Л.М. Бабич [4], Л. В. Лисяк [5], В.Д.Макогон [6], І.Я.Чугунова [7] та інших. Науковий доробок українських вчених, які досліджують проблеми розробки ефективної бюджетної політики, є вагомим. Л.В. Лисяк зазначає, що для важливе значення для формування ефективної бюджетної політики має цілісне розуміння бюджету [5]. В.Д.Макогон вважає, що бюджет активно використовується державою для управління економічними процесами, а формуванню збалансованого, стійкого бюджету за сучасних умов трансформаційних перетворень сприятиме забезпечення макроекономічної стабільності, зокрема за рахунок формування та реалізації скоординованої, пруденційної податково-бюджетної політики [6]. Проте, у зв'язку зі змінами, що відбуваються у законодавстві, і особливо у бюджетному, коли вводяться не лише нові статті й окремі положення, але й запроваджено нове податкове законодавство, що є визначальним у розробці політики доходів державного та місцевих бюджетів, важливо проводити дослідження з подальшого пошуку нових напрямів розвитку засад формування бюджетної політики країни.

Метою статті є дослідження особливостей формування бюджетної політики України та обґрунтування напрямів підвищення її ефективності у середньо- і довгостроковому періоді.

В Україні розробка бюджетної політики як провідної складової фінансової політики держави проводиться відповідно до положень Бюджетного кодексу України, прийнятого в оновленому варіанті в 2010 р. З 2014 р. у Бюджетний кодекс було внесено кардинальні

зміни та доповнення у зв'язку розгортання процесів фіскальної децентралізації. На сьогодні Бюджетний кодекс України – це комплексний документ, який, по суті, є бюджетною конституцією, що визначає засади формування та виконання зведеного бюджету з урахуванням особливостей регулювання міжбюджетних відносин на різних рівнях бюджетної системи [1].

Таким чином, у сучасній бюджетній політиці на основі чинного законодавства застосовується система елементів бюджетного механізму, які можна вважати ефективними інструментами впливу на розвиток загальнодержавних фінансів, бюджетної системи і в результаті - економіки й соціальної сфери. Разом з тим, слід дотримуватися основних принципів побудови бюджетної політики, без яких її формування як ефективної бюджетної політики стає проблематичним, а забезпечення тісного зв'язку з політикою економічного зростання не відбуватиметься: наукового підходу, обов'язковості, гласності, композиції, безпеки, еквівалентності [5, с.152-153]. Ці принципи на практиці мають втілюватися у

- підтримці та стимулюванні інноваційної діяльності підприємницьких структур різних форм власності з метою та збільшення обсягів їхніх власних фінансових ресурсів, створення нових робочих місць;

- удосконаленні форм і методів мобілізації й використання фінансових ресурсів держави для забезпечення соціальних стандартів;

- забезпеченні раціонального використання всіх видів ресурсів, зокрема, природніх, заборона технологій, що становлять загрозу для здоров'я людини.

Реалізація окреслених принципів бюджетної політики, спрямованих на забезпечення відновлення економічного зростання, зокрема таких, як стимулювання розвитку наукоємних ресурсозберігаючих виробництв, розвиток людського потенціалу, стимулювання інновацій тощо, потребує визначення не лише якісних, а й кількісних індикаторів, за якими можна було б вимірювати відповідність діяльності уряду у бюджетній сфері напрямам і завданням бюджетної політики, що, у свою чергу, потребує внесення відповідних змін до формату й структури бюджетного законодавства [4].

Побудована на положеннях чинного нині бюджетного законодавства сучасна бюджетна політика зараз має лише окремі орієнтири, які доцільно деталізувати через подальше, більш поглиблене визначення таких основних засад, як принципи, функції, методи, інструменти, технологія розробки. Бюджетна політика трансформується передусім через досягнення її основної мети –

забезпечення належного рівня життя населення, та має реалізовуватись у загальному вигляді як система взаємопов'язаних цілей і дій держави.

З огляду на це, пошук більш поглибленого обґрунтування змісту бюджетної політики доцільно проводити з урахуванням чинних положень бюджетного законодавства. Головним підґрунтям цьому є ст. 33 Бюджетного кодексу України, відповідно до якої Міністерство фінансів України спільно з іншими центральними органами виконавчої влади розробляє проект Основних напрямів бюджетної політики на наступний бюджетний період, що має ґрунтуватися на таких основних показниках економічного та соціального розвитку, як обсяги номінального й реального валового внутрішнього продукту, індекси споживчих цін і цін виробників, офіційний обмінний курс гривні, рівень безробіття, граничний обсяг дефіциту (профіциту) державного бюджету тощо [2].

Головні параметри зазначених показників у вказаній статті Бюджетного кодексу України визначаються Державною програмою економічного і соціального розвитку України, у щорічному Посланні Президента України до Верховної Ради України та іншими державними програмами, а також програмою діяльності Кабінету Міністрів України. Основні параметри бюджетної політики у вигляді показників-індикаторів, що базуються на зазначених документах, далі втілюються у проекті Державного бюджету України на наступний бюджетний рік та в прогнозі Державного бюджету на наступні за плановим два бюджетні періоди. Тобто показники бюджетної політики, що регламентуються бюджетним законодавством, є макроекономічними показниками для розробки основних складових бюджету країни і мають велике практичне значення. Такі показники-індикатори результативності (успіху), почали застосовуватися в бюджетному процесі з 2012 р. Їх призначення - швидке реагування відповідних сценаріїв розвитку бюджетної політики для блокування або ж пом'якшення негативного впливу кризового оточення на державні фінанси України в цілому (табл. 1).

Таблиця 1

Індикатори результативності бюджетної політики

Показник	Частка у ВВП, %
Дефіцит сектору загальнодержавного управління	≤ 2,5
Державний і гарантований державою борг	≤ 45
Частка перерозподілу ВВП через зведений бюджет	≤ 28,7
Виконання плану дохідної частини державного бюджету	≥ 100
Інвестиційні видатки зведеного бюджету	≥ 5

Як свідчить досвід попередніх років, при розробці бюджетної політики урядом враховувались переважно перші три показники-індикатори, виходячи із необхідності дотримання рівня дефіциту бюджету з урахуванням вимог міжнародних фінансових організацій при обґрунтуванні можливості надання кредитів своїми коштами; чинного бюджетного законодавства стосовно граничного рівня державного боргу, а також забезпечення тенденції поступового зменшення частки перерозподілу ВВП через доходи зведеного бюджету. Останні два показники-індикатори, як правило, чітко не визначалися ні у програмних документах, ні у основних напрямках бюджетної політики, оскільки бюджет з року в рік не виконувався. На сьогодні чітко не визначено, до яких параметрів слід зменшувати частку перерозподілу ВВП через державний бюджет. Зараз вона становить 29%, водночас, оптимальна її величина не лише повинна бути достатньою через встановлення відповідних меж втручання держави у соціально-економічні процеси, щоб забезпечувати державний сектор необхідними фінансовими ресурсами, а й слугувати фінансовим орієнтиром стратегії економічного розвитку та становлення фінансової моделі в Україні.

Динаміка структури видатків зведеного бюджету України у 2015–2017 рр. свідчить про суттєве зниження частки видатків на економічну діяльність з одночасним зростанням на соціальний захист і соціальне забезпечення. Відповідно відбулися несприятливі зміни у структурі економіки. Зокрема значно зменшилась частка інших видів економічної діяльності; сільського господарства, мисливства, лісового господарства (табл. 2).

Отже, структура виробництва та розподілу валового внутрішнього продукту за видами економічної діяльності свідчить, що інноваційно-інвестиційні аспекти не набули достатньої активізації у вітчизняній економіці. Тому одним із основних завдань сучасної держави є обґрунтування бюджетних пріоритетів, оскільки саме завдяки їм можна створити умови для подолання наслідків фінансово-економічної кризи, проведення ефективної бюджетної політики.

Таблиця 2

Структура виробництва та розподілу валового внутрішнього продукту за видами економічної діяльності за 2015–2017рр., % [4]

Види економічної діяльності	2015	2016	2017
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	6.87	7.16	6.30
Добувна промисловість	5.73	3.87	5.66
Переробна промисловість	17.38	15.85	15.29
Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	3.04	3.46	2.97
Будівництво	3.08	2.42	3.89
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та	13.85	13.46	14.03

предметів особистого вжитку			
Діяльність транспорту та зв'язку	9.18	11.32	10.48
Освіта	4.59	5.22	4.88
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	3.08	3.45	3.82
Інші види економічної діяльності	23.99	26.48	22.93

При коригуванні етапів бюджетного процесу слід враховувати, що після внесення змін до Бюджетного кодексу бюджетне планування набуло на сьогодні нового змісту, адже відповідно до ст. 20 визначаються основи застосування програмно-цільового методу, а у ст. 21 – склад індикативних показників Прогнозу Державного бюджету України на наступні за плановим два бюджетні періоди та порядок їх формування розпорядниками бюджетних коштів різних рівнів. Таким чином, показники бюджетної політики мають також розроблятися на плановий та на наступні за плановим два бюджетні періоди, а бюджетний процес включає такі етапи:

1. Розробка макропоказників економічного і соціального розвитку в складі Державної програми України на відповідний бюджетний період.

2. Розробка основних напрямів бюджетної політики на плановий і наступні за плановим два бюджетні періоди.

3. Складання проекту державного бюджету та проектів місцевих бюджетів

на основі засад бюджетної політики на плановий і наступні за плановим два бюджетні періоди.

4. Розгляд і затвердження проекту державного бюджету.

5. Виконання та контроль за виконанням бюджетів протягом бюджетного періоду.

6. Складання та затвердження звіту про виконання державного бюджету.

Подальше удосконалення положень ст. 33 Бюджетного кодексу України необхідно проводити з урахуванням того, що бюджетна політика має розроблятися не лише на середньостроковий, а й на довгостроковий період як бюджетна стратегія, що потребує обґрунтування інструментів бюджетного впливу на хід її реалізації. У зв'язку з цим доцільно, з урахуванням досвіду країн, обґрунтувати в Конституції України основні засади побудови бюджетної політики на довгостроковий період, що були б зорієнтовані на взаємоузгодження технології розробки бюджетної політики із Концепцією економічного й соціального розвитку України [7].

Для цього слід удосконалювати бюджетне планування, використовуючи його прогресивні методи, узгоджувати бюджетне

планування з системою прогнозування і розробкою програм економічного й соціального розвитку України.

Отже, обґрунтоване формування основних параметрів бюджетної політики важливо здійснювати як на кожний плановий і на наступні за плановим два бюджетні роки, так і з подальшим переходом на довгострокове планування. Для цього у бюджетному законодавстві необхідно визначити поняття «бюджетна політика» та «пріоритети бюджетної політики». Водночас, формування довгострокової бюджетної політики має бути тісно пов'язане з фінансовим і бюджетним плануванням, а у більш широкому контексті – з у взаємозв'язку з економічною та фінансовою політикою на довгостроковий період.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України станом на 03.09.2015. – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 104 с.
2. Про державне прогнозування і розроблення програм економічного і соціального розвитку України: Закон України від 23.03.2000 №1602-Ш // zakon1.rada.gov.ua.
3. Про Основні напрями бюджетної політики на 2016 рік: Постанова Верховної Ради України від 13.05.2015 №3358-VI // zakon1.rada.gov.ua.
4. Бабич Л.М. Особливості бюджетного забезпечення функцій держави у контексті положень чинного законодавства // Актуальні проблеми економіки. – 2013.– №5. – С. 7–23.
5. Лисяк Л. В. Бюджетна політика у системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України : монографія / Л. В. Лисяк. — К. : ДННУ АФУ, 2009. — 600 с.
6. Макогон В.Д. Бюджет як інструмент економічного зростання [Електронний ресурс] / В. Д. Макогон // Економічний вісник університету. - 2016. - Вип. 28(1). - С. 203-208. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/escvu_2016_28\(1\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/escvu_2016_28(1)_28).
7. Чугунов І.Я. Бюджетно-податкова політика в умовах інституційних перетворень / І. Чугунов, В. Макогон // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2014. - № 4. - С. 79-91. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2014_4_8.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Підкуйко Марина Ігорівна

Науковий керівник: ст.викл. Чернявська Л.В.

*Черкаський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»
Україна*

Сучасний стан розвитку інноваційної діяльності, в умовах існування низької конкурентоспроможності вітчизняної продукції, потребує вдосконалення та детального дослідження фінансових важелів державного регулювання інноваційних процесів, з урахуванням всіх особливостей та факторів інноваційного розвитку і можливостей їх пристосування до української дійсності.

Актуальність зумовлена насамперед тим, що для України однією з найважливіших соціально-економічних проблем є перехід економіки на новий інноваційний рівень та подолання розривів в науково-технологічному розвитку від економічно розвинених країн.

Значний внесок у розгляд проблем управління інноваційної діяльності та підвищення інноваційного рівня зробили такі вітчизняні і зарубіжні вчені: Ю.М. Бажал, М.Г. Чумаченко, М.І. Долішній, В.М. Геєць, М.І. Крупка та ін.

Фінансування інноваційної діяльності є важливим фактором стабільного соціально-економічного розвитку та однією з головних умов інноваційної активності підприємств для будь-якої країни. Важливим кроком для підвищення тенденцій розвитку інноваційної діяльності є розробка заходів фінансового стимулювання з боку держави та іноземних інвесторів.

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення та розвитку науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енергетично і ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції [1].

Рівень та динаміка інноваційних процесів є визначальним показником економічного розвитку країни. У процесі розвитку ринкових відносин в Україні склалась надзвичайно складна ситуація щодо забезпечення її інноваційного розвитку.

Упродовж 2017 р. наукові дослідження і розробки в Україні виконували 963 організації, 45,8% з яких відносилися до державного сектору економіки, 39,0% – підприємницького, 15,2% – вищої освіти. Загальний обсяг витрат на виконання наукових

досліджень і розробок власними силами організацій становив 13379,3 млн. грн., у тому числі витрати на оплату праці – 7152,9 млн. грн., інші поточні витрати – 5444,6 млн. грн., капітальні витрати – 781,8 млн. грн., з них витрати на придбання устаткування – 659,1 млн. грн. [2].

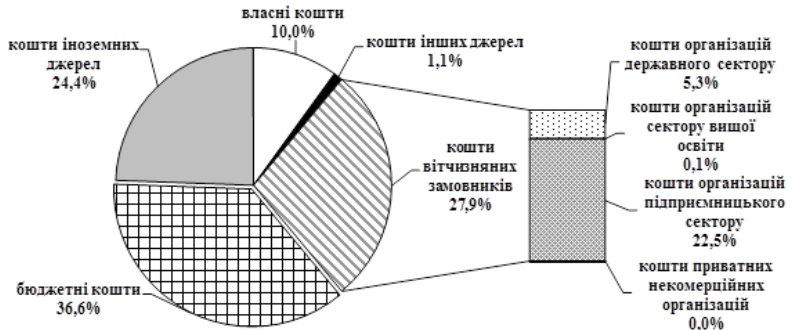


Рис. 1. Розподіл загального обсягу витрат на виконання наукових досліджень і розробок за джерелами фінансування, % [2]

Підтримка інноваційної діяльності з боку держави проявляється у створенні податкового та правового середовища, яке буде безумовно активізувати інноваційні процеси на просторах українських підприємств, що призведе до економічного зростання держави, підвищення добробуту населення.

Зростання ролі держави у стимулюванні інноваційної діяльності в фінансовому плані – це необхідна умова розвитку НТП України, проте ситуація в нашій державі склалася таким чином, що фінансування інноваційної діяльності насамперед виконується за кошти підприємств.

Основним пріоритетами, в які спрямовується більше всього коштів в Україні є вкладення, що безпосередньо пов'язані з розвитком людського потенціалу, створення належних умов для підвищення кваліфікації робітників та покращення умов праці, а також стимулювання вкладень у впровадження нових енергетичних, екологічних та ресурсозберігаючих технологій.

Головними цілями державного регулювання в найближчому майбутньому повинно стати залагодження диспропорцій у ринковій системі України задля ефективного господарювання підприємств, раціональне та поступове введення реформ, спрямування сил та фінансів на усунення недоліків у законодавчо-нормативній базі, задля стимулювання розвитку інноваційного підприємництва.

Приріст залежності української економіки від зовнішніх факторів створює необхідність перегляду напрямів використання сировинної бази та робочої сили, саме це повинно стати стимулом для використання інновацій.

Для розвитку інноваційної діяльності в Україні, безперечно, корисним буде також використання позитивної практики інших держав. Так, досвід європейських країн показує, що найпоширенішими методами стимулювання інноваційної діяльності є різного роду податкові пільги, прискорена амортизація, субсидії та дотації, а також пільгові кредити [4].

Для оцінювання розвитку інноваційної діяльності в країнах ЄС, США та країн-сусідів було створено Глобальний інноваційний індекс. Під час оцінки інноваційного розвитку країн в 2017 році найкращі результати отримали: Швейцарія; Швеція; Нідерланди; США; Велика Британія.

У 2017 році Україна посіла найвищу позицію за останні 7 років – 50 місце. У порівнянні з 2016 роком наша держава піднялася на 6 пунктів, що обумовлено високим коефіцієнтом інноваційної ефективності, тобто співвідношенням інноваційного результату до інноваційних ресурсів [3].

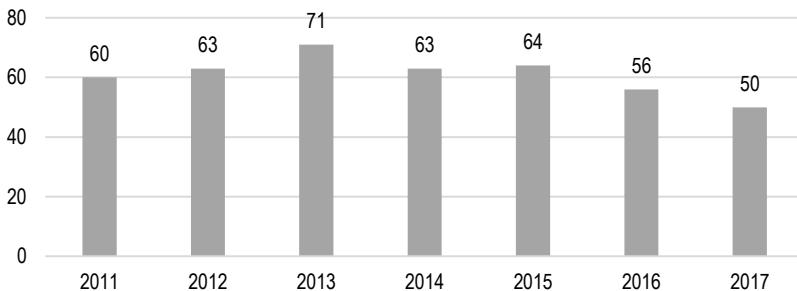


Рис. 2. Динаміка позицій України у Глобальному інноваційному індексі в період 2011-2017 рр. [3].

Нарощення обсягів іноземних інвестицій та їх ефективне використання в наукову та технічну діяльність забезпечить розвиток науково-технічного прогресу в Україні, що безпосередньо призведе до зростання обсягів ВВП. Забезпечення достатнього рівня фінансування інноваційних проектів значно покращить рівень економічного розвитку України.

Список використаних джерел:

1. Про інноваційну діяльність : закон України : від 4 липня 2002 року № 40- IV // Відомості ВРУ. – 2002. – № 38. – Ст. 266.

2. Економічна статистика / Наука, технології та інновації. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Хоменко О. Україна піднялася на 6 позицій у Глобальному інноваційному індексі / О. Хоменко, Незалежний аналітичний центр Український інститут майбутнього. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uifuture.org/uk/post/ukraina-pidnalasa-na-6-pozicij-u-globalnomu-innovacijnomu-indeksi_305
4. Чернявська Л. В. Аналіз інноваційної діяльності промислових підприємств. Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business: collective monograph / ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V.M. Coventry, United Kingdom: Agenda Publishing House, 2017. – 619 p.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СКЛАДОВИХ АНТИКРИЗОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Тюріна Ніла Марківна, Шатайло Ольга Анатоліївна
*Хмельницький національний університет
Україна*

Як показує досвід багаторічної діяльності українських підприємств у ринковому середовищі, кризи та ризику у ринковій економіці – це нормальне явище. Результати успішного подолання різних видів криз залежать від ефективності антикризового управління, що потребує залучення потенційних можливостей і ресурсів, закумульованих та сформованих в антикризовому потенціалі підприємства.

Наявний потенціал підприємства від його антикризового потенціалу відрізняється реалізацією поставлених цілей. Так основна мета потенціалу підприємства у звичайних умовах - використання усіх потенційних можливостей, з урахуванням їхнього перспективного розвитку, для покращення фінансового, економічного, соціального та інших станів підприємства. Тобто він спрямований, перш за все, на розвиток підприємства та закріплення або покращення уже існуючих його позицій у ринковому середовищі. Мета ж антикризового потенціалу - використання наявних можливостей підприємства для подолання діючих криз або запобігання виникнення кризових явищ шляхом трансформації, оптимізації складових існуючого потенціалу та їхньої адаптації відповідно до виду кризи. Іншими словами антикризовий потенціал має бути спрямований в першу чергу на виживання підприємства у кризових умовах та подолання криз, стати

ресурсним підґрунтям для прийняття управлінських рішень в умовах кризи.

Як показали дослідження існуючого та антикризового потенціалів їхні структури є практично тотожними, тобто базовими складовими є: фінансовий, виробничий, організаційно-управлінський, технологічний, ресурсний та інноваційний потенціали. Цей перелік можна доповнити ще такими складовими як: інвестиційна, інформаційна, маркетингова, науково-технічна та інші. Але, на нашу думку, зважаючи на різність цілей, наповнення складових існуючого та антикризового потенціалів має відрізнитись. Розглянемо особливості формування окремих складових антикризового потенціалу.

Коли підприємство, з об'єктивних чи суб'єктивних причин, потрапляє у кризову зону діяльності, воно змушене використовувати саме наявні, а не нові, потенційні ресурсні можливості для формування дієвих механізмів протистояння кризі. Однак, в умовах кризи змінюються форми і масштаби потенційних ресурсів, наприклад, інвестиційні ресурси, у зв'язку з дефіцитом фінансових ресурсів та проблемами платоспроможності підприємства, можуть використовуватись обмежено, або взагалі не використовуватись. Це стосується і інших складових потенціалу.

Так фінансова складова має містити резервний фонд, що передбачений для використання саме у критичних кризових ситуаціях, наприклад, пов'язаних з відновленням платоспроможності підприємства.

Інноваційна та інвестиційна складова можуть і не використовуватись у антикризовому потенціалі, адже розробка та впровадження інновацій потребують залучення додаткових інвестиційних фінансових ресурсів, що є проблемним у кризових умовах.

Трудова складова потенціалу має бути оптимізована за критерієм мінімізації витрат та відповідати основному завданню антикризового управління – зниження витрат та відновлення платоспроможності.

Організаційно-управлінська складова потенціалу має якісно розвиватись у напрямку максимальної координації та злагодженої роботи управлінських підрозділів, менеджерів, фахівців та інших, спрямованої на виведення підприємства з кризи.

Активно має бути задіяна інформаційна складова. Необхідно використати усі знання та досвід працівників, технічну документацію, технології виробництва, які можуть акумулювати ідею для вирішення складних та термінових завдань, що виникають у кризових умовах. Інформаційна складова також тісно пов'язана і з маркетинговою складовою потенціалу, що реалізується через антикризовий

маркетинг. Він передбачає моніторинг зовнішнього середовища по сигнали погіршення стану підприємства на ринку, втрати конкурентоспроможності, зниження його платоспроможності тощо, або протилежне – позитивні зміни в окремих сферах діяльності та ставить за мету собі одержання необхідних грошових коштів від збільшення збуту продукції, що виробляється на підприємстві.

Не зменшуючи важливість усіх складових потенціалу підприємства основною все ж вважаємо виробничу складову. Усі її елементи впливають на загальний стан підприємства, але у кризовому стані важливо зробити акцент на таких: стан технології виробництва, рівень організації виробництва, раціональність організації бізнес-процесів, якість внутрішнього управління підприємством, оптимальне завантаження виробничих потужностей, система планування та контролю, система моніторингу критеріїв результативності бізнес-процесів тощо. Саме ці пріоритети допоможуть оптимізувати виробничий процес, знизити витрати та підвищити його ефективність.

Ми розглянули лише окремі аспекти, що стосуються трансформації наявного потенціалу в антикризовий.

Отже, складові потенціалу підприємства та антикризового потенціалу можуть бути ідентичними, але їхнє наповнення буде різним, тобто у кризових умовах відбувається трансформація складових потенціалу для ефективного протистояння кризовим явищам або подолання кризи.

Список використаних джерел:

1. Антикризовий потенціал реального сектора економіки / Г. В. Ортіна // Інвестиції: практика та досвід. - 2013. - № 18. - С. 81-84. - Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2013_18_18
2. Шатайло О. А. Сутнісні характеристики потенціалу підприємства / О. А. Шатайло // Вісник Хмельницького національного університету. Сер: Економічні науки. – 2018. – №3, т.1.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЗА РАХУНОК ВІДМІННОСТЕЙ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ

аспірант Скубіліна Анастасія Вікторівна

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

Економічна, соціальна та політична кризи, які останніми роками охопили українську економіку, негативно впливають на процес становлення культури споживання як фактора формування людського капіталу. Суттєве зниження доходів населення чинить негативний вплив на купівельну спроможність населення та стає перешкодою для інвестицій в його розвиток. Вирішенню даної проблеми сприятиме чітке розуміння культури споживання населення у країнах з високим індексом людського капіталу, що дасть змогу екстраполювати культуру споживання розвинутих країн в українські реалії.

Над вирішенням проблем ефективного формування, використання та розвитку людського капіталу працювали такі українські та зарубіжні вчені, як В. Антонюк, Н. Борщова, С. Волошина, Н. Голікова, А. Корицький, Е. Лібанова Д. Насипайко, С. Позднякова та інші. Враховуючи велику наукову значущість наукових здобутків вищеназваних вчених, слід зазначити що недостатньо вивідтворення людського капіталу без взаємозв'язку із культурою споживання, що і обумовлює актуальність даного дослідження.

Культура відображає рівень розвитку суспільства, що охоплює знання, цінності, норми, віросповідання, мистецтво, мораль, звичаї й будь-які інші навички та звички, набуті членами суспільства. Споживання характеризує задоволення людиною своїх потреб. Відповідно культура споживання характеризує певний стиль використання результатів діяльності людини у сфері споживання, що обумовлено рівнем розвитку суспільства. Культурне середовище впливає на характер споживання, що в свою чергу обумовлює умови формування та розвитку людського капіталу. З цього слідує, що для різних країн притаманні свої специфічні особливості у споживанні, які обумовлені певними звичаями та правилами.

Формування людського капіталу забезпечується шляхом інвестицій що спрямовані на підтримку нормальної життєдіяльності людини та її розвиток, до них слід відносити витрати на житло та його облаштування, продукти харчування, одяг, взуття, медичне обслуговування, освіту та культуру.

Для визначення впливу культури споживання на формування та розвиток людського капіталу, доцільно проаналізувати структуру споживчих витрат домогосподарств у взаємозв'язку з розміром індексу людського капіталу країн ЄС та країн, що входили до складу минулого СРСР.

Фінляндія, Швеція, Данія мають найвищі значення індексів людського капіталу (рис. 1), в порівнянні з іншими країнами вибірки у структурі витрат домогосподарств мають (рис. 2): найменші частки витрат на продукти харчування (11,3-12,5%), що є причиною збільшення частки витрат на ресторани та готелі (6,1-6,3%), найменші частки витрат на алкоголь та тютюнові вироби (3,6-4,5%). Найбільші частки займають витрати на житло, воду, електроенергію, газ та паливо (26-29,7%). Витрати на здоров'я не перевищують середні значення по вибірці (2,9-4,6%). Сегменти відпочинку та культури є найбільшими серед аналізованих країн (10,5-11%), проте частки витрат на освіту - найменшими (0,3-0,8%).

Великобританія, Німеччина, Франція мають високі показники людського капіталу, проте дещо нижчі від країн Скандинавії, відповідно і структура витрат має не істотні відмінності з цими країнами, окрім найвищих часток витрат на транспорт (13,1-14,4%), ресторани і готелі (11,9-13,2%) та дещо нижчими частками витрат на відпочинок (7,8%).

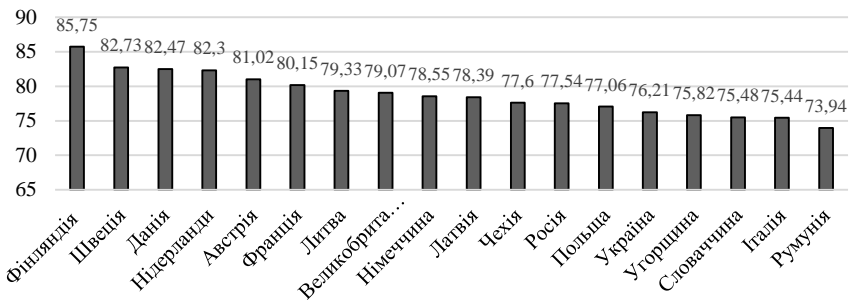


Рис. 1. Індекс людського капіталу, 2015 р.

Джерело: складено авторами згідно [1]

Країни що раніше входили до складу колишнього СРСР (Росія, Україна, Латвія, Литва) мають дещо нижчі індекси людського капіталу ніж країни «Великої сімки», проте вищі ніж в Угорщині, Словаччині та Румунії. Однак структура витрат домогосподарств між цими країнами значно різниться. Так, в порівнянні країнами вибірки, структура витрат країн Литви та Латвії характеризується: вищими частками у сегменті харчування (18-23,4%), високими частками

витрат на алкоголь та тютюнові вироби (6,8-8%), середніми значеннями часток на житло та електроенергію (15,8-22%), високими частками витрат на транспорт (11,7-14,6%). Проте частка витрат на здоров'я (3,9%) в Латвії значно менша ніж в Литві (5%), а частки витрат на освіту (1,7%) та відпочинок (9,3%) в Литві, навпаки, вищі ніж в Латвії (0,5% і 7,8% відповідно). В Україні та Росії сегмент продуктів харчування займає суттєво великі частки у структурі витрат, які складають 57,2% і 32% відповідно, що свідчить про низький рівень життя населення в цих країнах. Витрати на транспорт в Росії є найвищими серед країн 14,4%, а в Україні найнижчими - 4%. Частки витрат на одяг та взуття цих двох країн також є найвищими серед вибірки (6,1-9,2%), частки витрат на освіту є високими (0,9-1,2%), а частки витрат на житло (11,1-12,6%), відпочинок (1,7-6,7%), ресторани (2,1%-3,5%) та алкогольні і тютюнові вироби (3-3,5%) є найнижчими серед вибірки.

Таким чином, в країнах з високим індексом людського капіталу (Фінляндія, Швеція, Данія), в порівнянні з іншими країнами вибірки, значно вищі частки витрат на житло, воду, електроенергію, ресторани, відпочинок та культуру і значно менші частки витрат на одяг, взуття, продукти харчування, алкогольні напої і тютюн, що вказує на високій рівень життя населення, оскільки населення здатне повністю задовольнити базові потреби та витрачає більше коштів на сфері культури та відпочинку. Витрати ж на здоров'я та освіту в країнах високим індексом людського капіталу, значно нижчі аніж в країнах з нижчими показниками індексу, що пояснюється культом здорового способу життя та безкоштовною освітою для населення. А для країн з середніми показниками людського капіталу притаманна висока частка витрат на продукти харчування та порівняно вищі частки витрат на освіту, алкогольні напої та тютюнові вироби. Для більшості країн ЄС майже не простежується тенденція залежності розмірів показника людського капіталу із витратами у сегментах одягу та взуття, меблів та побутової техніки, ресторанів та готелів.

Отже, соціально-економічна та політичні кризи гальмують процес становлення культури споживання в Україні, оскільки в основному домогосподарства витрачають більшу кількість коштів на задоволення базових потреб, і як наслідок зменшуються інвестиції у формування та розвиток людського капіталу країни. Основною причиною даного явища є низькі розміри доходів населення, безробіття та трудова еміграція. Тому, першочерговим завданням уряду є проведення реформ щодо підвищення рівня життя населення, що стане базисом формування культури споживання, яка притаманна країнам з високим рівнем розвитку.

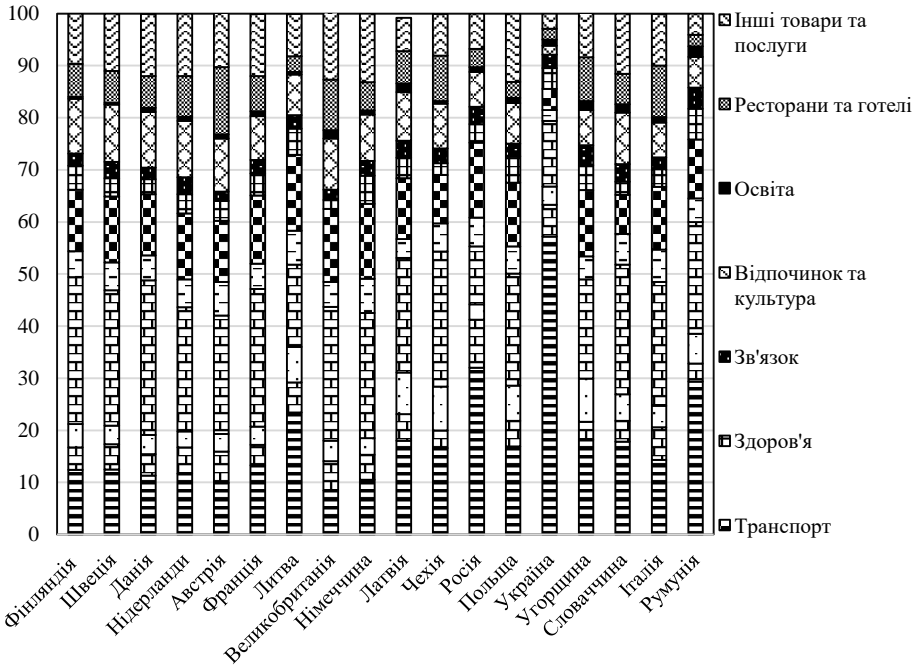


Рис. 2. Структура споживчих витрат країн за 2015 рік, %
Джерело: складено авторами згідно [2]

Список використаних джерел:

1. The World Economic Forum. Human Capital Report 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: - <http://reports.weforum.org/human-capital-report-2015/#read>.
2. Економічний дискусійний клуб. Аналітика [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://edclub.com.ua/analityka/struktura-spozhyvchyh-vytrat-u-domogospodarstvah-ukrayiny-ta-inshyh-krayin-shozhist-ta>.

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ З МВФ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ

Курилюк Оксана Іванівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Белей С.І.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Україна

Сучасний стан розвитку України безпосередньо пов'язаний як із внутрішнім, так і з зовнішнім середовищем впливу на економіку. Результатом фінансово-економічної кризи стали проблеми платіжного балансу, зниження ВВП, девальвація національної валюти, зростання інфляції, масове безробіття, відсутність соціальних гарантій, крах банківської сфери, скорочення можливостей доходів регіонів. Все це посилено політичною нестабільністю в зв'язку з тимчасовою втратою контролю над частиною території країни у поєднанні з різким зростанням витрат бюджету, необхідністю збільшення фінансування оборони країни. Саме тому Україна з метою уникнення дефолту звернулася по допомогу до міжнародних фінансових організацій, зокрема міжнародного валютного фонду (МВФ).

Питаннями взаємодії та співпраці України з МВФ займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці: Андрійчук В., Балік І., Бальцерович Л., Білорус І., Вільямсон Дж., Гришина Л., Димчин М., Ерхард Л., Зіденберг А., Карась П., Кіллік Т., Колосова В., Мандела Р., Мозговий О., та ін.

МВФ – це спеціальне агентство ООН, засноване 29-ма державами, з метою регулювання валютно-кредитних відносин країн-членів і надання їм допомоги при дефіциті платіжного балансу шляхом надання коротко- і середньострокових кредитів в іноземній валюті. Фонд має статус спеціалізованої установи ООН. Має 189 країн-членів. Україна є членом МВФ з 1992 року [3].

Основні етапи співробітництва України з МВФ в рамках кредитних програм подано в табл. 1.

Таблиця 1

Основні етапи співробітництва України з МВФ

Етап	Період проведення співробітництва	Програма фінансування	Фінансове забезпечення програми
I	1994-1995 рр.	Системна трансформаційна позика (STF)	498,7 млн. СПЗ (763,1 млн. дол.)
II	1995-1998 рр.	Трирічні програми Stand-bay	1318,2 млн. СПЗ (1935 млн. дол.)
III	1998-2002 рр.	Програма розширеного фінансування EFF	1193 млн. СПЗ (1591 млн. дол.)
IV	2002-2008 рр.	Попереджувальний Stand-bay	411,6 млн. СПЗ (600 млн. дол.)

V	2008-2010 рр.	Програма Stand-bay, затверджена 05.11.2008 р.	11 млрд. СПЗ (16,43 млрд. дол.), однак освоєно 10,6 млрд. дол.
	2010-2014 рр.	Програма Stand-bay, затверджена 28.07.2010 р.	10 млрд. СПЗ (15,1 млрд. дол.)
VI	2015-2018 рр.	Програма розширеного фінансування EFF, затверджена 11.03.2015 р.	17,5 млрд. дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [2].

Наразі МВФ є одним із головних фінансових партнерів України. Починаючи з 1994 р. Україна отримує від МВФ кредити Stand-by, частина цих коштів була направлена на фінансування дефіциту платіжного та торгівельного балансів, а також поповнення золотовалютних резервів країни. Фонд допомагає Україні поновити свою фінансову спроможність, підказуючи, як найбільш ефективно впроваджувати програму реформ [4].

Загалом питання співробітництва з МВФ можна розділити на стратегічні та тактичні. До перших слід віднести концептуальні проблеми, що впливають із основних документів, на яких базуються принципи діяльності Фонду, до других — виконання критеріїв програм і меморандумів про співробітництво з Фондом [5].

Проблеми стратегічного характеру, пов'язані зі співробітництвом України та МВФ, виникають із деяких базових принципів, якими керується Фонд, зокрема з так званого Вашингтонського консенсусу. Він в основному є тим типом економічної політики, який МВФ рекомендує до застосування країнам, що зазнають економічних і фінансових труднощів.

Тактичні проблеми спрямовані на сприяння реформуванню й інституціональному розвитку нашої країни, відповідно до основних пунктів Меморандуму про фінансову й економічну політику.

Вплив міжнародного кредиту на економіку України може призвести до певних негативних тенденцій і результатів, зокрема можна виділити такі:

- МВФ одночасно блокує свободу дій в усіх інших питаннях економічної політики держав-позичальниць, що робить таким чином їх уряди підконтрольними;

- підриває економічну стабільність української економіки як залежність від зовнішніх кредиторів, так і нераціональне використання коштів, отриманих від кредитів. У той час, коли розвинуті країни інвестують високотехнологічні галузі, такі як фармакологія, машинобудування, Україна спрямовує отримані у кредит кошти на виплати зарплат, погашення заборгованостей тощо;

- ризиком такого інструмента погашення дефіциту платіжного балансу, як іноземні кредити, є збільшення державного боргу,

оскільки виникає обов'язок країн-позичальників виплачувати як основну суму позики, так і відсотки;

- надмірне залучення зовнішніх позик може породжувати загрози для макроекономічної стабільності, оскільки підвищується вразливість національної фінансової системи до зовнішніх шоків. Адже нарощування зовнішньої заборгованості супроводжується підвищенням валютних ризиків і ризиків рефінансування боргу [6].

Проте, незважаючи на недоліки співробітництва України з МВФ, все ж є і позитивні сторони його впливу на національну економіку (табл. 2).

Таблиця 2

Аргументи на користь співпраці України з МВФ

№	Аргумент	Зміст
1.	Недостатність фінансування для програм	довгострокові і дешеві кредити МВФ (передбачають виплату відсотків у розмірі близько 2 % річних від загальної суми боргу) сприяють вирішенню проблем платіжного балансу; послаблена проблема фіскального дефіциту, оскільки частина коштів МВФ перекинула видатки з погашення зовнішніх зобов'язань уряду, проведення розрахунків за російський газ та покриття касових розривів для своєчасної виплати зарплат і пенсій.
2.	Рекапіталізація проблемних банків	проведення рекапіталізації проблемних банків, що дало змогу вкладникам повернути свої кошти і припинити депозитну паніку.
3.	Стабілізація національної валюти	створення достатніх валютних резервів, що дозволить Україні зміцнити та підтримувати стабільність національної валюти, успішно провести грошову реформу
4.	Вигідні умови кредитування	Україні потрібно виплачувати свої зобов'язання за вже взятими позичками МВФ та процентами по ним. А без інших кредитів державі просто не обійтися. І більш дешевих грошей, ніж від МВФ немає. А якщо вони і будуть, то будуть інші політичні та економічні вимоги, які обійдуться для країни ще дорожче.

Джерело: розроблено автором на основі [1], [5]

Отже, варто зазначити, що співробітництво України з міжнародними валютно-фінансовими організаціями має ряд як позитивних, так і негативних наслідків. Серед позитивних наслідків слід виділити такі: створення достатніх валютних резервів для повернення кредитів із відсотками, підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки, підвищення кредитного рейтингу країни на світовому фінансовому ринку, сприяння удосконаленню банківської та грошово-кредитної системи держави.

Недоліки: формування фінансової залежності країни від зовнішніх ресурсів, нарощування зовнішнього боргу держави, формування «споживацького» типу економіки, перетворення проблеми

обслуговування боргу в проблему запозичення, зuboжіння населення в довгостроковій перспективі через підвищення тарифів на газ та опалення, замороження соціальних виплат та ін.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду [Електронний ресурс]. — Доступ до ресурсу : <http://www.imf.org>.
2. Меморандум про економічну та фінансову політику [Електронний ресурс] / Офіційний сайт НБУ. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/Publication/others/Memorandum.pdf>.
3. Вікіпедія [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>.
4. Історія співробітництва України та МВФ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/news/mizhnarodne-spirovitnictvo/mvf>.
5. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: Сучасні міжнародні економічні відносини / А.С. Філіпенко, С.Я. Боринець, В.А. Вергун — К., 2009. — 255 с.
6. Фурман І.В. Міжнародний валютний фонд в контексті співпраці з Україною: сучасний стан, ризики, перспективи / І.В. Фурман, А.О. Підгіряк, Я.С. Паламар // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. — 2013. — №4(81). — С.275-285.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Скляренко Вікторія Олександрівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гаряга Л.О.

*Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»
Україна*

Традиційна економіка базувалась на поєднанні матеріальних ресурсів – землі, праці та капіталу для забезпечення розвитку як народного господарства, так і підприємства. Проте, на сьогоднішній день, ключовим ресурсом, який забезпечує ефективність та рентабельність економічної діяльності стають знання. Саме вони є елементом процесу сталого розвитку підприємств.

На думку А. Фроста, всередині компанії знання формуються протягом певного тривалого процесу, який включає такі етапи: накопичення даних та фактів; їх аналіз та формування інформаційних потоків; створення знань, як продукту розуміння відповідної інформації [1].

Управління знаннями на підприємстві – це систематичний процес ідентифікації, використання і передачі інформації, знань, які

працівники можуть створювати, удосконалювати і застосовувати. Найвища користь від управління знаннями досягається в таких областях як обслуговування клієнтів, навчання та підвищення кваліфікації персоналу, співпраця в рамках реалізації проектів підприємства тощо [2].

Підприємство запроваджуючи систему управління знаннями ставить перед собою досягнення наступних основних цілей: створення і збереження своїх конкурентних переваг; трансформація «традиційного» виробничого підприємства в організацію, здатну до самонавчання; максимальна реалізація професійних і особистих можливостей працівників підприємства.

Управління знаннями на підприємстві передбачає забезпечення працівників інформацією, яка створена на основі ланцюга цінностей спеціальних процедур, які створюють ланцюг знань, що формує чотири ланки, які визначають довготривалість функціонування підприємства. Ланками ланцюга знань є: внутрішня обізнаність, внутрішня реакція, зовнішня реакція і зовнішня обізнаність. Ці чотири ланки виступають факторами, які обумовлюють спроможність підприємства до інновацій і успішним перетворенням [3].

Процес управління знаннями на підприємстві включає наступні етапи [3]: визначення – окреслення кола знань, що мають вирішальне значення для успіху підприємства; збір – пошук, знаходження та придбання потрібних знань, досвіду; вибір – упорядкування зібраних та оцінка їх корисності; зберігання – класифікація знань та внесення їх до корпоративної пам'яті; розподіл – знання видобувають з корпоративної пам'яті, стають доступними для використання; застосування – практичне використання знань при здійсненні завдань та вирішенні проблем на підприємстві; створення – виявлення нових знань шляхом спостереження за клієнтами, використання причинного аналізу, експериментування, креативного мислення, досвіду, досліджень, розробки даних; продаж – на основі інтелектуального капіталу створюються нові продукти, які реалізуються поза підприємством.

У системі управління, необхідно використовувати багато методів, які дозволять кодифікувати знання, а також здійснювати «фільтрацію» знань, тобто відсівання знецінених та непотрібних знань для компанії, щоб унеможливити поширення такого явища як інфляція знань [4]. До таких методів можна віднести методи експертно-аналітичної і дослідницької діяльності, дискусії, метод «мозкової атаки». Збільшення відкритих знань, необхідних для прийняття управлінських рішень, тільки підвищують їх ефективність при непередбачуваних ситуаціях.

Окрім того, вважаємо за необхідне, впровадження на підприємствах, що імплементують відповідні системи, посаду менеджера управління знаннями, в обов'язки якого будуть входити: визначення можливостей пропаганди цінностей управління знаннями на підприємстві; розробка системи, за якою буде можливість оцінити ефективність управління знаннями; збір і розповсюдження інформації про глибину знань співробітників і т.д.

Отже, можна зробити висновки, що управління знаннями – це частина менеджменту підприємства, яка дозволяє суттєво посилити конкурентні позиції на ринку та перетворити компанію в самоорганізовану систему. Застосування системи управління знаннями на підприємстві дозволяє реалізувати інтелектуальний потенціал компанії та перетворити наявні знання в самостійний «працюючий» капітал для підприємства.

Список використаних джерел:

1. Frost A. Failure factors of synthesis of knowledge management / A. Frost / A Synthesis of Knowledge Management Failure Factors. [Electronic resource]. — Access mode: http://www.knowledge_management_tools.net/ASynthesis_of_Knowledge_Management_Failure_Factors.pdf.
2. Руденко М.В. Управління знаннями як конкурентна перевага підприємства / М.В. Руденко, В.О. Криворучко // Економіка та держава. – 2016. - №4. – С. 74-78 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2016_4_17.
3. Гапоненко А.Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал: учеб. пособие / А.Л. Гапоненко, Т.М. Орлова. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с.
4. Руденко М.В. Інфляція знань в концепції сучасного підприємства / М.В. Руденко, В.О. Криворучко // Інвестиції: практика та досвід. – № 17. – 2017. – С. 39-43 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/17_2017/9.pdf.

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ КОНСУЛЬТАЦІЇ

Тураєва Вікторія Олександрівна

Науковий керівник: ст. викладач Сидорко Н.Л.
Університет державної фіскальної служби України
Україна

Постійні зміни і трансформація системи державного управління та податкового менеджменту змушують людину, як суб'єкта управління, шукати необхідну інформацію, знання, способи оволодіння необхідними навичками й уміннями, новими формами поведінки і продуктивними методами мислення. Зазначені умови та необхідність

їх продуктивного роз'яснення і спонукає суб'єктів управління звертатися за допомогою та робить їх потенційними клієнтами консультативного співтовариства.

Податкове консультування як вид діяльності не має точного визначення і навіть не закріплене на законодавчому рівні. Податковий Кодекс України не дає чіткого визначення поняття «податкова консультація».

Фізичні та юридичні особи звертаються до консультантів органу Державної фіскальної служби України або до незалежних податкових консультантів, чи їх фірм для вирішення окремих податкових питань. А особливо ці питання стосуються:

- надання необхідних рекомендацій стосовно визначення бази оподаткування, розрахунку податків і зборів, застосування пільг, які надаються окремим платниками податків і зборів згідно з чинним законодавством, дотримання визначеного порядку нарахування та сплати податків і зборів, розроблення варіантів організації оподаткування відносно особливостей діяльності юридичних та фізичних осіб;

- інформування про зміни в законодавстві; надання роз'яснень відносно практичного застосування відповідних законодавчих та нормативно-правових актів;

- сприяння правильному нарахуванню та повній сплаті податків і зборів, здійснення моніторингу змін у відповідному законодавстві;

- ведення податкового обліку та складання податкової звітності;

- представництва інтересів юридичних та фізичних осіб в органах, що здійснюють контроль за нарахуванням та сплатою податків і зборів, та судових органах;

- надання впевненості стосовно податкової звітності на замовлення платників податків у відповідності до норм і правил податкового консультування.

Також юридичні та фізичні особи, які є платниками податків і зборів можуть доручити ведення податкового обліку та складання податкової документації по конкретному податку або по всіх податках з усіх податків і зборів або з окремих податків на консультанта з податків і зборів або на відповідну фірму.

У вітчизняній та зарубіжній юридичній літературі протягом останніх десятиліть спостерігається зростання інтересу до розкриття проблематики запровадження альтернативних способів вирішення юридичних спорів, зокрема податкових.

Альтернативні методи вирішення спорів (Alternative Dispute Resolution – ADR) – це група процесів, за допомогою яких вирішуються спори і конфлікти без звернення до формальної системи судочинства [2].

На практиці даних двох процесів розглянемо на прикладі Новоукраїнської об'єднаної державна податкової інспекції Кіровоградської області.

Згідно нової редакції ПКУ від 01.08.2016 року[1], а саме п.4 ст.52 наголошує, що такі об'єднані податкові інспекції мають право не надавати податкові консультації в письмовій або електронній формі, а тільки в усній формі. Так, за 2017 рік в Новоукраїнській ОДПІ відбулося 12508 звернень з приводу надання адміністративних послуг і надання податкової звітності.

Протягом 2017 року у Новоукраїнській ОДПІ було проведено 12 справ, що оскаржувались в судовому порядку на зазначену суму 3382,06 тис. грн. з питань визнання недійсними податкові повідомлення – рішення про застосування штрафних (фінансових) санкцій по ПДВ, про зменшення сум ПДВ, про визнання податкових зобов'язань з податку на прибуток, за порушення законодавства про РРО та обігу готівки, про застосування спрощеної системи оподаткування. З яких 7 справ було виграно на суму 2930,66 тис. грн.. на користь Новоукраїнській ОДПІ, а 2 справи на суму 202,90 тис. грн.. – на користь платника податку. Всі інші мправи знаходяться по сьогоднішній день на розгляді. Таким чином платниками податків було сплачено до податкової інспекції суму в розмірі – 2930,66 тис.грн.

Дані справи могли не доходити до судового розгляду, якби інспекція використовувала податкову медіацію, що в свою чергу скачувала б судову тяганину, а також час платника податку і юристів з податкової інспекції. Проблема в тому, що в Україні податкова медіація залежить від прийняття базових законів про медіацію. Так, у Верховній Раді України зареєстровано три законопроекти, пов'язані з медіацією, які перебувають на різних етапах розгляду. Йдеться про проекти законів від 28.12.2014 р. «Про внесення змін до Податкового кодексу України (щодо введення процедури медіації)», від 17.12.2015 р. «Про медіацію» та альтернативний проект від 29.12.2015 «Про медіацію».

Отже, позитивним явищем для нашої держави є те, що у сфері податкового законодавства ми чим далі запозичуємо зарубіжний досвід розвинутих країн. Так, процес податкових консультацій наразі відбувається на досить належному рівні, розвивається і вдосконалюється з кожним роком, адже наша податкова служба – це сервісна служба для платників податків.

Список використаних джерел:

1. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

2. Притика Ю. Д. Теоретичні проблеми захисту прав учасників цивільних правовідносин в третейському суді : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. юрид. наук : спец. 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / Ю. Д. Притика. – Київ, 2006. – 29 с.

ПРІОРИТЕТИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАКСИМІЗАЦІЇ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Попик Тетяна Олександрівна

Науковий керівник: Скакун Л. А.

*Вінницький національний аграрний університет
Україна*

Особливо в сучасних, кризових умовах, гостро постає питання стратегічного формування доходів підприємств, що дасть змогу підприємству не лише успішно здійснювати господарську діяльність, а й в повній мірі використовувати можливості, що виникають у зовнішньому середовищі в процесі господарювання.

Розвиток ринкової економіки потребує від підприємств України раціонального і економічного обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, до визначення стратегії збільшення доходів підприємства, аналізу і оцінки отриманих результатів.

Основою стратегічного управління доходами є розроблення стратегії їх розвитку. Стратегія формування доходу є логічно побудованою програмою перспективних заходів, спираючись на яку підприємець зможе досягти поставлених цілей. Така стратегія передбачає розробку правил і прийомів, за допомогою яких досягається основна мета підприємництва - отримання прибутку.

Механізм розробки стратегії доходу підприємства неможливий без повної, точної, систематизованої інформації про практику його формування, розподілу та використання. Таку інформацію надає моніторинг. В результаті здійснення якого на основі спостереження та контролю, аналізу джерел формування та напрямів використання доходів, визначення факторних показників, підготовки інформації для розробки стратегії максимізації доходів.

Фактори збільшення прибутковості підприємства, що пов'язані з доходами від реалізації продукції:

- підвищення ефективності діяльності підприємства по збуту продукції. Перш за все, необхідно більше уваги приділяти підвищенню швидкості руху оборотних коштів, скороченню усіх видів запасів, досягненню максимально швидкого просування готових виробів від виробника до споживача.

- здійснення ефективної цінової політики, диференційованої по відношенню до окремих категорій покупців;
- суворе дотримання укладених договорів на поставку продукції;
- удосконалення рекламної діяльності, підвищення ефективності окремих рекламних заходів
- підвищення ціни реалізації за умови підвищення якості продукції [1].

Основу стратегічного управління доходами підприємства становить розроблення стратегії їх розвитку, яку підприємству пропонується послідовно здійснювати за відповідними етапами (табл.1).

Таблиця 1

Етапи стратегічного планування доходу підприємства

№	Цільові завдання	Методи та дії
1	Поставка цілей	- Створення бази стратегічного планування підприємства - Обґрунтування можливих перспектив залучення та використання доходу - Забезпечення засобів розвитку підприємницької діяльності, стимулювання праці та капіталу
2	Оцінювання джерел формування та напрямів використання доходу	- Визначення зовнішніх умов діяльності підприємства - Спостереження за внутрішнім середовищем формування та використання доходу - Використання даних моніторингу та маркетингових досліджень
3	Розробка програми формування доходу	- Прогнозування програмно-цільовим методом - Планування методом прямих розрахунків - Застосування методів економіко-математичного моделювання
4	Формування політики оптимізації доходу	- Розробка ефективного маркетингу - Вибір найбільш ефективних джерел отримання доходу - Регулювання та коригування цін і знижок
5	Ранжування напрямів використання доходу	- Вибір пріоритетних напрямів використання доходів - Розробка ефективної системи розподілу доходів
6	Забезпечення виконання стратегії	- Розробка шляхів досягнення стратегічних цілей - Спостереження за доходами, здійснення стратегії доходу

Необхідність стратегічного формування доходів підприємств пов'язана з наступним: за рахунок доходів відшкодовуються поточні витрати, що виникають під час здійснення фінансово-господарської діяльності, тобто доходи забезпечують діяльність підприємства; частина доходів спрямовується на сплату податкових платежів, тобто за рахунок доходів підприємство виконує свої фінансові зобов'язання перед державою; за рахунок доходів формується кінцевий

фінансовий показник діяльності підприємства – прибуток, що є джерелом фінансування розвитку підприємства в майбутньому; існує частина доходів, що отримуються завдяки розвитку організаційної культури підприємства, формування іміджу, підвищення ділової репутації. Такі доходи забезпечують стійкий розвиток підприємства в ринковому середовищі [2].

Метод аналізу SWOT передбачає виявлення слабких та сильних сторін (можливостей або загроз) підприємства (табл. 2), а також встановлення зв'язків між ними. Цю інформацію необхідно врахувати для формування стратегії підприємства.

Таблиця 2

SWOT – аналіз діяльності підприємства

Сильні сторони	Слабкі сторони
Забезпеченість трудовими ресурсами Структура управління господарством Природно-кліматичні умови Рентабельність продукції Розмір земельних ділянок Самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності Кваліфікація працівників господарства	Слабка фінансово-кредитна підтримка держави Маркетингова політика Недостатній рівень матеріально-технічної бази
Переваги	Недоліки
Широкий асортимент продукції Висока якість продукції Навчений персонал	Недостатність стратегічних програм механізмів функціонування господарства Відсутність пакетів програм страхування

Отже, стратегія управління доходами має важливе значення для підприємства, адже це допоможе йому посилити свою діяльність, надаючи перевагу сильним сторонам та покращувати слабкі. Правильно сформульована стратегія дозволяє співробітникам підприємства відчувати себе учасниками загальної справи щодо освоєння виникаючої можливості, дає їм ціль і підкреслює їх значущість. При розробці стратегії керівництво повинно прагнути до того, щоб програма не була занадто вузькою або занадто широкою. Кожен етап стратегії припускає відкриття нових можливостей, але може підштовхнути підприємства до ризикованих, відірваних від реальності кроків, не підкріплених їх можливостями.

Список використаних джерел:

1. Чазов Є.В. Напрями підвищення прибутковості діяльності підприємства у сучасних умовах / Є.В. Чазов. // Ефективна економіка. - 2015. - № 3. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_83.
2. Шмиголь Н.М. Економічна сутність доходів та дохідності в системі управління підприємством / Н.М. Шмиголь. – [електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2009_7/files/EC709_46.pdf

ПРОБЛЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЧЛЕНІВ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

науковий співробітник Капінус Маріанна Ростиславівна
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
Україна

В умовах кризового стану зайнятості в крупнотоварному агровиробництві особисте господарство стало засобом виживання і основною сферою прикладання праці селян. Виробляючи товарну продукцію, яка є суттєвим внеском у продовольчу безпеку держави, члени ОСГ не заробляють пенсії та, по суті, не мають належного соціального захисту. Проблема залучення осіб, зайнятих в особистих селянських господарствах, до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування, зокрема щодо пенсійного забезпечення, на прийнятних для них умовах давно потребує вирішення.

Стаття 4 Закону України «Про зайнятість населення» визначає членів ОСГ зайнятими, коли робота в ОСГ для них є основною, а розрахунковий місячний дохід на одного члена ОСГ дорівнює або перевищує розмір мінімальної заробітної плати [1]. Проте розміри земельної ділянки на одного члена ОСГ часто не дають реальної змоги забезпечити їх фактичну зайнятість та отримати доходи від ведення господарства, достатні для нормальної життєдіяльності.

Відповідно до чинного законодавства члени ОСГ можуть брати участь у загальнообов'язковому державному соціальному страхуванні на добровільних засадах [2]. Проте умови та механізм такої участі є неприйнятними для їх абсолютної більшості. Так мінімальний розмір щомісячного внеску визначається на основі мінімальної заробітної плати та ставки страхового єдиного соціального внеску (ЄСВ), встановленої законодавством. З 01.01.2017 р. мінімальна заробітна плата склала 3200 грн, а ставка ЄСВ – 22%. Отже, щомісячний страховий внесок за одного застрахованого нині складає 704 грн, а за рік ця сума складає 8448 грн, і зростатиме одночасно з підвищенням мінімальної заробітної плати. Це практично унеможлиблює доступ членів ОСГ до системи соціального страхування.

Слід також зазначити, що навіть за умови добровільної участі у системі соціального страхування, поетапне збільшення страхового стажу, необхідного для призначення пенсії, яке передбачено прийнятою в жовтні 2017 р «пенсійною реформою», не забезпечує у порівняно короткий період можливість набуття особам

передпенсійного віку додаткового страхового стажу, а відтак і права на призначення хоча б мінімальної трудової пенсії. Не дивно, що частка добровільно застрахованих осіб на таких умовах є мізерною. За повідомленнями Міністра соціальної політики України А. Реви, з 2,5 млн самозайнятих у сільському господарстві добровільно сплачують ЄСВ 12,7 тис. осіб, тобто 0,5%.

Слід зауважити, що чимало зарубіжних країн при вирішенні проблем соціально-економічного розвитку сільських територій підтримували селянський (фермерський) уклад різними способами, в тому числі й шляхом субсидування соціального забезпечення фермерів і членів їхніх родин [3].

Зарубіжний досвід соціального забезпечення в сільському господарстві зазвичай будується на принципах страхування фермерів як самозайнятих осіб, які самі сплачують за себе страхові внески. Проте у багатьох країнах системи соціального страхування в сільському господарстві відокремлені від відповідних загальнонаціональних систем, а до фермерів та членів їх родин застосовуються спеціальні схеми сплати внесків.

Для України найбільший інтерес становить система соціального забезпечення власників і членів селянських господарств Польщі. Центральною інституцією цієї системи є Каса сільськогосподарського соціального забезпечення (KRUS), що функціонує під егідою Міністерства сільського господарства та розвитку села. Джерелами її формування є: внески застрахованих осіб, цільові перерахування з інших джерел, та дотації з державного бюджету. Нині дотація є головним джерелом фінансування видатків Каси сільськогосподарського соціального забезпечення, що в 13 разів перевищує внески до неї застрахованих осіб.

Внески до KRUS платять усі власники селянських господарств з площею один і більше умовних гектарів земельних угідь за всіх застрахованих членів господарства. Ці внески вони істотно диференційовані за величиною господарства та діяльністю селянина у неаграрній сфері, і є досить поміркованими та доступними для платників. При цьому в умовні гектари за спеціальними коефіцієнтами перераховуються не тільки орні землі та інші сільськогосподарські угіддя, але й площі теплиць, водойм, поголів'я худоби, птиці тощо. Основний внесок на пенсійне забезпечення одного застрахованого на місяць становить 10% від розміру мінімальної пенсії. За власників і членів селянського господарства, які ведуть неаграрну діяльність, сплачується удвічі більший основний внесок [4].

З огляду на зазначене, необхідно:

1. Законодавчо унормувати диференціацію сільських домогосподарств як за розмірами земельних ділянок (наприклад, до 1

га, до 2 га та понад 2 га), так і наявності в них нерухомого майна, кількості великої рогатої худоби, свиней, різних видів птиці, бджолосімей тощо. Базуючись на такій диференціації необхідно визначити критерії, за якими відповідні господарства мали б виокремлюватись із загальної маси ОСГ і реєструватись як платники ЄСВ, та запровадити реєстрацію членів ОСГ, за яких сплачуються страхові внески. Зазначені завдання доцільно було б розв'язувати в контексті вирішення ширшої проблеми: створення сприятливих умов для добровільної трансформації частини ОСГ у сімейні фермерські господарства.

2. Створити при Міністерстві аграрної політики та продовольства України недержавний Аграрний Пенсійний Фонд (за прикладом польського KRUS), внески до якого сплачували б як юридичні особи, ФОП, так і ОСГ на обов'язкових засадах. Причому вагомим джерелом наповнення Фонду має бути державна дотація (внески) у розмірі, не менше 10 % мінімальної пенсії за кожного застрахованого члена ОСГ, а також додаткові внески від великих сільгоспвиробників. Це створить базу для пенсійного забезпечення зайнятих в сільському господарстві, зокрема й в ОСГ, а також створить ресурсну базу для інвестування в аграрний сектор. Основним напрямком інвестиційної діяльності такого фонду необхідно встановити інвестування саме в об'єкти агропромислового виробництва. Це, в першу чергу, завадить відтоку капіталу з сільського господарства у вигляді сплачених страхових платежів, по-друге акумульовані на рахунках Пенсійного фонду кошти будуть використані саме на розвиток сільськогосподарського виробництва.

3. Подальший розвиток системи аграрних пенсійних фондів в сільському господарстві дозволить залучити ці фонди до земельних відносин. Було б доцільно дозволити недержавним пенсійним фондам вкладати кошти в земельні ділянки (як це дозволено з нерухомістю). Доходи від використання таких земель також додавались би до інвестиційного доходу і формували б кошти для подальшого інвестування та виплати достойних пенсій сільському населенню.

Список використаних джерел:

1. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08.07.2010 р. №2464-V [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>
2. Про зайнятість населення: Закон України від 05.07.2012 р. № 5067-VI [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>
3. Бондарчук К.П. Досвід зарубіжних країн щодо соціального захисту населення, зокрема пенсійного забезпечення членів селянських господарств / К.П.

Бондарчук / [Електронний ресурс] // Режим доступу: - <https://core.ac.uk/download/pdf/32613093.pdf>.

4. Прокопа І.В. Забезпечення доступу членів особистих селянських господарств до соціального страхування: організаційно-економічний аспект / І.В. Прокопа // Український соціум. - 2016. - № 4(59). – с. 90-100.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Галяберда Андрій Михайлович

Науковий керівник: Машлій Г.Б.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Україна*

Одним з найбільш важливих завдань в Україні у нинішній період її становлення є кардинальна зміна економічної ситуації в напрямку її покращення за рахунок відродження промислового виробництва. Важливу роль у вирішенні цього завдання повинне відіграти стимулювання інвестиційного процесу та структурної перебудови галузей за рахунок активізації інвестиційної діяльності. В Україні завдання підвищення ефективності інвестицій є актуальним ще й тому, що значна кількість підприємств, які були лідерами в минулому, в нових (ринкових) умовах виявились нерентабельними.

На сьогоднішній день українській інвестиційній сфері характерні: низький рівень капітальних вкладень та введених у дію виробничих потужностей, збільшення обсягів незакінченого будівництва [1]. Зниження частки інвестицій в бюджетах всіх рівнів, несформованість ефективного ринкового механізму, націленого на зростання інвестиційного потенціалу країни в цілому та її регіонів, зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання, відсутність концепції довгострокових структурних змін привели до низького рівня інвестиційної привабливості країни.

Основним при прийнятті рішень про інвестування є питання про те, наскільки ефективним є той чи інший проект, зокрема, який фінансовий результат можна отримати на вкладений капітал.

Проаналізувавши наукові підходи до оцінки ефективності інвестицій, можна зробити висновок, що ні в Україні, ні за кордоном немає бездоганно розробленого методу обґрунтування доцільності інвестиційних програм. Приймаючи інвестиційне рішення, необхідно поєднувати різні методи оцінки, при цьому результати використовувати радше як інформацію для роздуму, а не керівництво для подальших дій [2].

Базою для розрахунку багатьох показників економічної ефективності інвестиційного проекту є обчислення грошового потоку. Грошові потоки визначаються як сума чистого прибутку плюс амортизація, вони пов'язані з реалізацією інвестиційного проекту і вимірюються сумою певних грошових одиниць за одиницю часу (зазвичай за рік).

Показник рентабельності (ефективності) грошового потоку від інвестиційної діяльності при цьому можна обчислити шляхом співвідношення відповідного чистого грошового потоку до негативного грошового потоку.

Список використаних джерел:

1. Тимофеев Ю.Е. Досвід залучення приватних інвестицій в житлове будівництво / Ю.Е. Тимофеев // Фінанси України. – 2001. – №8. – С. 117-123.
2. Мельник М.Ф. Використання принципу логічного підходу для управління інвестиційною діяльністю / М.Ф. Мельник // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – Вип. 161. – С. 111-121.

ПРОБЛЕМИ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Діляєва Єлена Ігорівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гаряга Л.О.

Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

Україна

Серед важливих важелів, які застосовує наша держава для впливу на розвиток економіки є податки. Розроблення та реалізація ефективної політики щодо оподаткування дозволяє державі виконати свої функції та основні завдання.

Податкова політика держави – це сукупність цілеспрямованих заходів держави щодо науково-методичного, нормативно-правового, інституційно-організаційного, інформаційно-аналітичного, ресурсного забезпечення процесів встановлення та стягнення податків та їх адміністрування, що спрямовані на задоволення потреб та інтересів суспільства, а також реалізацію об'єктивних функцій податків з урахуванням впливу факторів внутрішнього середовища і зовнішніх векторів економічної інтеграції [1]. Це визначення є найбільш повним та враховує різні аспекти та форми прояву податкової політики держави.

Податкова політика є інструментом розвитку господарської діяльності будь-якої країни, тому вона повинна відповідати двом

вимогам одночасно: по-перше – це встановлення оптимальних податків, які не будуть стримувати розвиток підприємництва; по-друге – забезпечувати ту кількість надходжень до бюджету, що буде спроможна задовольнити державні потреби.

Держава повинна постійно прогнозувати, планувати та контролювати податкові надходження до Зведеного та Державного бюджету України задля удосконалення податкової політики держави [2, с. 47].

Однією із проблем реалізації сучасної податкової політики є відсутність в Україні достатнього науково-практичного досвіду щодо стратегічного управління нею, тому державні органи влади повинні експериментувати у встановленні розмірів та видів податків, що може негативно позначитися на економіці [3].

Розвиток сучасної вітчизняної економіки спрямований на євроінтеграцію, що вимагає вирішення ряду завдань. У даному аспекті держава повинна здійснити реформування політики оподаткування, а саме: перетворити звичайний фіскальний інструмент на ефективний засіб соціально-економічної стратегії держави. Податкова політика України повинна стимулювати підприємницьку діяльність, що потребує зменшення податкового тягаря та зростання транспарентності та зрозумілості сплати податків.

Сучасна податкова політика України має ряд недоліків, які заважають як розвитку податкової системи, так і економіки в цілому [4, с. 651]. Найбільш важливими проблемами розроблення та реалізації ефективної податкової політики України є наступні:

- високі ставки окремих податків, що спричиняють зниження попиту на ту чи іншу діяльність, пов'язану зі сплатою таких податків;
- велика кількість обов'язкових платежів, що заважає швидкій оплаті та спричиняє заборгованість платників податків;
- незрозумілість та непрозорість проведення вітчизняної податкової політики;
- прихована діяльність держави щодо оподаткування, що призводить до недовіри населення, а отже, і зниження надходжень;
- значне ухилення від податків, що спричиняє недостатність грошових надходжень до бюджету країни та призводить до неспроможності держави задовольняти свої потреби.

Для удосконалення податкової політики України необхідно впроваджувати відповідні стимулюючі заходи, які будуть спрямовані на зменшення розміру податкового тиску, рівномірний розподіл податкових стягнень, активізацію інноваційної діяльності, сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, відкритість та спрощення

проведення оподаткування та скорочення обсягів ухилення від податків та шахрайства у податковій сфері [5].

Таким чином, розроблення та реалізація ефективної вітчизняної податкової політики залишається важливим завданням для держави. Саме тому подолання проблем у сфері оподаткування дозволить більш стабільно функціонувати як державі в цілому, так і суб'єктам підприємницької діяльності.

Список використаних джерел:

1. Гаряга Л.О. Структурно-декомпозиційний аналіз економічної природи податкової політики держави [Електронний ресурс] / Л.О. Гаряга, Д.В. Веремчук // Фінансовий простір. – 2012. – №1 (5) 2012. – С.48-54. – Режим доступу: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1201/12vdsad.pdf>.
2. Мартиненко В.Л. Податкова політика в Україні та її вдосконалення з метою активізації інвестиційної діяльності [Електронний ресурс] / В.Л. Мартиненко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 2 – С. 47-55. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/16465/1/3.pdf>.
3. Андрієнко К.О. Актуальні проблеми податкової політики [Електронний ресурс] / К.О. Андрієнко. – Режим доступу: <http://intkonf.org/andrienko-ko-aktualni-problemi-podatkovoyi-politiki>.
4. Гушан О.В. Проблеми і перспективи розвитку оподаткування в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Гушан, А.Є. Громова // Молодий вчений. – 2017. – № 4 (44). – С. 651-653. – Режим доступу: <http://molodychenu.in.ua/files/journal/2017/4/151.pdf>.
5. Гончак О.О. Податкова політика України в сучасних умовах [Електронний ресурс] / О.О. Гончак, Т.С. Грушко. – Режим доступу: http://sophus.at.ua/publ/2016_10_28_kampodilsk/sekcija_section_3_2016_10_28/podatkova_politika_ukrajini_v_suchasnikh_umovakh/131-1-0-2061.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Вовк Світлана Вікторівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гаряга Л.О.

*Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»
Україна*

Валютний ринок України відіграє важливу роль в економічному житті суспільства. На сьогодні він характеризується розбалансованістю попиту та пропозиції, значними темпами інфляції та високим рівнем зовнішнього та внутрішнього боргу, що є ознакою того, що зараз проблема реалізації дієвої валютної політики та формування оптимального рівня валютного курсу є не вирішеною.

В останнє десятиліття визначальною проблемою розвитку валютного ринку України є нестабільність валютного курсу гривні. Волатильність валютного курсоутворення знаходиться під впливом численних соціально-політичних, фінансово-економічних та форс-мажорних факторів [1]. Динаміку валютного курсу національної грошової одиниці до долара США, євро та російського рубля за 2010-2018 рр. наведено на рис. 1.

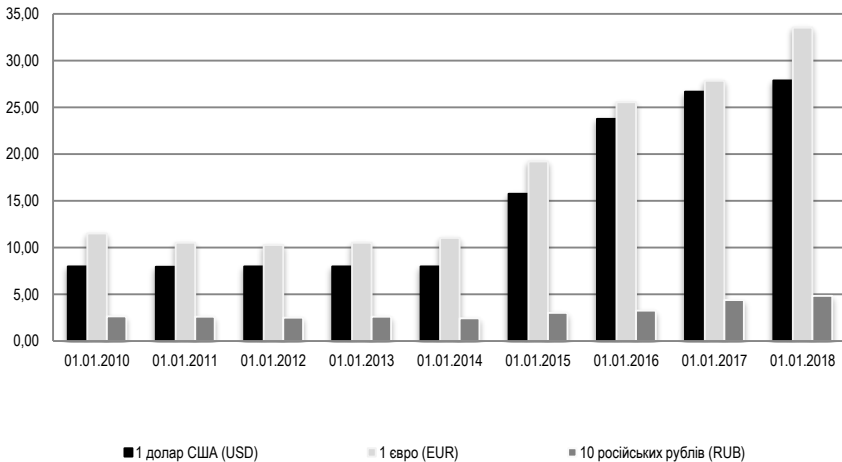


Рис. 1. Динаміка валютного курсу гривні до долара США, євро та російського рубля за 2010-2018 рр. [2]

З рис. 1 чітко видно, що з 01.01.2010 по 01.01.2018 рр. гривня значно девальвувала. Курс гривні до долара США зріс з 7,99 до 27,89 за 1 долар США, курс гривні до євро зріс з 11,53 до 33,53 за 1 євро, курс гривні до російських рублів зріс з 2,65 до 4,84 за 10 російських рублів.

У зв'язку зі значним знеціненням гривні відбувається зростання доларизації економіки, що позначається на вітчизняному економічному розвитку. Посилення доларизації поглиблює проблеми сплати валютних кредитів, створює загрозу функціонуванню вітчизняних банків, призводить до зростання державного боргу, сприяє відпливу ліквідності з країни та впливає на здатність НБУ підтримувати стабільний курс національної валюти [3]. Отже, однією з проблем валютного ринку України є доларизація економіки, що підтверджує рис. 2, де показано обсяг купленої та проданої готівкової іноземної валюти фізичним особам у 2015-2018 рр. В Україні долар США фактично функціонує у сфері грошових розрахунків поряд з національною грошовою одиницею.

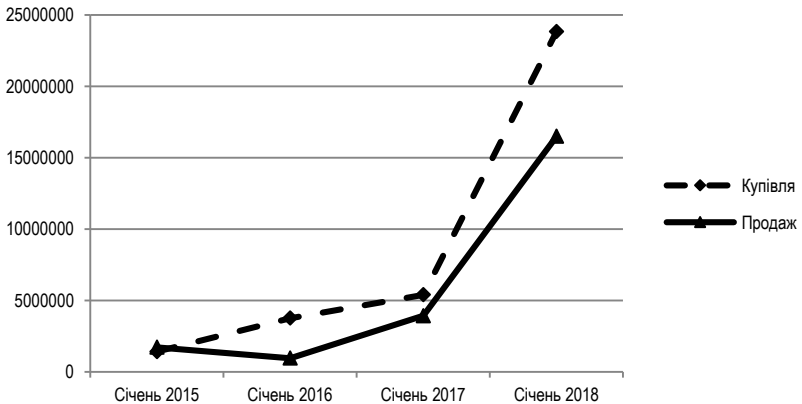


Рис. 2. Обсяг купленої та проданої готівкової іноземної валюти фізичним особам у 2015-2018 рр., тис. грн. [2]

Рис. 2 показує, що обсяг купівлі іноземної валюти з кожним роком неухильно зростає та значно перевищує обсяги продажу. У січні 2018 р. обсяг купівлі збільшився на 77,38% порівняно з попереднім роком. Також обсяг купівлі іноземної валюти у січні 2018 р. перевищує обсяг продажу майже у 1,5 рази.

Для подолання проблем валютної кризи та стабілізації курсу гривні держава використовує золотовалютні резерви [4]. Але їх рівень в Україні є досить низьким та ще й спрямовується на покриття зовнішньої заборгованості, тому золотовалютних резервів недостатньо для згладжування різких стрибків валютних курсів.

Згубний вплив на рівень розвитку валютного ринку чинить значна тінізація вітчизняної економіки, що знижує ефективність валютних регулятивних заходів держави. Рівень тінізації економіки України у січні-вересні 2017 р. за даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України складає 33% від офіційного ВВП країни [5]. Для того, щоб зменшити рівень тінізації економіки необхідно вдосконалювати грошово-кредитну політику, посилювати контроль бюджетної сфери, а саме підвищувати прозорість державних закупівель, реформувати систему оподаткування, здійснювати дієві антикорупційні заходи [3].

Також однією з основних проблем, яка потребує якнайшвидшого вирішення, є удосконалення валютного законодавства. На даний момент в Україні існує ряд проблем на валютному ринку саме через відсутність ефективного нормативно-правового забезпечення, яке б охоплювало всі аспекти валютного регулювання та контролю.

Таким чином, найважливішими проблемами, що існують на сучасному валютному ринку України є: доларизація економіки, значні коливання валютного курсу гривні, тінізація економіки та

недосконалість валютного законодавства. Саме від успішного вирішення цих проблем буде залежати подальший розвиток вітчизняного валютного ринку.

Список використаних джерел:

1. Гаряга Л. О. Нестабільність валютного курсу в Україні / Л. О. Гаряга // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – Вип. 2. – С. 43-50.
2. Показники валютного ринку [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=7693080.
3. Мещеряков А.А. Проблеми розвитку валютного ринку України в контексті забезпечення фінансової безпеки [Електронний ресурс] / А.А. Мещеряков, С.В. Сопотян // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Економіка. – 2014. – № 1. – С. 40-45. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2014_1_8.
4. Гаряга Л.О. Вплив волатильності валютного курсу на окремі показники фінансово-економічного розвитку України / Л.О. Гаряга // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 4. – Том 1. – С. 104-112.
5. Загальні тенденції тіньової економіки в Україні [Електронний ресурс] / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki>.

ПРОБЛЕМИ СПРИЙНЯТТЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПЕРСОНАЛОМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Здир Анастасія Романівна

Панченко Андрій Миколайович

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гаряга Л.О.

*Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»
Україна*

Сучасні цифрові технології стали невід'ємною частиною життя кожного громадянина нашої країни. Ледь не щодня ми зустрічаємо велику кількість інформації про розвиток цифрового світу: розумні прилади для дому, кишенькові девайси, цікаві Інтернет проекти, які об'єднують мільйонів користувачів по всьому світу, майнінг і т.д. Сучасна соціальна еволюція – нескінченний розвиток та удосконалення суспільства з фактором інформатизації. Даний процес в більшій мірі охоплює молодих та людей середнього віку, залишаючи старіше покоління працездатного віку поза увагою. Знання сучасних програм та різноманітних нових технологій допомагають людям краще соціалізувати та виконувати свої безпосередні функції на робочому місці.

Знання – це сила, яка підтримує діяльність будь-якої системи. Це той невидимий ресурс, який проявляється в синергійному ефекті від найбільш раціонального використання землі, праці та капіталу. Саме знання є першочерговим елементом процесу сталого розвитку підприємств. В наш час досягають успіху лише ті суб'єкти господарювання, які значну увагу приділяють освіті, науці, постійному оновленню знань та їх ефективному застосуванню на практиці. Знання – особливий ресурс, він не має фізичної форми, його головною ознакою є дискретність або неподільність – вони або є, або їх немає. Знання існують лише як ціла величина, яка при можливому поділі фактично втрачає свій логічний зміст [1, с. 75].

В Україні, станом на 01.01.2018 року лише 25,59 млн. (58% від населення країни) користувачів Інтернет мережею, мобільним Інтернетом користується 18,7 млн. (42%) українців. Соціальні мережі використовує 29% жителів України – 13 млн. осіб, із них за допомогою смартфонів в соцмережі виходить 22% - 9,5 млн. Україна має найнижчий рівень користування Інтернетом у Східній Європі, адже у Словаччині – 83% користувачів, у Латвії – 82%, в Польщі – 78%, а Білорусії та Молдові по 71%. Цікавий факт, що в Аргентині, де кількість населення майже така ж сама як і в Україні – 44,48 млн., користувачів Інтернетом складає 78% [2].

Не зважаючи на такий низький рівень використання Інтернету, а значить і різноманітних гаджетів та пристроїв, багато працівників підприємств, особливо старшого віку, мають проблеми у сприйнятті та використанні сучасних технологічних засобів на практиці. Існує тому ряд причин: по-перше, певний психологічний бар'єр між людиною та технікою, через обмеженість знань у її користуванні; по-друге, використання класичних функцій програми чи пристрою, без спроби пізнання більш широких їх можливостей.

Розвиток персоналу підприємства здебільшого передбачає професійне зростання, тобто придбання працівниками нових компетенцій, знань, умінь і навичок, які вони можуть використовувати у своїй професійній діяльності [3, с. 33].

Існує простий метод як можна покращити ситуацію та навчати людей вільному володінню комп'ютерною технікою, засобами комунікації та використанню мережі Інтернет за для її повсякденного використання на робочому місці. Метод передбачає демонстрацію використання цифрових технологій від колег, наставників чи друзів. За часту, одна із головних проблем, яка постає перед працівниками старшого віку під час навчання роботи із сучасними технологічними засобами – це пам'ять. Працівники скаржаться на те, що кожний крок в навчанні дається їм з важкістю, тому необхідно щоразу повторювати вже пройдене. Нерідко, людина завчивши певний

процес зустрічається із нестандартними ситуаціями у роботі чи то техніки, чи то програми. Молода людина швидко зорієнтується, в той час як працівник старшого віку може відчувати себе невпевнено, і кращого рішення ніж вимкнути пристрій чи закрити вікно веб-сайту, не знайде. Тому при навчанні, необхідно детально розглядати кожний процес, кожну функцію та всі можливості, які наявні в техніці чи програмі. Важливо зробити процес навчання простим та доступним.

Вважаємо, що потужним поштовхом використання цифрових технологій на робочому місці має стати саморозвиток працівників та власні спроби. Невелика кількість працівників старшого покоління, може сказати, що вони самотужки здатні вивчити як працювати на комп'ютері, чи з іншими цифровими гаджетами. Цікавість людини більша за її страх. Отримавши певну базу знань і розуміючи, що на всі ваші запитання знайдуться відповіді в Інтернеті, працівник починає пошук необхідної інформації, що приведе до мети. Головне завдання – це діяти, використовуючи інструкцію. Те, що опануєш самотужки, найкраще запам'ятається на все професійне життя.

Таким чином, розвиток технологій вимагає від кожного працівника бути обізнаним та вміти користуватися цифровими приладами, які, так чи інакше, стають невід'ємною частиною нашого робочого місця. Знання нових технологій відкриває перед працівниками більше можливостей для оптимізації робочого часу та відпочинку, для пошуку інформації та використання наших вмінь та навичок на практиці. Неважливо, як працівник навчиться користуватись цифровими приладами, головне, що він орієнтуватиметься в технологічних продуктах, вмітиме їх застосовувати, а значить – відповідати вимогам бурхливої соціально-технічної еволюції.

Список використаних джерел:

1. Руденко М.В. Управління знаннями як конкурентна перевага підприємства / М.В. Руденко, В.О. Криворучко // Економіка та держава. – 2016. – № 4. – С. 74–78 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2016_4_17.
2. Digital in 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
3. Руденко М.В. Навчання персоналу як ресурсна складова управління підприємством / М.В. Руденко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 2. Том 1. – С. 33–38 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_2%281%29_9.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КРЕДИТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Сидоренко Андрій Сергійович

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гаряга Л.О.

Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

Україна

Функціонування кредитного ринку України на сучасному етапі відбувається під впливом фінансово-економічної кризи, яка посилюється складною військово-політичною ситуацією у державі. Кризовий стан породжує невизначеність та спрямовує розвиток кредитування переважно на задоволення короткострокових кредитних потреб економічних суб'єктів. Довгострокове кредитування інвестиційних потреб виробничих підприємств в останні роки значно знизилось [1]. Неефективність монетарного, валютного та банківського регулювання в умовах поточної кризи призвели до гальмування розвитку кредитного ринку.

Сьогодні Україна стала перед об'єктивною необхідністю активізації діяльності на кредитному ринку. На думку багатьох науковців, діяльність різних сегментів кредитного ринку є досить актуальною та визначальною ланкою в економічній політиці держави. Без ефективної роботи банківських та небанківських фінансових посередників на кредитному ринку не вдасться швидко подолати наслідки фінансової кризи, активізувати підприємницьку діяльність та вийти на позиції економічного росту, забезпечити приріст соціального ефекту від кредитування та ін.

Однією з проблем функціонування кредитного ринку є диспропорція розвитку кредитних установ банківського та небанківського характеру, занадто жорстка регульованість діяльності перших та недосконале регулювання роботи останніх.

Важливою проблемою діяльності більшості установ, що працюють на кредитному ринку є зростання кредитного ризику, що спричинене погіршенням кредитоспроможності позичальників. Для мінімізації ризиків кредитування варто враховувати усі причини та фактори, що можуть вплинути на спроможність позичальника розрахуватися за своїми зобов'язаннями та розглядати кредитний ризик з різних точок зору [2]. Підтвердженням зростання кредитного ризику у банках, що є провідними учасниками кредитного ринку, є значна частка непрацюючих кредитів у загальному кредитному портфелі вітчизняних банків. Так, частка непрацюючих кредитів у банківській системі України станом на 01.01.2018 р. складала 54,54% [3], що є вкрай негативним явищем. У такій ситуації превентивні заходи та ефективний моніторинг кредитної діяльності та кредитного ризику

дозволять застосовувати адекватні у відповідній ситуації методи управління кредитним портфелем [4].

Наступною проблемою активізації розвитку кредитного ринку є формування достатньої ресурсної бази, особливо це стосується банківського кредитування. Для формування збалансованих за ризиками, строками та видами клієнтів кредитних та депозитних портфелів необхідно здійснювати якісне банківське обслуговування, що враховуватиме потреби усіх зацікавлених сторін: банку (власників, керівників, працівників), клієнтів, партнерів, держави та суспільства [5].

Гальмує розвиток кредитного ринку і слабке кредитування підприємств реального сектору, що, з одного боку, може зменшити рівень кредитного ризику, але з іншого, може створювати перепони для активізації підприємницької діяльності. У зв'язку зі складною фінансово-економічною ситуацією багато позичальників стали менш кредитоспроможними, тому банки відмовляються брати на себе нові кредитні ризики, оскільки на вітчизняному кредитному ринку досить низький рівень захисту прав кредитора.

Внаслідок нестабільної економічної ситуації доходи більшості домогосподарств реально зменшилися, що призвело до активного розвитку діяльності ломбардів та фінансових компаній, що надають послуги мікрокредитування. У певному сенсі це сприяє зростанню конкуренції між банками та небанками на кредитному ринку.

Таким чином, розвиток кредитного ринку України супроводжується наступними проблемами: незбалансованість, неефективність, значний рівень кредитного ризику, недостатня якість управління кредитними портфелями банківських та небанківських установ, слабке кредитування реального сектору економіки та ін.

Список використаних джерел:

1. Миськів Г.В. Напрями вдосконалення функціонування та розвитку кредитного ринку України [Електронний ресурс] / Г.В. Миськів // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 11. – С. 242-245. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_11_55.
2. Гаряга Л.О. Удосконалення класифікації банківського кредитного ризику [Електронний ресурс] / Л.О. Гаряга // Вісник Університету банківської справи. – 2015. – № 1 (22). – С. 76-81. – Режим доступу: <http://visnuk.ubsnbu.edu.ua/article/view/69629>.
3. Показники банківської системи [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593.

4. Гаряга Л.О. Управління кредитним портфелем у контексті реформування банківської системи України [Електронний ресурс] / Л.О. Гаряга // Ефективна економіка. – 2016. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5192>.
5. Гаряга Л.О. Управління якістю банківського обслуговування / Л.О. Гаряга, М.В. Руденко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2014. – № 3. – С. 183-187. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2014_3_26.

ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Клим Олександр Сергійович

Науковий керівник: к.е.н., в.о. доц. Сибирка Л.А.

*Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича
Україна*

Торговельні підприємства у наш час приділяють основну увагу вибору номенклатури товару, його якості, мерчандайзингу та маркетингу. Але коли перед підприємством постає проблема підвищення власного прибутку та заохочення покупців до більших об'ємів купівлі, то воно звертається до програми лояльності. Сама програма не є новим явищем у світі, і започаткована вона була ще на початку ХХ століття в США. Її мета полягає в тому, що вона винагороджує та заохочує клієнтів або покупців за їх історію купівель. У більшості випадків програма лояльності застосовується в мережах магазинів, закладів харчування та інших організацій, які надають послуги.

Вагомий теоретичний внесок у створення й розвиток програми лояльності в Україні внесли такі вчені, як: О. Терещук, І. Кляченко, О. Зозулов, О. Карась, І. Юрко та інші. Програма є інноваційним ключем до розширення клієнтської бази торгових підприємств та до стимуляції покупців купувати більше товарів та послуг, ніж колись.

Програма лояльності – це елемент системи управління відносинами між торговим підприємством та клієнтами, який використовує інтерактивні комунікаційні відносини і формує емоційний взаємозв'язок споживачів із брендом і бізнесом [1]. Програма обирається підприємством у кожному випадку різна і може бути дисконтна або бонусна. Сутність дисконтної програми полягає у сплаті покупцем неповної вартості товару або послуги, тобто з вирахуванням розміру знижки. Бонусна програма ж змушує покупців

сплатити повну вартість товару, проте певний відсоток від суми повертається на картку клієнта у вигляді бонусних балів, які згодом можуть трансформуватися у бонусні кошти при оплаті майбутніх покупок або ж дають можливість отримувати подарунки.

За власними дослідженнями, станом на 1 травня 2018 року в Україні нараховується 744 торговельні підприємства, які працюють з програмою лояльності. Така невелика кількість пояснюється тим, що програма є ще інноваційним явищем в українській державі. Також можна зауважити, що коли перед підприємством постає питання впровадження цієї програми, то при її запуску організація буде нести витрати у великих розмірах, пов'язаних з відшкодуванням вартості подарунків покупцям або зменшенням величини покриття товарів, які пройшли через програму, закупівлею карток та самим обслуговуванням програми. Проте досвід підприємств, які вже не перший рік працюють із даною інновацією, показує, що через шість місяців можна побачити ріст чистого прибутку до рівня двадцяти відсотків. Такий великий показник росту можна пояснити такими факторами:

1. Із впровадженням програми підприємство створює позитивний імідж серед покупців, оскільки кожна людина буде рада заощадити власні кошти або ж отримати подарунок за куплену нею послугу чи товар;

2. З часом ціни на даних підприємствах починають рости за рахунок збільшення націнки, що дозволяє перекривати додаткові витрати;

3. Зростають показники товарообороту за рахунок стимулювання покупців збільшенням відсотку на знижку чи кількістю подарунків за куплену продукцію.

В Україні за успіхами у впровадженні дисконтної програми лояльності можна відзначити такі торгові мережі, як: «Сільпо», «Фуршет», «Велмарт», «Вopak», «Наш Край», «Антошка», «Алло», «Панда» та інші. Щодо підприємств, які досягли успіхів у бонусній програмі лояльності, можна відзначити: «Наша Ряба», «Vlocard», «ZepTe», «Мультимедія», «Сушия» та інші.

Ще одною значною перевагою програми є те, що вона дозволяє дізнатися про побажання та певні особисті дані своїх клієнтів, адже для того, щоб стати учасником програми лояльності потрібно пройти певну процедуру реєстрації. Таким чином програма стає ще й інструментом маркетингу у сфері дослідження, що дає змогу підприємству отримати конкурентну перевагу та краще адаптуватися до умов ринку[2]. Бонусом для самого підприємства полягає ще й у тому, що воно створює інформаційний контакт із споживачем. Цей контакт досягається методом розсилки повідомлень на телефони

клієнтів, що дає змогу сповістити його про можливі розпродажі, акції, збільшення асортименту та інше.

Розвиток програми лояльності не зупиняється і еволюціонує відповідно до потреб споживачів. Прикладом такої еволюції є вилучення карток, які накопичуються у людей в гаманці, та синхронізацією їх акаунтів із номером мобільного телефону, що дозволяє пришвидшити процедуру дисконтування та зменшити витрати на виробництво карток[3].

Програма лояльності стає засобом збільшення прибутків торгових підприємств в Україні та світі. В умовах жорсткої конкуренції програма стає ефективною технологією просування бренду, а не просто конкретного товару. Програма формує ставлення до підприємства, встановлює його статус, генерує нові ідеї для забезпечення високих продажів.

Список використаних джерел:

1. Брацлавська Є. І. Роль лояльності в світовій практиці / Євгенія Ігорівна Брацлавська. // Наукові записки. – 2006.
2. Аакер Д. Створення сильних брендів / Девід Аакер. – Москва: Видавничий дім Гребеникова, 2008. – 320 с.
3. Васін Ю. В. Ефективні програми лояльності / Ю. В. Васін, Л. Г. Лаврентев, О. В. Самсонов. – Москва: Альпіна Бізнес Букс, 2005.

РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

Фльора Антоніна Петрівна

*Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича
Україна*

Процес здійснення інноваційної діяльності набуває сенсу лише тоді, коли бажаний результат перевищує можливий ризик в процесі його досягнення. Чим більше бажаний ефект від очікуваного результату, тим вище ризик, якому будуть піддаватися учасники досягнення цього результату. Інновації та ризик — дві взаємозалежні категорії, тому повністю уникнути ризику неможливо в цій діяльності. Тому виникає потреба виявлення шляхів мінімізації ризику для збільшення ефективності бажаного результату. Дана проблема стосується не тільки інноваційної діяльності, а і господарювання в цілому.

Аналізуючи останні дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців варто відмітити, що управлінню ризиками присвячено

чимало робіт таких вчених, як: С. В. Ілляшенко [2], В. В. Вітлінський, О.М. Петухова [3], А. А. Дагаєв [1], Дж. М. Кейнс, Дж. Нейман та інших.

Не зважаючи на те, що у роботах вищезазначених учених широко розкрито

питання теорії і практики інноваційних процесів, оцінки і прогнозування інноваційної стратегії, реалізації інвестиційних програм та проектів, обліково-аналітичні аспекти інноваційної діяльності залишаються малодослідженими, недостатньо висвітленими в економічній літературі, що негативно впливає на забезпечення менеджменту підприємства відповідними даними з метою здійснення оперативного управління, контролю і прогнозування.

Інноваційна діяльність завжди супроводжується ризиками, а з іншого боку – сама виступає джерелом ризиків. При цьому результативність інноваційної діяльності прямо залежить від того, наскільки точно оцінено ризик, а також від того, наскільки адекватно визначені методи управління ними.

У світовій та вітчизняній спеціальній літературі поняття «управління ризиками» використовується у широкому та вузькому значенні. У широкому розумінні управління виступає мистецтвом і наукою, що спрямоване на забезпечення умов успішного функціонування будь-якої виробничо-господарської одиниці в умовах ризику; у вузькому – являє собою процес розробки й впровадження програми зменшення будь-яких, випадково виникаючих, збитків фірми. Особливо важливим є врахування ризику при впровадженні конкретних інновацій в сфері діяльності підприємства.

Інноваційний ризик виникає в таких ситуаціях:

– при впровадженні дешевшого методу виробництва товару або надання послуги порівняно з тими, що вже використовуються. Подібні інвестиції даватимуть організації тимчасовий надприбуток доти, доки організація є єдиним власником цієї технології. У цій ситуації організація стикається з одним видом ризику – можливою неправильною оцінкою попиту на товар, що виробляється;

– при створенні нового товару або послуги на старому устаткуванні. У цьому випадку до ризику неправильної оцінки попиту на новий товар або послугу додається ризик невідповідності якості товару або послуги у зв'язку з використанням старого устаткування;

– при виробництві нового товару або послуги за допомогою нової техніки і технології.

Дагаєв А. А. виділяє три основні види ризику, пов'язаного зі здійсненням інновацій:

– технічний ризик, пов'язаний із недостатнім технологічним опрацюванням проекту;

– комерційний ризик, пов'язаний із невизначеністю частки продукту на потенційному ринку;

– екологічний, який полягає в непередбачених наслідках дії продукту на навколишнє середовище [1].

Також виділяють такі види ризиків інноваційної діяльності:

- ризики, що викликані проведенням науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) і пробним запуском, або технологічні (негативні результати НДДКР, провал випробувань, невідповідність технічного рівня виробництва вимогам інновації);

- ризики, пов'язані з виробництвом (вихід із ладу обладнання, зриви в матеріально-технічному постачанні);

- ризики маркетингу (неправильна оцінка споживчих переваг, невдале позиціонування товару, проблеми з «неймінгом», реєстрацією торгової марки);

- ризики фінансування інноваційного проекту (недооцінка проектних витрат, інфляційні процеси, кризові процеси в економіці, збільшення витрат);

- ризики кадрового забезпечення (недостатня кваліфікація персоналу, плинність кадрів, опір змінам з боку персоналу);

- ризики системи організації й управління (значні транзакційні витрати, некваліфікований менеджмент, проблеми всередині колективу, невиконання доручень і домовленостей, збої в роботі постачальників тощо);

- правові ризики (порушення прав інтелектуальної власності, проблеми ліцензування і сертифікації);

- інформаційні ризики (витік інформації, збої в роботі інформаційних систем тощо);

- екологічні ризики (загроза екологічній безпеці у зв'язку з реалізацією інноваційного проекту) [3].

Загалом до етапів управління ризиками інноваційної діяльності підприємств варто віднести:

1. Визначення окремих (елементарних) ризиків реалізації інноваційного проекту. При цьому необхідно ідентифікувати ризики, які можуть виникнути в будь-який момент здійснення проекту, та (за можливості) систематизувати їх.

2. Оцінка інформації для визначення рівня окремих ризиків. Інформація щодо зовнішнього середовища функціонування підприємства присутня завжди, проте особі, що приймає рішення щодо доцільності та економічної ефективності певного інноваційного проекту, слід звертати увагу на її достовірність та можливість застосування при аналізі.

3. Вибір та використання відповідних методів оцінки вірогідності окремих проектних ризиків. Аналіз елементарного ризику інноваційного проекту базується на оцінці ризиків, що притаманні його грошовим потокам.

4. Визначення розміру можливих фінансових наслідків при настанні ризикової ситуації у зв'язку з реалізацією інновації. Розмір можливих фінансових втрат обумовлюється видом інновації, обсягом залученого інвестиційного капіталу, рівнем ризику, передбаченого даним проектом, а також діапазоном відхилень фактично отриманого доходу від очікуваного значення.

5. Розробка плану заходів щодо зниження впливу ризиків та ліквідації наслідків подій, які можуть виникнути при дії ризиків.

6. Моніторинг інноваційного процесу та прийняття тактичних рішень з управління ризиками.

7. Вибір методу управління ризиком.

8. Аналіз ситуації, що дозволить розробити рекомендації для врахування отриманого досвіду в майбутньому [3].

У практиці управління іноді трапляються випадки, коли необхідно уникнути ризикових інноваційних проектів чи припинити спільну діяльність із партнерами. Тому до методів відмови від ризику варто віднести такі:

- відмова від ненадійних партнерів;
- відмова від ризикованих проектів;
- пошук гарантів тощо.

Отже, інноваційна діяльність передбачає виникнення ризиків в результаті її проведення. Інновації на відміну від стабільних процесів можуть закінчитися повною невдачею. Проте все більше підприємців, розпочинаючи реалізацію нововведень, бажають прорахувати свої ризики та шанси, передбачити вузькі місця та спробувати знизити можливі негативні відхилення. Ці завдання вирішуються під час створення системи управління ризиками.

Найважливішим елементом управління інноваційним ризиком є усвідомлення усіма учасниками інноваційної діяльності того, що насправді ризики виникають на підприємстві не від введення в дію інновацій, а при відмові від їх здійснення, що призведе у майбутньому до погіршення конкурентоспроможності підприємства та втрати ринкових позицій. Кожному підприємству необхідно прагнути до розвитку свого інноваційного потенціалу, забезпечуючи виробничі процеси новою технологією, технікою і можливістю випускати нові удосконалені товари, але при ухваленні рішення про розроблення інноваційного проекту (продукту) треба враховувати і ризики, які неодмінно супроводжуватимуть будь-які інновації впродовж всіх стадій їхнього розроблення і впровадження.

Список використаних джерел:

1. Дагасв А. А. Рычаги инновационного роста. Проблемы теории и практики управления / А. А. Дагасв. – 2009. – С. 70–79..
2. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент / С. М. Ілляшенко. – Суми: «Університетська книга», 2010. – 334 с.
3. Петухова О. М. Управління ризиками інноваційної діяльності / О. М. Петухова. // НУХТ. – 2012. – С. 145–147.

**РИНОК ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ:
ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ**

Крістева Елла Анатоліївна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Кіртока Р.Г.

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Україна*

Фінансові інновації є незмінним елементом розвитку економічного ринку України протягом останніх декількох століть. Створення та модернізація фінансових продуктів і послуг ще у ХХ столітті стали вагомим аспектом розвитку глобальних світових фінансових ринків.

Сьогодні в умовах модернізації та глобалізації, розширення фінансового ринку, змін у фінансових послугах набуває актуальності питання розвитку фінансових інновацій.

Проблема фінансових інновацій є дуже актуальною серед науковців і вчених. Питання розвитку фінансових інновацій розглянуто у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: І. Балабанова, Т. Васильєва, В. Геєць, С. Єгоричева, С. Козьменко, А. Клакнехта А, Кузнєцова, О. Лапко, В. Міщенко, О. Мозговий, В. Федоренко та інші. У економічній літературі та наукових дослідженнях питання фінансових інновацій висвітлено досить широко і детально, але, нажаль, й досі не існує єдиної думки щодо поняття та сутності фінансових інновацій.

Динамічність процесів фінансового ринку як системи обумовлює те, що фінансовий ринок сам по собі є інновацією, а постійні фінансові інновації – його невід'ємною частиною. Без фінансових інновацій, як і без наявності конкуренції, фінансовий ринок існувати не може [1, с. 83].

Що стосується визначення терміну «фінансова інновація», то сьогодні немає єдиного підходу до його трактування, бо спостерігається відмінність у поглядах на дане питання вчених – економістів. Невизначеність починається з відсутності єдиного визначення поняття «інновація». Згідно з Великим тлумачним

словником сучасної української мови, термін «інновація» тлумачиться у таких значеннях: 1) нововведення; 2) комплекс заходів, спрямованих на впровадження в економіку нової техніки, технологій, винаходів тощо [2, с. 506].

Першовідкривачем «інновації» вважається австро-американський економіст Й. Шумпетер. Він трактував інновацію як нову комбінацію функцій виробництва. Науковець описує інновацію як реалізацію нової науково-організаційної комбінації виробничих чинників, зумовлену прагненнями до підприємництва [3, с. 51].

В. Федоренко, вважає, що фінансові інновації являють собою процеси конструювання й запровадження в обіг нових фінансових інструментів, технологій фінансового інвестування [4, с. 120].

На нашу думку, фінансові інновації – це запровадження нових ідей або модернізація старих, що мають на меті збільшити прибутковість та знизити ризиковість фінансових операцій, що реалізуються у формі фінансового продукту чи технології.

Відповідно до досліджень І. Балабанова ринок фінансових інновацій має свою чітку специфіку, яка проявляється в: монополізації, зумовленій установами монополії на нововведення; бурхливих темпах розвитку; ризикованості інвестицій у фінансові інновації [5, с. 23].

За створенням фінансові інновації необхідно розмежувати як кризові інновації, які мають на меті зменшення впливу кризових аспектів на фінансове середовище чи на суб'єктів фінансових відносин та інновації розвитку, наприклад, нові фінансові продукти, новації фінансових операцій тощо.

Фінансова інновація як самостійна економічна категорія має наступні особливості:

1) обов'язковість продажу нового фінансового продукту на ринку фінансових інновацій (якщо продукт або операція не реалізовані, то вони не є новими; їх просто немає);

2) обов'язковість реалізації фінансової операції на ринку або всередині господарюючого суб'єкта;

3) функціональна залежність фінансової інновації від часу (кожна інновація має свій життєвий цикл);

4) первинний характер цього ринку, оскільки фінансовий продукт як новий товар продається на ньому лише один раз;

5) залежність фінансової інновації від часу;

6) ознаки, притаманні конкретному фінансовому продукту (наявність одиничного або ж масового попиту на нього; лімітованість певного продукту; форма існування) [6, с. 51].

Вважаємо, фінансові інновації стають важливим фактором інноваційного розвитку національної економіки. Вагомість та

своєчасність дослідження інновацій фінансового ринку обумовлена необхідністю активізації інноваційних процесів у національному секторі економіки. Бурхливий розвиток ринку фінансових інновацій забезпечить успішне управління економічними процесами на рівні національних економік та їх підсистем, а також створенню бази для подальших прикладних досліджень.

Необхідно зазначити, що ринок фінансових інновацій якісно і динамічно розвиватиметься у майбутньому, тому що його завданням є реагування на зміну потреб фінансового ринку.

Список використаних джерел:

1. Пантелєєва. Н. М. Ринок фінансових інновацій: основи формування та розвитку [Текст] / Н. М. Пантелєєва // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2011. – № 2 – С. 82 – 86
2. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст] / В. Т. Бусел. – К.: Перун, 2005. – 1728 с.
3. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. [Текст] / Н. В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 276 с.
4. Федоренко В. Г. Інвестознавство: підручник [Текст] / В. Г. Федоренко. – 3-тє вид., доповн. – К.: МАУП, 2004. – 480 с.
5. Балабанов І. Т. Інноваційний менеджмент: підручник [Текст] / І. Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2001. – 304 с.
6. Карпенко Г. В. Фінансові інновації: питання теорії та можливості впровадження в економіку країни [Текст] / Г. В. Карпенко, А. П. Данькевич // Фінанси України. – 2008. – № 9. – С. 49-53

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: ПЛАТФОРМА ДЛЯ РЕКЛАМИ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Свістяк Богдан Романович
асистент Зоріна Галина Петрівна

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Україна*

Актуальність роботи. Роль соціальних мереж давно вийшла за межі простого спілкування між її користувачами та стала інструментом для обміну інформацією та вдалим бізнес-ресурсом. Величезна кількість користувачів, які охоплюють такі мережі, як: Facebook та Instagram стають пріоритетом серед компаній для розвитку та реклами свого продукту чи послуг.

Мета роботи: виявити ефективність соціальних мереж у якості інструменту формування внутрішнього і зовнішнього бренду туристичних підприємств та його реклами.

Виклад основного матеріалу. Соціальна мережа (від англ. social networking service) – платформа, онлайн-сервіс або веб-сайт, призначений для побудови, відображення та організації соціальних відносин.

Термін «соціальна мережа» вперше був вжитий Джеймсом Барнсом ще до появи Інтернету у 1954 році. У другій половині ХХ століття соціальні мережі почали розвиватися як наукова дисципліна і пізніше стали центральним поняттям у концепції Web 2.0. Соціальна мережа у сучасному розумінні з'явилася у 1995 році у США у вигляді сайту Classmates, який став успішним проектом і вже з 2005 року соціальні мережі стали набувати великої популярності по всьому світові, з'явилися «FaceBook», «LinkedIn», «Twitter», «Instagram», «ВКонтакте» [1; с. 83].

До переваг просування національного туристичного продукту у соціальних мережах можна віднести [2; с. 193]:

- менші витрати часу на створення та підтримку групи в соціальній мережі, ніж на розробку і просування сайту-візитки;
- оперативне інформування реальних і потенційних клієнтів про нові пропозиції, гарячі тури;
- просування турпродуктів на сайтах з мільйонною аудиторією;
- низька вартість просування;
- користувачі стають рекламними агентами туристичного підприємства, оскільки обмінюються посиланнями на його групу і сторінку;
- інформація, що поширюється в соціальних мережах, сприймається як більш достовірною, без яскраво вираженого рекламного підтексту (лояльність користувачів до Інтернет-реклами);
- можливість чіткого виділення цільової аудиторії за статтю, віком, доходами, професією тощо;
- можливість відстежувати негативні відгуки, швидко реагувати на них і нейтралізувати.

Специфіка туристичних послуг кардинально відрізняється від будь-яких інших продуктів, які можна оцінити та відчути їх переваги ще до покупки. Віртуальна презентація корисності для клієнта тієї чи іншої туристичної послуги є першочерговим завданням реалізаторів туризму.

Соціальні мережі у даному випадку відіграють роль безплатного посередника між клієнтом та туристичною компанією та стають платформою їхньої зустрічі.

Для туристичних підприємств дані мережі є найбільш вдалим вирішенням залучення та охоплення якомога більшої аудиторії для знайомствами зі своїми послугами. Реклама в Instagram на даний час

є найбільш дієвим ресурсом для реалізації будь-чого та знайомства широких мас з чимось.

Вдало підібраний контент на сторінках туристичних підприємств приваблює споживача, дає змогу уявити відпочинок. Тобто наповнення сторінки є головним завданням підприємства, так як теперішній клієнт вийшов за межі лише фізичного та морального відпочинку безпосередньо під час подорожі. Він являє собою особистість, яка прагне почерпнути нову інформацію, здобути новий досвід ще до початку подорожі. Дані фактори призводять до збільшення потреби презентування туристичних послуг для можливості клієнта бути в курсі нових трендів та новинок.

Для українських суб'єктів туристичної діяльності правильне та якісне ведення робочих сторінок у соціальних мережах стає шансом зарекомендувати себе на міжнародному ринку та привабити в'їзних туристів, що є дуже важливим фактом для розвитку туризму в Україні.

Висновки. Проаналізувавши суть соціальних мереж та їх вплив на бізнес середовище, зокрема, в туризмі, слід відзначити швидкі темпи збільшення ролі реклами на даних ресурсах. Правильно зібраний контент сторінки формує бренд туристичної компанії та є місцем для обміну досвідом між клієнтами, обміну думками щодо туристичних послуг та наданням рекомендацій для вибору саме цього підприємства.

Список використаних джерел:

1. Боднар А. Соціальні мережі як інструмент формування внутрішнього і зовнішнього бренду території/ А.Боднар // Політичний менеджмент: український науковий журнал. - №1-2 (52-53). - с. 82-87.
2. Заячківська Г.А. Соціальні мережі як засіб просування туристичного продукту на світовому ринку / Г. Заячківська/ Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. Збірник наукових праць: Випуск XVII, № 1. – Київ, СЕУ / Рівне, НУВГП, 2011.- С. 191-198.

СТАТИСТИЧНА КОМІСІЯ ООН ЯК ЕЛЕМЕНТ ГЛОБАЛЬНОЇ СТАТИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Сергієнко Тетяна Миколаївна

Науковий керівник: к.пед.н., доц. Лобачева І.Ф.
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Україна

В умовах стрімкого економічного розвитку все більшого значення набуває статистична інформація, яка надає можливість не лише дізнатись стан певних економічних явищ, а й контролювати їх. Тому першочерговим завданням є розвиток глобальної статистичної системи, яка являє собою сукупність міжнародних статистичних стандартів, спрямованих на уніфікацію підходів до методології та практики статистичної діяльності; міжнародної статистики, покликаної достовірно і своєчасно відображати процеси, що відбуваються в сучасному суспільстві; і механізмів, що дозволяють здійснювати координацію діяльності міжнародних організацій і національних статистичних служб у галузі статистики.

Основним елементом глобальної статистичної системи стала Статистична комісія ООН, що визначає орієнтири розвитку світової статистики і приймає рішення про затвердження міжнародних статистичних стандартів.

Дослідженням основних функцій Статистичної комісії ООН займалися такі вчені, як І. Бабець, Н. Гражевська, Т. Горянська, Я. Дубенюк, Р. Заблоцька, М. Зверяков, Т. Калашник, Ю. Колесник, Н. Костенко, В. Матвеева, Т. Мельник, В. Павлова, Г. Рижова, Д. Ріккардо, О. Сазонець, Л. Самосьонок та інші.

Метою даної роботи є дослідження особливостей діяльності Статистичної комісії ООН.

Статистична комісія ООН була заснована у 1946 році і є одним із провідних органів міжнародної статистики, на який покладено функції забезпечення створення відповідних міжнародних стандартів та координації діяльності різних міжнародних організацій в галузі статистики і національних статистичних служб країн – членів ООН.

Статистична комісія ООН підпорядкована Економічній та Соціальній Раді ООН (ЕКОСОП) і є однією із 10 її функціональних комісій. Вона покликана вирішувати такі питання, як сприяння розвитку національних статистичних систем та покращанню зіставності їх даних, координація статистичної роботи спеціалізованих органів ООН, надання їм рекомендацій стосовно загальних питань збору, аналізу та розповсюдження статистичної інформації [1, с. 60].

До складу Комісії входять 24 країни-члени ООН, які обираються ЕКОСОП на чотирирічний період, виходячи з рівного географічного розподілу країн (п'ять членів з країн Африки, по чотири - з країн Азії, Східної Європи та Латинської Америки і Кариб, сім членів з Західної Європи та інших країн). На сьогодні членами статкомісії є, наприклад, США, такі європейські країни як Сполучене Королівство, Німеччина, Франція, Іспанія, Греція, з країн СНД - Російська Федерація та Україна.

Статистична комісія ООН на своїх сесіях, які відбуваються раз на рік, розглядає спеціальні питання розвитку міжнародної статистики та її методології, координації та інтеграції міжнародних статистичних програм, підтримки технічного співробітництва в сфері статистики, організаційні питання тощо. Пріоритети та методи роботи Комісії змінюються з метою забезпечення їх відповідності вимогам сьогодення, а також підтримки балансу між сучасними проблемами та довгостроковими аспектами розвитку міжнародної статистичної діяльності. У сесіях Статистичної комісії ООН крім делегацій країн, які є її членами, беруть також участь регіональні комісії, інші організації та спеціалізовані установи ООН, міжнародні організації, що працюють у сфері статистики, спостерігачі від національних статистичних служб країн - членів ООН, а також громадські організації [2].

Організацію роботи сесії Статистичної комісії ООН, а також її робочих груп забезпечує Статистичний відділ ООН. Рішення, які приймаються Статистичною комісією ООН, запроваджуються в життя, перш за все, зусиллями Статистичного відділу ООН, основними функціями якого, в свою чергу, є збір, обробка та розповсюдження статистичних даних країн-членів ООН з міжнародної торгівлі, національних рахунків, промисловості, навколишнього середовища, демографічної та соціальної статистики тощо, стандартизація статистичних методів, класифікацій та визначень, практична реалізація програм технічної допомоги та координація міжнародних статистичних заходів.

До функцій Статистичного бюро Секретаріату ООН входять:

- підготовка всіх заходів для сесій статистичної комісії;
- підготовка і остаточне опрацювання методологічних доповідей і обробка висновків країн і різних організацій і статистичних питань, збір, аналіз, опублікування і оновлення статистичних відомостей, одержуваних від держав-членів і спеціалізованих установ ООН;
- поліпшення порівняльності даних шляхом організації додаткових досліджень і розрахунків; координація статистичної діяльності ООН, спеціалізованих установ, національних статистичних і міжнародних економічних організацій;

– сприяння розвитку і поліпшення статистики взагалі і в першу чергу країн, що розвиваються, підготовка необхідних матеріалів і обслуговування сесій Статистичної комісії [3, с. 85].

Статистичне бюро у своєму складі має шість підрозділів, кожне з яких вирішує коло конкретних інформаційних, функціональних і технічних завдань і підготовляє відповідні цифрові і методичні публікації. У виданні центрального апарату ООН знаходяться демографічна статистика і всі інші галузі економічної статистики, за винятком статистики сільського господарства та праці, які є компетенції спеціалізованих установ. Координацію їх діяльності здійснюють Статистична комісія і Статистичне бюро.

Під егідою комісії здійснюють свою діяльність численні тематичні експертні групи, межсекретаріатські робочі групи. Крім цього, вона заснувала ряд груп фахівців з широкого кола статистичних напрямків, які отримали назву «міських» груп (тобто за назвою міста, де пройшло перше засідання). Вони розглядають питання вдосконалення статистичної методології та представляють свої пропозиції Статкомісії. В даний час здійснюють свою діяльність «міські» групи зі статистики послуг, реєстрів підприємств, неформального сектора, інвалідності, енергетики, цін, розвитку сільських територій. Існує також форма розгляду найбільш актуальних і гострих питань розвитку статистики в рамках так званих «груп друзів голови Статистичної комісії», що формуються із зацікавлених учасників Комісії. Зокрема, в різний час діяли групи за національними рахунками, розвитку статистичного потенціалу, міжнародних зіставлень, індексом розвитку людського потенціалу.

За більш ніж 60-річний період свого існування Статистична комісія стала головним майданчиком для обговорення і прийняття основних міжнародних стандартів, концептуальних визначень і методологічних посібників з усіх напрямків статистики. Серед найбільш значущих досягнень Статкомісії – «Основоположні принципи офіційної статистики», система міжнародних класифікацій, Система національних рахунків, рекомендації з проведення переписів населення, що стали основою функціонування глобальної статистичної системи. На початку XXI століття основні ініціативи Статистичної комісії – формування бази даних показників, що забезпечують моніторинг досягнення цілей, сформульованих в Декларації розвитку тисячоліття ООН, реалізація глобальних раундів Програми міжнародних зіставлень, паритетів купівельної спроможності валют, проведення Всесвітніх раундів переписів населення та житлового фонду.

Перспективою у підготовці національних стратегій розвитку статистики та Всесвітньої програми перепису населення та житлового

фонду 2020 року є ряд ініціатив, спрямованих на вдосконалення взаємодії статистичних підрозділів міжнародних організацій з національними статслужбами. Усі пропозиції включено до звіту про роботу сесії Статистичної комісії ООН.

Окрім того, у рамках роботи сесії було проведено низку робочих зустрічей з керівництвом статистичних підрозділів Європейського Союзу, Європейської економічної комісії ООН, Світового банку, Міжнародної організації праці, а також національних статслужб Великої Британії, Франції, Німеччини, Російської Федерації та інших країн-партнерів. Зокрема, з представником Статистичного офісу Європейського Союзу (Євростат) досягнуті домовленості щодо подальших напрямків удосконалення взаємообміну статінформацією та надання консультативної допомоги Україні з метою завершення адаптації національної статистики до європейських стандартів.

Таким чином, **Статистичний відділ ООН** – United Nations Statistics Division (UNSD) є структурним підрозділом Департаменту економічних і соціальних питань ООН. Він був створений одночасно з СК ООН в 1947 р. в якості органу Секретаріату ООН, сприяння виконанню завдань, що стоять перед Статистичною комісією і глобальною статистичною системою.

Список використаних джерел:

1. Єріна А. М. Міжнародні рейтинги: статистичні аспекти обчислення та застосування. Частина 1. Індeksi економічної свободи та глобальної конкурентоспроможності / А. М. Єріна // Статистика України. - 2016. - № 3. - С. 56-64.
2. Осауленко О. Адаптуючись до міжнародних статстандартів [Електронний ресурс]. - Режим доступу :<http://ukrstat.gov.ua>
3. Русева О.П. *Міжнародна статистика*: навч. посіб. / О.П. Русева. – Одеса: ОНЕУ, 2012. – 162 с.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Жолудь Дарина Романівна

Науковий керівник: проф. Боковець В.В.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Україна

Інновація в сучасних умовах є необхідним компонентом успіху підприємств, вона захищає активи підприємств від нестабільності на ринку, забезпечує збільшення доходів і вартості бізнесу, вона

вносить зміни необхідні для розвитку підприємства. Інноваціям слід управляти. оперативності і результативності, генерація і розвиток власних творчих властивостей, створення кращих зразків, розроблення унікальної стратегічної позиції на глобальних ринках формують мікроекономічні основи конкурентних переваг.

Дослідженню проблем управління інноваціями присвячені праці закордонних і вітчизняних вчених, таких як: Рудь Н.Т., Ілляшенка С.М., Гуніна В.І., Гамідова Г.С., Ільєнкової С.Д., Завліна П., Василенко В.О., Морозова Ю.П., Твісс Б. та ін. Дослідженню питань розроблення успішних інноваційних стратегій присвячена невелика кількість джерел.

Існують різні концепції щодо реалізації інновацій. Здатність створювати і комерціалізувати потік інноваційних технологій у довготривалій перспективі розглядає концепція національної інноваційної продуктивності. Показники інноваційної діяльності є критеріями визначення ефективності діяльності економіки [3, с. 182].

Стандартними засобами і методами управління є стратегія, структура, лідерство, система управління і трудові ресурси, які слід використовувати в комплексі для досягнення цілей. Визначення інноваційної моделі, вибір стратегії, управління розвитком культури є головними обов'язками керівництва. До другорядних функцій керівництво відносять вимір інновації та показників ефективності, винагороду і навчання. Система показників виміру повинна бути пов'язана з інноваційною стратегією.

Інновація включає в себе управління великим обсягом творчості, існує необхідність управляти природним протиріччям між креативністю і отриманням цінності. Відповідно до цього визначаються необхідні процеси, ресурси і структури. Обсяг і тип інновації повинні відповідати стратегії компанії [2, с. 164]

В сучасній економіці стратегічному менеджменту належить провідна роль. Стратегічне управління інноваціями передбачає здійснення стратегічного аналізу інноваційних можливостей, стратегічного вибору основних інноваційних стратегій (стратегії наступу чи захисту) та реалізації стратегії. Стратегічне управління інноваціями забезпечує скорочення технологічних розривів і направлення інноваційного потенціалу в передові сфери розвитку і зростання виробництва. Інноваційна стратегія визначає спрямованість наукових досліджень та конструкторських розробок, використання здобутих результатів і фінансування для досягнення стратегічних цілей. В основі інноваційної стратегії є інноваційне рішення.

Розробка інноваційної стратегії складається з етапів[1, с. 327]:

- розробка місії підприємства;
- визначення цілей, розробка стратегічних цілей розвитку підприємства;
- стратегічний аналіз зовнішнього оточення і внутрішнього стану підприємства і розробка різних стратегій, що є оптимальними для підприємства;
- визначення інноваційності підприємства, аналіз готовності підприємства до інновацій для вибору стратегій;
- формування, остаточне визначення стратегії;
- реалізація стратегії.

Індикаторами успішності реалізації інноваційних стратегій є створення відмінних компетенцій та конкурентних переваг. З точки зору успіху реалізації інновація повинна характеризуватися певними економічними умовами, які також формують індекс перспективності ділових ідей і можуть визначати шляхи використання інновацій. До таких умов відносять корисність для покупця, стратегічне калькулювання цін (яким шляхом може підприємство визначити ціну своєї нової продукції чи послуги з тим, щоб залучити до неї покупця), ділова модель (наскільки прибутково зможе підприємство реалізувати нову ідею), здатність до визначення можливих труднощів.

Інноваційна стратегія матиме успіх при здійсненні відповідних маркетингових досліджень. Також успіх залежить від механізму поєднання розвитку наукової ідеї, її розробки, впровадження результату та використання. Таким чином, на стратегічному рівні існує можливість створення цінностей від інновацій. Індикаторами успішності реалізації інноваційних стратегій є створення відмінних компетентностей та конкурентних переваг. Інтерактивний підхід до стратегічного управління інноваціями дає найкращі можливості сприйняття прискорюваних змін, зростаючої організаційної складності та непередбачуваної змінності оточення. Для підвищення ефективності управління інноваціями на підприємстві необхідний новий організаційно-економічний механізм управління, що забезпечить реалізацію ринкових можливостей інноваційного розвитку та взаємодію з ринковими і регулюючими механізмами.

Список використаних джерел:

1. Боковець В.В. Управління інноваціями / В.В. Боковець, Н.Л. Замкова // навч. посібник.: ВТЕІ КНТЕУ. - В: - 244 с.
2. Виноградова З.И., Щербакова В.Е. Стратегический менеджмент: Матрица модулей, «дерево» целей: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Под ред. З.И. Виноградовой. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2004. – 304 с.

3. Давіла Тоні, Епштейн Марк Дж., Шелтон Роберт. Працююча інновація: Як управляти нею, вимірювати її та здобувати з неї вигоду / Пер. з англ.; За наук. ред. Т.Ф. Козицької – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. – 320 с.

СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

к.е.н. Майстренко Юлія Володимирівна
Київський університет ринкових відносин
Україна

Державна освітня політика з періоду становлення ринкових відносин у незалежній Україні пройшла свій складний шлях від радянських рис до сучасних потреб суспільного розвитку та зазнала кардинальних змін. Сьогодні, на ринку освітніх послуг, склалась ситуація, що зумовлює різке загострення конкурентної боротьби між вищими навчальними закладами, адже пропозиція вже в декілька разів перевищує попит, а кількість випускників загальноосвітніх шкіл з кожним роком зменшується.

Вчені, політики, суспільство розуміють, що освіта є важливим засобом підвищення ефективності економіки і являє собою інтелектуальний капітал суспільства. Як катализатор, освіта суттєво впливає як на соціально-економічний розвиток будь-якого регіону України, так і на ефективність кожної галузі економіки. Аналіз статистичних даних вказує, що кількість закладів вищої освіти збільшилась із 149 (1990/1991 рр.) до 325 (2013/2014 рр.), тобто на 45,9 %. Проте, за останні роки спостерігається зворотна тенденція – кількість закладів вищої освіти скоротилася до 289 закладів (2017/2018 рр.) [1]. Проте, така кількість університетів виглядає надмірною у порівнянні з європейськими країнами.

Загальна кількість студентів у закладах вищої освіти за цей же період збільшилась на 448,7 тис. осіб – із 881,3 тис. (1990/1991 рр.) до 1330,0 тис. (2017/2018 рр.), тобто на 66, 2%. До складу здобувачів вищої освіти додалось 174,5 тис. у 1990/1991 рр. і 264,4 тис. у 2017/2018 рр.; випущено студентів – 136,9 тис. у 1990/991 рр. і 359,9 тис. у 2017/2018 рр..

Зменшення кількості студентів, порівняно з попереднім навчальним роком, становить: 2012/2013 н. р. – 129,9 тис. осіб; 2013/2014 н. р. – 101,2 тис. осіб; 2014/2015 н. р. – 285,7 тис. осіб; 2015/2016 – 62,8 тис. осіб; 2016/2017 – 5, 8 тис. осіб; 2017/2018 – 39, 4 тис. осіб. Така тенденція зберігатиметься й найближчим часом у зв'язку з економічною і демографічною кризами, політикою уряду і

Міністерства освіти і науки, молоді та спорту, спрощеною системою доступу до отримання освіти за кордоном. Всі ці фактори зумовлюють необхідність впровадження стратегії маркетингу в ВНЗ різних рівнів акредитації.

Стратегія маркетингу освітніх послуг повинна мати практичне значення та включати ряд послідовних етапів:

1. *Визначення цілей і завдань.* У якості основних варіантів цілей комунікаційної політики можуть розглядатися наступні: доведення до цільової аудиторії загальної інформації про ВНЗ; покращення поінформованості про конкурентні переваги освітніх програм ВНЗ; формування позитивного іміджу.

2. *Вибір стратегії.* Ефективну конкурентну стратегію для ВНЗ доцільно вибрати з урахуванням чинників, які впливають на вищі навчальні заклади на ринку освітніх послуг. В умовах швидкого впровадження інноваційних навчальних технологій, забезпечення високого рівня якості навчання, зміни ринкового попиту на спеціальності і гнучкого навчального процесу, адаптованого до вимог ринку праці, перевагу треба надавати стратегії фокусування (концентрації) та диференціації [2].

3. *Визначення каналів комунікації.* Маркетингові комунікації – комплекс заходів, які використовує підприємство для інформування, переконання чи нагадування споживачам про свої товари (послуги) [3, с.15]. Ф. Котлер дає таке визначення: «Маркетингові комунікації – це підтримка відносин (зі споживачами та різними контактними аудиторіями) з одночасним зворотним зв'язком» [4, с. 402]. Для ефективного просування ВНЗ необхідно використовувати різні комунікаційні технології. Кожна маркетингова комунікація (табл. 1), будь то реклама або зв'язки з громадськістю, івент-маркетинг або виставкова та ярмаркова діяльність, має свої особливості впливу на споживачів освітніх послуг.

Таблиця 1

Практичні інструменти комунікацій маркетингових комунікацій для вищих навчальних закладів

Канали розповсюдження інформації	Характеристика
Реклама	Найбільш розповсюджений метод маркетингових комунікацій, який являє собою платне, односпрямоване і неособисте звернення освітнього закладу до споживачів освітніх послуг. Класична реклама може бути у вигляді відео- та аудіоряду (реклама на телебаченні та радіо, до переваг якої відносять масове охоплення не лише потенційної аудиторії, але й всіх, хто сприймає інформаційне повідомлення та високий ступінь привернення уваги й емоційного насичення); друківаної реклами (реклама в журналах та газетах, що охоплює широке коло аудиторії, особливо місцевої) та реклами в інтернеті.

Зв'язки з громадськістю (PR)	Зв'язки з громадськістю тісно пов'язані з рекламною практикою, але ведуться на некомерційній основі. Їхньою метою є створення позитивного іміджу до вищій навчальний заклад.
Організація виставок та ярмарок	Для навчального закладу виставкова та ярмаркова діяльність займають значне місце в арсеналі засобів рекламного впливу, адже можна встановлювати прями контакти з безпосередніми споживачами освітніх послуг та діловими партнерами.
Івент-маркетинг (event marketing)	Даний вид комунікації вищих навчальних закладів передбачає проведення спеціальної події («Дня відкритих дверей», наукових подій (конференцій, семінарів, круглих столів, олімпіад тощо), спортивних змагань, виступів відомих діячів, ярмарки вакансій тощо), що презентує запрошеним атмосферу та формує прихильність навчального закладу.

Джерело: складено автором на основі [5].

4. Розробка бюджету. Визначити бюджет для комунікації – одна з найскладніших маркетингових задач вищого навчального закладу. При розробці бюджету необхідно спиратись на наступні методи комунікаційного бюджету: метод цілей і завдань; метод оцінки можливостей; залишковий метод та метод конкурентного паритету. Метод цілей і завдань передбачає розробку бюджету через визначення цілей просування, завдань, які необхідно вирішити для їх досягнення. Багато вищих навчальних закладів встановлюють бюджет на просування, виходячи з оцінки наявних можливостей. Так, витрачається така сума, яка може бути виділена вищим навчальним закладом. Залишковий метод характеризує тип пасивного маркетингу, при якому затрати на маркетинг і комунікаційну політику в тому числі вважаються другорядними і підлягають фінансуванню в останню чергу із залишкових коштів. Метод відповідності конкурентам (конкурентного паритету) встановлюється відповідно витратам конкурентів.

5. Оцінка ефективності результатів. Розроблена вищим навчальним закладом комунікаційна стратегія не досягне своїх цілей, якщо не буде створена належна система аналізу її результатів. Вона повинна забезпечити оцінку зворотної реакції щодо формування попиту і стимулювання збуту. Комунікаційну стратегію оцінюють вічі: до і після поширення звернень у межах однієї маркетингової компанії. За результатами аналізу ухвалюється рішення щодо коригування будь-якого елементу комплексу маркетингових комунікацій вищого навчального закладу.

Система ринкових відносин у вищій освіті спонукає освітні заклади до пошуку нових шляхів ефективного управління своєю маркетинговою та комунікаційною політикою. Для вищого навчального закладу формування маркетингової стратегії – це

комплекс рішень, спрямованих на формування іміджу і підтримки репутації, реалізація яких дозволяє донести до споживача освітніх послуг ті вигоди і переваги, які він отримує від запропонованого закладу вищої освіти. Можна з упевненістю говорити, що ефективна організація маркетингової стратегії є фактором успішного розвитку вищого навчального закладу й базою його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publosvita_u.htm
1. Матюхін В. О. Особливості маркетингової стратегії розвитку вищого навчального закладу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/34231/1/42_269-273.pdf
2. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством / Т. О. Примак К.: Експерт, 2001. – 387 с.
3. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга: Краткий курс/ под ред. Ф. Котлер. – пер. с англ. издат. дом «Вильямс», 2005 г. – 656 с.
4. Євтушенко Г. І. Стратегічний імператив удосконалення менеджменту освіти / Г. І. Євтушенко // Науковий вісник Національного університету ДПС України № 3 (58), 2012. – С. 12–20.

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ

Арасланова Олена Юріївна

*Національний авіаційний університет
Україна*

Виникнення маркетингу тісно пов'язане з виникненням обміну і виникненням ринку. Маркетинг - це робота з ринком заради здійснення обмінів, ціль яких - задоволення людських потреб. Основу діяльності маркетингу складають такі заняття, як розробка товару, дослідження, налагодження комунікації, організація розподілу, встановлення цін, розгортання служби сервісу. Стосовно ринку маркетинг має двобічну структуру, як-то: маркетинг, здійснюваний продавцями, і маркетинг, здійснюваний покупцями.

Маркетингова діяльність являє собою комплекс заходів, що ставлять ціллю дослідження таких питань, як: вивчення споживача: дослідження мотивів його поведінки на ринку: аналіз власне ринку підприємства: дослідження продукту (вироби або виду послуг): аналіз форм і каналів збуту: аналіз обсягу товарообігу підприємства: вивчення конкурентів, визначення форм і рівня конкуренції:

дослідження рекламної діяльності: визначення найбільш ефективних засобів просування товарів на ринок: вивчення «ніши» ринку.

Проблема вдосконалення механізму просування товарів (далі по тексту: просування) включає в себе комплекс питань: вивчення чинників, що впливають на механізм просування в сучасних економічних умовах; виявлення закономірностей, що характеризують вплив просування на головні показники виробничо-господарської діяльності підприємства; вдосконалення теорії та методології побудови стратегій просування продукції з урахуванням системного підходу; розвитку теорії рішень, пов'язаних з формуванням ефективного комплексу просування, особливо в тій частині, що стосується кількісного обґрунтування правильності рішень, що приймаються; облік синергичного ефекту і дії чинника часу при розробці, реалізації і оцінці ефективності стратегій просування.

Під просуванням варто розуміти діяльність підприємства, спрямовану на стимулювання попиту на вироблену продукцію і на формування позитивного іміджу підприємства.

До основних функцій просування необхідно віднести:

створення позитивного образу продукції і формування інтересу до неї; інформування про параметри товарів, ціну, інноваційність, місця їхнього придбання і розпродажу; допомога в знайомстві з новим продуктом, підтримці популярності тих, що вже існують; забезпечення зацікавленості учасників каналу руху товару; обґрунтування ціни.

Просування – це створення і підтримування постійних зв'язків між фірмою і ринком з метою активізації продажу товарів і формування позитивного іміджу шляхом інформування, переконування та нагадування про свою діяльність.

Просування товару на ринку передбачає ефективні контакти виробника з покупцями. До конкретних форм тут можна віднести: реклама, стимулювання збуту (надання торгових знижок, передання товару у тимчасове користування, торгівля в кредит), персональний продаж, зв'язки з громадськістю (публік рилейшнз) з метою створення позитивного іміджу компанії та її продукції), прямий маркетинг, синтетичні засоби маркетингових комунікацій – виставки, брендинг, спонсорство, інтегровані маркетингові комунікації на місці продажу.

Кожен із зазначених елементів комплексу просування за своєю суттю є засобом комунікації. Отже, знання суті процесу комунікації, і в тому числі маркетингових комунікацій, дає змогу зрозуміти, як саме комплекс просування впливає на споживачів.

Список використаних джерел:

1. Петруня Ю. Єв. Маркетинг: навч. посібник. — К. : Знання, 2007. — 325с.

2. Пілецький В. Т., Мананнікова О. Ю. Маркетинг: теорія, практика, самостійна робота, контроль: Навч. посіб. / Донбаський держ. технічний ун-т. — Алчевськ : ДДТУ, 2007. — 388с.
3. Райт Рэй. B2B-маркетинг: Пошаговое руководство / А.А. Виноградова (науч.ред.), О.В. Теплых (пер.). — Д. : Баланс Бизнес Букс, 2007. — 624с.
4. Романенко Л. Ф. Маркетинг. Словник економічних термінів / Відкритий міжнародний ун-т розвитку людини "Україна". — К. : Університет Україна, 2007. — 231с.

СУТЬ ПРИНЦИПУ «ВИТЯГНУТОЇ РУКИ» В ОПОДАТКУВАННІ

Макар Наталія Михайлівна

Науковий керівник: д.е.н., доц. Осадча О.О.

*Національний університет водного господарства та природокористування
Україна*

В умовах розвитку сучасних ринкових відносин велика кількість підприємств, які здійснюють широкий спектр господарських операцій з метою досягнення комерційного успіху, різняться між собою за критерієм зв'язків — незалежних та пов'язаних. Незалежні підприємства співпрацюють між собою, фінансові умови яких визначаються ринковими чинниками. При взаємодії асоційованих підприємств між собою, зовнішні ринкові чинники можуть і не впливати безпосередньо на їх торговельні та фінансові відносини. В такому випадку основним чинником, може стати бажання «ухилитися» від податків, в наслідок чого бюджети відповідних країн недотримують значні суми коштів, які вони отримують, якщо такі операції відбуваються між незалежними підприємствами.

У зв'язку з існуванням таких негативних явищ, як маніпулювання прибутками асоційованими підприємствами та недоотримання бюджетам відповідних країн значних коштів світове співтовариство розробило систему для запобігання, виявлення та усунення таких явищ, основу якої становить принцип «витягнутої руки» [1].

Суть принципу витягнутої руки полягає в тому, щоб платник податку на прибуток відобразив отриманий від контрольованої операції оподатковуваний прибуток у такій самій сумі, яку він отримав би, якби ця операція була неконтрольованою і здійснювалася в тих самих умовах. Тобто платник податку на прибуток повинен порівнювати умови кожної конкретної контрольованої операції з умовами зіставної неконтрольованої операції. А договірна ціна на придбаний товар для цілей оподаткування не повинна бути вища за

ціну, визначену за принципом «втягнутої руки». Якщо ж виникне додатна різниця між реальною договірною ціною придбання товару і ціною, що відповідає принципу «втягнутої руки», то вона збільшить бухгалтерський фінансовий результат підприємства-імпортера за звітний період [2].

Використання принципу «втягнутої руки» дозволяє забезпечити належну податкову базу кожній юрисдикції та уникнути подвійного оподаткування.

В Україні принцип «втягнутої руки» застосовується до операцій, які в законодавстві позначені як контрольовані. До них належать операції з пов'язаними компаніями – нерезидентами, і зовнішньоекономічні операції, які здійснюються через комісіонерів. При цьому об'єктом уваги органів ДФС будуть компанії з річним доходом понад 50 млн. гривень, у яких річний обсяг операцій з окремим контрагентом перевищує 5 млн. гривень.

Отже, принцип «втягнутої руки» відображає економічні реалії конкретних фактів і обставин за операціями платника податків, що перебувають під податковим контролем, та приймає як базову величину нормальне функціонування ринку. Він дає змогу максимально наблизитися до стандартів відкритого ринку в разі, коли товари, інші види матеріальних або нематеріальних активів передаються чи послуги надаються між взаємозалежними підприємствами.

Список використаних джерел:

1. Принцип «втягнутої руки» при здійсненні контрольованих операцій за настановами ОЕРС [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.peritus.com.ua/pryntsyv-vytyahnutoji-ruky-pry-zdijsnennya-kontrolovanyh-operatsij-za-nastanovamy-oers/>
2. Як імпортерів визначити ціну контрольованої операції за принципом витягнутої руки [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://uteka.ua/ua/publication/Kak-importeru-opredelit-cenu-kontroliruemoj-operacii-po-principu-vytyanutoj-ruki>

СУЧАСНІ МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Гончар Юлія Олегівна

Науковий керівник: ст. викл. Чернявська Л. В.
*Черкаський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Україна*

Розвиток підприємницької діяльності є надзвичайно важливим фактором стабільно високого економічного та соціального розвитку в державі. Фінансова стабільність та ділова активність стають ключовими елементами, що гарантують виживання підприємства в умовах функціонування сучасного ринку. Визначення схильності підприємств до банкрутства є головним критерієм для оцінки подальшої діяльності загалом.

На даному етапі економічного розвитку в Україні велика кількість новостворених підприємств не здатні функціонувати стабільно та планомірно, так як постійно виникають нові політичні, економічні або екологічні ситуації, які створюють передумови виникнення кризових явищ, саме тому аналіз ймовірності настання банкрутства та обґрунтування шляхів виходу українських підприємств з фінансової кризи є досить актуальними питаннями для подальшого розгляду.

Практичні та теоретичні аспекти дослідження ймовірності настання банкрутства відображено в роботах таких вітчизняних і зарубіжних вчених: Берднікової Т. Б., Верби В. А., Мороза О. В., Вартанова А. С., Ковальова А. П., Афанасьєва М. В., Савицької Г. В.

Існує велика кількість методів діагностики ймовірності настання банкрутства: двофакторна модель Е. Альтмана, п'ятифакторна модель Е. Альтмана, дискримінантна модель Р. Ліса, дискримінантна модель Дж. Таффлера, коефіцієнт У. Бівера, модель Г. Спрінгейта, дискримінантна модель О. Терещенка, О. Зайцевої та ін. [1, с.1116].

Всі ці моделі можна умовно поділити на такі групи: моделі з допомогою використання фінансових коефіцієнтів; моделі з використанням агрегованих показників; моделі дискримінантного аналізу; моделі з використанням бальних оцінок. При розгляді кожної групи моделей можна виокремити два основні підходи до оцінювання ймовірності настання банкрутства.

Перший формується на основі фінансових даних і включає в себе оперування кількісними індикаторами – фінансовими коефіцієнтами, що ґрунтуються на певній сукупності показників, які характеризують результати фінансово-господарської діяльності підприємств.

Другий підхід до прогнозування банкрутства впливає зі статистики зміни показників збанкрутілих компаній і порівняння їх з відповідними даними досліджуваних організацій. Порівняльну характеристику найбільш відомих моделей прогнозування банкрутства підприємства представлено у табл.1 [2, с. 27-28].

Таблиця 1

Характеристика моделей прогнозування банкрутства підприємства

Моделі	Характеристика
П'ятифакторна модель Альтмана	<ul style="list-style-type: none"> – простота й можливість застосування за наявності обмеженої інформації; порівнянність показників; можливість поділу аналізованих компаній на банкрутів і не банкрутів; детальність розрахунків. – залежність точності розрахунків від першочергової інформації; обмеженість сфери використання; заснована на історичних даних; неврахування показників рентабельності.
Модель Таффлера	<ul style="list-style-type: none"> – спрощеність розрахунків та висока точність прогнозу ймовірності настання банкрутства компанії, що пов'язане із значною кількістю досліджуваних компаній. – обмеження сфери застосування (тільки для акціонерних товариств).
Модель Бівера	<ul style="list-style-type: none"> – використання показника рентабельності активів і виокремлення судження про терміни настання банкрутства підприємства. – відсутність підсумкового коефіцієнта.
Модель Ліса	<ul style="list-style-type: none"> – простота і швидкість розрахунків; доступність необхідних для подальших розрахунків даних; дає можливість оцінити фінансовий стан та максимально точно спрогнозувати банкрутство; – створювалася з урахуванням західних особливостей розвитку
Модель Спрінгейта	<ul style="list-style-type: none"> – показує достатній рівень надійності прогнозу з точністю 90%. – створена для підприємств таких країн, як США і Канади з метою оцінювання; між змінними спостерігається досить висока кореляція.
Модель Сайфуліна-Кадикова	<ul style="list-style-type: none"> – спрощеність розрахунків; зручність коригування відносно локалізації підприємства й часу розгляду; врахування специфіки економіки та зручність у застосуванні; висока точність – не дозволяє оцінити причини потрапляння підприємства в зону неплатоспроможності; нормативний зміст коефіцієнтів, що використовуються для рейтингового оцінювання.
Модель Терещенка	<ul style="list-style-type: none"> – урахування специфіки діяльності суб'єктів; охоплення невеликої кількості показників; доступність інформації, необхідних для розрахунку параметрів моделі; – недостатній рівень обґрунтованості показників та їх нормативних значень; можливість застосування лише для окремих підприємств; великий інтервал невизначеності.

Отже, дослідивши всі наведені переваги й недоліки даних моделей, результати такого економічного аналізу можуть слугувати подальшою основою для системної діагностики фінансово-економічного стану всього підприємства. Виходячи з представлених

характеристик моделей ймовірності банкрутства, слід помітити неоднозначний характер кожної з них.

Успішне подолання проблем банкрутства в основному залежить від вчасного виявлення загрози його настання на підприємстві та ефективності розробки і реалізації відповідно створених антикризових заходів, що дозволять відновити ліквідність і платоспроможність підприємства, що в свою чергу допоможе запобігти процедурі банкрутства і процесу ліквідації підприємства.

Список використаних джерел:

1. Власюк В. Е. Діагностика ймовірності банкрутства покладаючись на галузевий та регіональний аспект / В. Е. Власюк, А. В. Федорцова, Д. Г. Чичибабина. // Молодий вчений. – 2017. – №11. – С. 1115–1118.
2. Повстенюк Н. Г. Методи діагностики банкрутства підприємств в сучасних умовах / Н. Г. Повстенюк. // Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ. – 2015. – №1. – С. 25–31.
3. Дробишева О. О. Дослідження ймовірності банкрутства промислового підприємства / О. О. Дробишева. // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – №1. – С. 53–57.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ ТОРГОВОЇ МАРКИ НА ГАЛУЗЕВОМУ РИНКУ

Дєєва Ольга Федорівна

Науковий керівник: д.е.н., проф. Сагайдак М.П.

Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

Україна

Сьогодні кожна компанія потребує ефективного маркетингу. Використання сучасного маркетингового інструментарію дозволяє підприємству, по-перше, прийняти управлінські рішення на основі отриманих відповідей на питання: що саме виробляти чи пропонувати на ринку, а саме які властивості чи споживчі цінності товару або послуги пропонувати споживачам; скільки виробляти, за якою ціною і з яким додатковим сервісом; де і як продавати (на якому ринку та з використанням яких каналів просування і розподілу); кому продавати, тобто споживачам яких цільових сегментів. Ці класичні питання, в умовах перенасичення ринків товарами і новими послугами та загострення конкурентної боротьби за споживача, набувають особливого значення. При цьому не менш актуальним залишається питання найменування продукту, його форми та дизайну упаковки,

комунікацій і каналів просування та збуту. Вирішення означених питань дозволять підприємству досягти успіху на галузевому ринку.

У підтвердження даної тези зазначимо, що сучасний споживач стає більш обізнаним і поінформованим, вибагливим, не лише до товару чи місця його продажу, а й до процесу продажу та обслуговування, а також він має попередній споживчий досвід і бажає бути залученим у процеси створення цінності. Всі ці моменти дещо ускладнюють процеси просування торгової марки на ринку. На нашу думку, для забезпечення ефективного процесу просування торгової марки на ринку, необхідно здійснити конкурентний аналіз, розробити та імплементувати маркетинговий план просування, сформулювати стратегію позиціонування компанії та обрати канали комунікацій з цільовими споживачами, а також розробити, чи за обґрунтованої необхідності, удосконалити слоган, упаковку та/або логотип, які будуть адекватно сприйматись споживачем.

Аналіз літературних джерел дозволив виокремити і структурувати найбільш дієві заходи просування торгової марки на галузевому ринку [1]:

- проведення маркетингових досліджень задля отримання необхідної інформації про компанію, продукт, очікування та переваги цільової аудиторії;
- розробка маркетингового плану, вибір найкращих каналів просування, розробка бюджету для реклами та прогнозування результатів;
- брендинг та упаковка: логотип, слоган, фірмовий стиль, бренд-буклети;
- розробка та запуск рекламно-комунікаційних кампаній для зростання продажів;
- PR-заходи будь-якої складності: відкриття нових офісів та торгових точок, проведення брифінгів, прес-конференцій, партнерських заходів тощо;
- розробка маркетингового контенту та програм лояльності, які дозволять максимально ефективно представити продукцію та укласти угоду з клієнтом;
- мерчандайзинг (аудит торгових залів, аналіз асортименту та розробка ефективної програми мерчандайзингу).

Також, одним із сучасних дієвих інструментів просування торгової марки (бренду) і збору великої кількості клієнтів є ігри [2]. Такий підхід у непримусовій формі, дозволить досягти основної мети просування, а саме забезпечити передачу споживачеві певної інформації про товар і його переваги, сприяти позитивній його реакції до налагодження зворотного зв'язку і врешті спонукати до акту купівлі.

Створені ігри клієнти можуть відтворювати на пристроях iPhone та Android, на Facebook або на веб-сайті компанії.

Список використаних джерел:

1. Сайт компанії Business-Expert. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business-expert.md/en/marketing-expert>
2. Brand promotion games - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.normareclamare.com/mobile-applications-development/brand-promotion-games>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ

Удовенко Дар'я Олегівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Нікітішин А.О.
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Україна

Реалізація податкової політики безпосередньо впливає на створення сприятливої чи несприятливої кон'юнктури ринку та умов для розвитку економіки держави. Тому актуальним питанням є необхідність втілення головної мети сучасної податкової політики – забезпечення стійких податкових надходжень до бюджету, рівність всіх платників перед законом, а також проведення заходів із її модернізації.

Дослідженням податкової політики, ефективності її побудови, а також проблем, що існують в цій сфері, займалась велика кількість вчених, зокрема Н. Вахновська, А. Череп, Б. Барабанова, Д. Ташук, Н. Хромак, В. Чубай, Т. Мединська, М. Заяць, Ю. Бездітко, Д. Веремчук, О. Ряба, М. Соловей та ін.

Податкова політика – це діяльність держави, її органів у процесі правового регламентування, нарахування, сплати та зарахування податків і податкових надходжень, а також контролю за своєчасністю та повнотою їх надходжень до бюджету. Одним із головних завдань податкової політики України на сучасному етапі є ефективне застосування елементів системи оподаткування, виходячи зі стратегічних пріоритетів соціально-економічного розвитку України.

За допомогою податкової системи держава активно втручається в "роботу" ринку, регулює розвиток виробництва, сприяючи прискореному зростанню одних галузей або форм власності. Держава формує свої доходи і цілеспрямовано впливає на економіку. Найбільш поширені наступні методи податкового регулювання: зміна суми податкових надходжень; заміна одних способів або форм

обкладення іншими; диференціація ставок податків; зміна податкових пільг і знижок; зміна сфер поширення податків та ін. [6, с. 332].

Згідно з Постановою ВРУ «Про основні напрями бюджетної політики на 2018-2020 рр.» від 15.06.2017 р. №6561 пріоритетом державної податкової політики на 2018 - 2020 роки є забезпечення стабільності податкової системи, зокрема підвищення ефективності та полегшення податкового адміністрування з мінімізацією можливостей для зловживань.

Завданнями на 2018 рік згідно з положеннями даного документу є:

- імплементація у податкове законодавство обов'язкового мінімального стандарту плану дій Організації економічного співробітництва та розвитку з протидії розмивання бази оподаткування та виведення прибутку з-під оподаткування;

- організація діяльності Служби фінансових розслідувань як органу, на який покладатиметься обов'язок забезпечення запобігання, виявлення, припинення, розслідування та розкриття кримінальних правопорушень, об'єктом яких є фінансові інтереси держави та/або місцевого самоврядування;

- запровадження єдиного рахунка для сплати податків і зборів;

- запровадження подання єдиної звітності за єдиним соціальним внеском і податком на доходи фізичних осіб;

- оновлення / укладення нових міжнародних договорів про уникнення подвійного оподаткування з Німеччиною, Францією, Іспанією, Туреччиною та внесення змін до діючих договорів України з метою зменшення податкових перешкод для закордонних інвестицій та запобігання податковим ухиленням стосовно податків на доходи і капітал;

- перегляд ставок акцизного податку, екологічного податку та рентної плати, визначених в абсолютних значеннях, з урахуванням індексу споживчих цін та індексу цін виробників промислової продукції;

- поступове наближення ставок акцизного податку на тютюнові вироби до рівня, передбаченого директивою ЄС.

Збалансованість та стійкість бюджетної системи забезпечуватиметься шляхом дотримання наступних основних показників:

- збереження з урахуванням податкового законодавства частки перерозподілу ВВП через зведений бюджет на рівні не вищому, ніж враховано під час затвердження Державного бюджету України на 2017 рік

- встановлення граничного обсягу дефіциту державного бюджету на рівні 2,4 % ВВП у 2018 році;

- здійснення платежів за державним боргом вчасно та в повному обсязі; фінансування дефіциту державного бюджету в запланованих обсягах переважно шляхом здійснення внутрішніх запозичень;
- збільшення в структурі державного боргу частки внутрішнього боргу шляхом розширення переліку потенційних інвесторів в облігації внутрішньої державної позики та стимулювання ліквідності на вторинному ринку;
- встановлення граничного обсягу державного боргу на рівні не більше ніж 62 % ВВП на кінець 2018 року;
- встановлення граничного обсягу гарантованого державою боргу на рівні не більше ніж 22 % ВВП на кінець 2018 року;
- визначення граничного обсягу надання державних гарантій у 2018 - 2020 роках на рівні не більше 3 % доходів загального фонду державного бюджету для реалізації виключно самоокупних інвестиційних проектів;
- встановлення мінімальної заробітної плати: у 2018 р. у розмірі 3723 грн;
- встановлення посадового окладу працівника I тарифного розряду Єдиної тарифної сітки: у 2018 р. у розмірі 1762 гривні;
- загальний обсяг державних капітальних вкладень на розроблення та реалізацію державних інвестиційних проектів становить не менш як 1,7 млрд. гривень щороку
- використання коштів позик для реалізації проектів економічного і соціального розвитку України, що залучаються державою від іноземних держав, банків і міжнародних фінансових організацій для реалізації інвестиційних проектів, зокрема у 2018 році в сумі 17 млрд. гривень та ін [2].

З 1 січня 2018 року набрав чинності Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році". Закон охопив чимало пунктів, але якщо спробувати оцінити вагу змін глобально, то зрозуміло, що разючих відмінностей небагато.

Ключовими змінами податкового законодавства України у 2018 році є:

- тимчасове припинення системи блокування податкових накладних та розрахунків коригування в Єдиному реєстрі податкових накладних;
- зміна у правилах безмитного ввезення товарів на територію України, зокрема у міжнародних поштових і експрес-відправленнях;
- запровадження пільг із податку на додану вартість щодо окремих видів діяльності і на певні види продукції;

- підвищення ставок акцизного податку на тютюнові вироби;
- створення Єдиної бази даних звітів про оцінку нерухомого майна з метою запобігання заниження бази оподаткування (оціночної вартості) при продажу нерухомого майна.

Від початку 2018 року господарські операції, що здійснюються між нерезидентом та його постійним представництвом в Україні визнаються контрольованими, якщо обсяг господарських операцій, визначений за правилами бухгалтерського обліку, перевищує 10 мільйонів гривень (за вирахуванням непрямих податків) за відповідний податковий (звітний) рік.

Від оподаткування звільнено і вартість путівок (які працівнику надає роботодавець), що не перевищує 5 розмірів мінімальної заробітної плати, тобто 18 615 гривень.

Змінилися й критерії належності платника податків до категорії великих платників податків: обсяг доходу від усіх видів діяльності за останні чотири послідовні податкові (звітні) квартали має перевищувати еквівалент 50 млн євро, визначений за середньозваженим офіційним курсом Національного банку України за той самий період, або загальна сума податків, зборів, платежів, сплачених до Державного бюджету України, за такий самий період, перевищує еквівалент 1 млн євро.

Законодавство стало лояльнішим до електрокарів. З 1 січня 2018 року звільняють від сплати ПДВ та акцизного податку операції із ввезення на митну територію України транспортних засобів, оснащених виключно електричними двигунами [7].

Зміни у розділі III «Податок на прибуток підприємств» у Податковому кодексі України з редакцією від 27.02.2018 р, порівняно з редакцією від 01.01.2017 року відображено у табл. 1.

Таблиця 1

Зміни у податку на прибуток (редакція ПКУ від 27.02.2018 р.)

Було внесено зміни :	Було уточнено:
до визначення безнадійної заборгованості (для цілей оподаткування банк. установ);	визначення терміну «роялті» - уточнено, що не є роялті для програмної продукції
до визначення пов'язаних осіб – це якщо кінцевим бенефіціаром є одна і та ж фізична особа, або така особа виконує функції виконавчого органу;	що кредити надані під гарантії держави не впливають на визначення пов'язаності юр. осіб (норма діє починаючи з 2017 року);
передбачено, що податкова декларація з податку на прибуток, яка розраховується з нарастаючим підсумком за рік подається у 60-ти денний термін;	норми щодо ТЦУ (трансфертне ціноутворення), до контрольованих операцій віднесено операції між постійним представництвом та нерезидентом, у розмірі більше 10 млн. грн.;

<p>для релігійних організацій передбачено, що відповідальність для них настає при порушенні законодавства відповідно до якого вони зареєстровані, а також для включення до Реєстру неприбуткових організацій їм достатньо бути зареєстрованими відповідно до профільного законодавства;</p>	<p>норми щодо сплати дивідендів платниками єдиного податку – єдинники не сплачують авансові внески, платники податку, отримувачі не коригують фін результат; передбачена можливість не оподатковувати кошти направлені на допомогу спортивним неприбутковим організаціям у розмірі до 8 відсотків від оподаткованого прибутку попереднього року;</p>
<p>передбачено збільшення фін. результату на суму повної або частк. компенсації один раз на рік вартості путівок на відпочинок, оздоровлення та лікування на території України, якщо вони не оподатков. ПДФО.</p>	<p>різниці, які виникають при коригуванні фін. результату за результатами донарахування ТЦУ.</p>

Складено автором на основі [3].

До розділу IV «Податок на доходи фізичних осіб» ПКУ також було внесено зміни, зокрема звільнено від оподаткування вартість путівок, що не перевищує 5 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного податкового року, які надаються роботодавцем – платником податку на прибуток один раз на календарний рік працівникам та/або членам їх сімей першого ступеня споріднення. Також створено Єдину базу даних звітів про оцінку нерухомого майна з метою запобігання заниження бази оподаткування (оціночної вартості) при продажу нерухомого майна.

Зміни у податку на додану вартість (розділ V Податкового кодексу України) згідно редакції від 27.02.2018 року відображено у табл.2.

Таблиця 2

Зміни у податку на додану вартість (редакція від 27.02.2018 р.)

Було уточнено та визначено:	До 1 січня:
<p>- ставку ПДВ 7% на постачання на митній території України та ввезення на митну територію України всіх медичних виробів, які внесені до Державного реєстру медичної техніки та виробів мед. призначення або відповідають вимогам відповідних технічних регламентів, що підтверджується документом про відповідність, та дозволені для надання на ринку;</p>	<p>2020 року - платникам, які ввозитимуть на митну територію України до 1 січня 2020 року промислове обладнання для виробничих потреб надано право на розстрочення на 24 місяця сплати "імпортного" ПДВ;</p>
<p>- терміни реєстрації у ЄРПН для розрахунків коригування, складених постачальником товарів/послуг, а реєстрація яких в ЄРПН здійснюється покупцем товарів/послуг</p>	<p>2022 року поширено звільнення від ПДВ на визначених ПКУ умовах на операції з програмною продукцією, плата за які не вважається роялті, а також розширено поняття "програмна продукція";</p>
<p>- процедуру зупинення податкових</p>	<p>2023 року поширено звільнення від</p>

накладних/розрахунків. З 1.01.2018 року до прийняття відповідного рішення Уряду зупинення реєстрації податкових накладних/розрахунків не провадиться;	ПДВ на визначених ПКУ умовах на усіх суб'єкти космічної діяльності, що підпадають під дію норм Закону України "Про космічну діяльність";
- умови і порядок розблокування і реєстрації податкових накладних у Єдиному реєстрі податкових накладних для податкових накладних, які були заблоковані до дня набрання чинності Законом;	до 31 грудня: - 2018 року звільнено від оподаткування ПДВ операції із ввезення на митну територію України та з постачання на митній території України виключно електромобілів (у тому числі вироблених в Україні);
- норму щодо звільнення від оподаткування операцій з постачання (передплати) та доставки дитячих книжкових видань;	- з 1 вересня 2018 року до 31 грудня 2021 року звільнено від оподаткування податком на додану вартість операції з вивезення в митному режимі експорту соєвих бобів
- змінено принцип розрахунку суми бюджетної дотації для сільгоспвиробників, а саме, розраховувати розмір бюджетної дотації виходячи з обсягу податкових зобов'язань з ПДВ по постачанню товарів, а не з позитивної різниці між сумою податкових зобов'язань і сумою податкового кредиту з ПДВ.	- з 1 грудня 2020 року до 31 грудня 2021 року звільнено від оподаткування податком на додану вартість операції з вивезення в митному режимі експорту насіння свиріпи або ріпаку.

Складено автором на основі [3].

Зміни у розділі VI «Акцизний податок» у редакції ПКУ від 27.02.2018 р по групам товарів, зокрема по алкогольним напоям, тютюновим виробам, пальному та транспортним засобам відображено на рис. 1. До розділу XII «Податок на майно (відмінне від земельної ділянки)»

ПКУ також було внесено зміни, зокрема встановлено, що якщо податковий орган у визначений ПКУ строк не направив фізичній особі повідомлення-рішення на сплату податку на нерухоме майно, така фізична особа звільняється від відповідальності за несвоєчасну сплату податкового зобов'язання; а також встановлено, що податкове зобов'язання з цього податку може бути нараховано тільки за попередні 3 роки.

Зміни до розділів VII «Екологічний податок», IX «Рентна плата», X «Рентна плата за нафту, природний газ і газовий конденсат, що видобуваються в Україні», XI «Плата за користування надрами», XV «Збір за користування радіочастотним ресурсом України», XVI «Збір за спеціальне використання води», XVII «Збір за спеціальне використання лісових ресурсів» відображено у табл. 3.

<p>Алкогольні напої</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ставки на спирт, пиво та алкогольні напої не збільшено, крім планового вирівнювання пільгової ставки на коньяк до ставки на інші спирткові дистилати (загальне збільшення на 12%); • «квас живого бродіння» виключено з підакцизних товарів; • уточнено формулювання норми щодо оподаткування акцизним податком за зниженою ставкою збродених напоїв, одержаних виключно в результаті природного (натурального) бродіння фруктових, ягідних та фруктовоягідних соків, з вмістом спирту етилового не більше 8,5 відсотків об'ємних одиниць (без додання спирту).
<p>Тютюнові вироби</p>	<ul style="list-style-type: none"> • встановлено графік збільшення специфічних ставок акцизного податку на тютюнові вироби і мінімального акцизного податкового зобов'язання зі сплати акцизного податку з тютюнових виробів у 2018 році та у подальшому до 2025 року на 20% щорічно до досягнення мінімального стандарту ЄС (90 євро за 1000 штук); • встановлено порядок визначення частка загальної суми податкових зобов'язань з акцизного податку у середньозваженій роздрібній ціні (60% від вартості) продажу сигарет; • з 1 липня 2018 року запроваджені окремі марки акцизного податку на інші тютюнові вироби .
<p>Пальне</p>	<ul style="list-style-type: none"> • звільнено від оподаткування акцизним податком операції з передачі в межах одного підприємства підакцизної сировини для виробництва не підакцизного бензолу; • розширено перелік нафтопродуктів, що можуть бути ввезені в якості сировини для виробництва етилену за ставкою 0% та застосування вексельної форми контролю за цільового використанням пального, а також випадки застосування нульової ставки акцизного податку при використанні речовин в якості компонентів для виробництва моторних палив; • передбачена можливість використання засобів електронного зв'язку для передання копії податкового векселя при митному оформленні речовин, що використовуються як компоненти моторних палив, які ввозяться на митну територію України з метою використання в хімічній промисловості.
<p>Транспортні засоби</p>	<ul style="list-style-type: none"> • до 31 грудня 2018 року звільнюються від оподаткування акцизним податком операції з ввезення на митну територію України та реалізації на митній території України виключно електромобілів (у тому числі вироблених в Україні).

Рис. 1. Зміни у акцизному податку по групам товарів (редакція ПКУ від 27.02.2018 р.) [3].

Таблиця 3

**Зміни у екологічному податку та рентній платі за видами
(редакція ПКУ від 27.02.2018 р.)**

<i>Назва податку</i>	<i>Величина ставки</i>
Екологічний податок	збільшено ставку на 11,2 %
Рентна плата за користування радіочастотним ресурсом України	ставки не збільшено
Рентна плата за користування надрами в цілях, не пов'язаних з видобуванням корисних копалин	збільшено ставки на 16,8 %
Рентна плата за користування надрами для видобування корисних копалин: А) природний газ; Б) газовий конденсат; В) нафта і газ;	А) 12% та 6% залежно від глибини залягання для нових свердловин із гарантуванням інвесторам незмінності цих ставок протягом 5 років; Б) з 1 січня 2019 року 45% та 21% залежно від глибини залягання; В) 29% та 14% залежно від глибини залягання.
Окремі ставки рентної плати за користування надрами для видобування корисних копалин в умовах дії угоди про розподіл продукції	- 2% для митної території України, континентального шельфу - 1,25% - для морського шельфу.
Рентна плата за спеціальне використання води	збільшено ставки на 16,8 %
Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів	збільшено ставки на 16,8 %

Складено автором на основі [3].

Зміни, що були здійснені щодо земельного податку і відображені у ПКУ (редакція від 27.02.2018 р.):

- прийнято норму, якою зобов'язано ДФС на своєму веб сайті розміщувати зведену інформацію про розмір та дату встановлення ставок місцевих податків та зборів та НГО на відповідних територіях;
- встановлено, що якщо податковий орган у визначений ПКУ строк не направив фізичній особі повідомлення-рішення на сплату земельного податку, така фізична особа звільняється від відповідальності за несвоєчасну сплату податкового зобов'язання;
- встановлено фіксовану ставку земельного податку для земель залізниць;
- прийнято норму, відповідно до якої при визначенні бази оподаткування земельним податком коефіцієнт індексації нормативної грошової оцінки за 2018 рік застосовується із значенням 1;
- скасовано обмеження застосування пільги до однієї ділянки із сплати земельного податку фізичним особам;
- встановлено, що до 1 лютого 2018 року центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері земельних відносин, направляє електронній формі інформацію про нормативну грошову оцінку земельних ділянок, яка проведена станом на

зазначену дату, до центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну податкову політику.

Зміни до положень щодо Єдиного податку незначні, зокрема прийнято норму, відповідно до якої при визначенні бази оподаткування єдиним податком для платників четвертої групи коефіцієнт індексації нормативної грошової оцінки за 2018 рік дорівнює 1. Також запроваджено оподаткування податком на репатріацію виплат платників єдиного податку на користь нерезидентів та сплата єдиного податку четвертої групи за земельні ділянки, що розташовані на території населених пунктів на лінії зіткнення. Інші платники податків на сьогодні сплачують плату за землю за землі сільськогосподарського призначення, що розташовані на лінії зіткнення [3].

Вагомими проблемами податкової політики України є: – надмірний податковий тиск на сумлінних платників податків, особливо у сфері трудомістких виробництв; – нерівномірність податкового тягаря; – часті і непередбачувані зміни податкового законодавства; – невідповідність принципів формування й реалізації податкової політики України та ЄС [4, с. 78].

Необхідним є вдосконалення та спрощення системи адміністрування податків для підприємств. Для цього, система адміністрування податків потребує подальшого вжиття заходів, спрямованих на спрощення адміністрування податків для підприємств, зменшення витрат часу та коштів суб'єктів підприємницької діяльності на ведення податкового обліку і звітності й сплату податків. Із цією метою необхідно: – спростити форми декларацій за основними податками і зборами; – забезпечити перехід до визначення об'єкта оподаткування податком на прибуток підприємств у спосіб коригування фінансового результату, розрахованого за правилами бухгалтерського обліку; – вжити заходів щодо переведення більшості платників податків на подання декларацій з податку на прибуток підприємств у електронному вигляді (за прикладом декларацій з ПДВ); – упровадити повноцінний електронний документообіг між платниками та контролюючими органами; – удосконалити ризик-орієнтовану систему контролю, що зменшить кількість перевірок і підвищить якість відбору несумлінних платників податків; – запровадити розширений перелік критеріїв оцінки результативності адміністрування податків, що дасть змогу удосконалити систему адміністрування та поліпшити ставлення платників до обов'язку сплати податків; – уніфікувати та синхронізувати подання звітності, яка подається до податкових органів та органів Пенсійного фонду України [5, с. 149].

Отже, податкова політика виступає одним із найважливіших засобів державного регулювання економіки і використовується для виконання пріоритетних напрямів розвитку суспільства та держави.

Список використаних джерел:

1. Заяць М. П. Реалізація податкової політики в умовах Євроінтеграції / М. П. Заяць, Т. В. Мединська // Науковий вісник НЛТУ України. Економіка, планування та управління в галузях. – К.: Національний лісотехнічний університет України, 2012. –№22.2. – С. 202-207.
2. Про основні напрями бюджетної політики на 2018-2020 рр. Постанова ВРУ від 15.06.2017№6561 [Електронні дані]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/DH53300A.html
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році: Закон України, прийнятий Верховною радою України 1 січня 2018 р. // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2018. –№8. – С. 46- 52 (з наступними змінами та доповненнями).
4. Насипайко Д. С. Податкова політика України: проблеми та перспективи розвитку. / Д. С. Насипайко, Є. С. Кузьмін, В. О. Буряк // Наукові записки, част.1. – 2012. – Вип. 12. – С. 74-80.
5. Третьякова О. В. Вплив податкової політики на економічний стан та подальший розвиток країни / О. В. Третьякова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки», част.4. – Херсон: Херсонський державний ун-т, 2014. – Вип. 5. – С. 147- 149.
6. Борисенко О. С. Місце податкової політики у системі державного регулювання економіки / О. С. Борисенко // Трансформація фінансових відносин : матеріали IV міжнародного симпозіуму. – Х.: ХІФ УДУФМТ, 2011. – С. 332-333.
7. Галелюка М. Н. Зміни податкового законодавства у 2018 році / М. Н. Галелюка // Бізнес Цензор. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://biz.censor.net.ua/columns/3044263/noviyi_rk_z_novimi_podatkami_zmni_podatkovogo_zakonodavstva_u_2018_rots

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Козловська Світлана Михайлівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Тарасенко А.В.

Чернігівський національний технологічний університет

Україна

Для побудови та забезпечення розвитку конкурентоспроможної економіки країни необхідно приділити увагу діяльності підприємств. Суб'єкти господарювання є основними елементами подальшого механізму організації ринку, утворення вартості, формування бюджету, реалізації людських можливостей. Розвиток підприємництва призводить до розширення середнього класу суспільства та підвищення якості життя населення. Провідні держави світу сформували постіндустріальне суспільство, використовують інновації, тоді як вітчизняне підприємництво, особливо промисловість, базується на традиційних технологіях, які притаманні для початкової стадії індустріалізації. Після набуття незалежності Україною багато підприємств потрапили під хвилю кризової ситуації, цьому сприяли втрата каналів збуту, міжгалузевих зв'язків, зміна законів, органів управління, податкової системи, умов існування.

Наразі розвиток підприємництва в Україні перебуває у таких умовах: складна політична ситуація, воєнні дії на сході країни, реформа децентралізації, знецінення грошової одиниці, постійні зміни економічних умов з Європейським Союзом, втрата каналів збуту з Росією.

Розрізняють мале, середнє та велике підприємництво та мікропідприємництво [1]. Саме на малому підприємстві та частково середньому базується ринкова економіка провідних країн світу. Проаналізуємо сучасний стан та активність українських підприємств. У таблиці 1 розглянемо динаміку кількості суб'єктів господарювання за 2014-2016 роки у трьох сферах ведення бізнесу в Україні, а у таблиці 2 кількості зайнятих працівників.

Таблиця 1

Динаміка кількості підприємств в Україні 2014-2016 рр., кількість одиниць

		2014	2015	2016	AB 2015/14	AB 2016/15	BB, % 2015/14	BB, % 2016/15
Суб'єкти великого підприємництва	великі підприємства	497	423	383	-74	-40	-14,89	-9,46
	фізичні особи-підприємці	Відповідно до Господарського кодексу (в редакції від 22.03.2012 року) фізичні особи-підприємці не можуть бути суб'єктами великого підприємництва						

Суб'єкти середнього підприємництва	середні підприємства	15906	15203	14832	-703	-371	-4,42	-2,44
	фізичні особи-підприємці	712	307	281	-405	-26	-56,88	-8,45
Суб'єкти малого підприємництва	малі підприємства	324598	327814	291154	+3216	-36660	0,99	-11,18
	фізичні особи-підприємці	1590448	1630571	1558880	+40123	-71691	2,52	-4,40
Суб'єкти мікропідприємництва	мікро-підприємництва	278922	284241	247695	-250681	-36546	1,91	-12,86
	фізичні особи-підприємці	1580965	1626589	1553041	45624	-73548	2,89	-4,52

Складено автором на основі даних [2]

Таблиця 2

Кількість зайнятих у сфері підприємницької діяльності 2014-2016рр., тис. ос.

		2014	2015	2016	AB 2015/14	AB 2016/15	BB, % 2015/14	BB, % 2016/15
Суб'єкти великого	великі підприємства	1915,1	1708,6	1586,6	-206,5	-122	-10,78	-7,14
	фізичні особи-підприємці	Відповідно до Господарського кодексу (в редакції від 22.03.2012 року) фізичні особи-підприємці не можуть бути суб'єктами великого підприємництва						
Суб'єкти середнього	середні підприємства	2696,5	2604,7	2622,8	-91,8	18,1	-3,40	0,66
	фізичні особи-підприємці	69,9	28,0	27,1	-41,9	-0,9	-59,94	-3,21
Суб'єкти малого	малі підприємства	1686,9	1576,4	1591,7	-110,5	15,3	-6,55	0,97
	фізичні особи-підприємці	2428,3	2262,3	2280,1	-166	17,8	-6,84	0,79
Суб'єкти мікропідприєм	мікро-підприємництва	723,5	691,4	642,7	-32,1	-48,7	-4,44	-7,04
	фізичні особи-підприємці	2253,4	2187,2	2172,0	-66,2	-15,2	-2,94	-0,69

Складено автором на основі даних [2].

З табл.1 видно, що за період 2015 року кількість суб'єктів великого та середнього підприємництва мала тенденцію до зменшення, а суб'єкти мікропідприємництва та малого підприємництва, навпаки, до збільшення. У 2016 році кількість суб'єктів скоротилася у всіх сферах ведення підприємницької діяльності, а найбільше у мікропідприємстві.

Щодо кількості працівників у підприємстві, то з таблиці 2 видно, що їх кількість у 2015 році дуже скоротилася, особливо для середнього підприємництва. У 2016 році ситуація дещо покращилася для малого підприємництва, абсолютні та відносні показники мають позитивні значення.

Високі обсяги обсягу реалізованої продукції є свідченням високоефективного розвитку підприємства, адже вона показує обсяги продукції, які надійшли до покупця і готові до споживання.

Таблиця 3

Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) 2015-2016,
млн грн.

	2014	2015	2016	AB 2015/14	AB 2016/15	BB 2015/14	BB 2016/15
Суб'єкти великого підприємництва	1742507,9	2053189,5	2391454,3	310681,6	338264,8	17,83	16,48
Суб'єкти середнього підприємництва	1735894,2	2184376,8	2683303,5	448482,6	498926,7	25,84	22,84
Суб'єкти малого підприємництва	981300,1	1318974,1	1651982,0	337674,0	333007,9	34,41	25,25
Суб'єкти мікро-підприємництва	486635,3	665725,8	811546,4	179090,5	145820,6	36,80	21,90

Складено автором на основі даних [2]

З даних таблиці 3 бачимо, що за 2015 та 2016 роки обсяги реалізованої продукції значно зросли, особливо для суб'єктів малого та мікропідприємництва. Це показує, що підприємства ефективно функціонують на основі організації праці та використання технічних можливостей.

На рисунку 1 та 2 розглянемо залежність кількості підприємств та фізичних осіб підприємців до обсягу реалізованої продукції за 2016 рік.

Таким чином, як бачимо з рисунків 1 та 2 підприємства виготовляють майже у сім разів більше обсягів продукції (товарів та послуг), хоча їх кількість менша ніж у п'ять разів у порівнянні із фізичними особами підприємцями. Це означає, що діяльність підприємств сягає значних об'ємів.

■ Підприємства ■ Фізичні особи підприємці

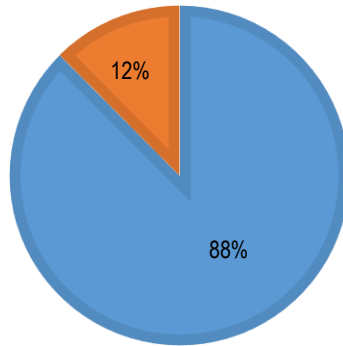


Рис. 1. **Обсяг реалізованої продукції**
Складено автором на основі даних [2].

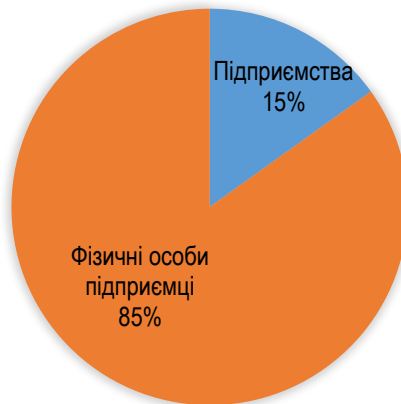


Рис. 2. **Кількість суб'єктів господарювання**
Складено автором на основі даних [2].

Далі проаналізуємо значення реалізованої продукції по кожній галузі. Для цього розглянемо дані таблиці 4 та рисунку 3 та дізнаємося, де саме підприємницька активність має найбільші значення.

Таблиця 4

**Структура обсягу реалізованої продукції суб'єктів
господарювання за 2014-2016 роки, млн грн.**

Галузі промисловості	2014	%	2015	%	2016	%
1	2	3	4	5	6	7
Сільське, лісове та рибне господарство	286905,6	9,94	416620,0	12,08	474884,1	11,26
Промисловість	1334068,4	46,23	1606440,7	46,57	1920255,3	45,53
Будівництво	158952,8	5,51	142249,3	4,12	180385,6	4,28
Оптова та роздрібна торгівля	496949,7	17,22	544093,4	15,77	614051,5	14,56
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська доставка	217233,8	7,53	298652,7	8,66	373548,8	8,86
Організація харчування	16790,1	0,58	19158,2	0,56	26664,3	0,63
Інформація та телекомунікації	104226,4	3,61	131891,9	3,82	171856,8	4,07
Фінансова та страхова діяльність	42653,7	1,48	40677,3	1,18	59558,2	1,41
Операції з нерухомим майном	69713,2	2,42	59731,1	1,73	104997,1	2,49
Професійна, наукова та технічна діяльність	79470,1	2,75	112717,1	3,27	186450,8	4,42
Діяльність у сфері адм обслуговування	39725,5	1,38	43941,8	1,27	61948,3	1,47
Освіта	2397,1	0,08	2990,9	0,09	4036,9	0,10
Охорона здоров'я	9364,5	0,32	12593,3	0,37	16826,9	0,40
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	19589,8	0,68	9258,7	0,27	10639,8	0,25
Надання інших послуг	7522,0	0,26	8863,3	0,26	11721,4	0,28
Усього	2885562,7	100	3449879,7	100	4217825,8	100

Складено автором на основі даних [2]

Як бачимо з таблиці 4 три галузі, які займають найбільшу вагу реалізованої продукції є промисловість, далі оптова та роздрібна

торгівля, наступне сільське, лісове та рибне господарство, з кожним роком частка якого постійно зростає.

На даний момент за легкістю ведення бізнесу в рейтингу «Doing Business – 2017» Україна займає 80 місце з 190, у минулому році—83 з 189 країн [4]. Але держава повинна ще більше стимулювати розвиток підприємництва в країні. Для цього потрібно привести чинні нормативно-правові акти місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування у відповідність до принципів державної регуляторної політики; раціонально поєднати ринковий механізм господарювання з державним регулюванням, забезпечити належний рівень підготовки та перепідготовки кадрів для заняття бізнесом; вжити заходів для розвитку підприємництва у промисловості та сільській місцевості; забезпечити підприємцям доступом до необхідної інформації; розробити механізми фінансово-кредитної підтримки суб'єктів підприємництва, що здійснюють інноваційну діяльність, стимулювати регіональну співпрацю між секторами великого і малого підприємництва, зокрема у сфері інновацій.

Досвід розвинутих країн показує, що значна частка їх ВВП припадає на мале та середнє підприємство. Гнучкість малих підприємств, можливість пристосовуватись до мінливої ситуації, швидка оборотність засобів, незначна кількість управлінського апарату, відкритість доступу до входження в бізнес мають стимулювати появу нових конкурентоспроможних підприємств [3, 27-33].

Підприємства—це основа економіки більшості розвинених країн. Вони є ключовим джерелом робочих місць і благодатним ґрунтом для бізнесових ідей. Держава повинна створити сприятливі умови для ведення підприємництва, стимулювати суб'єктів підприємництва та контролювати діяльність згідно законодавством країни.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України [Електроний ресурс]. - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
2. Діяльність суб'єктів господарювання України. Статистичний збірник [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm
3. Диба М.І. Загальні основи функціонування ринку та підприємницьке регулювання./ М.І. Диба, А.П. Самойленко // Вчені записки: Наук. зб. – Вип. 5. – К.: КНЕУ, 2003
4. Офіційний web-сайт Doing Business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org>

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУВНОЇ ІНДУСТРІЇ

Шацька Галина Михайлівна

Науковий керівник: Капінос Г.І.

Хмельницький національний університет

Україна

На сучасному етапі розвитку промисловості України виникає необхідність акцентувати зусилля на активізацію процесів розвитку на промислових підприємствах України. Стрімкі зміни ринкового середовища вимагають швидкого реагування підприємства. Це найістотніша умова стійкого розвитку системи, але зумовлює виникнення ряду проблем при управлінні розвитком промислового підприємства. Більшість систем управління підприємством, що утворились у роки адміністративно-командної економіки, сьогодні перестали відповідати сучасним вимогам. Керівники підприємств та фахівці вважають, що удосконалення системи управління підприємством є основною завданням. Але майже повна відсутність комплексних наукових розробок, спрямованих на вирішення проблем управління розвитком, не дозволяє здійснювати ефективне управління економічним розвитком на базі накопиченого досвіду, сучасного стану і стратегічних цілей діяльності суб'єктів господарювання. На сучасному етапі спостерігається переосмислення традиційних підходів до управління функціональними системами різних рівнів. Сьогодні існує багато проблем теоретичного та прикладного характеру, що заважають ефективному й якісному розвитку підприємств.

Теоретичною базою наукових досліджень проблематики розвитку підприємств стали роботи Л. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. Макгрегора, Л. Лайкерта, К. Аджириса, У. Бенніса, Р. Бекхарда, Г. Лінніта, В. Френча, С. Белла, Т. Камінге, Х. Уорлея, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедуорі, Т. Норберта, М. Хаммер, Дж. Чампі. Подальший розвиток проблематики здійснювали сучасні закордонні та вітчизняні науковці, такі як Дж. М. Кейнс, Дж. Мід, У. Росту, М. Ханнан, Г. Керрол та Дж. Фрімен, Р. Нельсон та С. Уінтер., В.П. Буянов, І.Т. Балабанова, М.В. Грачова, Р.М. Качалов, Г.Б. Клейнер, В.В. Ковальов, М.Г. Лапуста, В.Т. Севрук, В.Л. Тамбовцев, Е.А. Уткін, Н.В. Хохлов. Незважаючи на значний інтерес до проблематики науковців та фахівців, система ефективного управління економічним розвитком підприємств чітко не окреслена. Не визначені основні індикатори економічного розвитку промислових підприємств, методи його діагностики, вибору ефективного інструментарію управління діяльністю підприємств для

забезпечення активізації їх економічного розвитку. Існуючі методики оцінки ефективності розвитку підприємств промисловості не орієнтовані на процес управління складним системним явищем, а виступають лише інструментом одномоментної фіксації досягнутого рівня ефективності. У сучасній науковій літературі практично відсутні вдалі спроби розробки універсальних технологій управління розвитком підприємств, що суттєво перешкоджає підвищенню ефективності їх діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для ефективного управління розвитком підприємства необхідно розуміти трактування терміну «розвиток підприємства» різними авторами (таблиця 1).

Таблиця 1

Трактування терміну «розвиток підприємства»

Автор	Сутність
Мескон М.Х., Альберт М., Хедоурі Ф. [1]	Довгострокова програма удосконалення можливостей вирішувати різні проблеми і здібностей до відновлення, особливо шляхом підвищення ефективності управління культурою організації
Раєвнева О.В. [2]	Унікальний процес трансформації відкритої системи в просторі і часі, який характеризується перманентною зміною глобальних цілей його існування шляхом формування нової дисипативної структури й переводом його в новий аттрактор функціонування
Щубравська О.В. [3]	Процес переходу системи з одного стану в інший, що супроводжується зміною її якісних і кількісних характеристик
Пономаренко В.С. Тридід О.М., [4]	Процес кількісно-якісних змін у системі, ускладнення структури і складу, у результаті чого підвищуються її опірність дестабілізуючому впливу зовнішнього середовища й ефективність функціонування
Афанасьєв Н.В., Рогожин В.Д., Рудика В.І. [5]	Об'єктивна зміна тільки якісних характеристик системи, обумовлена як фундаментальними законами природи (єдності і боротьби протилежностей, переходу кількості в якість, розвитку суспільства по спіралі і нагору), так і закономірностями функціонування конкретних систем (старіння устаткування, нагромадження досвіду і знань співробітниками, виснаження природних ресурсів), при якій формуються нові властивості системи

Розвиток підприємства – це сукупність змін різної економічної природи, спрямованості, інтенсивності, що об'єктивно відбуваються у соціально-економічній системі підприємства під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, а також призводять до переходу та фіксації підприємства у різних організаційно-економічних станах. Вивчення наукових праць вітчизняних і зарубіжних науковців дало можливість побудувати комплексну класифікацію видових проявів процесів розвитку на підприємстві (таблиця 2).

Таблиця 2

Видові прояви процесів розвитку на підприємстві [6]

№ п/п	Класифікаційна ознака	Видові прояви	Коротка характеристика
1	За масштабом змін у соціально-економічній системі підприємства	Загально-корпоратив-ний розвиток	Сукупність змін, що відбуваються у соціально-економічній системі підприємства внаслідок загальносистемних процесів. Слід наголосити, що характер та інтенсивність розвитку окремих елементів системи не визначає розвиток усієї системи
		Внутрішньо-корпоратив-ний (локальний) розвиток	Сукупність змін, які відбуваються у соціально-економічній, структурно-функціональній та організаційно-функціональній складових: - розвиток структурних одиниць; - розвиток бізнес-процесів (бізнес-функцій)
2	За якістю змін у соціально-економічній системі підприємства	Прогресивний розвиток	Процеси, які забезпечують підвищення ефективності функціонування виробничо-комерційної системи підприємства, підвищення якості його діяльності; розвиток "від нижчого до вищого"
		Регресивний розвиток	Процеси, які призводять до погіршення чи незмінності ефективності функціонування виробничо-комерційної системи підприємства, зниження (фіксації) якості його діяльності; розвиток "від вищого до нижчого"
3	Залежно від об'єкту змін у соціально-економічній системі підприємства	Організацій-ний розвиток	Сукупність змін, які призводять до удосконалення (погіршення) системи управління діяльністю підприємства: - структурний розвиток; - функціональний розвиток
		Техніко-технологічний розвиток	Зміни техніко-технологічної системи підприємства, що призводять до підвищення (пониження) рівня прогресивності технологічних процесів, рівня технічної ефективності функціонування виробництва
		Соціальний розвиток	Сукупність змін, які зумовлюють покращання (погіршення) соціально-психологічного клімату на підприємстві, а також його перехід на якісно новий рівень
		Економічний розвиток	Сукупність безперервних змін, які призводять до удосконалення (погіршення) методів, способів, форм економічних розрахунків та економічної роботи в цілому
4	Залежно від характеру змін	Спрямований розвиток	Сукупність змін, що виникають та впливають на соціально-економічну систему підприємства у одному напрямку (однаковим чином)
		Циклічний розвиток	Безперервно повторювана послідовність змін, що характеризуються коливанням ефективності діяльності, розміру витрат та інших показників діяльності підприємства
		Спіральний розвиток	Безперервно повторювана послідовність змін, що характеризується не тільки циклічними коливаннями показників (параметрів) діяльності

			підприємства, але й їх переходом на якісно новий рівень
5	Залежно від типу тренду	Лінійний розвиток	Сукупність змін, загальний напрямок яких може бути апроксимований у лінійну функцію
		Нелінійний розвиток	Сукупність змін, загальний напрямок яких не може бути апроксимований у лінійну функцію
6	Залежно від динаміки змін у соціально-економічній системі підприємства	Рівномірний розвиток (еволюцій-ний)	Зміни у соціально-економічній системі підприємства, що відбуваються з однаковою швидкістю, або з однаковим прискоренням: - рівноприскорений розвиток; - рівноуповільнений розвиток
		Нерівномірний розвиток (революцій-ний)	Зміни у соціально-економічній системі підприємства, що відбуваються зі змінною швидкістю або зі змінним прискоренням: - нерівномірно прогресуючий розвиток; - стрибкоподібний розвиток
7	За природою ключового критерію	Абсолютний розвиток	Сукупність змін у соціально-економічній системі підприємства, що можуть бути виміряні у вартісних, натуральних чи умовних одиницях та призводять до абсолютного зростання чи зменшення показників (зв'язків, параметрів)
		Відносний розвиток	Сукупність змін у соціально-економічній системі підприємства, що можуть бути виміряні відносно інших економічних показників, їх зростання чи зменшення показників (зв'язків, параметрів)
		Умовний (псевдо-) розвиток	
8	Залежно від рівня невизначеності процесів	Прогнозова-ний (достовірний) розвиток	Зміни у соціально-економічній системі підприємства, що можуть бути передбачені керівництвом підприємства з достатньою ймовірністю
		Випадковий розвиток	Зміни у соціально-економічній системі підприємства, що не можуть бути передбачені керівництвом підприємства з достатньою ймовірністю
9	Залежно від основи змін у соціально-економічній системі підприємства	Екстенсивний (кількісний) розвиток	Зміни у соціально-економічній системі підприємства та ефективності її функціонування, що досягаються за рахунок кількісного збільшення (зменшення) обсягів факторів виробництва
		Інтенсивний (якісний) розвиток	Зміни у соціально-економічній системі підприємства та ефективності її функціонування, що досягаються за рахунок якісного покращання (погіршення) способів, методів чи технологій використання факторів виробництва (підвищення їх якісного рівня)
10	Залежно від можливості управління змінами	Керований розвиток	Зміни у соціально-економічній системі, які відбуваються під впливом осмислених дій менеджерів підприємства чи спеціально створених зв'язків
		Спонтанний розвиток	Зміни у соціально-економічній системі підприємства, які не є результатом осмислених дій менеджерів підприємства, а виникають

			випадковим чином
11	Залежно від корпоративної стратегії	Адаптивний розвиток	Зміни, які мають на меті пристосування характеру функціонування підприємства до поточних умов діяльності (внутрішнього та зовнішнього характеру)
		Реактивний розвиток	Зміни, що відбуваються у соціально-економічній системі підприємства і мають своєю причиною зміни першого рівня аналізу
		Випереджаючий розвиток	Зміни соціально-економічної системи підприємства, що передують іншим змінам другого рівня аналізу
12	Залежно від складності змін у соціально-економічній системі підприємства	Елементний розвиток	Зміни, які виникають та протікають в рамках одного структурного елемента, бізнес-процесу і т.д. та не справляють істотний вплив на інші характеристики соціально-економічної системи підприємства
		Інтегральний розвиток	Сукупність змін, які виникають, протікають та впливають на декілька структурних елементів, бізнес-процесів і т.д., впливаючи на аналогічні процеси
		Системний розвиток	Зміни, які виникають, протікають та впливають на декілька структурних елементів, бізнес-процесів і т.д. та справляють істотний вплив на усі характеристики соціально-економічної системи підприємства
13	Залежно від мети змін	Простий розвиток	Зміни, які не забезпечують перехід соціально-економічної системи підприємства на якісно новий рівень функціонування
		Розширений розвиток	Зміни, які забезпечують перехід соціально-економічної системи підприємства на якісно новий рівень функціонування

З метою позиціонування поняття “розвиток підприємства” в системі економічних категорій, можна рекомендувати вивчення характеру його зв'язків з основними загальнонауковими суміжними термінами (рисунок 1).

Ключовим фактором у цьому процесі слід вважати протиріччя між обмеженими економічними ресурсами та необмеженістю економічних потреб людини.

Розвиток машинобудівного підприємства є одночасно процесом і результатом і повинен забезпечувати досягнення іноді різнобіжних цілей. Складність цього поняття пояснюється потребою часткового застосування різних складових розвитку підприємства в їх різних комбінаціях на певних етапах життєвого циклу (рисунок 2).

Розглянемо розвиток машинобудівних підприємств на прикладі підгалузі машинобудування (виробництво опалювальної техніки), розвиток якої здійснюється в умовах жорсткої конкуренції з боку закордонних фірм.

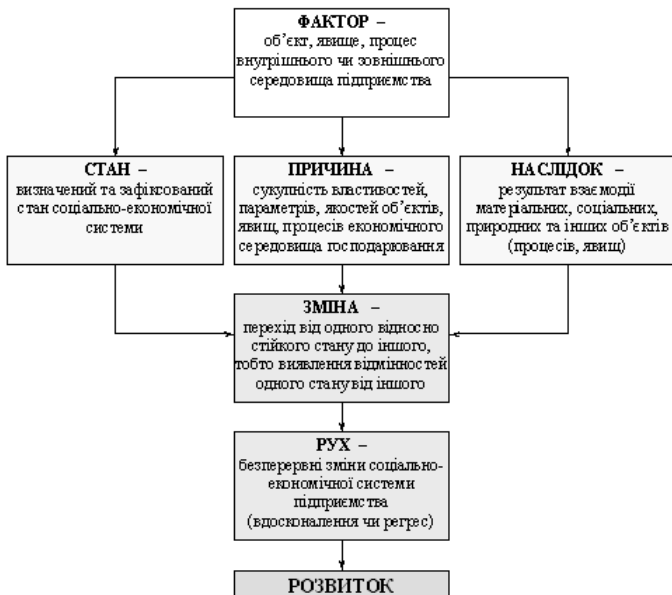


Рис. 1. Причинно-наслідковий зв'язок поняття «розвиток підприємства» [7]

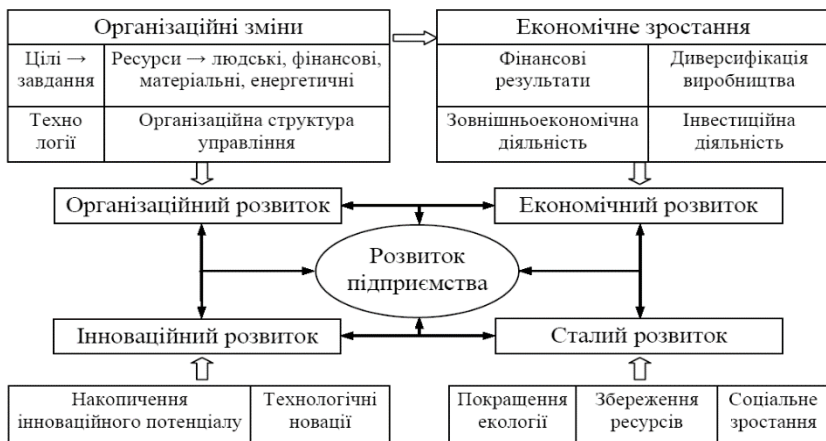


Рис. 2. Складові розвитку машинобудівного підприємства [8]

Сьогодні, в умовах ринкової економіки, виробництво котельного устаткування в Україні зазнало значних змін. Автономні та локальні джерела теплопостачання, створені на базі різного імпортного й вітчизняного котельного устаткування, пропонують багато фірм.

Практично всі провідні західні компанії, що виготовляють котельне устаткування, мають в Україні свої представництва.

Сьогодні імпорتنі котли уже зайняли значну частину українського ринку опалювального обладнання. Імпортна продукція приваблює своєю високою якістю, надійністю та економічністю. Опалювальне обладнання в Україну поставляють більше 30 компаній з різних країн світу, причому найбільш великі компанії пропонують по 15-20 моделей. Серед найбільш відомих можна назвати котли таких німецьких фірм, як Bosch, Riello, Vaillant, Viessman, Wulf, «Unkers». Котли саме німецького виробництва завоювали популярність завдяки, в першу чергу, високій якості, надійності та економічності. Крім названих вище німецьких фірм, до переліку європейських компаній, що працюють в Україні, входять і такі відомі фірми, як чеські Dakon, Mora, Protherm, італійські Ariston, Baxi, Beretta, Ferroli, Fondital, французькі De Dietrich і Saunier Duval.

В даний час чимало вітчизняних підприємств займаються виробництвом газових водогрійних і парових котлів. За останнє десятиліття на вітчизняних підприємствах скоротилося виробництво великих, в той же час зріс обсяг випущених вітчизняних котлів середньої потужності. Незважаючи на те, що розширилося ліцензоване виробництво, збільшилося використання імпортних комплектуючих і західних технологій, конкуренція з боку постачальників імпортного обладнання посилилася.

Вимоги і наявність на українському ринку кращих зразків зарубіжного теплогенерувального обладнання стимулюють передових вітчизняних виробників до розробки й виготовлення високоефективних побутових газових котлів, здатних задовольнити найрізноманітніші запити споживачів. Пристосувавшись до умов ринкової економіки та з метою зробити свою продукцію конкурентоспроможною, українські виробники роблять основний акцент на досягненні необхідної якості й оптимального співвідношення "ціна-якість" котельного обладнання, удосконалення технологій проектування і виробництва, використання якісних імпортних і вітчизняних комплектуючих. Так, енергоефективність вітчизняних котлів поступово досягає рівня європейських аналогів і складає 90-91%. Особливістю вітчизняних газових котлів також є адаптивність до існуючих в Україні параметрів систем опалення, газота електрооснащення, енергонезалежність управління, простота та дешевизна обслуговування, надійність в роботі та доступна ціна.

Виробництво котлів в Україні розвивається швидкими темпами. Сьогодні нараховується понад п'ятдесят українських виробників котельного обладнання. Підвищення вимог споживачів до економічності, надійності, якості та комфортності обумовлює зростання

попиту на сучасні вітчизняні котли, що відповідають кращим зарубіжним аналогам. Українські споживачі зацікавлені в тому, щоб використовувати котельне обладнання саме вітчизняного виробництва, оскільки це гарант його адаптованості до місцевих умов експлуатації, наявності взаємозамінних елементів і запасних частин, своєчасного обслуговування протягом всього терміну служби та, у разі необхідності, швидкого зв'язку з виробником.

Можна прогнозувати такі пріоритетні напрямки розвитку котлобудування на найближче майбутнє:

- зниження шкідливого впливу на довкілля. В зв'язку з тим, що екологічні норми з кожним роком стають все більш жорсткими, виробники змушені концентрувати увагу на екологічній безпечності обладнання і випустити котли, які забезпечуватимуть якнайповніше згорання палива з низьким вмістом шкідливих речовин в димових газах;

- розробка і впровадження новітніх систем безпеки, контролю та регулювання на базі сучасних мікропроцесорних цифрових технологій, в тому числі дистанційних систем керування і діагностики. Це один із пріоритетних напрямків техніко-технологічного вдосконалення і підвищення ефективності та надійності роботи котлів;

- збільшення випуску малогабаритних настінних двофункційних газових котлів для поквартирних систем автономного опалення і ГВП;

- освоєння випуску в Україні й стрімке нарощування випуску в усьому світі вискоелективних конденсаційних котлів. Конденсаційна опалювальна техніка — це перспективний напрямок розвитку котлобудування. Широке застосування конденсаційних котлів дасть змогу найбільш повно вирішити злободенні проблеми підвищення ефективності опалювальних установок і зниження екологічного тиску на довкілля. Високі техніко-економічні та екологічні вимоги у високорозвинутих країнах зумовили введення конденсаційної техніки на законодавчому рівні.

Машинобудівним підприємствам доводиться працювати в умовах дуже жорсткої конкуренції на полі опалювальної техніки світового ринку. Сьогодні однієї з основних стратегій підприємства повинно стати утримання своїх позицій, шляхом удосконалювання, модифікування і грамотної політики ведення партнерських відносин і ін. На основі аналізу тенденцій розвитку світового та вітчизняного ринку опалювальних послуг і реального економічного становища українського машинобудування, можна визначити пріоритетні напрямки розвитку означених підприємств:

- освоєння ремонту нових типів опалювальної техніки;

- здійснення комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості та конкурентоспроможності продукції;
- забезпечення подальшого стабільного розвитку підприємства шляхом розробки та впровадження в виробництво прогресивних науково-технічних, конструкторсько-технологічних рішень, що спираються на новітні досягнення науки і техніки;
- розширення присутності підприємства шляхом активного просування продукції підприємства на світовому ринку, її сервісного обслуговування, пошук і освоєння нових ринків збуту;
- моніторинг змін на ринку опалювальних послуг, розробка та вдосконалення стандартного набору послуг, пропонуваніх замовнику.

Висновки. Україна переживає складні процеси становлення соціально орієнтованої ринкової економіки, які потребують дослідження та формування нової ефективної системи управління розвитком підприємств, тому перед підприємствами виникає глобальне завдання – розвиток, який сприяє прискоренню економічного розвитку держави, що дає змогу нейтралізувати безробіття та інші негативні явища ринкової економіки та забезпечити ефективний шлях одночасного розвитку людини, підприємства, галузі. Перед державою постає не менш важливе завдання – сприяння створенню сучасного, інтегрованого у світове виробництво і здатного до саморозвитку машинобудівного комплексу, який має забезпечити міцні основи утвердження України як високорозвинутої, соціально орієнтованої держави ринкового типу.

Список використаних джерел:

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1998. – 704 с.
2. Раєвська О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
3. Шубравська О.В. Розвиток агропродовольчого виробництва України: завдання і виклики // Економіка АПК. - 2016. - № 4. - С. 5-12.
4. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: моногр. / Пономаренко В. С., Тридід О. М., Кизим М. О. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. - 328 с.
5. Афанасьєв М.В. Управління розвитком підприємства / М.В. Афанасьєв. – Х.: ІНЖЕК, 2003. – 184 с.
6. Гуцалюк О.М. Видові прояви процесів розвитку на підприємстві // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2014. - Вип. 25. - С. 300-305.
7. Передерієнко Н.І., Котляревський Я.В. Сутнісно-змістова характеристика процесів управління розвитком підприємств. // Проблеми розвитку підприємництва, 2011. - С. 103-111.

8. Тревого О.І. Розвиток машинобудівних підприємств: сутність процес і принципи. // Вчені записки Університету «КРОК». Випуск 36 – 2014. – С. 174-181.
9. Самуляк В.Ю., Фещур Р.В. Управління розвитком машинобудівних підприємств // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення проблеми розвитку». — Львів: Вид-во Львівська політехніка, 2008. - № 624. - С.100-109.

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ящук Ірина Романівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Докієнко Л.М.

Міжнародний університет фінансів

Україна

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки 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 є важливою функцією управління. Він є економічною системою, яка пов'язана із прогнозуванням, аналізом, контролем на підприємстві. Проблема організації фінансового контролінгу є актуальною, оскільки досконало і ефективно функціонувати на ринку без нього не може жодне підприємство. Сучасний стан економіки в країні та світі засвідчує, що вивчення проблеми запровадження системи фінансового контролінгу є практичною потребою.

Більшість фахівців з управління підприємством під контролінгом розуміють функціональну систему планування, контролю, аналізу відхилень, координації, внутрішнього консалтингу та загального інформаційного забезпечення керівництва підприємством. Інакше кажучи, фінансовий контролінг — це спеціальна саморегулююча система методів та інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства і включає інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг.

Фінансовий контролінг передбачає: розробку фінансової стратегії, прогнозування і планування, бюджетування, фінансовий аналіз, внутрішній консалтинг, методологічне забезпечення, внутрішній

аудит, фінансовий контроль, ревізію, оцінку ризиків, систему раннього попередження та реагування, прогнозування та попередження банкрутства.

Для цього вирішуються такі основні завдання[1]:

- збір та аналіз внутрішньої і зовнішньої інформації, яка стосується об'єкта фінансового контролінгу;
- організація оперативного та адміністративного контролю та проведення систематичного аналізу фінансово-господарської діяльності;
- оцінювання достовірності, повноти та надійності ведення бухгалтерського обліку;
- розробка стратегії розвитку підприємства та координація роботи з планування фінансово-господарської діяльності;
- проведення внутрішнього консалтингу та розробка методичного забезпечення фінансово-господарської діяльності окремих структурних підрозділів;
- проведення внутрішнього аудиту та координація своєї діяльності з діями незалежних аудиторських фірм під час зовнішнього аудиту підприємства з метою забезпечення оптимальних умов фінансово-господарської діяльності підприємства.

Новий механізм управління потребує нових підходів, одним з яких є контролінг, що виник на межі поєднання економічного аналізу, планування, управлінського обліку та менеджменту. Контролінг передбачає поєднання теорії прийняття рішень, математичного моделювання, теорії систем, інформаційного та організаційного моделювання [2].

Однією з головних причин виникнення та втілення концепції фінансового контролінгу стала необхідність у системній інтеграції різних аспектів управління бізнес-процесами в організаційній системі. Серед інших причин застосування системи фінансового контролінгу на підприємстві можна виділити наступні:

- низька оперативність інформації на підприємстві;
- процес планування починається від виробництва, а не від збуту продукції;
- відсутність розподілу між управлінням прибутку та управлінням грошовими коштами;
- низька культура аналізу досягнення мети;
- використання прямих і невикладних витрат, а не змінних і постійних.

Фінансовий контролінг не може існувати окремо від системи управління підприємством, він має її доповнювати та забезпечувати більш ефективне функціонування і реалізацію. Провідною метою фінансового контролінгу є орієнтація управлінського процесу на максимізацію прибутку та вартості капіталу власників при мінімізації

ризикі і збереженні ліквідності й платоспроможності.

Фінансовий контролінг дозволяє кардинально поліпшити якість управлінських рішень та підвищити ефективність системи управління фінансами підприємства. В умовах фінансової нестабільності, гострої конкуренції та зниження прибутковості операцій застосування контролінгу у вигляді цілісної системи є реальною конкурентною перевагою підприємства.

Для виживання в сучасних умовах ведення бізнесу потрібно чітко розуміти і прогнозувати напрями розвитку підприємства, загрози і шляхи їх подолання. Саме фінансовий контролінг є тією системою управління, яка забезпечує гнучкість і надійність функціонування суб'єкта господарювання, оскільки дає можливість планувати діяльність, ставити як короткострокові, так і довгострокові цілі менеджменту і контролювати результати [3].

Список використаних джерел:

1. Марич П.М., Коваль Л. П. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. Навч. посіб. - Львів: 2010. с- 250 с.
2. Дайле А. Практика контролінга / Дайле А.; [пер. с нем. Е.Н. Тихоненковой] / М.Л. Лукашевича (ред.). – М.: Финансы и статистика, 2009. – 336 с.
3. Манн Р. Контроллинг для начинающих / Манн Р., Майер Э.; [пер. с нем. Ю.Г. Жукова] / В.В. Ивашкевича (ред.) – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.

ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ – ДРАЙВЕР СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Кучеренко Анастасія Владиславівна

*Київський національний торговельно-економічний університет
Україна*

Автоматизація багатьох процесів нині підсилює конкурентні позиції підприємств, організацій та установ. Транспарентність стає не лише принципом правового стимулювання та інформаційного-організаційно забезпечення фінансового менеджменту, але і базисом інформатизації бізнес-процесів.

Так, у своїх наукових працях цифровізації економіки приділяють увагу такі науковці, як: Герасимович А.І.[1], Пантелеєва Н.М.[2],[3] та інші. Також, вивченням сектору фінансових технологій на практиці займалась Сьюзан Чішті[4], CEO британської компанії FinTech Circle.

Однак, більш прикладне та практичне значення дослідження фінансових технологій викладене у звітах консалтингової компанії «PWC»[5], [6], згідно яких:

Фінтех (FinTech) варто сприймати як динамічно розвиваючийся сегмент на перетині фінансових послуг та технологій, в якому технологічні стартапи й нові учасники ринку застосовують інноваційні підходи до продуктів та послуг.[5] Екстраполюючи поточну ситуацію, техніки і методи фінансового інжинірингу скоро будуть уособлені окремими продуктовими ІТ-компаніями, та/або технологічними стартапами.

Клієнтська база фінансового сектору(банки, страхові компанії, інвестиційні фонди, тощо) є значною за обсягом та привабливою цільовою аудиторією для нових компаній, які можуть запропонувати альтернативні методи кредитування, безготівкових транзакцій, та інше завдяки інноваційним технологіям та осучасненню логіки процесів.

Фактор зосередженості на клієнті вносить революційні зміни у побудову та використання аналітики, прогнозування та оптимізації витрат.

Попит на технологію блокчейн невпинно невпинно зростає, що у свою чергу змушує банки, організації та компанії інтегрувати технологію чи категорії технології для посилення та/або втримання лідируючих позицій на ринку. В іншому випадку, компанії фінансового сектору можуть втратити потенційні 24% доходу до 2020 року без наявності інтеграції процесних змін.[6]

Подібні реалії та перспективи пожвавлюють активність суб'єктів господарської діяльності на ринку. Кооперація корпоративних та фінансів домогосподарств підвищується, а вплив екстарналій знижується. Таким чином, завдяки фінансовим технологіям та автоматизації, фізичні особи матимуть змогу інвестувати фінансові ресурси у діяльність підприємств на більш вигідних умовах.

Отже, сучасні тенденції розвитку фінансового менеджменту, фінансових ринків та економіки в цілому свідчать про стрімку децентралізацію та дезінтермедіацію економічних процесів.

Список використаних джерел:

1. Герасимович І.А. Організаційне та інформаційне забезпечення інжинірингу в системі управління операційною діяльністю підприємства/ І.А. Герасимович// Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: теорії, методології, організації.- 2015- №2 – С.21-25
2. Пантелеєва Н.М. Фінансові інновації в умовах цифровізації економіки: тенденції, виклики, загрози/ Н.М. Пантелеєва// Призовський економічний вісник - Випуск№3(13) - 2017 -С.68-73

3. Пантелєєва Н.М. Інноваційна технологія блокчейн у системі управління державними фінансами/ Н.М. Пантелєєва// Науковий вісник ужгородського університету - Випуск№1(51) - 2018 -С.363-369
4. Чишти С. Фінтех: путеводитель по новейшим финансовым технологиям/ С.Чишти, Я. Барберис//М.Альпина-паблишер - 2017 -334с.
5. Размывание границ: как компании сегмента Fintech влияют на сектор финансовых услуг/ Консалтинговая компания Pwс// Всемирный обзор сегмента Fintech, 2016 - Электронный ресурс [Режим доступа]: <https://www.pwc.ru/ru/banking/publications/fintech-global-report-rus.pdf>;
6. Global FinTech Report 2017, Consulting Company Pwс – Internet Source ресурс [Access Mode]: <https://www.pwc.com/jg/en/publications/pwc-global-fintech-report-17.3.17-final.pdf>;

ФОРМУВАННЯ КАРТИ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГАЗОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Морозова Олена Сергіївна

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Україна*

Українська газотранспортна система є унікальним національним об'єктом транспортування природного газу і невід'ємною частиною європейського газового ринку. Розширення міжнародного співробітництва та розвиток національного ринку газу в напрямі його лібералізації визначають основні стратегічні аспекти ринкового середовища функціонування газотранспортних підприємств (ГТП) України. А отже основною особливістю здійснення їх діяльності є дуальність підходів до формування плану розвитку: автономність за організаційно-функціональною формою при врахуванні вимог національного ринку газу та зовнішньої залежності сегментації газового ринку України від європейського газового ринку. Обґрунтування доцільності лібералізації та об'єднання ринків електроенергії та газу зазначене Єврокомісією «інтегрований європейський енергетичний ринок буде сприяти зниженню собівартості енергії, що безпосередньо вигідно індивідуальним і промисловим споживачам <...>, а також надасть позитивний ефект на структуру енергетичної галузі Співтовариства <...>, сприяючи поліпшенню структури витрат і раціоналізації виробництва, передачі і розподілу енергії» [1].

Однією з складових частин організації ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) ГТП необхідно проведення поглибленого та розширеного вивчення зацікавлених сторін такої співпраці – стейкхолдерів підприємства. Лише розуміння мотивації, інтересів кожної фізичної чи юридичної особи, що може здійснити вплив на таку діяльність, дозволить з однієї сторони сформувати дієву зовнішньоекономічну стратегію, з іншої – створити адаптивну модель економіко-експертного дослідження зовнішньоекономічних операцій ГТП, частиною якої представити карту стейкхолдерів ЗЕД ГТП.

Передумовами створення такої карти виступає потреба зниження рівня невизначеності щодо оцінки умов конкурентоздатності конкретного ГТП на європейському газовому ринку.

Формування та, відповідно, аналіз карти стейкхолдерів ЗЕД ГТП здійснюється з метою виявлення площин і форм взаємодії із зацікавленими сторонами, в яких є потреба додаткових передреалізаційних заходів для підвищення ефективності операцій ЗЕД, а також оцінки інтенсивності та виду впливу таких сторін.

Список використаних джерел:

1. Commission of the EC. The Internal Energy Market. Commission Working Document. COM(88) 238 final. Brussels, 2 May 1988, p. 5.

ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ

Романко Аліна Юрївна

*Київський національний університет технологій та дизайну
Україна*

Питання кадрової безпеки є одним із головних елементів успішного функціонування не тільки банківської установи, а й підприємств загалом, оскільки персонал організації має безпосередній вплив на всі її аспекти життєдіяльності, а також невід’ємно пов’язаний із її економічною безпекою.

Можна визначити декілька підходів до визначення поняття “кадрова безпека” які наведені у таблиці 1.

Проаналізувавши ці підходи можна зробити висновок, що кадрова безпека – це процес попередження, мінімізації та моніторингу зовнішніх загроз відносно персоналу та внутрішніх загроз пов’язаних із персоналом.

Таблиця 1

Підходи до визначення кадрової безпеки

Автор	Визначення
Швець Н. [2]	Кадрова безпека – це стан захищеності організації від ризиків і загроз, пов'язаних з персоналом
Митрофанов А. [3]	Це таке становище організації як соціальної спільності й індивіда в ній, за якого вплив на них із боку природного, економічного й соціального середовищ, а також внутрішнього середовища самої людини не здатні заподіяти шкоди
Кібанов А. [4]	Це генеральний напрям кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з опрацювання цілей, завдань, спрямованих на збереження, зміцнення й розвиток кадрового потенціалу, на створення відповідального і високопродуктивного згуртованого колективу, здатного вчасно реагувати на постійно мінливі вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації
Єременко А., Журавель М., Полозова Т. [5]	Характеристика стану економічної системи, при якому відбувається ефективне функціонування всіх її функціональних складових, забезпечення захищеності та здатність протистояти внутрішнім і зовнішнім впливам і загрозам, пов'язаних із персоналом, змістовий та структурний аналіз, діагностика та прогнозування впливу діяльності персоналу на внутрішні і зовнішні показники економічної системи.

Кадрову безпеку можна поділити на такі складові частини:

1. Безпека життєдіяльності:
 - безпека здоров'я – створення безпечних умов праці, зменшення травматизму та професійних захворювань;
 - фізична безпека – передбачає виконання заходів щодо недопущення зовнішніх небезпек персоналу та їх членам сімей.
2. Соціально-мотиваційна безпека:
 - кар'єрна безпека – полягає у заохоченні працівників в підвищенні своєї кваліфікації;
 - технологічна безпека – введення сучасного обладнання та технологій на робочих місцях, використання передового досвіду;
 - фінансова безпека – забезпечення впевненості працівників у своєму робочому місці та стабільності оплати праці;
 - естетична безпека – проведення групових дискусій, освітніх семінарів; мотиваційне задоволення персоналу своєю працею;
 - адміністративна безпека – контролювання та об'єктивне оцінювання робочих результатів, виявлення потенціалу кадрів.
3. Професійна безпека:
 - пенсійно-страхова безпека – соціальний захист, медичне та пенсійне страхування працівників;

- інтелектуальна безпека – підвищення професійних знань, навичок, стимулювання ініціативи, впровадження новацій у розвиток персоналу;
 - безпека праці – створення безпечних умов праці.
4. Психологічна безпека:
- патріотична безпека – полягає у створенні позитивного психологічного клімату у колективі, об'єднуючи працівників навколо загальних цілей організації.
 - психолого-комунікаційна безпека – узгодженість, безконфліктність спілкування на соціальному та особистісному рівнях, товариська допомога.

Забезпечення кадрової безпеки є найважливішим завданням служби управління персоналу, яка має приділяти особливу увагу контролю зовнішніх і внутрішніх загроз кадрової безпеки.

До найпоширеніших порушень з боку персоналу можна віднести: розголошення конфіденційної інформації, крадіжки, фальсифікація сум готівки в касі та коштів на банківських рахунках, несанкціоновані операції з цінними паперами. Порушення можуть виникати із різних мотивів, наприклад: низька кваліфікація керівництва, особисті фінансові труднощі, слабкий кадровий менеджмент, помста.

Щоб мінімізувати загрози кадровій безпеці, для початку потрібно визначити основні напрями виникнення загроз у конкретному банку, а потім можна перейти до планування і організації шляхів їх усунення, до них відносять:

1. Адаптація персоналу – більшість служб недооцінюють час адаптації нового працівника. Цей фактор є досить особливим і полягає у індивідуальності кожної особистості.

2. Мотивація – зазвичай, матеріальне заохочення, рідше подяки, нагороди і тд. Занизька чи зavelика заробітна плата можуть принести досить багато проблем, тому у питанні мотивування співробітників треба обирати варіант співвідношення – розумна заробітна плата, та премія за кожний великий крок або за стабільну роботу.

3. Недостатність інформації – передбачає ведення чіткої інформаційної політики, чіткого окреслення компетенції та посадових інструкцій, обов'язків, проведення профілактичних бесід.

4. Контроль – це комплекс заходів, які регламентують технологічні процеси, оцінювальні, контрольні та інші операції, запобігаючи заподіянням матеріальних збитків. Зазвичай регулюються службою безпеки.

5. Тимбілдинг – система спеціально розроблених заходів, що спрямовані на згуртування колективу, формування сильної команди, яєа успішно досягатиме будь-яких поставлених цілей. Включає в себе: проведення корпоративів, і спільний активний відпочинок на

природі, і психологічні ігри, які моделюють життя всередині колективу і направляють його на спільну ефективну діяльність.

6. Розумна політика звільнення - Людина повинна піти з почуттям, що її тут ніхто не кривдив, її радо зустрінуть як гостя. Не можна допускати погляду «ворога». Це бомба сповільненої дії. Є багато причин звільнення, 10 – 15 хвилин розмови керівника зі звільненим – і знешкоджено ще одну загрозу кадровій безпеці.

Кадрова безпека банку, як і будь-якої організації відіграє найважливішу роль у функціонуванні і економічній безпеці, оскільки на сьогоднішній день запорукою успіху є ефективне управління персоналом. Регулюючись основними напрямками забезпечення кадрової безпеки, організації вдасться не лише зменшити ризики пов'язані із кадровою безпекою, а й створити позитивний соціально-психологічний клімат, патріотизм що призведе до збільшення продуктивності праці.

Список використаних джерел:

1. Маренич А. І. Виявлення та запобігання загроз кадровій безпеці [Електронний ресурс] / А. І. Маренич, Н. Г. Мехеда // Финансовый простір. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1103/11maidap.pdf>.
2. Швець І.Б. Економічна безпека в управлінні персоналом [Текст] / І.Б. Швець // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск 36(1). — Донецьк, 2009. — С. 179—184.
3. Митрофанов А. А. Економічна безпека комерційних підприємств та ділова розвідка [Електронний ресурс] / А. А. Митрофанов. — Режим доступу: <http://www.rscip.ru/base>.
4. Кібанов А.Я. Управління персоналом організації. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 638 с.
5. Єременко А.О. Якісна система управління персоналом як запорука кадрової безпеки підприємства / А.О. Єременко, М.Ю. Журавель, Т.В. Полозова // 16-й міжнародний молодіжний форум «Радіоелектроніка і молодь в XXI ст.» – Х. : ХНУРЕ, 2012. – 214 с.

СЕКЦІЯ 8. ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ

ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОНЯТЬ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ, НАПРЯМИ ЗМІН ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ТУРИСТИЧНІ ПІДПРИЄМСТВА

Мурган Юлія Віталіївна

Науковий керівник: доц. Андрусяк Н.С.

*Чернівецький національний університет імені Ю.Федьковича
Україна*

У сучасних умовах глобалізації і взаємовпливу культур у геометричній прогресії зростає кількість соціальних зв'язків, а суспільство орієнтоване на споживання, в якому складова туристичного бізнесу щороку зростає. Знані науковці: В. Квартальнов, А. Ігнат'єв, Д. Ушаков, Т.Ткаченко, які займаються тематикою інновацій в сфері туризму, сходяться до думки, що інновації у сфері послуг можуть бути визначені як «нові концепції сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей» [4, с. 54]. Підсумовуючи види економічних теорій та наукових розвідок на цю тему можемо зробити висновок, що нова модель економічного зростання ґрунтується на інноваційному типі розвитку, передбачає зміну самих понять науково-технічного прогресу і економічного розвитку. З'явилися нові пріоритети: інтелектуалізація виробничої діяльності, екологічність (зелена економіка), використання високих та природоохоронних технологій тощо. Ця модель потребує нової державної інноваційної політики ефективного стимулювання інновацій, розвитку наукомістких та скорочення природно-експлуатуючих галузей [1, с. 18].

До завдань, поставлених в нашому дослідженні належить виявити залежності між розвитком основних теорій, концепцій, парадигм інноваційного розвитку економіки в ХХ-ХХІ ст. та формуванням теоретико-методологічного й праксеологічного підґрунтя виникнення і запровадження інновацій в сфері туризму. В процесі прогнозів і суперечок про те, яким бути ХХІ ст., висловлено немало думок. Широкого розповсюдження стосовно суспільного розвитку набули такі поняття, як стійке (стале) зростання і глобалізація. Визнаючи їх значущість для оцінки сучасних тенденцій, слід зважити, що вони не можуть стати універсальними характеристиками нового етапу соціальних, економічних, політичних

та інших процесів. Точніше, на наш погляд, сутність цього етапу відображає категорія "інноваційний розвиток", яка достатньо широко освітлена у вітчизняній і зарубіжній літературі [2, с. 21].

За прогнозними показниками в найближчі роки погіршення ситуації на туристичному ринку може бути через:

- безробіття, криза якого ще не пройшла, надто в економічно розвинених країнах;
- повільні темпи росту економіки на основних направляючих ринках;
- скорочення заходів по стимулюванню ринку;
- постійне збільшення розміру оподаткування, яке призведе до додаткового тиску на сімейні бюджети;
- досвід попередніх пандемій;
- ціни на енергоносії, які продовжують збільшуватися. [3, с. 338]

Вчені, які займаються тематикою інновацій в сфері туризму, спільні у думці, що інновації у сфері послуг можуть бути визначені як «нові концепції сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей» [5, с. 3]

В індустрії туризму інновації важливо розглядати ширше, ніж суто технологічні нововведення, і враховувати, що вони можуть виявлятися, насамперед, як комплекс взаємозв'язків між складовими елементами туристичної системи (готельні підприємства, підприємства ресторанного господарства, заклади розваг, транспортне обслуговування та інформація). Якщо відсутній будь-який елемент, що не задовольняє туристичний попит, стратегічна мета інновацій в туризмі не може бути досягнута [7, с. 312].

Сфера туризму є дуже специфічною галуззю економіки. Несхожість з іншими сферами людської діяльності робить його особливим та привабливим для досліджень. Характерними ознаками туристичного продукту є невідчутність, нерозривність виробництва і споживання, мінливість і нездатність до зберігання. Саме тому, на нашу думку, туризм слід відрізнити від виробничої сфери. Далі пропонується дослідити ставлення різних вчених до основних термінів інноватики – таких, як «інноваційна діяльність», «інноваційний розвиток», «інноваційні процеси», «інноваційна політика», «інноваційний потенціал», з позиції виробництва як товарів, так і послуг.

Тому основними етапами розвитку інноваційних процесів у сфері туризму можна вважати:

- поліпшення підготовки співробітників туристичних операторів та турагентів; □ розширення пропозиції додаткових послуг;

- застосування альтернативних видів туризму;
- впровадження сателітних (допоміжних) розрахунків у туризмі;
- використання нових інноваційних форм організації туристичної діяльності;
- створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій у туристичну галузь;
- впровадження передових методів управління кадрами на підприємствах туристичної галузі.

У Великій радянській енциклопедії джерелом поняття «потенціал» вважається латинське слово «potentia», яке означає «засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певних цілей, здійснення плану; вирішення якого-небудь завдання; можливості окремої особи, суспільства, держави в певній галузі» [6, с. 105].

У філософському словнику термін «потенціал» означає можливості тієї чи іншої системи, її внутрішні ресурси, потужність і енергію, які можуть бути мобілізовані для тих чи інших цілей [4, с. 134].

Інакше кажучи, потенціал туристичного підприємства можна охарактеризувати, як сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів його середовища, які при певних умовах можуть бути використані для динамічного розвитку організації.

Отже інноваційний потенціал – це комплексна характеристика спроможності туристичного підприємства до інноваційної діяльності та один з найважливіших факторів, що відіграє рішучу роль в його інноваційному розвитку.

Підсумовуючи вищенаведене, варто відмітити, що сфера туризму – це велика та багатогранна галузь національної економіки, яка потребує інноваційного розвитку. У сучасний вік глобалізації та загострення конкурентної боротьби ключовим фактором підвищення рівню прибутковості туристичного сектору економіки є, насамперед, оцінка інноваційного потенціалу туристичного підприємства та активне застосування інновацій на підставі грамотно розробленої інноваційної політики.

Успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження нового - не просто бажано, але і необхідно в конкурентній боротьбі, а в період економічної нестабільності, - це повинно сприйматися як умова виживання.

Отже, здійснено аналіз та систематизацію базових понять про інновації взагалі, та зокрема в сфері туризму. Розглянуто економічну сутність та зміст термінів «інновація», «нововведення», «інновації в туризмі», «інноваційна діяльність», «інноваційні процеси»,

«інноваційний розвиток», «інноваційна політика», «інноваційний потенціал». Зроблено висновок про необхідність інноваційного розвитку саме у сфері туризму, яка є багатогранною галуззю національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Игнатьев А.В. Формирование и реализация инновационной стратегии развития туристического предприятия. / Игнатьев А.В. – Москва: УРАО, 2010. - 8,5 п.л.
2. Ушаков, Д.С. Инновационная модернизация народнохозяйственных систем: автореф. дис. ... докт.ekon.наук: 08.00.05 / Ушаков Денис Сергеевич; Российская академия предпринимательства. – М.: 2009 г. – 45 с.
3. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Монографія - К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. - 463 с.
4. Новиков В.С. Инновации в туризме. М.: ИЦ "Академия", 2007. - 208 с.
5. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу / Г.І. Михайліченко // Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - №1 (7).
6. Большая советская энциклопедия / [под ред. Б. А. Введенского]. – М. : Большая советская энциклопедия. - Т. 34. – 1955. – 656 с.
7. Волосатов В.Д. Сущность и структура инновационного потенциала промышленного предприятия / В.Д. Волосатов, Ю. В. Бабанова // Вестник Челябин. гос. ун-та. - 2010. - No 3 (184). – С. 134-138.

СЕКЦІЯ 9. ГЕОЛОГІЧНІ НАУКИ

ГАЗОГІДРАТИ – ДОДАТКОВЕ ДЖЕРЕЛО ЕНЕРГІЇ

Науково-дослідна група:

¹викладачі експлуатаційних дисциплін Дяченко Ю.Г., Крицький В.В.

²к.т.н., доцент Педченко М.М.

¹Полтавський коледж нафти і газу

Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

²Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

Україна

Все більшої актуальності набуває теорія використання альтернативних або додаткових джерел енергії, що пов'язано з виснаженням родовищ нафти, газового конденсату, газу і вугілля. У зв'язку з цим виникає необхідність переходу на альтернативні, відновлювані джерела енергії.

Відновлювальні джерела енергії – це енергоресурси постійно існуючих природних процесів на планеті, а також енергоресурси продуктів життєдіяльності рослинного і тваринного походження. Характерною особливістю відновлювальних джерел енергії є циклічність їх відновлення, яка дозволяє використовувати ці ресурси без часових обмежень.

Відновлювальні джерела енергії існують на основі потоків енергії, які виникають в природі: сонячне випромінювання: біомаса, енергія сонця, вітру, хвиль; гравітаційна взаємодія Сонця, Місяця і Землі наслідком якої є морські припливи і відпливи; теплова енергія ядра Землі та хімічних реакцій і радіоактивного розпаду в її надрах: геотермальна енергія джерел гарячої води – гейзерів [1].

Одним із перспективних відновлювальним джерелом енергії є поклади природних газогідратів. Саме тому, протягом останніх років підвищується інтерес до розробки покладів газогідратів, області їх поширення і залягання та можливі напрямки використання їх як повноцінної газової сировини. Інтерес до проблеми газових гідратів у всьому світі значно посилюється і їх дослідно – промислове освоєння уже розпочалося.

Запаси газогідратів на планеті, за орієнтовними оцінками, становлять не менш ніж 250 трлн. м³. Це доволі песимістична оцінка, але навіть вона переважає відомі поклади традиційного природного газу, а разом з тим і таких видів нетрадиційного газу, як сланцевий газ, газ щільних порід та метан вугільних товщ. Близько 98% світових

запасів газогідратів зосереджено в океані, і лише 2% – на суші в зоні вічної мерзлоти. Перспектива за морськими газогідратами.

Сьогодні морські газогідрати визнані фахівцями найперспективнішим альтернативним паливом у багатьох країнах. У світі виявлено понад 220 зон покладів гідратів метану на шельфах океанів та морів. Найчастіше вони залягають на глибинах, де температура не вища за +4°C і тиск не менший за 20 атмосфер, що забезпечує їх термостатичну рівновагу. Метангідратні пласти – це переважно осадові породи, що містять 70 – 80% піску та глини і 20 – 30% льодоподібної маси гідратів.

Газові гідрати – сполуки природного газу і води, що утворюються під впливом високого тиску та низької температури в умовах, характерних для океанічних глибин. Газові гідрати які можуть стабільно існувати в діапазоні певних тисків і температур, наприклад, гідрат метану існує при тисках $2 \cdot 10^{-8}$ – $2 \cdot 10^3$ МПа і температурах 70 – 350К. Хімічні зв'язки між молекулами відсутні. Молекули води об'єднані водневими зв'язками, легко розпадаються при зниженні тиску або підвищенні температури. Газові гідрати являють собою крижані або гель – кристали, зовні схожі на звичайну водяну кригу, потенціал метану в яких перевищує $1,5 \cdot 10^{16}$ м³.

У структурі газогідратів молекули води утворюють каркас в якому є порожнини (рис.1). Склад газових гідратів описується формулою $M \cdot nH_2O$, де М – молекула газу – гідратоутворювача, n – число молекул води, що відповідають одній молекулі газу.

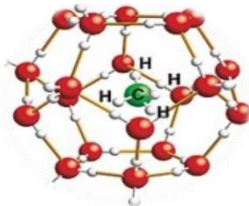


Рис. 1. Структурна будова метанового газогідрату

Утворені гідрати можуть утворювати пробки в трубопроводах і переробному обладнанні (рис.2). Їх видаляють, знижуючи тиск, нагріваючи труби, або розчиняючи їх хімічно, переважно метанолом або етиленгліколем, що працюють в якості антифризів. При швидкому розпаді гідратів практично миттєво утворюється великий обсяг метану, що може привести до різкого підвищення тиску, здатному зашкодити обладнанню [3].



Рис. 2. Газогідратна пробка

Також метангідрати можуть бути однією з причин викидів при бурінні глибоких свердловин. При бурінні газ може проникати в свердловину, утворюючи під дією високих тисків і низької температури тверді гідрати, які потрапляють в свердловину з водою. Тверді гідрати здатні спливати з рідинами. Чим вище вони спливають, тим менше стає тиск, і в певний момент гідрати розкладаються на газ та воду з різким збільшенням об'єму. Різке розширення газу викидає рідину зі свердловини, ще більше зменшується тиск, що призводить до ще більшого розкладання гідратів і подальшого збільшення сили викиду. Тому при бурінні глибоких свердловин застосовуються різні заходи, необхідні для контролю тиску.

Однією з проблем, що виникає при розробці метанових гідратів, є ймовірна шкода на довкіллі. Коли поклади розташовуються на крутих схилах в безпосередній близькості від морського дна, то вони служать цементуючим компонентом осадових порід. Широкомасштабна розробка родовищ може викликати підводні зсуви і, як наслідок, руйнівні приливні хвилі – цунамі.

Позитивні фактори застосування газових гідратів – транспортування природного газу. Так як, температура гідратів набагато вище, ніж температура рідкого метану (-20 проти -162°C), для зменшення обсягу газу шляхом перетворення його в гідрати знадобиться менше енергії, ніж для скраплення. Практична цінність даної технології в тому, що вона дозволяє розробляти віддалені газові родовища і використовувати попутний газ родовищ нафти там, де прокладання спеціального газопроводу нерентабельне (зокрема, на шельфі). Недоліком такого методу є те, що замість транспортування 100 тонн рідкого газу довелося б транспортувати 750 тонн гідратів, тому цей метод потребує доопрацювання.

Існує два підходи до розробки газогідратних покладів (патенти US 4424866, WO 2007/136485, US 20050161217, US 6192691, US 8232438, US 8783364, US 20100048963, US 8201626, US 20080236820):

1) вилучення гідрату без витрати енергії на фазовий перехід. Прикладом є різні варіанти кар'єрного способу. Однак на глибинах

заягання гідрату рентабельне великотоннажне виробництво буде проблематичним;

2) вилучення вільного газу після дисоціації гідрату в пласті.

Плавлення газогідрату пропонується здійснювати зниженням тиску нижче за рівноважний тиск гідратоутворення; підвищенням температури (нагрів гідратовмісних порід до температури, вищої за рівноважну); зміщенням умов фазової рівноваги у бік більш жорстких (введенням інгібіторів); комбінуванням перелічених вище способів.

Нині, відомо ряд теплових способів розробки газогідратних покладів. Так, у патенті US 6192691 пропонується під купол для збору газу, встановленим над придонним скупченням газогідрату, закачувати гарячу воду. У заявці US 20050161217 запропоновано здійснювати електричний підігрів продуктивного пласта та вилучати газ, що виділився по видобувній свердловині. Проте недоліком теплових методів розробки газогідратних покладів є значні енергетичні витрати. Так, крім порівняно незначних енерговитрат на дисоціацію газогідрату (близько 7% від енергії згорання виходячого газу), значна їх частина піде на розігрів породи. Крім того, виходячи з теплофізичних властивостей порід і газогідрату, зона теплової дії в пласті буде обмежена кількома метрами. З точки зору енергетичних витрат найбільш прийнятним є зниження пластового тиску нижче за рівноважний з подальшим відбором вільного газу. Наприклад, у заявці WO 2007/072172 зниження тиску забезпечується за рахунок відкачування газу з нижніх горизонтів. Проте такий спосіб є прийнятним лише для пластів, де насиченість гідратами незначна, а газ або вода не втратили свою рухливість. Звичайно, при збільшенні гідратонасичення ефективність такого способу різко падає. Наступний недолік цього способу пов'язаний із вторинним гідратоутворенням у привибійній зоні внаслідок ефекту Джоуля – Томсона та проявом ефекту самоконсервації гідрату в пласті. Процес ускладнюється ще й тим, що породи з вмістом гідрату більше ніж 60% є фактично непроникними для газу (Basniev, Kul'chitskiy, Shchebetov, & Nifantov, 2006) у результаті газогідратний пласт на тривалий час «надійно консервується» шаром льоду. Крім того, проникність по газу гідратонасичених порід на два, три і більше порядків нижча за проникність зразків, не насичених гідратами (Beznosikov & Maslov, 1975).

Газові гідрати також можуть виконувати функцію «цементу» для частинок породи. У такому випадку дисоціація гідрату призведе до аномально високої пористості, виділення великих мас води та істотного зниження міцності осадових порід (Kvenvolden, 1993). Тому плавлення газогідрату внаслідок зниження тиску, підвищення температури або введення інгібіторів може призвести до перетворення порід у перезволожену масу із включенням бульбашок газу. Створення депресії для вилучення газу призведе до винесення у

свердловину разом із водою і газом значної кількості породи, унеможливаючи її експлуатацію.

Виділяють комбіновані методи, які являють собою поєднання деяких методів. Наприклад, поєднання термальних методів із методом зниження гідростатичного тиску дає майже 100% ефект.

Методи теплової дії на пласт спрямовані на підвищення температури у привибійній зоні пласта. До даних методів відносять метод циркуляції гарячої води по стовбуру свердловини для підвищення температури на вибої, метод обігріву стовбура свердловини нагрівачами, встановленими на вибої для підвищення температури в пристовбурній зоні і пароциклічна обробка свердловини, яка передбачає закачування гарячої води в продуктивний горизонт, з подальшим глушінням на період, необхідний для достатнього переміщення тепла в пласті, після чого відбувається видобуток газу та води з тієї ж свердловини, через яку нагнітали гарячу воду. Під час термозаводнення, тепло від гарячої води, яка нагнітається, рухається в напрямку інших свердловин, підвищуючи температуру, що, в свою чергу, спричиняє дисоціацію метанового гідрату між свердловинами.

При застосуванні методів циркуляції гарячої води та обігріву стовбура свердловини, в районі, де пластова температура досягає значення вищого за 3 – фазову ідентичну температуру, відбувається дисоціація метанового гідрату, що призводить до підвищення тиску, пов'язане з газом, який виділяється з гідрату. Дисоціація метанового гідрату припиняється в районі, де пластовий тиск стає рівним значенню 3 – фазового ідентичного тиску. При застосуванні даних методів, процес збільшення зони з підвищеною температурою надзвичайно повільний, оскільки тепло переноситься завдяки теплопровідності.

При застосуванні методів, які базуються на закачуванні гарячої води в пласт, пароциклічна обробка і термозаводнення, поширення тепла відбувається набагато швидше, що призводить до збільшення зони дисоціації метанового гідрату при рівномірному нагнітанні гарячої води, тобто без ускладнень. Закачування гарячої води є складним процесом. При термозаводненні, метановий газ, що виділяється внаслідок дисоціації метанового гідрату біля нагнітальної свердловини, охолоджується знову, в напрямку поширення видобувної свердловини і при цьому спостерігається вторинне утворення гідрату між свердловинами, що призводить до зниження проникності і запобігає подальшому рівномірному нагнітанню гарячої води.

До переваг даних методів відносять простоту застосовуваного обладнання і відсутність шкідливих та небезпечних технологічних речовин.

Недоліками даних методів є: процес збільшення зони з підвищеною температурою надзвичайно повільний; для застосування

у поверхневих покладах необхідна наявність додаткових пристроїв; складність процесу закачування води при високих тепловтратах.

На сьогодні не існує ефективного, з технологічної та економічної точок зору, способу розробки покладів газових гідратів. Без знань властивостей гідратів неможливі їх пошук і розвідка, підрахунок запасів, створення технологій видобування. Уже у першій серії експериментів визначено умови утворення і розкладання гідратів у пористих колекторах, показані базові властивості гідратованих кернів. Встановлено, що газогідрати мають високі електроопір та акустичну провідність. Ці властивості гідрату дали змогу створити геофізичні методи виявлення та розвідки газогідратних пластів, а також визначення питомої концентрації гідратів у породі. Гідратонасиченість порід у зоні гідратуутворення змінюється у діапазоні 0–100%, зокрема, найчастіше у межах 30 – 70%. Дослідження показали, що газові гідрати у відповідних умовах достатньо довгий час залишаються у стабільному стані і можуть використовуватись для транспортування газу на значні відстані.

Основною відмінністю розробки газогідратних покладів є необхідність переведення газу у пласті з твердого гідратного у вільний стан із подальшим відбором за допомогою традиційних технологій. Для ефективного освоєння енергії, зосередженої у гідратному стані, одночасно з потенційними ресурсами гідратного газу важливо знати величину видобувних запасів газу.

Як було сказано вище, газові гідрати являють собою каркас «господаря» із молекул води і молекул гідратуотворюючого газу. Така їх будова проявляється у властивості витіснення із гідратного каркаса будь-яких домішок (у тому числі і іонів розчинених солей) та знайшла своє застосування, наприклад, у технологіях газогідратного опріснення води і концентрування розчинів. Хоча, як показали експерименти, на макрорівні при інтенсивному гідратуотворенні можливе захоплення між кристалами гідрату краплин води і рідких вуглеводнів, а також твердих породних включень. Проте експерименти також показали, що при утворенні гідрату за умов, близьких до рівноважних, і при надлишку води в реакторі адгезії гідрату до елементів обладнання не спостерігалось. Тому можна прогнозувати, що, «відокремившись» від частинок породи у результаті дисоціації в зоні руйнування та перекристалізувавшись в іншому місці гідрат буде містити мінімальну кількість мінеральних включень.

Зважаючи на те, що щільність гідрату метану дещо нижча щільності води, частина мінеральних включень відділиться в осад, але інша частина відділеного від масиву гідрату все ж таки буде зв'язана з породою. Враховуючи наведене вище обґрунтування, параметри зон гідратонакопичення, а також теплофізичні властивості газових гідратів, пропонується спосіб розробки газогідратних покладів на основі технології свердловинного гідровидобутку. Його

особливістю є те, що із покладу пропонується вилучати безпосередньо газогідрат, не витрачаючи енергії на його дисоціацію.

Технологічний процес розробки газогідратних покладів згідно цим способом включає наступні операції:

1) розкриття гідратовмісного пласта свердловиною на максимальну протяжність горизонтальними, а потужних пластів – вертикальними або похило-спрямованими до їх підшви свердловинами;

2) вплив на продуктивний пласт (починаючи від вибою свердловини) з метою його дезінтеграції при частковій дисоціації та перекристалізації газогідрату (внаслідок утворення на короткий час локальних зон із нерівноважними умовами) в результаті дії затоплених струменів високого тиску за допомогою гідромонітора. Причому для збільшення об'єму виробки штанги з насадками гідромонітора в робочому положенні подовжуються, займають перпендикулярне до осі свердловини положення та, обертаючись навколо неї, рухаються вздовж до контакту з фронтом дезінтеграції;

3) гравітаційне відділення від утвореної водогідратомінеральної пульпи на деякій відстані за активною робочою зоною частини мінеральних включень породи відповідної щільності і фракційного складу;

4) виведення попередньо збагаченої водогідратомінеральної пульпи із виробки через пульпозабірник, розташований за активною робочою зоною, до сепаратора, розташованого на рівні морського дна;

5) відділення від водогідратомінеральної пульпи (під тиском, вищим за рівноважний гідратуутворення) у гравітаційному сепараторі «пустої» породи, яка відкачується насосом на морське дно або через іншу свердловину – у відпрацьовану виробку, та у вигляді фракції, що спливає, – суміші води і газогідрату;

6) подачу насосом водогідратної пульпи на видобувну платформу;

7) відкачування збідненої пульпи під газозбірний купол у море по трубі, відкритий кінець якої розташований вище верхньої межі стабільності газогідрату. При цьому у результаті перебування деякий час у нерівноважних умовах та теплообміну з морською водою у збідненій пульпі відбувається дисоціація решти газогідрату на газ і воду;

8) осідання уламків породи на морське дно, накопичення газу під газозбірним куполом, його стиснення компресором та подачу до суміші води і газогідрату для зв'язування у газогідрат.

З метою підвищення ефективності процесу пропонується накопичений під газозбірником газ після компримування подавати в нижню частину шлейфа і змішувати з водогідратною пульпою. Термобаричні умови в шлейфі відповідатимуть умовам стабільності газогідрату. Поданий газ буде зв'язаний у газогідрат. На видобувній

платформі вилучений газогідрат буде піддаватись підготовці і переробці відповідно до технології, запропонованої в роботі [4] для подальшого його транспортування і зберігання [5].

Оскільки, як зазначено в роботі [2], устаткування для утворення газогідратів не потребує особливо унікального обладнання на відміну, наприклад, від заводів зрідження природного газу, це значно здешевлює NGH-технологію (транспортування газу у газогідратному стані). Крім того, потужність ліній із виробництва газогідрату може бути в 4 рази меншою порівняно з лінією виробництва зрідженого природного газу, без підвищення його собівартості [6].

Список використаних джерел:

1. Дяченко Ю.Г. Відновлювальні джерела енергії: геотермальна енергія Землі / Ю.Г. Дяченко // Екогеофорум 2017: Актуальні проблеми та інновації: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2017. – с. 247-248
2. Kanda, H. Economic Study on Natural Gas Transportation with Natural Gas Hydrate (NGH) Pellets. 23rd World Gas Conference, Amsterdam. – 2006.
3. Natural Gas Hydrate: In Oceanic and Permafrost Environments M.D. MaxSpringer Science & Business Media, 06.12.2012. – 415 с.
4. Pedchenko, L. & Pedchenko, M. Substantiation of Method of Formation of Ice Hydrate Blocks with the Purpose of Transporting and Storage of Hydrate Gas. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, (1). – 2012. – 28–34 с.
5. Pedchenko, M., & Pedchenko, L. Technological complex for production, transportation and storage of gas from the offshore gas and gas hydrates fields. *Mining of Mineral Deposits*. 10(3). – 2016. – 20–30 с.
6. Дяченко Ю.Г., Крицький В.В. Технології видобування газогідратних покладів, як додаткового джерела енергії України / Дяченко Ю.Г., Крицький В.В., Педченко Н.М., Педченко Л.О. // Нафтогазова галузь: Перспективи нарощування ресурсної бази, ІГГ – 2018: Матеріали міжнародної науково-технічної конференції. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2018. – с. 84-88

СЕКЦІЯ 10. ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОЛОГІЯ

ОЧИСТКА ЖИРОСОДЕРЖАЩИХ СТОЧНЫХ ВОД ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ И МАЙОНЕЗА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОДСОЛНЕЧНОГО МАСЛА

Науково-дослідна група:

**Соколенко Надежда Михайловна, Островка Мария Викторовна,
Островка Виктор Иванович, Мороз Алексей Валериевич,
Попов Евгений Вадимович**

Институт химических технологий

*Восточноукраинского национального университета им. В. Даля
Украина*

В продолжение работы [1] в данной статье излагаются результаты исследований предпочистки сточных вод от жиров и взвешенных веществ наиболее выгодным методом флотации. В сравнении с коагуляционным методом очистки флотационный не требует специфических реагентов (коагулянтов), прост в работе и не сопровождается образованием шламов, а лишь выделением маслосодержащих загрязнений [2, 3], которые легко утилизируются сжиганием, что экономически выгодно для предприятия.

Для исследования условий очистки сточных вод от жиров производства майонеза использовали лабораторную флотационную установку, состоящую из блоков флотации, сборников очищенной воды и флотомассы. Воздух для проведения процесса флотации поступал из баллона через ротаметр и мелкопористые стеклянные фильтры. Перед флотацией проведено отстаивание стока в первичном отстойнике, представляющего собой цилиндрическую емкость с коническим дном. Удаление образующейся пены из флотокамеры осуществляли в емкость через штуцер, а отведение осветленной воды из флотокамеры – через боковой штуцер. Шлам после уплотнения высушивали и передавали на сжигание для отработки рекомендаций по подогреванию воды для технологических целей.

Эксперименты по флотационному обезжириванию сточных вод проводили по таким факторам: продолжительность обработки, скорость и количество подаваемого воздуха, температура, величина pH и содержание жиров в сточной воде из цеха по изготовлению

майонеза. Сточну воду після первинного отстаивання направляли во флотационну камеру, де проводили насыщення її воздухом. Далі сточну воду переливали в сборник очищених стоков, а флотомасу передавали в шламонакопитель. Після флотации сточні води аналізували на величину рН, остаточне вміст жиру, кількість виважених речовин і повний хімічний аналіз.

Исследование влияния расхода воздуха на процесс флотации сточной воды

Протекание процесса флотационного удаления жиров из сточных вод характеризовали количеством подаваемого воздуха и изменением концентрации жиров в процессе обработки. Предварительными экспериментами определена продолжительность обработки (25 мин.) при содержании жиров в сточной воде 190 мг/дм^3 , виважених речовин – 230 мг/дм^3 , $\text{pH}=7,45$. Полученные результаты приведены на рис. 1.



Рис. 1. Залежність удельного расхода воздуха и нагрузки по сухому веществу от концентрации твердой фазы: 1 – удельный расход воздуха в дм^3 на 1 кг извлекаемых загрязнений; 2 – максимально допустимая нагрузка по сухому веществу в $\text{кг/ч}\cdot\text{м}^2$

Як видно з рис. 1, удельний расход воздуха зменшується з збільшенням концентрації нерозчинимих забруднень (тверда фаза) і стабілізується при невисокому їх вмісті в оброблюваній сточній воді. Так, при концентрації твердої фази до 1000 мг/дм^3 , расход воздуха становить $20\text{--}25 \text{ дм}^3$ на 1 кг извлекаемых загрязнений, а при концентрації $4000\text{--}5000 \text{ мг/дм}^3$ – $12\text{--}15 \text{ дм}^3$ на 1 кг извлекаемой твердой фазы.

Исследование влияния продолжительности воздушной

флотации на степень очистки сточной воды. Эффективность воздушной флотации сточной воды характеризовали изменением содержания жиров и взвешенных веществ в зависимости от продолжительности флотации при расходе воздуха 0,5 м³ на 1 м³ сточных вод. Полученные результаты приведены в табл. 1.

Таблица 1

Наименование показателя и единица измерения	Продолжительность флотации, мин					
	10		20		30	
	Исходная вода	Вода после очистки	Исходная вода	Вода после очистки	Исходная вода	Вода после Очистки
Взвешенные вещества, мг/дм ³	280	75,6	280	56,0	280	42,0
Общие жиры, мг/дм ³	210	29,4	210	27,3	210	18,9
Величина рН	7,45	7,40	7,70	7,65	7,80	7,70

Анализируя табл. 1. видно, что наибольший эффект удаления жиров и взвешенных веществ из сточной воды достигается при продолжительности флотации 20 мин. При этом степень очистки сточной воды от жиров составляет 85-90%, а по взвешенным веществам – 80%.

Исследование температуры воздушной флотации на процесс очистки сточной воды. Изменение содержания жиров и взвешенных веществ в зависимости от температуры флотации (при начальных величинах: рН=7,7, расходе воздуха 0,5 м³ на 1 м³, исходных взвешенных веществ – 190 мг/м³ сточных вод) Полученные результаты приведены в табл. 2.

Таблица 2

Наименование показателя и единица измерения	Температура флотации, °С							
	10		20		30		50	
	Исходная вода	Вода после очистки	Исходная вода	Вода после очистки	Исходная вода	Вода после очистки	Исходная вода	Вода после очистки

Взвешенные вещества, мг/дм ³	190	19,3	190	22,8	190	38,0	190	57,0
Общие жиры, мг/дм ³	120	9,2	120	6,9	120	14,3	120	40,8
Величина pH	7,7	7,6	7,7	7,7	7,7	7,6	7,7	7,8

Как следует из приведенных в табл. 2 данных флотационная очистка жиросодержащих сточных вод полно протекает при температуре в интервале 10-30°C, где степень очистки по жирам составляет 85-95% и по взвешенным веществам – 80-90%. С повышением температуры обработки в интервале 30-50°C эффективность резко снижается и составляет не более 66%. Это объясняется тем, что с повышением температуры частички жира склонны к эмульгированию. Рекомендуемый температурный процесс флотации в производственных условиях – от 10 до 30°C. На эффективность удаления из сточных вод взвешенных веществ температура флотации существенного влияния не оказывает.

Влияние величины pH при воздушной флотации на процесс очистки сточной воды. Известно, что в зависимости от среды (щелочная или кислая), жиры в воде существуют в разной форме. В кислой среде происходит «высаливание» жиров, т.е. их агрегация в более крупные плохо распределяемые агломераты, в щелочной среде жир омыляется и переходит в растворимое в воде вещество – мыло. Эксперименты проводили на сточных водах с концентрацией жиров 100 мг/дм³ и содержанием взвешенных веществ – 220 мг/дм³ при продолжительности флотации 20 мин. и температуре обработки 20°C с расходом воздуха 0,5 м³/м³ сточных вод. Величину pH при этом изменяли в интервале от 2 до 10. Кислую среду сточных вод создавали добавлением соляной кислоты, щелочную – введением водного раствора щелочи. Полученные результаты влияния величины pH на степень флотационной очистки сточных вод от жиров и взвешенных веществ приведены в табл. 3.

Таблица 3

Наименование показателя и единица измерения	Величина pH среды*							
	2		4		9		11	
	Исходная	Вода после	Исходная	Вода после	Исходная	Вода после	Исходная	Вода после

	вода	очистк и	Вода	очистки	вода	очистки	вода	Очистк и
Взвешенные вещества, мг/дм ³	220	37,4	220	41,2	220	42,0	220	48,4
Общие жиры, мг/дм ³ ,	100	3,0	100	5,0	100	16,2	100	64,2
Величина рН	2,0	2,2	4,0	3,9	9,0	9,1	11,0	11,2

*Показатели сточной воды при рН = 7 составляют: взвешенные вещества – 220/42,2 мг/дм³; общие жиры – 100/10,7 мг/дм³ (числитель – показатели исходной сточной воды; знаменатель – показатели воды после очистки).

Анализируя приведенные в табл. 3 данные видно, что при величине рН 2-4 происходит более полное и эффективное удаление из сточных вод жиров (95-97%) и по мере повышения рН до нейтральной величины, а тем более при переходе в щелочную среду (рН 9-11) степень удаления жиров из сточной воды резко падает вследствие перехода жиров в мыла. Так, при рН 11 глубина удаления жиров из сточных вод не превышает 40%, в то время как при величинах, близких к рН 7, степень удаления жиров составляет 85-90%.

Изменение величины рН от кислой среды к щелочной практически не оказывает влияния на степень удаления взвешенных веществ, которые составляют до 80%.

Влияние исходной концентрации жиров на процесс флотации. В реальных условиях работы предприятия содержание жиров в промышленных сточных водах может существенно колебаться (от 20 до 400 мг/дм³). Это обуславливает необходимость проведения исследований по влиянию исходной концентрации жиров на глубину очистки жиросодержащих сточных вод. Эксперименты проводили на сточных водах при продолжительности флотации 20 мин., величине рН 7,45 и температуре 20°C с расходом воздуха 0,5 м³/м³ сточных вод. Концентрацию жиров варьировали в интервале от 30 до 400 мг/дм³. Полученные результаты приведены в табл. 4.

Как следует из приведенных в табл. 4 данных, с увеличением концентрации жиров в воде степень ее очистки достигает небольшой величины (90-97%). Остаточное количество жиров в сточной воде при этом довольно высокое (15-20 мг/дм³). При низкой исходной

концентрації жирів в воді (50-75 мг/дм³) загальна ступінь очищення декількома нижче і становить 90%, але залишкове вміщення їх в стічній воді не перевищує 10 мг/дм³. Виходячи з цього, рекомендується передбачувати спочатку отстаювання стічної води в отстаювачі-освітлювачі.

Таблиця 4

Найменування показателя і одиниця вимірювання	Концентрація жирів, мг/дм ³											
	30		50		75		100		200		400	
	Исходная	Вода после	Исходная	Вода после	Исходная	Вода после	Исходная	Вода после	Исходная	Вода после	Исходная	Вода после
Взвешенные вещества, мг/дм ³	300	24,1	300	28,4	300	30,7	300	37,2	300	47,4	300	60,9
Общие жиры, мг/дм ³	30	4,7	50	6,9	75	7,8	100	10,2	200	25,4	400	28,1
Величина pH	7,45	7,40	7,45	7,30	7,45	7,55	7,45	7,40	7,45	7,70	7,75	7,70

Первичная очистка жиросодержащих сточных вод перед флотацией – отстаивание. Существенное содержание жиров и взвешенных веществ из промышленных сточных вод производства майонеза может быть удалено на первой ступени методом отстаивания в отстаювачах-освітлювачах. Исследования проводили на реальных сточных водах при исходном содержании суммы общих жиров 1-5 г/дм³ и 800-1000 мг/дм³ взвешенных веществ. Осаждение, уплотнение взвешенных веществ и отделения всплывающей части жиров отображено на рис.2.

Выделение взвешенных частиц из сточных вод протекает, в основном, за 30 мин. отстаивания стока и после уплотнения их объем составляет 90%, а за этот же промежуток времени объем выделенного жира составляет лишь 0,5%. Таким образом, для обеспечения нормальной работы стадии флотационной очистки сточных вод в общей технологической схеме очистки следует предусматривать стадию отстаивания и осветления в отстаювачах-освітлювачах.

Исследование двухступенчатой флотационной очистки жиросодержащей сточной воды. В связи с тем, что в определенных условиях из-за высокого содержания жиров (до 2000

мг/дм³) в исходной сточной воде одноразовая флотационная очистка ее будет довольно низкой, были проведены исследования по двуступенчатой очистке таких сточных вод. Исследования проводили на сточных водах с концентрацией жиров 120 мг/дм³ в условиях ранее полученных оптимальных параметрах: содержанием взвешенных веществ – 230 мг/дм³ при продолжительности флотации на каждой операции 20 мин. и температуре обработки 20°C с рН среды 7,5, расходом воздуха 0,5 м³/м³ сточных вод. Степень очистки оценивали по остаточному содержанию жиров и взвешенных веществ в сточной воде. Полученных данных на экспериментальной установке по проведению таких исследований обобщены в табл. 5.

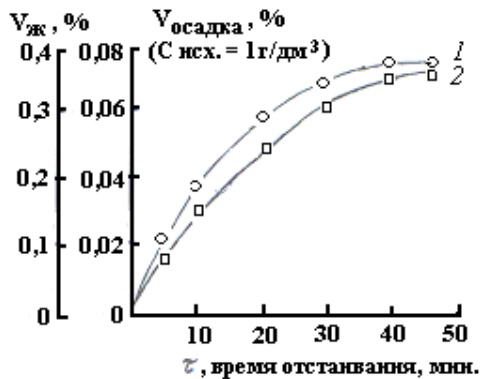


Рис. 2. Зависимость выделенного жира (1) и осаднения взвешенных веществ (2) из жиродержащих сточных вод от продолжительности отстаивания; исходная концентрация жиров – 5 г/дм³; взвешенных веществ – 1000 мг/дм³.

Таблица 5

Наименование показателя и единица измерения	Двухступенчатая флотация жиродержащих сточных вод					
	I ступень			II ступень		
	Исходная вода	Вода после очистки	Процент очистки	Вода после очистки	Исходная вода	Процент очистки
Взвешенные вещества, мг/дм ³	230	25,3	89	25,3	23,4	8
Общие жиры, мг/дм ³	120	15,6	87	15,6	13,9	11

Величина рН	7,5	7,50		7,5	7,5	
-------------	-----	------	--	-----	-----	--

Анализ полученных результатов приводит к следующему выводу: степень очистки сточных вод на II ступени флотации не высокая (8-12%) как по жиру, так и по взвешенным веществам. В случае невысокой загрязненности исходной сточной воды жирами (80-100 мг/дм³) использование второй ступени флотации позволяет дополнительно снизить содержание жиров по отношению к первой ступени всего на 1-1,2 мг/дм³. Снижение концентрации взвешенных веществ на второй ступени флотации в указанных условиях будет еще меньше. **Исследование свойств флотомассы** проводили весовым методом выделяющихся жиров. Для этого флотомассу объемом 100 см³ отстаивали в течение 60 мин. с измерением через каждые 15 мин. объема выделившихся жиров и отстоявшейся воды. Результаты исследований выделения шлама (жира) из флотомассы показаны на рис. 3.

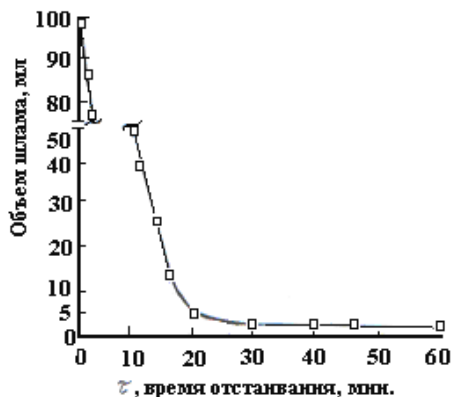


Рис. 3. Кинетика выделения шлама (жира) из флотомассы.

Как видно из рис. 3, объем всплывшего жира в течение 30 мин. составляет 1% от объема флотомассы. На основе проведенных исследований и полученных результатов разработана производственная технологическая схема (рис. 4), где основным оборудованием являются жироловушка, сатуратор, флотатор со встроенной камерой, сборник флотомассы.

Принцип работы технологической схемы. Сточные жиросодержащие воды из емкости сборника 1 поступают насосом 2 через воздушный эжектор 3 на первую ступень очистки в напорную емкость 4 (сатуратор) и далее – в жироловушку, после чего из

баллонов 7 подається воздух через ежектор во флотатор со встроеной камерой 5-7 (целесообразно применять систему насыщения воды воздухом через ежектор). Для обеспечения стабильной работы сатуратора 4 в нем поддерживается избыточное давление 0,4-0,6 атм и обеспечивается аварийным воздушным клапаном. Из сатуратора сточные воды насыщаются воздухом, поступают во встроенную камеру флотатора, где происходит интенсивное выделение воздуха из воды. За счет этого эмульгированные частички жира всплывают вместе с пузырьками воздуха и извлекаются из воды (процесс флотации).

Для обеспечения ламинарности потока воды и продолжительности пребывания в сатураторе флотатор снабжен, так называемым, успокоителем 6, встроенным во флотатор. Успокоитель представляет собой цилиндр, закрепленный на стенках флотатора.

Отведение выделенного в процессе флотации жира осуществляется из верхней части флотатора через переливные бортики 7. Полученная смесь жира и незначительного количества воды отводится в сборник 8, где происходит разделение слоев жира и воды, которая возвращается в жироловушку 1.

Очищенная вода из флотатора дополнительно может проходить через каркасно-засыпной фильтр, загруженный гравием и песком, что позволяет дополнительно извлекать жир до 5-7% и снижать взвешенные вещества до уровня 4-10 мг/дм³.

2. Расчет основного оборудования для схемы очистки жиродержащих сточных вод флотацией

Исходные данные для расчетов: объем сточных вод – 100 м³/сутки ($\approx 4,2$ м³/час); продолжительность флотации – 20 мин.; продолжительность насыщения воздухом при флотации в напорном резервуаре – 3 мин.; объем отфильтрованной массы (до 5% от объема сточных вод) – 5 м³/сутки (0,21 м³/час.); рабочая высота флотатора – 1,5 м (с запасом 10% высоты – 1,65 м).

2. Расчет основного оборудования по схеме

При обработке сточных вод используется основное оборудование: исходный резервуар с продолжительностью пребывания сточной воды в нем 3 мин.; флотатор со встроеной камерой с продолжительностью пребывания жидкости в нем 20 мин. и в камере – 5 мин.; сборник флотомассы; насос (производительностью 6 м³/час). Для расчетов приняты следующие условия эксплуатации: напорный резервуар круглого сечения; флотатор и сборник флотомассы круглого сечения.

2.1. Расчет рабочей общей высоты резервуара

Принимаем диаметр резервуара 0,5 м с избыточным давлением в

нем – 0,5 ати., тогда при часовом расходе жидкости 4,2 м³/час. и продолжительности пребывания сточной воды в резервуаре 3 мин. высота его определяется по ниже приведенным уравнениям:

$$V = F \cdot H; H = \frac{V}{F}; F = 0,785 \cdot d^2 = 0,785 \cdot 0,5^2 = 0,196 \approx 0,2 \text{ (м}^2\text{)}; V = 4,2 \text{ (м}^3\text{/час.)},$$

а из расчета на 3 мин., $V = 4,2 \cdot \frac{3}{60} = 0,21 \text{ (м)}; H = \frac{0,21}{0,2} = 1,05 \text{ (м)}$.

Рабочая общая высота резервуара при коэффициенте заполнения $k=0,6$ составит: $H_p = H/k = 1,05/0,6 = 1,75 \text{ (м)}$.

2.2. Расчет флотатора со встроенной камерой

В расчетах принят вариант флотатора цилиндрической формы со встроенной камерой и «успокоителем» при расходе сточных вод – 4,2 м³/час. Продолжительность пребывания во встроенной камере газожидкостного потока – 5 мин., тогда объем сточной воды составит 0,35 м³ по уравнению:

$$V = V_0 \cdot \frac{\tau}{60} = 4,2 \cdot \frac{5}{60} = 0,35 \text{ (м}^3\text{)}.$$

При диаметре камеры 0,5 м ее высота составляет: $H_k = 0,35:0,2 = 1,75 \text{ (м)}$. Так как камера встроена в основание флотатора для удобства и более рационального использования объема флотатора, камера монтируется внутри флотатора на $\frac{1}{2}$ ее высоты.

При продолжительности пребывания во флотаторе сточных вод – 20 мин, объем флотатора составляет 1,4 м³:

$$V_1 = V_0 \cdot \frac{\tau}{60} = 4,2 \cdot \frac{20}{60} = 1,4 \text{ (м}^3\text{)}.$$

Принимая во внимание то, что часть объема флотатора будет занята рабочей встроенной камерой. Эта часть объема составляет $V_2 = F \cdot H_1$, т.е. при $F=0,2 \text{ м}^2$, высота камеры (H_1) составит: $H_1 = H:2 = 1,75:2 = 0,875 \approx 0,9 \text{ (м)}$, а объем камеры (V_2) при этом составит: $V_2 = 0,2 \cdot 0,9 = 0,18 \approx 0,2 \text{ (м}^3\text{)}$. Рабочий объем флотатора (V_f) будет равен: $V_f = V_1 + V_2 = 1,4 + 0,2 = 1,6 \text{ (м}^3\text{)}$, тогда высота флотатора (H_f) при его диаметре (d), равном 1 м, $F_f = 0,785 \cdot d^2 = 0,785 \cdot 1^2 = 0,785 \text{ (м}^2\text{)}$, составит $H_f = V_f : F_f = 1,6:0,785 = 2,04 \approx 2,1 \text{ (м)}$.

2.3. Расчет аппарата с образующейся флотомассой

В данном аппарате производится сбор и выгрузка выделенного жира. Объем флотата принят 5% от объема сточных вод и вычисляется по уравнению:

$$V_{\text{флотомассы}} = V \cdot (5/100) = 4,2 \cdot 0,05 = 0,21 \text{ (м}^3\text{/час)}$$

Сборник флотата принимается диаметром 0,5 м, тогда рабочая высота сборника будет $H_f = V_f:F_f$:

$$F_f = 0,785 \cdot d^2 = 0,785 \cdot 0,5^2 = 0,196 \approx 0,2 \text{ (м}^2\text{)}; H_f = 0,21:0,2 = 1,05 \text{ (м)}$$

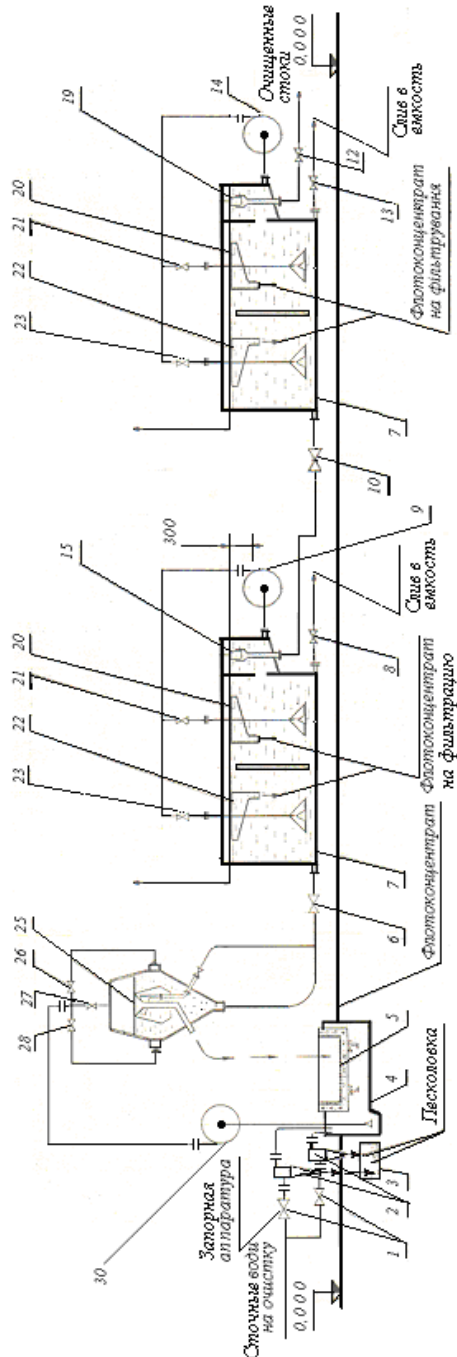


Рис. 4. Схема очистки сточных вод от жиров и нефтепродуктов: 1, 6 & 16-18, 17, 21-24, 26-28 – запорная аппаратура; 2 – гидрозатвор (песколовка); 3 – сборник отходов; 4 – емкость; 5 – фильтр; 7 – флотационная камера; 9, 14, 30 – насосы; 11 – флютокоагулятор; 15, 19 – разрушитель шлама; 16, 20, 22, 25 – разрушитель; 18 – электропривод; 29 – флотатор (жироулавливатель).

1, 6 & 16-18, 17, 21-24, 26-28 – запорная аппаратура; 2 – гидрозатвор (песколовка); 3 – сборник отходов; 4 – емкость; 5 – фильтр; 7 – флотационная камера; 9, 14, 30 – насосы; 11 – флютокоагулятор;

15, 19 – разрушитель шлама; 16, 20, 22, 25 – разрушитель; 18 – электропривод; 29 – флотатор (жироулавливатель).

При коефіцієнті заповнення $k=0,75$, робоча висота сборника флотомаси ($H_{рф}$) складе: $H_{рф} = H_{ф} + 0,25H_{ф} = 1,05 + 0,27 = 1,32$ (м) і приймається 1,4 м.

Степень очищення стічних вод цеха виробництва майонезу по розробаній технологічній схемі складає 90% і зменшується до 100 мг/дм^3 до 10 мг/дм^3 .

Список использованных источников:

1. Руководство по технологии получения и переработки растительных масел и жиров. Под ред. А.Г. Сергеева, изд. 2-е.- Л.: ВНИИЖиров.- 1981.- 295 с.
2. Островка В.І. та ін.. Пат. України 77239, 2013. МПК CO2F 1/42/ Спосіб очищення стічних вод виробництва рослинних олій. Бюл. №3. – 2013. – 3 с.
3. Соколенко Н.М. та ін.. Відновлення масловмісних ґрунтів біологічним методом. В збірнику статей МНПК «Теорія та практика сучасної науки». – Одеса 10 січня 2018 р. – Т. 3. – С. 125-132.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ΛΟΓΟΣ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ЗА МАТЕРІАЛАМИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК:
ОСВІТА ТА НАУКА ХХІ СТОЛІТТЯ»**

19 червня 2018 року • Київ, Україна

ТОМ 4

Українською та російською мовами

Матеріали друкуються в авторській редакції

Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів

За точність викладеного матеріалу відповідальність несуть автори

Підписано до друку 19.06.2018. Формат 60×84/16.

Папір офсетний. Гарнітура Arial. Лазерний друк.

Умовно-друк. арк. 8,02.

Віддруковано з готового оригінал-макета.

Контактна інформація організаційного комітету:

21037, Україна, м. Вінниця, вул. Зодчих 18, офіс 81

ГО «Європейська наукова платформа»

Телефони: +38 098 1948380; +38 063 6241556

E-mail: info@ukrlogos.in.ua

www.ukrlogos.in.ua

Видавець: Друкарня ФОП Гуляєва В.М.

08700, Україна, м. Обухів, мкрн. Сосновий 2, офіс 2. E-mail: info@drukaryk.com

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 3909 від 02.11.2010 р.